



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علم الاعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية
الشعبة: علم الاعلام والاتصال
التخصص: اتصال تنظيمي

الموضوع

دلالات الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية سيميولوجية للصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني

عبر موقع فيسبوك

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعه: 2019

إشراف الدكتور:

هارون منصر

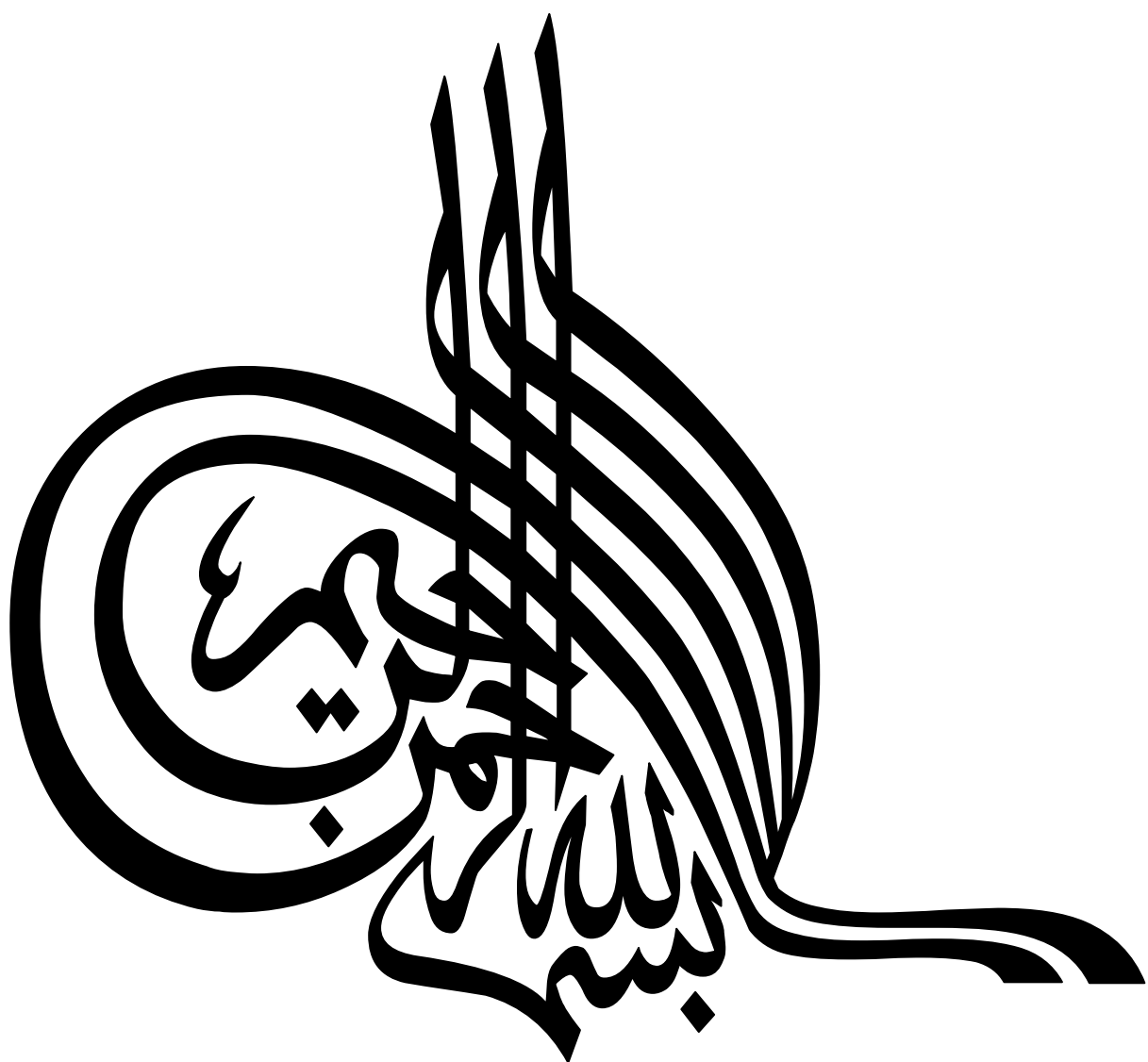
إعداد الطلبة:

❖ سلطاني خلود

جامعة العربي التبسي - Tebessa

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
مسعودي بدر الدين	أستاذ محاضر ب-	رئيسا
هارون منصر	أستاذ محاضر أ-	مشرفا ومقررا
عبد الغني بوزيان	أستاذ مساعد أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2019/2018



شكر وعرافان

يقول عز وجل في محكم تنزيله (لإن شكرتم لأزيدنكم)

نحمد الله تعالى الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع إعرافا منا
بالجميل وعرافانا بحسن الصنيع نتقدم بجزيل الشكر وخالص التقدير إلى

من ساهم بقليل أو بكثير في إنجازه

إلى كل أساتذة علوم العلام والإتصال وإلى كل من كان لنا خير عون في

إتمام هذا العمل.





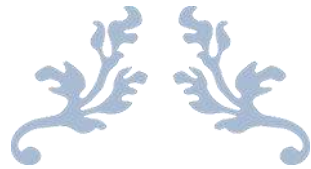
فهرس المحتويات



العنوان	الصفحة
شكر وعرفان	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
مقدمة:	أ.....
الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة.	ج.....
الإشكالية	4.....
أهداف الدراسة.....	6.....
أسباب اختبار الموضوع :	7.....
أهمية الدراسة.....	8.....
منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات :	9.....
أدوات الدراسة :	10.....
مجتمع الدراسة :	11.....
عينة الدراسة :	12.....
تحديد حجم العينة :	12.....
ضبط مفاهيم الدراسة.....	17.....
الدراسات السابقة.....	26.....
الفصل الثاني: الخطاب السياسي و الأحزاب السياسية.	41.....
المبحث الأول : مفهوم الخطاب السياسي	41.....
1-تعريف الخطاب السياسي :	41.....

43	2-خصائص الخطاب السياسي:
45	3-أقسام الخطاب السياسي:
46	4-وظائف الخطاب السياسي :
48	5-إستراتيجية الخطاب السياسي
54	المبحث الثاني : مفهوم ونشأة الأحزاب السياسية.
54	1-التطور التاريخي للأحزاب السياسية
56	2-نشأة الأحزاب السياسية:
57	4-تصنيف الأحزاب السياسية:
59	4-وظائف وأدوار الأحزاب السياسية:
63	المبحث الثالث : الأحزاب السياسية بالجزائر
63	أولا : نشأة وتطور الاحزاب السياسية في الجزائر:
63	1-نشأة الأحزاب السياسية في الجزائر
65	2- تطور الأحزاب السياسية الجزائرية
68	1-حزب جبهة التحرير الوطني : النشأة و التطور
68	أولا : نشأة حزب جبهة التحرير الوطني
71	الفصل الثالث: السميولوجيا والخطاب الاعلامي
72	المبحث الاول :المنطلقات السيميائية في الدراسات الغربية
72	منطلقات السميولوجيا في الدراسات الغربية:
75	مجالات السميولوجيا
78	مبادئ السيميائية :
82	اتجاهات السيمياء:

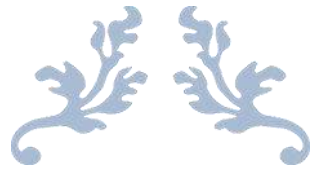
91	مجالات تطبيق السيميائيات
94	المطلب الأول : مفهوم الخطاب الإعلامي
94	المنطلق التاريخي للخطاب :
96	مفهوم الخطاب في ظلال البنيوية الحديثة:
100	أساليب وخصوصيات الخطاب الإعلامي
100	أساليب الخطاب الإعلامي :
101	خصوصيات الخطاب الإعلامي:
102	الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي:
104	مستويات الخطاب الاعلامي
105	مدارس تحليل الخطاب :
109	الفصل الرابع الإطار التطبيقي للدراسة
110	1- النتائج العامة للتحليل السيميولوجي
110	أولا : وفقا للمقاربة السيميولوجية :
111	2_ عرض الصور و تحليلها :
140	النتائج العامة للدراسة :
140	1-النتائج العامة للتحليل السيميولوجي للصور الفوتوغرافية :
141	2 - النتائج العامة المتعلقة بتحليل المضمون للصور الفوتوغرافية على ضوء أسئلة الدراسة :
145	الخاتمة
	قائمة المراجع:



فهرس الجداول



الصفحة	العنوان	الرقم
	تكرارات فئة المساحة على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	
	تكرارات توزيع فئة الموقع على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	
	تكرارات توزيع فئة المادة الإعلامية المنشورة على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	
	توزيع تكرارات فئة نوع مواضيع الصورة على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	
	تكرارات فئة الاستمالات على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	
	تكرارات فئة القضايا على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	
	تكرارات فئة المصادر على مستوى الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة	



مقدمتہ



مقدمة:

مع تحول الوسائط المتعددة من ناقل للمعلومات و الأفكار إلى مسهم فعلي في تكوين الأبعاد السياسية، باتت مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر ثراء في إيصال الرسالة في سياق الأحداث السياسية و المنافسة التي تخوضها الأحزاب السياسية ضد بعضها البعض كونها وسطا لخطابها الاعلامي الالكتروني عامة و السياسي الأيقوني خاصة، بإعتباره خطابا بصريا حيا نابضا تصاغ رسائله و تتفق و خصائص جمهور المتلقين تأكيدا للمعاني و الأفكار التي تعكسها الرموز اللسانية اللغوية المصاحبة لها في سعي منها إلى تطبيع توجهاتها و اديولوجيتها ابرازا لمكانتها في فضاء رقمي يجسد قوتها و سلطة خطاب يمثل جوهرها الاداء السياسي للحزب، لقدرتها البالغة على التأثير و الاستقطاب و دورها في صناعة الصورة في الحملات الانتخابية يبرز بمعنى من المعاني اضعاف الشرعية على ماتبته الوسائط الالكترونية من رسالة ايقونية يجعلنا نتحدث عن جملة من العناصر الأساسية المكونة لهذه العملية المركبة و المعقدة ، مما يؤثر بصورة كبيرة على العملية السياسية بكل تفاعلاتها التي تتعكس بدورها على النظام السياسي بكل مؤسساته من جهة و الأداء الحزبي المعبر عن نتيجة السلوكات التي تصدرها الأحزاب الجزائرية من جهة أخرى، ليتم التركيز هنا على حزب جبهة التحرير الوطني ضمن خطابه السياسي الرقمي الذي ينم عن نقل الأفكار و الآراء و التوجهات إلى جمهور المتلقين بصور متعددة ضمن إطار شبكات مختلفة في سعي منها إلى كسب الدعم الشعبي الذي يضمن إستمراريتها تعزيزا لمكانتها، إذ لا يتأتى ذلك إلا من خلال تفعيل دور الخطاب الإعلامي بكل اتجاهاته و أنواعه المختلفة كونه يعرب عن الضروريات التي وجب أن يتبناها الحزب ضمن منهجه و برامجه و تصورات بهدف الوصول إلى السلطة أو المشاركة فيها شريطة وجود قاعدة شعبية تؤمن بأفكاره ومبادئه وأهدافه وتوجهاته، لتبنى صورة ترتسم من خلالها ملامح الظاهرة السياسية ضمن مستويين في ذهن المتلقي مستوى الترابط المنطقي في بنية الخطاب السياسي ومستوى القدرة على انتقال مضمون الخطاب حيز التطبيق و الفعل .

متبعين خطة بحث إشمتمت على أربعة فصول جاءت على النحو التالي:

- **الفصل الأول:** وخصص للإطار المنهجي للدراسة حيث تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والتطرق إلى الأسباب الدافعة لاختيار الموضوع، تلتها أهمية الدراسة وأهدافها والمنهج الذي تم إتباعه وتحديد عينة الدراسة ثم التطرق إلى الدراسات السابقة إضافة إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات .

- **الفصل الثاني:** وخصص للجانب النظري للدراسة واحتوى على ثلاث مباحث فبالنسبة للمبحث الأول كان تحت عنوان الخطاب السياسي وخصائصه وإستراتيجياته وآليات تحليله، لىتضمن المبحث الثاني الأحزاب السياسية بصفة عامة بدأ بخصائصها و وظائفها ونشاطها عبر الوسائط الإلكترونية لننتقل للمبحث الثالث الذي يتضمن الأحزاب السياسية الجزائرية ووظائفها و صولا إلى حزب جبهة التحرير الوطني و نشأه و نشاطه التنظيمي و السياسي .

- أما **الفصل الثالث** فخصص للجانب التطبيقي للدراسة حيث تضمن جانبين الجانب الأول الجانب السيميولوجي وفيه تم إتباع أسلوب رولان بارث في تحليل الصور الفوتوغرافية لننتقل تحليل لمحتوى وهو الجانب الكمي للموضوع ، ليتم أخيرا عرض الإستنتاجات العامة لكلا التحليلين الكمي و الكيفي ثم خاتمة الدراسة .



الفصل الأول

الاطار المنهجي للدراسة.



الإشكالية

بعد الخطاب الإعلامي عملية حركية تواصلية ذات قالب متشابك التركيب يجمع بين اللغة و الرمز والمعلومة ومحتواها ، منبنيًا على أساس العلاقة بين المضمون و الشكل و السياق ليتعمق دوره في الحياة الاجتماعية المعبرة عن كل مجالاتها الحياتية المؤثرة فيها والمناثرة بها ، ممهدا في إيجاد بيئة مناسبة تشغل فئة واسعة من الجمهور بهدف إيصال رسالة متضمنة بغاية تضاف إليها و تتضافر معها للتأثير فيه وكسب ثقته وتغيير موقفه ضمن دلالات قابلة للفهم من لدن المتلقي بمختلف مستوياته التعليمية و الثقافية .

فيكون بذلك الخطاب الإعلامي من مضمونه وأهدافه مصدرا للتوجهات ، والتطورات الفكرية ، والسياسية والأيدولوجية حسب الوسائط التقنية التي يستعملها، و نتيجة للتطور التكنولوجي المهول جراء ما أحدثته الانترنت بوصفها إعلاما جديدا يضطلع بمهام الإعلام البديل ، تعد الوسائط الجديدة بمستويات تمايزها وتنوعها من أكثر الوسائط الرقمية فعالية و تأثيرا في شؤون الحياة العامة ، لتكون مواقع التواصل الاجتماعي واجهة رقمية تتسم بالنقل المباشر و الآني ، يطلع من خلالها على مستجدات الأحداث و المجرىات و متابعة تطور القضايا المطروحة و تشكيل الآراء حول ما يثير الجدل منها و النقاش في المجتمع ، فتقولب لنا خطابا يقترب من الواقع الذي يحياه المتلقي ، ليتعدى تأثيرها على الحكومات و المؤسسات و المنظمات ، خاصة فيما يتعلق بالدخول في معترك الحياة السياسية بالجزائر ، من انخراط في الأحزاب و ترشح في الانتخابات لتبرز لنا الأحزاب الجزائرية باختلاف تصنيفاتها و توجهاتها وزنها في الأوساط السياسية كتنظيمات ذات طابع سياسي ، فنجدها بذلك تتنافس في جولات انتخابية يحاول كل منها في كل مشاركة كسب التأييد المجتمعي لمشروعه من خلال محاولة تقديم أفضل مترشحيه لتمثيل السلطة ، محدثة آثارا مترتبة عن ثقلها في التغيير السياسي بطابع رقمي تفرضه التكنولوجيا الجديدة التي غيرت مسار المشهد

السياسي بأسره و باتت ضرورة تضمن استمراريته تنظيميا تعكس توجهاتها ونشاطاتها ومشاريعها بتفاصيلها و كذا مبادئها تطلعاتها المستقبلية و مكانتها لضمان قاعدة شعبية تؤمن بها .

و لكون قوة الخطاب من قوة الوسيط ، تتضح مكانة الخطاب الإعلامي بثرائه وإمكانية استخدامه للوسائط المتعددة نصًا وصورة ، فيتخذ منها بذلك صيغة الرقمنة مدعما طروحات الأحزاب بترسيخ عقيدتها لدى المتلقين و تحفيزهم لزيادة المشاركة في العملية السياسية على أساس علاقة تبادلية مبنية على عدة مؤشرات يتم من خلالها معرفة المتلقين الفاعلين على الساحة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ليبرز لنا مما سبق إشكالية خطاب الأحزاب السياسية الجزائرية واستخدامها لوسائط عديدة متنوعة تتم عن خلق مناخ سياسي عبر خطاب إعلامي متميز بدلالاته عن الخطاب السائد ، يبرز سلطتها ويعبر عن قوتها وغاياتها السياسة المراد رسمها وسط نفوذ يتعلق بتوجيه آرائها وفقا لمقتضياتها وإيديولوجيتها المسيطرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

مما يجعلنا نطرح التساؤل الرئيسي :

ما هي الدلالات التي يتضمنها الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية الجزائرية (عينة الدراسة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) ؟

و للإجابة على هذا التساؤل نطرح التساؤلات الفرعية التالية :

1- ما هي أبرز القضايا التي تناولتها الأحزاب السياسية الجزائرية (الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير

الوطني FLN) في خطابها الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك

؟ (FACBOOK

2- ما هي السمات الدلالية للخطاب الإعلامي (لعينة الدراسة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(موقع فيسبوك) ؟

3- ما هي التضمينات الأيديولوجية التي يحتويها الخطاب الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

(موقع فيسبوك) انطلاقا من منتجيه (عينة الدراسة) ؟

4- ما هي الدلالات الإيحائية التي تم توظيفها في الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية

(عينة الدراسة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) ؟

5- ما هي أهم المواضيع التي اعتمدها الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) ضمن خطابها الإعلامي عبر

مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) ؟

6- ما هي ابرز المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) في إنتاج خطابها

الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) ؟

7 - ما هي ابرز الإستمارات المستخدمة من طرف الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) في خطابها

الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) ؟

أهداف الدراسة

1- التعرف على ابرز القضايا التي تناولتها الأحزاب السياسية الجزائرية (الصفحة الرسمية لحزب جبهة

التحرير الوطني FLN) في خطابها الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك

. (FACBOOK

2- التعرف على السمات الدلالية للخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية (عينة الدراسة) عبر مواقع

التواصل الاجتماعي .

3- كشف التضمينات الأيديولوجية التي يحتويها الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية (عينة الدراسة)

عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك).

4- كشف الدلالات الإيحائية التي تم توظيفها في الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية (عينة الدراسة)

عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك).

5- التعرف على أهم المواضيع التي اعتمدها الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) ضمن خطابها

الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك).

6- التعرف على المصادر التي اعتمدت عليها الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) في إنتاج خطابها

الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) .

7- التعرف على أبرز الاستمالات المستخدمة من طرف الأحزاب السياسية (عينة الدراسة) في خطابها

الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (موقع فيسبوك) .

أسباب اختبار الموضوع :

1- الميول الشخصي نحو الموضوع .

2- اعتناء الباحثين بالدراسات الكمية و قلة اهتمامهم بالدراسات التي تعنتي بالوصف الكمي و النوعي

للمادة الإعلامية عامة و الخطاب الإعلامي خاصة و شروط إنتاجه و تداوله و تأثيراته في الجمهور

فضلا عن تفاعلاته مع الظروف الثقافية و الاجتماعية و التاريخية .

3- تعقد مفهوم الخطاب لحدائته و تعدد مرجعياته تبعا للحقل الذي ينتمي إليه لتتم معالجته في هذه

الدراسة ضمن حقل علوم الإعلام و الاتصال .

4- نقص اهتمام الباحثين بدراسات تنامي تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط للأحزاب السياسية لا

تزال محدودة بشكل عام و تبدو قلة الدراسات المسحية أكثر وضوحا في مجال العلاقة بين الخطاب

الإعلامي و دوره البارز عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

5- التطورات التكنولوجية و ما أحدثته من تغييرات في الوسط السياسي الجزائري خاصة ، قياسا بما تقوم

به المواقع الالكترونية من دور بارز كوسيط لنقل الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية على حساب

الوسائط التقليدية .

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة هذه من خلال :

1- تعد الدراسة الأندر من حيث طبيعة معالجتها لدلالات الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية

الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ تكمن أهميتها في عمقها الاتصالي الدلالي و ما

تقدمه من بيانات و معلومات علمية و حديثة.

2- نقص الدراسات العلمية التي تهتم بدراسة تأثير وفعالية الخطاب الإعلامي التي يكتسبها خاصة على

مستوى الممارسة السياسية .

3- يكتسي الخطاب الإعلامي أهمية استثنائية في ظل التغيرات السياسية و ما تؤديه من دور بارز في

عملية تغيير الاتجاهات و التأثيرات على المواقف و الآراء .

4- تكمن أهميتها في الإضافة المعرفية التي يمكن أن تقدمها للباحثين المنشغلين بمعرفة مثل هذه

التنظيمات السياسية عبر خطابها الإعلامي ذو الطابع الرقمي .

نوعية الدراسة و منهجها :

منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات :

أ- منهج الدراسة :

تتتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية ، اعتمدنا ضمنها على منهج المسح الذي يتميز بمجموعة من المتغيرات إذ انه يركز على وحدة في الحاضر زمانا ومكانا و يقوم بوصفها و تحليلها و تفسيرها ، فهو ليس مجرد حصر و جرد لما هو قائم فعلا أو مجرد وصف للأوضاع الحالية للوحدة محل الدراسة، و لكنه يتجاوز ذلك إلى عملية التحليل و التفسير و المقارنة للوضع الحاضر ببعض المستويات، واستخلاص النتائج وتقديم التوصيات و العمل على الإصلاح لاحقا.¹

واعتمدت الدراسة هذه ضمن منهج المسح على أسلوب تحليل المضمون كأداة تحليل للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل و المضمون ، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات الدراسة .

و التحليل كمنهج عام يراد به تقسيم الكل إلى أجزاء ورد الأشياء و القضايا إلى عناصر مادية كانت أو معنوية ، فهو يعزل صفات الشيء أو عناصره حتى يمكن إدراكه إدراكا واضحا ، يستعان به لحل الألغاز الظاهرة و تفكيك معضلاتها فهو يبدأ بفكرة كلية غامضة و ينتهي إلى أجزاء محددة واضحة ، أي الغرض الوصفي البياني الذي يهدف إلى إظهار دلالاتها

فالمنهج التحليلي يستخدم في محاور الأسس و القواعد و الخطوات معطيا ملمحا تحليليا عقليا يستخدم وسائل الاستدلال و المقارنة و التشبيه و التجريد و البرهنة و التأمل ، لكونه تفكيكي لكل ما يطرأ على المشكلة².

¹ محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي(المفاهيم، المناهج ، الاقترايات ، و الأدوات) ، الجزائر، 1997، ص101

² خليل بكري، خصائص المنهج التحليلي في فلسفة العقل، مجلة الجمعية الفلسفية المصرية، العدد 25، دار المنظومة ، مصر، 2016 ، ص 110-111

أدوات الدراسة :

لأغراض الدراسة التحليلية لدلالات الخطاب الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط للأحزاب السياسية زمن الدراسة اعتمدنا مقارنة للتحليل السيميولوجي التي تراعي أهداف البحث ، و التي تتدرج ضمنها مداخل مترابطة منسجمة بعضها ببعض طبقت في دراسة الخطاب السياسي بصفة خاصة.

أمثال رولان بارث (ROLAND BARTHES) "التحليل البنيوي للرسالة" ، (FERDINAND DE

SAUSSURE) فيرديناند دو سوسور

مقاربة سيميولوجية :

- المعنى الضمني للخطاب الإعلامي

- المعنى الصريح للخطاب الإعلامي¹

وفقا لمقاربة التحليل السيميولوجي أولا :

مقاربة رولان بارث : إذ قام "بارث" بتوظيف التحليل السيميولوجي على الصورة كونه بيّن أن المعاني توجد في مستويين : المستوى التعييني السطحي و المستوى التضميني المعمق إذ سنعتمد على دلالات الألوان ، دلالات الأشكال ودلالات الرسالة اللسانية .

فالمستوى التعييني :

هو القراءة السطحية والأولية للرسالة أي الانطباع الأولي لمستقبل الصورة، ففي بادئ الأمر نتعرف على الأشكال والخطوط والألوان المشكلة للرسالة والممثلة لدليل ما، إذ نجد أنفسنا أمام دال ممثل ومدلول معين ومترجم لشيء آخر خارجي، فالدال إذن وجه جلي ظاهر يمكن إدراكه أما المدلول يتمثل في الفكرة أو

¹ بشير ابرير ، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي ، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010، ص 78

المفهوم الذين يصلان إلى المرسل إليه بواسطة الدال كما يقول "رون باتوفسكي" في هذه الحالة أنني أجد

نفسى أمام مجموعة من الأشياء والخطوط والألوان في مستويات متباينة أكتشفها بصورة عفوية 1 .

المستوى التضميني :

إذ يتعلق هذا المستوى بالقراءة الثانية و المعقدة للرسالة البصرية ، أي ما تحمله من دلالات وقيم رمزية يتم

تحليلها في سياق مشترك ، فالتضمين يعد قيمة إضافية للشيء علاوة على مدلوله الأصلي ، لذلك فقد

شملت عينة التحليل السيميولوجي ، كافة الصور الفوتوغرافية المتعلقة بحزب جبهة التحرير الوطني أثناء

الحملة الانتخابية للتجديد النصفى لمجلس الأمة عبر الصفحة الرسمية للحزب على موقع فيسبوك ، والتي تم

تحليلها زمن الدراسة الممتدة طيلة شهر سبتمبر 2018.

مجتمع الدراسة :

إذ يشتمل مجتمع البحث على عناصر ومفردات الظاهرة محل الدراسة ، كونه مجموع غير محدود من

الدراسة التي تشكل في مجموعها المشكلة البحثية² .

وعليه فقد تم اختيار الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني عبر موقع فيسبوك وذلك نظرا

لصعوبة اخذ كل الصفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لكل الأحزاب السياسية الموجودة على

الساحة الوطنية على الصفحات الافتراضية ، إضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار المعطى السياسي الذي ركزت

عليه الدراسة ، وهو قوة تمثيل الحزب للتيار السياسي المتعارف عليه في الجزائر بناء على النتائج الكبيرة

التي حققها في مختلف الاستحقاقات الانتخابية المختلفة ، ولكونه أيضا من الأحزاب التي استطاعت على

مدار التعددية البقاء في الساحة السياسية، إضافة إلى المكانة التي تكتسبها على مواقع التواصل الاجتماعي

فهي الصفحة الأكثر متابعة على موقع فيسبوك.

¹ رضوان بلخيري، سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، الجزائر، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2012، ص 52

² محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي ، ط1، دار وائل للنشر ، الجامعة الأردنية ، عمان ، 1999 ، ص 84

عينة الدراسة :

نظرا لصعوبة دراسة المجتمع ككل كونه يتطلب الكثير من الجهد و الوقت و الإحاطة بجميع مفردات البحث ، فإن الباحث عادة ما يستعين بالعينة لتسهيل مهمة البحث ، باعتبار العينة هي الجزء الذي أختير من قبل الباحث وفق طرق محددة يمثل مجتمع البحث تمثيلا سليما علميا¹ .

لتمثل في مجموع الصور الفوتوغرافية التي تضمنتها الحملة الانتخابية للتجديد النصفي لمجلس الأمة لحزب جبهة التحرير الوطني على صفحة الرسمية عبر موقع فيسبوك زمن الدراسة.

نوع العينة : طبيعة عينتنا قصديه ، تتحكم في تحديدها خصائص المجتمع المدروس ، الذي بإمكانه مدنا بالمعطيات الواجب جمعها .

تحديد حجم العينة :

يتوقف حجم العينة على نسبة التقارب الموجودة بين العينة و المجتمع الأصلي فإذا كان هناك تجانس وتقارب قائم بين أفراد العينة و المجتمع الأصلي فإنه يمكن أخذ عدد صغير و معبر عن الواقع وإن كان هناك تباين كبير بين أفراد المجتمع الأصلي فلا بد من أخذ عينة كبيرة وعريضة حتى يمكن أخذ معلومات كافية عن الموضوع² ، لتشمل عينة التحليل كافة الصور المتعلقة بالحملة الانتخابية للسينا لحزب الأفلان عبر موقع فيسبوك زمن الدراسة والتي ضمت خمس صور إذ تعد الصور هذه هي الوحيدة تقريبا التي سعت إلى طرح .

ليتم الاعتماد على تقنية تحليل المحتوى كأداة بحثية ، ما هو إلا إنعكاس لطبيعة الرسالة الإعلامية التي يراعي فيها جانبي الشكل و المضمون ، لكن تقسيم المحتوى إلى فئات فقط لا يلبي البعد الكمي له ذلك أن الفئات كوحدات كبيرة لا يمكن قياسها إلا بعد إضافة نوع آخر من التقسيم هو تقسيم المضمون إلى

¹ أحمد مرسل ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003، ص 107
² عمار بوخوش :مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007، ص 64 .

وحدات تحليلية ، ووحدة التحليل هي مقطع محدد من المحتوى ممثلة لنفس خصائص و طبيعة الفئة¹ ،ولكون وحدات التحليل تمثل العناصر التي من خلالها يتم العد و القياس المباشر للمعنى الظاهر للمضمون ، لتتخذ الدراسة هذه وحدة الموضوع (الفكرة) كوحدة للتحليل، وعلى هذا الأساس إهتم تراث تحليل المحتوى بالتفرقة بين هذين الجانبين لتحديد أنواع الفئات الشائعة في بحوث تحليل المضمون إذ يشار عادة سولان قبل بداية التحليل: ماذا قيل ؟ وكيف قيل ؟²، ومن منطلق تقنية تحليل المحتوى التي تستجيب تلقائيا لهذا التقسيم نظرا للطبيعة البنيوية لهذه التقنية وبعد اطلاعنا على كافة الصور الفوتوغرافية المتعلقة بالدراسة زمن البحث الذي إمتد طيلة شهر ديسمبر و بالتحديد من 1 ديسمبر إلى غاية 31 ديسمبر 2018 أي من البداية الفعلية للحملة الإنتخابية إلى غاية نهايتها تم تصنيفها وفقا لأهداف دراستنا كالتالي :

1- الفئات المتعلقة بوحدة التحليل

2- فئات المضمون

3- فئات الشكل

1- وحدات التحليل : وحدة الموضوع (الفكرة)

- ماذا قيل ؟ والإجابة عنه تتناول أفكار ومعاني المحتوى
- كيف قيل ؟ للإجابة عنه تتناول الشكل الذي قدم به المحتوى.

2- الفئات المتعلقة بالمضمون :

- فئات الموضوع :

أ- فئة الموضوع : الفئة هذه من الناحية النظرية هي الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى ولذلك نسعى بإستخدامها إلى معرفة مختلف محتويات الحملة الإنتخابية لمجلس الأمة للحزب عينة الدراسة ومن ثم ترتيبها عن طريق تكرار هذه المحتويات مما يعكس أهميتها إذ تحوي المواضيع التي جسدتها

¹ تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، ط1، الجزائر، الفسيلة للطباعة والنشر و التوزيع ، 2007 ، ص99.

² محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ، د م ، الجزائر ، 1985، ص120

الصورة الفوتوغرافية وهي : مساندة المرشحين، التصريحات والتوجهات السياسية ، المنافسة، نشاط الاحزاب السياسية ، إغراء المتلقي، عرض البرامج الحزبية و المرشحين ،الأولوية السياسية، مجريات الحملة والانتخابات ، النزاهة والشفافية التسويق السياسي الإلكتروني عبر موقع فيسبوك .

ب- فئة وظائف المضمون: يتم من خلالها تحديد الوظيفة التي تؤديها الرسالة اللغوية المصاحبة للرسالة الأيقونية لتتضمن: توجيهي، توصيفي، تفسيري، إقناعي، إيديولوجي، تأثيري .

- فئة الإستimalات الإقناعية المتبعة : في الفئة هذه تم التساؤل عن الأساليب الإقناعية التي إعتمدتها الصفحة الإلكترونية للحزب في التأثير على المتلقي حسب توجهات الحزب لتتقسم إلى : عرض الجانب المؤيد و المعارض ،عرض جانب واحد من الموضوع، ترتيب الحجج الإقناعية، تكرار الأفكار، عرض الإحصائيات ،قوة المصدر .
- فئة القضايا : وقد شملت : عرض القضايا الراهنة والإصلاحات السياسية ،الإعتزاز بمناضلي الحزب ،التأثير في الرأي العام ،المشاركة السياسية .
- فئة المصدر : وفيها نرصد جميع مصادر المضمون التي إستقت منها الصفحة ليعكس مدى درجة القرب من الحدث وحتى من الشخصيات الصانعة له : مصدر حزبي ، مراسل صحفي ،مصدر الصحف الموالية للحزب، مصدر غير محددة .

2- الفئات المتعلقة بالشكل :

- المساحة : ونتعرف من خلال هذه الفئة على عينة الدراسة إذ من خلالها يتم قياس الحجم المتاح على الصفحة الإلكترونية ، ليشير عنصر الحجم إلى مدى الإهتمام بعرض الموضوع وتقديمه ،فكلما زادت المساحة كان ذلك دليلا على إزدياد الإهتمام لذلك فقد تمت عملية حساب المساحة بالسونتي متر المربع على الحاسوب الشخصي ذو مساحة :

- **الشكل** : نتابع من خلالها توزيع موضوع اللقاءات التحسيسية للحملة الانتخابية حسب الشكل الهندسي للمنشور على الصفحة الإلكترونية للحزب عبر موقع فيسبوك : شكل هندسي مستطيل أفقي شكل هندسي مستطيل عمودي ، شكل هندسي مربع أفقي ، شكل هندسي مربع عمودي .
- **الموقع** : وذلك حسب موقع المنشور على الصفحة الإلكترونية إذ تساعد على التعرف على الأهمية التي توليها الصفحة الرقمية للموضوعات الخاضعة للتحليل:
أعلى يمين ، أسفل يمين ، أعلى يسار ، أسفل يسار ، وسط الصفحة ، الصفحة كاملة .
- طبيعة المادة الإعلامية** : توزيع موضوع التحضيرات الأولية للحملة الانتخابية حسب موضع المنشور بالصفحة الإلكترونية للحزب عبر موقع فيسبوك ومنه يتم معرفة طبيعة المادة الإعلامية لتنوع حسب نوع الموضوع : موضوع سياسي ، موضوع إقتصادي ، موضوع دعائي ، موضوع تاريخي .

قياس الثبات

تعتبر مرحلة قياس الثبات آخر مرحلة من مراحل تحليل المضمون يعتبرها معظم الباحثين من بين شروط هذه الأداة ، لأنها تستعمل للتأكد من وجود اتفاق شامل في النتائج الثبات يعني " ، ويلخص بود Budd : أن كل باحث يستخدم نفس الأسلوب و يتبع نفس الإجراءات المطبقة على مادة معينة سوف ينتهي إلى نفس النتائج.

أما عواطف عبد الرحمن فتعرفه كما يلي: " المقصود به ضمان الوصول إلى نفس النتائج من خلال العديد من المحللين. فإذا كان هناك تقارب في التحليل فان ذلك يرجع إلى تجانس الفريق و يمكن استخدام عنصر الزمن لقياس الصدق و الثبات أي أن يقوم نفس المحللين بالعملية بعد مدة معينة¹.

¹ فضلونا أمال ، استخدام الأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام (دراسة تحليلية) ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال ،جامعة باجي مختار عنابة ،الجزائر ، 2009 ص57 ،نقلا عن رشدي طعيمة : تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية : مفهومه، أسسه ،استخداماته، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1987 ، ص 175 ،نقلا عن
Budd.V.A; A content analysis of communication ,new York ,the macmiliancompany,1967,p26.

1- تقدير مستوى الثبات

هناك عدة طرق قدمها الباحثون في تحليل المحتوى لقياس الثبات من خلال بناء العلاقة الرياضية بين مستويات الاتفاق، التباين، و مجموع الوحدات التي تم عليها الاختيار طبقا لرؤية الباحث للخروج بمعامل الثبات الذي يتم قبوله أو رفضه¹، و قد قدم هولستي طريقة لحساب معامل الثبات في التحليل الاختباري، الذي يقوم به أكثر من محلل، أي إثنين أو ثلاثة²، وهو يقوم على ترميز المحكمين أولا وعليه فقد قامت الباحثة بالاستعانة بزميلتين في تخصص مجال الإعلام والاتصال للاطلاع على الفئات و عناصرها من خلال الاستمارة التي قامت الباحثة بإعدادها بغرض التحليل، وقد سلمت هذه الاستمارة للمحللين مرفقة بإشكالية الدراسة، وبعد استرجاعها تم حساب درجة التجانس بين المحكمين حول هذه الاستمارة وفق معادلة هولستي Holsti الآتية " :

$$R = \frac{N \cdot C}{1 + (N - 1) \cdot C}$$

حيث:

R = معامل الثبات

N = عدد المحكمين = أ، ب، ج

C = متوسط الإتفاق بين المرمرزين (المحكمين)

و على هذا الأساس كانت النتيجة كالاتي:

نسبة الاتفاق بين المرمرزين:

0,89% وهي نسبة عالية من حيث درجة الثبات التي يحصرها " برسلون 49 بين 0.78% إلى 0.99%

¹ مرجع سابق، ص 58

² أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 480
* المرمرزين : الطالبة سهير العلمي تخصص إتصال تنظيمي
الطالبة شهيرة بشوات تخصص إتصال تنظيمي
الطالبة شهيرة بيازيد تخصص إعلام وإتصال

عند العرب:

لغة : الدلالة بفتح الدال و كسرهما و ضمها و الفتح أفصح من : (دال - يدل) ، إذا هدى ، دليل و منه ، دليلي ، و الدليلي : العالم بالدلالة¹ و يقال : دلّه على الطريق يدلّه دلالة ، ودلالة ، و دلولة: سدده إليه و المراد بالتسديد : إراءة الطريق² ، و دله على الصراط المستقيم : أرشده إليه و سدده نحوه ، و هداه ، فالمعنى اللغوي للدلالة يوحي عند القدامى بالإرشاد و الهداية³ أي : المعنى المراد من الكلمة اللغوية ، أو الذي (تحمله) الكلمة فلا دلالة للرمز اللغوي من غير أن يكون قادرا المعنى⁴.

عند الغرب:

تشكل في صورته الفرنسية (Sémantique) عند اللغوي الفرنسي " بريال bréal " ليعبر عن فرع علم اللغة العام وهو علم الدلالات، وقد اشتقت هذه الكلمة من أصل يوناني مؤنث (Sémantiké) مذكّره (Sémantikos) أي : يعني، يدل ، و مصدر كلمة (Séma) أي إشارة فكل إشارة لها قيمة دلالية و لكل كلمة قيمتها الدلالية تكمن في معناها ، فكل ما يتعلق بمعنى إشارة الإيصال سواء حركات ، رسومات ، كتابات ، يعبر عن الدلالة⁵.

¹ ابو منصور بن احمد الهروي الأزهرى ، تهذيب اللغة، بيروت، 2001، ص ص 47-48

² ابن منظور، لسان العرب ، ط 6 ، دار صادر ، بيروت، 1994، ص 249

³ ابو القاسم محمود بن عمر الزمخشري ،أساس البلاغة ، دار المعرفة ، بيروت، 1982، ص 134

⁴ ابو البقاء الكفوي،الكليات(معجم في المصطلحات و الفروق اللغوية)، تحقيق:عدنان درويش ومحمد المصري، ط2، مؤسسة الرسالة، بيروت،1998،ص439

⁵ A . Dauzat J Dubois, dictionnaire étymologique et historique, Larousse, paris, 1968, p682

اصطلاحاً : الدلالة تعني ما يتوصل إلى معرفة الشيء كدلالة الألفاظ على النص الذي توحى به الكلمة

المعنية أو تحمله أو تدل عليه سواء كان المعنى عينياً قائماً بنفسه أو عرضاً¹ ، والدلالة مفهوم مركزي ينتظم حوله النشاط السيميائي في مجمله لكون الدلالة سيرورة لإنتاج المعنى².

الخطاب :

لغة : ورد لفظ الخطاب في القرآن الكريم بصيغ متعددة منها صيغة الفعل في قوله تعالى "وإذا

خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا"³

و في قوله تعالى " رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ خِطَابًا"⁴ و في قوله تعالى عن داود عليه

السلام "وَسَدَدْنَا عَلَيْهِ مِلْكَهُ وَآتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخِطَابِ"⁵.

كما انه قد ورد عند العرب في مواضع عدة :

مصطلح الخطاب أصل لفظ في العربية وحسب ما ذهب إليه ابن منظور: مراجعة الكلام، وقد خاطبه

بالكلام مخاطبة وخطاباً، وهما يتخاطبان، والمخاطبة صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي

شأن، فصل الخطاب : أن يفصل بين الحق والباطل ويميز بين الحكم وضده⁶.

وعرفه الأمدى: هو اللفظ المتوافق عليه المقصود به إفهام من هو متهيي لفهمه⁷.

أما الجويني بقوله: "الكلام و الخطاب و المتكلم و التخاطب و النطق واحد في اللغة أو هو ما به يصير

الحي متكلماً"⁸

¹ هادي نهر ، علم الدلالة التطبيقي في التراث العربي ، ط 1 ، دار الأمل للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008 ، ص 26

² AJ Greimas , *Sémantique structural*, Larousse, Paris, 1966, p5

³ سورة الفرقان، آية، رقم ، 78

⁴ سورة النبأ، آية، رقم ، 25

⁵ سورة ص، آية، رقم ، 38

⁶ ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني ، دار جيل ، بيروت ، 1988 ، ص 856

⁷ سيف الدين محمد بن علي الأمدى، الأحكام في أصول الأحكام ، تحقيق : سيّد الجميلي ، دار العربي ، بيروت ، 1986، ص 136

⁸ الجويني ، الكافية في الجدل ، تحقيق : فوقيّة حسين محمد ، مطبعة عيسى الباسبي الحلبي ، القاهرة ، 1979، ص 32

و قال أبو البقاء الكفوي في الكليات : "الخطاب هو الكلام الذي يقصد به الإفهام و إفهام من هو أهل للفهم و الكلام الذي يقصد به إفهام المستمع ، فانه لا يسمى خطابا"¹.

وهو إحدى مصدري لفعل خاطَبَ يُخاطَبُ خِطَابًا ومُخاطَبَةً وهو يدل على توجيه الكلام لمن يفهم ، نقل من الدلالة على الحدث المجرد من خوطب به وهو الكلام.²

فالخطاب في جذوره العربية المتأصلة: تارة يدل على اللغة المنطوقة في حالة المحاوراة أي لغة التفاعل و المكتوبة في حالة المراسلة تارة أخرى ، وجوب شرط التواصل ليتحقق معناه ، فالخطاب من الألفاظ المتداولة في أصول الفقه و يراد به : " توجيه الكلام نحو الغير للإفهام "

عند الغرب :

الخطاب باللغة الفرنسية هو (Discoures) وهو لفظ مشتق من كلمة اللاتينية (Discourere) و باللغة الإنجليزية (Discours) مشتق من الكلمة اللاتينية (Discoursus) ويعني كلاهما في الأصل الحوار.³

عند "هاريس" (Z.Harris) الخطاب : وحدة لغوية ينتجها المتكلم تتجاوز أبعاد الجملة أو العبارة.⁴

وعند "بنفنيست" (Emile Benveniste) عرفه بأنه " كل تلفظ يفترض متكلما و مستمعا بحيث يحاول المتكلم التأثير على المستمع بطريقة ما"⁵.

¹ أبو البقاء الكفوي، الكليات (معجم في المصطلحات و الفروق اللغوية) ، تحقيق: عدنان درويش ، ط1، الرسالة، بيروت، 1992، ص339

² إدريس حمادي، الخطاب الشرعي و طرق استثماره ، ط1، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 1994، ص21

³ سلوى الشرفي، تحليل الخطاب (الرسائل السياسية في وسائل الإعلام) ، مركز النشر الجامعي، تونس، 2010 ، ص4

⁴ فرحات بدري العرب ، الأسلوبية في النقد العربي الحديث (دراسة في تحليل الخطاب) ، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع

، بيروت، 2003، ص40

⁵ édition Gallimard, paris,1974,Emile Benveniste , problème de linguistique général

وعرفه "تودروف" (T.Todorov) بأنه: منطوق أو فعل إعلامي يفترض وجود راوي و مستمع وفي نية

الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما¹.

وعرفه "ميشال فوكو" (Michel Foucault) بأنه: "النصوص و الأقوال كما تعطي مجموع كلماتها

ونظام بنائها وبنيتها المنطقية و تنظيمها البنائي"².

ويعرفه "هارتمان و ستورك" (Hartman and Stork) الخطاب: هو نص محكوم بوحدة كلية واضحة

يتألف من صيغ تعبيرية متوالية تصدر عن متحدث فرد يبلغ رسالة³.

والخطاب عند الغرب تارة ربط بالتلفظ وتارة بالسياق التواصل، وقد دل على المحادثة ثم دل على تشكل

صيغة معنوية سواء كانت شفوية أو مكتوبة عن فكرة ما، إذ اعتبر كنص جاهز كرسالة كلية كمنطوق.

اصطلاحا :

الخطاب : يتكون من وحدة لغوية قوامها سلسلة من الجمل أو وحدة اتصال مرتبطة بظروف إنتاج

معينة⁴ . وهو الوحدة اللغوية الأساسية التي تحمل مضمونا معنيا في شكل جمل متوالية موجهة من باث

أو متكلم (مرسل) إلى متلقي بقصد الاتصال به وإقناعه بمضمون الرسالة التي يستقبلها ويفكك رموزها وهو

تفاعل بين طرفي الاتصال⁵ , كونه أسلوب التناول أو الصياغة وعرض الأفكار و القضايا و المشكلات فهو

التأثير المقصود في معرفة جمهور معين وذلك بتقديم أدلة منطقية تؤدي إما إلى تغيير في معرفة

أو ترسيخها⁶ .

¹ Todorov, *les Genres du discours*, édition Seuil, Paris, 1978

² Michel Foucault, *les mot et les choses*, une archéologie des science humaine, Gallimard, «Bibliothèque des science humaines», 1966, pour

³ Hartman and F.C.Stork, *dictionary of language and linguistics*, London, applied science, 1972

⁴ دومينيك مانغونو، *المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب*، ترجمة: محمد يحياتن، ط1، دار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، 2008، ص38

⁵ عبد الهادي بن ظافر الشهري، *إستراتيجية الخطاب (مقاربة تداولية لغوية تداولية)*، ط1، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بنغازي، 2004، ص149

⁶ اسعد عبد الوهاب عبد الكريم، *الخطاب الإسلامي والديمقراطية (بين نظرية الاستيعاب والاستبعاد)*، مجلة تكريت للعلوم السياسية، مجلد2، العدد2،

الخطاب الإعلامي : تلفظ يخرج من المتكلم إلى المستمع أو من الكاتب إلى القارئ و من القائم بالاتصال إلى الجمهور المستهدف بهدف إحداث تأثير ما من الأول على الثاني¹ , يشكل مجموع الأنشطة الإعلامية التواصلية الجماهيرية: التقارير الإخبارية الافتتاحيات، البرامج التلفزيونية، المواد الإذاعية وغيرها من الخطابات النوعية فالخطاب الإعلامي بمفهومه الواسع يضم الصور و الدعاية و الرسائل و الخطابات الالكترونية، تتكاثف على إنتاجه وسائط متعددة يظهر ذلك في طبيعة الرسائل التي تتدفق عبر هذا الخطاب وسرعتها وطرق توزيعها وكيفيات تلقيها².

الخطاب السياسي : منظومة من الأفكار تشكلت عبر تراكم معرفي نابع من استقرار الواقع بكل مكوناته الثقافية والاجتماعية والسيكولوجية وتمحورت عبر أنساق إيديولوجية مستمدة من التصورات السياسية المنبثقة من التراث أو من الحداثة التي تختلف في آلياتها ونظمها حسب مستوى النضج الفكري والوعي بمتطلبات المجتمع ومدى ارتباطها بمستوى الأداء الحركي في عملية التغيير والتنمية والحضور الوجودي³. فهو خطاب مرتبط بطريقة ما بالسياسة والسلطة السياسية، وعادة ما يكون الخطاب السياسي موجهاً للرأي العام أو لمجموعة من الناس، بقصد البرهان أو الإقناع بوجهة نظر سياسية⁴.

مفهوم الأحزاب السياسية:

لغة :

جاء في مختار " الصحاح ":، حزبُ الرجل أصحابه و الحزب أيضا يعني طائفة ويقال : تحزبوا بمعنى تجمعوا والأحزاب تعني أيضا الطوائف التي تجتمع على محاربة الأنبياء عليهم الصلاة والسلام، لها رؤية

¹ طه عبد العاطي نجم ، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر و التوزيع ،الإسكندرية، 2015 ،ص152

² احمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة ، ط1 ، 2002، ص 11

³ مهملي بن علي ، الخطاب السياسي واليات تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر ، مجلة العلوم القانونية والسياسية ، العدد13، 2016 ، ص 87 .

⁴ Judith Butler, **Le pouvoir des mots, politique du performatif**, édition Amsterdam, Paris, 2004, p.287

معينة حول قضية الإيمان والشرك¹. وجاء في " تاج العروس " أن " حزب الرجل أصحابه الذين على رأي²، وكل هذه المدلولات الواردة، تدور حول معنى واحد مفاده : التجمع حول رأي واحد و الحزب بمثابة الفريق أو الفئة التي هي جزء من الناس، فالمعنى اللغوي يشير إلى صفة الجماعة.

أما في اللغة الفرنسية فكلمة Parti مشتقة من الكلمة اللاتينية (Pars ، Part ، Partis) وهي (pour ma part) : تعني من جهتي³، أما كلمة سياسي : مأخوذة من كلمة سياسة، والسياسة لغة تفيد القيام بشؤون الرعية واستخدم العرب لفظ السياسة، بمعنى الإرشاد والهداية. غير أن كلمة سياسة تعني في الوقت الحاضر، كل ما يتعلق بالسلطة. أو كما يقول مارسيل بريلو " : إن السياسة بالنسبة للعامة، تعني أساسا الحياة السياسية، الصراع حول السلطة، إنها ظاهرة بنفسها. أما بالنسبة للناحية العلمية السياسية هي معرفة الظاهرة⁴

اصطلاحا:

الأحزاب السياسية : هي مجموعة منظمة تتكون من أعضاء يتشاركون اعتناق مجموعة من القيم و السياسات و المبادئ⁵، و هي منظمات ثابتة نسبيا ، تعبى دعامات بهدف المشاركة مباشرة في ممارسة السلطة السياسية⁶، تعمل على ضمان تأثيرهم الفعال في إدارة الشؤون السياسية في الدولة⁷.

¹ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، لبنان، 1985، ص64

² مصطفى عبد الجواد محمود، الأحزاب السياسية في النظام السياسي و الدستوري الحديث في النظام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص12

⁵ يسرى دعيبس، معجم المصطلحات السياسية، البيطاش سنتر للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2009، ص339.

⁴ نبيلة عبد الحليم كامل، الأحزاب السياسية في العالم المعاصر، القاهرة، دار الفكر العربي، 1982، ص71

⁵ France,1997,p136, nathat Jean-Michel Morin: précis de sociologie

⁶ فيليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة: محمد عرب صاصيلا، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات النشر و التوزيع، 1998، ص355

⁷ ناظر عبد الواحد الجاسور، موسوعة المصطلحات السياسية الفلسفية و الدولية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2008، ص207

لغة :

أ- الشبكة: الشين و الباء والكاف أصل صحيح يدلُّ على تداخل الشيء... ويقال بين القوم شُبْكَةً نسبٍ أي مداخلَةً، ومن ذلك الشَبْكَةُ¹، إذ تدل هنا الشبكة الخاصة بعملية نقل و استقبال للمعلومات بين طرفين أو أكثر.

ب- الاتصال و التواصل : الواو و الصَّاد و اللَّام أصلٌ واحدٌ يدلُّ على ضمِّ شيءٍ إلى شيءٍ حتى يعلِّقَهُ ؛ و صلَّتهُ به وصلًا و الوصل، ضدُّ الهِجْرانِ². و الاتصال عدة معاني يعبر عنها عادة بوسائل تعبيرية مختلفة منها الكلمة و الصورة و الرمز و الإشارة و غيرها من وسائل التعبير التي تسهم في نقل المعاني فالاتصال في ضوء ما تقدم هو عملية تتم بين متخاطبين أو أكثر يجمع بينهما الاشتراك في الرأي أو الفكرة أو الشعور أو العمل³.

اصطلاحا :

لدى "بالاس" (balas) : هي برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت ، أي يمكن للأفراد أن يتصلوا بعضهم ببعض للعديد من الأسباب ، ولدى "پريس" (preece) و "مالوني كريشمار" (Maloney krichmar) فهي : مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد و المعايير التي يقترحها البرنامج⁴، أما لدى " زاهر راضي " هي: منظومة من الشبكات الالكترونية

¹ ابو الحسين احمد بن فارس بن زكريا ،معجم المقاييس في اللغة ، تحقيق : شهاب الدين ابو عمرو ،دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع ،بيروت لبنان، 2011،ص548.

² مرجع نفسه ، ص 894

³ سيد محمد ساداتي الشنقيطي ،مدخل الى الاعلام ،ط 2 ،دار عالم الكتب ،الرياض، 1996 ،ص 15

⁴ شدان يعقوب خليل أبو يعقوب ، اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ، رسالة ماجستير(منشورة) ،جامعة النجاح الوطنية نابلس ،فلسطين، 2015 ، ص 29 .

تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أشخاص آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها¹.

أما بالنسبة لمصطلح شبكات التواصل الاجتماعي كونه يوحي بالانتساع و العمومية في هذا الحقل الاتصالي، تم استخدامنا هنا لمصطلح "مواقع التواصل الاجتماعي " لأنه أكثر تحديدا و يشير إلى نوع معين ومحدد من مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت .

فمواقع التواصل الاجتماعي : تعد وسائل تفاعلية للتواصل الاجتماعي بين الأفراد المعروفين وغير المعروفين من خلال نظام اجتماعي إلكتروني ضمن تكوين شبكة اجتماعية كبيرة لتبادل الأفكار و الآراء و المعلومات بين أطراف متعددة بتنوع هذه المعلومات و الأفكار ، في ظل غياب وبعُد الرقابة الإعلامية التي من الممكن أن يتم تسليطها على الوسائل الأخرى و الذي يمنح حرية أكبر للتعبير عن الرأي و التحشيد السياسي و توجيه الرأي نحو القضايا محل الاهتمام، مع تقريب الناشطين السياسيين من الجمهور وجعلهم في تواصل مباشر معهم دون حواجز لاتسامها بالآنية وسرعة نقلها للحدث و الخبر².

موقع فيسبوك : مستوحى من الكتاب السنوي ، WXeter Face Book " على يد "مارك زوكربيرغ" "Mark Zuckerbe" الذي كان طالبا بجامعة هارفارد ،"الفيسبوك" هو : فضاء اجتماعي افتراضي يتيح الفرصة لمستخدميه تقديم أنفسهم والتعرف إلى أشخاص آخرين من أجل فتح باب للنقاش في مختلف القضايا منها السياسية التي يصعب النقاش فيها في العالم الواقعي، حيث نجد أن هذا العالم الافتراضي أعطى نفس جديد لتشكيل مجموعة من الآراء والاتجاهات التي تدور حول الأنشطة السياسية على وجه الخصوص³.

¹ مرجع نفسه ، ص 30 .

² حسين قطيم طماح المطيري ،مرجع سبق ذكره ، ص34 .

³ ميلودي محمد ، يا حي فاطمة الزهراء ، سلطة مواقع التواصل الاجتماعي نحو تشكيل فضاء عمومي ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 5 ، المركز الديمقراطي العربي ،برلين –ألمانيا، 2018، ص363-364 .

لغة : سيميولوجيا (Sémiologie) أي علم الدلائل و هي كلمة مشتقة من اليونانية (Sémio) بمعنى دليل ، و (logos) بمعنى خطاب والتي نجدها مستعملة في كلمات مثل السوسولوجيا والانثروبولوجيا و البيولوجيا ، ومع تعدد الاستعمالات أصبحت كلمة (logos) تعني علم فهي علم العلامات أو العلم الذي يقوم بتحليل المعاني¹ ، اقترن بالعلوم الطبية بمعنى : الممارسة التي يكتشف بموجبها المرض بالاعتماد على الدلائل (Signe) أو الفرائض (Indices) أو ما يسمى بأعراض المرض (Symptômes) التي يحملها المريض² ، إلى دراسة الإشارات الدالة على مرض معين³.

استعارها عالم اللسانيات "فرديناند دي سوسور" (Ferdinand de Saussure) مهمتها هي الكشف عن كينونة الدلائل كيفما شاعت ، بأي نظام كانت⁴ ، فهي علم يشتمل على نظام الدلائل (لفظة كانت أو غيرها) ومن ثمة يكون اللسان جزء من هذا العلم العام فاللسان البشري هو أكثر الأنظمة التعبيرية تعقيدا و انتشارا وهو أكثرها تمثيلا للعملية السيميولوجية ، من هذا المنطق يمكن أن يصبح النموذج العام لجميع السيميولوجيات⁵.

اصطلاحا : السيميولوجيا وهي علم العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية أو الرمزية اصطناعية كانت أم طبيعية، تدرس دلالات العلامات ومقاصدها مثل: اللغة الإنسانية ولغة إشارات المرور، أو الطبيعة هي التي أفرزتها بشكل عفوي وفطري لا دخل للإنسان في ذلك كأصوات عناصر الطبيعة والمحاكيات الدالة الضمني منها و المتواري⁶ ، فقد أثارت اهتمام كل نظام الدلائل – system de signes مهما كانت مادته

¹ فيصل الأحمر، معجم السيميانيات ، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون ، الجزائر، 2010، ص41

² محمود ابر اقن ، علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية دراسة حالة لسيميولوجيا السينما ، أطروحة دكتوراه (منشورة) ، جامعة الجزائر ، 2001، ص21،

³ فيصل الأحمر ، مرجع سبق ذكره ، ص13

⁴ المرجع نفسه ، ص41

⁵ محمود ابر اقن ، مرجع سبق ذكره ، ص21

⁶ انظر : محمد أسامة العيد ، الإشارات والرموز و الأيقونات البصرية . www.thawra.alwehda.com.

: رسم، كاريكاتير، أسطورة، ايماءة، موضة، صورة تشكيلية، صورة فوتوغرافية ، ملصقة ، أو فاصل إشهاري ، فيلم سينمائي، مسرحية ، منوعة (أوبرا) ...الخ ، وعلى الصعيد النظري ، الدراسات المعالجة لهذه الأنظمة السيميولوجية تقترح لكل نظام دلائل مفاهيم تحليلية أساسية ، التي يمكن أن تكون مستعملة في فك رموزه¹، لتهتم السيميولوجيا بثلاث مجالات أساسية وهي :

- الدليل: وهو حامل الدلالة ويتكون من الدال والمدلول والعلاقة التي تجمع بينهما اعتبارية.

- الأنظمة : والشفرات(*codes*): وهي التي يعمل من خلالها الدليل، وهي طريقة تنظيم وتطور هذه الشفرات حسب حاجات وثقافة المجتمع.

- الثقافة: وهي التي تدور في خضمها هذه الشفرات وتتفاعل فيما بينها².

فالسيميولوجيا علم خاص بالعلامات ، هدفها دراسة المعنى الخفي لكل نظام علاماتي ، فهي تدرس لغة الإنسان و الحيوان ...الخ وغيرها من العلامات الدالة ، وهي منهجية العلوم التي تعالج الأنساق الدالة³.

الدراسات السابقة

الدراسات السابقة قد لا تدرس نفس الموضوع بالتحديد ، و إنما تتناول موضوعا قريبا تشترك في بعض الأجزاء منه ، غير أنه تعذر علينا إيجاد موضوع يتناول العلاقة بين مختلف المتغيرات، لذلك اكتفينا بذكر بعض الدراسات التي تمد بصله لموضوع دراستنا هذه بنسب متفاوتة.

¹ محمود ابراقن ، التحليل السيميولوجي للفلم ، ترجمة: احمد بن مرسللي ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2006، ص14

² Judith Lazar : *sociologie de la communication de masse*, Op. Cit. p134

³ هارون منصر ، صورة المسلم في الصحافة الغربية -دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة صحيفتي " LE MOND و USA"- ،رسالة دكتوراه

(غير منشورة) ،جامعة الجزائر، 2017 ،ص117

الدراسة الأولى¹:

أولاً : معلومات ببليوغرافية

اسم الباحث : خيرت معوض محمد عياد

عنوان الدراسة : الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية المصرية في الانتخابات البرلمانية 2005

الدرجة العلمية : دراسة منشورة (ورقة بحثية)

التاريخ : 2006

ثانياً : المضمون :

مشكلة الدراسة :

تتحدث مشكلة هذه الدراسة في وصف و تحليل الخطاب الصحفي للأحزاب والتجمعات السياسية في مصر إبان فترة الانتخابات التشريعية التي أجريت في سنة 2005 وما يحمله هذا الخطاب من أفكار و رؤى تعبر عن مبادئ و إيديولوجيات منتجيه ، و ما يتضمنه من استراتيجيات و أساليب و ما يتناوله من قضايا وسياسات تهم المواطنين المصريين وبما يخدم منتجي هذا الخطاب في سعيهم لحيازة السلطة من خلال دعم الأوضاع القائمة أو المطالبة بتغييرها .

منهج الدراسة

تستخدم الدراسة منهج تحليل الخطاب (DISCOURS Analyse) الذي يعد أكثر المناهج العلمية الكيفية شيوعاً في دراسة تحليل الخطاب الصحفي أثناء الانتخابات الرئاسية والبرلمانية ، و هو انسب المناهج

¹ خيرت معوض محمد عياد ،الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية المصرية في الانتخابات البرلمانية 2005، ورقة بحث (منشورة) ، الجامعة الأمريكية بالقاهرة ،مصر ،2006 .

العلمية لدراسة و تحليل أطر بناء مضامين ومعاني للرسالة الاتصالية التي تنتج في إطار الحملات السياسية، و على هذا يرتكز تحليل الخطاب الصحفي للصحف المصرية في هذه الدراسة على الخطاب بذاته ، و على بنائه و استراتيجياته و أساليبه و ذلك في سياق البيئة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية في مصر ولا يركز التحليل على البناء البلاغي لهذا الخطاب ، وهذا هو الاتجاه الشائع في دراسة تحليل الخطاب الإعلامي وقد قام التحليل على القراءة الدقيقة و المتكررة للنصوص الصحافية و بالطبع يمكن أن توجد عدة تحليلات أو تفسيرات لنص صحفي واحد ، و في هذه الحالة تم الأخذ بالتحليل الذي يتفق مع السياق العام لخطاب الصحافة ويعبر عن إيديولوجيات حيث انه لا يوجد أسلوب متفق عليه بين الباحثين في تحليل الخطاب الصحفي فقد تم الاسترشاد بالأساليب التي استخدمت في الدراسات السابقة لاختيار الأنسب منها لموضوع الدراسة.

العينة ومجتمع البحث :

مجتمع البحث :

العينة :

أجريت الدراسة على الخطاب الصحفي لثلاث أحزاب وقوى سياسية وهي: الحزب الوطني (خطاب صحيفة الأخبار) ، وخطاب حزب التجمع الوحدوي (خطاب صحيفة الأهالي) ، وجماعة الإخوان المسلمون (خطاب صحيفة آفاق عربية) .

الفترة الزمنية

تمت فترة الدراسة من 2005-10-15 إلى غاية 2005-12-15 فقد امتدت فترة التحليل لشهرين وذلك

قبل فترة الانتخابات وأثناء الحملة الدعائية للأحزاب و القوى السياسية المختلفة.

لم يشير لها صاحب الدراسة في عنوان مستقل ضمن الإطار المنهجي للدراسة .

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى أن أهم سمات خطاب الحزب الوطني هي اعتماده في غالب أطروحاته في مسألة الانتخابات البرلمانية على إستراتيجية الهجوم و لكونه خطايا إنشائيا لا يبرهم على رؤية فكرية ، و إنما يسعى إلى إبراز الإنجازات الحزبية و الحكومية وتبرير سياستها ، بغض النظر عما يسببه ذلك من تناقض في معانيه ودلالات الخطاب ذاته ، أما خطاب جماعة الإخوان المسلمين فقد لجأ في غالبية أطروحاته على إستراتيجية دفاعية على حساب الإستراتيجية الهجومية وهو ما يتناقض أيضا مع وضع الجماعة لقوى معارضة و اعتمد في خطابه على مرجعية إسلامية ، وكذلك تبنى الأسلوب التهديدي بعض أطروحاته ، خاصة بعد ظهور نتائج المرشحين الأولى و الثانية من الانتخابات وفوز الجماعة بعدد اكبر من المقاعد لم تحققه من قبل وبالنسبة لخطاب حزب التجمع فقد كان خطابا هجوميا سوء على الحزب الوطني وعلى جماعة الإخوان المسلمين ولجا الخطاب إلى الاعتماد على الاستشهاد في مضامينه و كذلك تبنى الأسلوب التحريضي وكان الخطاب يعاني من تناقضات كثيرة في أطروحاته ومضامينه.

الدراسة الثانية :¹

اسم الباحث : سليمة راجي

عنوان الدراسة : الأحزاب السياسية و عملية الاتصال السياسية في الجزائر (دراسة وصفية مقارنة لدور

حزب جبهة التحرير الوطني و حزب العمال

¹ سليمة راجي ، الأحزاب السياسية و عملية الاتصال السياسية في الجزائر (دراسة وصفية مقارنة لدور حزب جبهة التحرير الوطني و حزب العمال) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع اقتصاديات ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر "بن يوسف بن خده"، 2008 .

التاريخ : 2008

المضمون :

مشكلة الدراسة :

تتناول مشكلة الدراسة الوظيفية الاتصالية للأحزاب السياسية وهي أهم الوظائف التي تقوم بها في ميدان التمثيل السياسي فهي مبنية على هياكل وقنوات مناسبة لممارسة وظيفة الاتصال ضمن الجماعات أو الأجهزة الأخرى في المجتمع و دورها الوسيط بين السلطة السياسية و الشعب وسيلة من وسائل الاتصال السياسي الفعالة ونتيجة لما تم الوصول إليه عقب الانتخابات المتعاقبة التي عرفتها الجزائر منذ 1990 حيث لم تتمكن إلا أحزابا قليلة تعد على الأصابع أن تثبت وجودها وتشارك في الحياة السياسية سواء بممارساته المباشرة للسلطة أو بمعارضتها وضمن هذه الأحزاب وقع الاختيار على حزب جبهة التحرير الوطني و حزب العمال ليشكلا محور هذه الدراسة فالمشاركة الفعلية لهاذين الحزبين في الحياة السياسية الوطنية بفضل تواجدهما في المجلس الشعبي الوطني خلال الفترة التشريعية الممتدة من 2002 إلى غاية 2007 يدفعنا للبحث عن طبيعة الإستراتيجية الاتصالية التي يعتمدان عليها لتجسيد أهداف و برامج الأحزاب وكذلك من أجل تقريب المواطن من السلطة ومد جسور التواصل بينهما لتنسيق الإشكالية حول طبيعة الاتصال السياسي الذي تقوم به الأحزاب المدروسة.

منهج الدراسة:

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على مجموعة من المناهج وهي :

1- المنهج الوصفي التحليلي : لأنه يتيح إمكانية إعطاء وصف دقيق وتحليل موضوعي لظاهرة

الاتصال السياسي كما انه يوضح الدور الذي تلعبه الأحزاب في هذه العملية ويمكننا التعرف على

العناصر المكونة لها و إبراز مضمونها و إعطاء النتائج العلمية بعد جمع المعلومات النظرية و

البيانات الوصفية الخاصة بالظاهرة التي تتم دراستها .

2- المنهج التاريخي :استخدم بشكل رئيسي في القسم النظري من اجل تتبع ورصد مختلف المراحل التي

مرت بها التعددية الحبية في الجزائر كما تم توظيفه في القسم التطبيقي كأسلوب أساسي لبناء خلفية

تاريخية عن الأحزاب السياسية التي تشكل موضوع الدراسة .

3- المنهج المقارن :لكشف مواقع الاختلاف و التطابق بين رؤية حزبي جبهة التحرير الوطني و حزب

العمال حول أهمية الاتصال السياسي

4- نهج التحليلي الإحصائي : وتم الاعتماد عليه في تحليل بيانات الدراسة الميدانية لتفسير الأرقام

ووضعها بشكل يقدم النتائج و يصل إلى الأهداف المنشودة.

العينة و مجتمع البحث :

العينة :

وتمثلت عينة الدراسة في : عينة (قصدية) تم اختيار قصدي لحزبين فقط وهما : حزب جبهة

التحرير الوطني و حزب العمال نظرا لصعوبة القيام بمسح كامل لمجتمع البحث المتمثل في الأحزاب

السياسية.

مجتمع البحث:

نواب الحزبين داخل المجلس الشعبي الوطني ليشكلوا مجتمع البحث

استعانت الباحثة بمجموعة من الأدوات و هي :

✓ أداة المقابلة : لجمع البيانات الأصلية عن وحدات مجتمع البحث .

✓ أداة الاستبيان : لجمع الحقائق و المعلومات من أفراد العينة.

نتائج الدراسة

1- تكمن قوة الحزب (FLN) في عملية الاتصال السياسي في الدور الكبير الذي يمكن أن يقوم به في تجميع و تكتيل المطالب و التي تظهر في عدة جوانب ، فالحزب يمثل شريحة واسعة من القاعدة الشعبية بحكم تجربته الكبيرة في الحكم ، كما له امتدادات واسعة في أجهزة السلطة المختلفة لأنه حزب نشأ داخل النظام ولكل أساليبه و تصوراته و أفكاره وخطاباته هي من صلب النظام .

2- حزب (PT) فكانت وظيفته في الاتصال السياسي فعاله ليس فقط فيما يتعلق بتجميع المطالب وإنما تظهر أكثر أثناء عملية رفعها و إيصالها إلى أصحاب القرار ،على الرغم من إن السلطة - الحكومة - لم تأخذ هذه المطالب بعين الاعتبار على غرار مطالب باقي الأحزاب المعارضة باستثناء التراجع الذي سجل على قانون المحروقات و الرفع النسبي لسلم الأجور

حزب (FLN) يلعب دورا اتصاليا من داخل النظام و كل خطابه هي لتبرير الوضع القائم و الحفاظ عليه مادام انه جزء من الحكم ولا يمكن النظر إليه كحزب خارج النظام ، و يسير اتصاله السياسي جنبا إلى جنب مع النصوص والخطابات الرسمية المحددة للاختيارات والأولويات التي وضعها القرار ليتحول الحزب و يصبح أداة لتعزيز النظام السياسي ، وتعبئة الشعب خدمة للأهداف المسطرة من قبل برنامج رئيس الجمهورية ودعم ميثاق السلم و المصالحة الوطنية .

3- حزب (PT) يمارس دوره الاتصالي من خارج النظام كحزب معارض بجدارة ، بما يتطلب ذلك من

انتقاد جميع السياسات و البرامج الحكومية التي تتنافى مع مبادئه ومواقفه الرئيسية فيما يخص الدفاع

عن العمال و القطاع الاقتصادي و الأمن و السيادة

الدراسة الثالثة:¹

اسم الباحث : فضلون آمال

عنوان الدراسة : استخدام الأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام - دراسة تحليلية

الدرجة التعلّيمية : مذكرة ماجستير (منشورة)

التاريخ : 2009

المضمون :

مشكلة الدراسة :

تتناول هذه الدراسة مشكلة الأحزاب السياسية واستخداماتها للصحافة في التأثير على الرأي العام وذلك لكون العلاقة بين الصحافة و الأحزاب السياسية والرأي العام تتأثر بعوامل عديدة يمكن ملاحظتها في كل المجتمعات بغض النظر عن نوع النظام الإعلامي و السياسي القائم ، وفهم هذه العلاقة لا ينطلق من الشكل الظاهر المفترض الذي يقوم على الاعتماد المتبادل بينهما فكل طرف يشكل عنصرا فعالا في النظام الكلي للمجتمع الجزائري فمن جهة يلعب احدهما دور القائم بالاتصال و الوسيط الإعلامي الذي يتولى مهمة الربط بين الرأي العام و الأحزاب السياسية التي تعتبر أنظمة سياسية مستقلة بذاتها ، وفي نفس الوقت خاضعة لنظام سياسي كلي يسير و يتحكم في النظام السياسي الإعلامي لتتبنى الأحزاب السياسية إستراتيجية

¹ فضلونا آمال ،استخدام الأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام (دراسة تحليلية) ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال ،جامعة باجي مختار عنابة ،الجزائر ، 2009 .

إعلامية جديدة وهي استخدام الصحف الخاصة ، و المستقلة ذات الانتشار الواسع و السحب المرتفع لتتمكن من الوصول إلى مختلف الفئات و أكثر عدد ممكن من الجمهور للتأثير فيه ولكسب عناصر جديدة في صفوفها ، لكن توجه الأحزاب السياسية لاستخدام الصحافة غير الحزبية أي المستقلة قد أدى إلى بعض الغموض وراء استخدام الأحزاب السياسية لعناوين صحفية دون أخرى و التساؤل عن الدوافع و الأسباب وراء هذا الاختيار والعلاقة بين الطرفين .

منهج الدراسة

تم الاعتماد على المقاربة النسقية أو ما يسمى بمدخل النظم باستخدام مبدئين من مبادئ المقاربة النسقية لتوضيح الفكرية والمنهجية تسمى أيضا بالتحليل النسقي فهي مقارنة كلية ، منهج عمل أداة بحث فلسفية تهدف إلى وصف التركيب المعقد و المنتظم للأنظمة في دراسة الأحزاب السياسية ، الصحافة و الرأي العام لهذه الدراسة .

العينة و مجتمع البحث :

العينة :

عينة قصدية متمثلة في " صحيفتي الشروق اليومي " و " الخبر "

مجتمع البحث:

تتمثل في الأحزاب السياسية التي تم اختيارها و هي : "حزب جبهة التحرير الوطني " و "التجمع الوطني الديمقراطي" و "حركة مجتمع السلم"

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أكدت الأحزاب السياسية على استخداماتها للصحافة اليومية المستقلة للترويج لمواقفها واتجاهاتها الحزبية و على مكانة هذه الأخيرة في عملية الاتصال السياسي للأحزاب السياسية
- اتجاه صحف العينة نحو الأحزاب السياسية بشكل عام هو اتجاه سلبي مع نسبة ضئيلة من الحياد و الغياب الشبه كلي للاتجاه الإيجابي نحوها و ينطبق الأمر أيضا على أحزاب التحالف الرئاسي إذ جاء سلبا في مجمله ، لكن اتجاهات الصحف كانت متفاوتة من حزب لآخر .
- كما عكست المضامين الحزبية المتعلقة بالأحزاب السياسية علاقة لا تستبعد عما صرح به ممثلي المكاتب السياسية لأحزاب التحالف الرئاسي في ولاية قسنطينة و التي لا تخرج عن مجرد علاقة مهنية بالدرجة الأولى ثم تأتي علاقة المعارضة وعلاقة المصلحة العامة المتبادلة التي تربطهم ، غير أن ترتيب هذه الأنواع اختلف من صحيفة إلى أخرى مما يدل على اختلاف الوضع بين صحف العينة في علاقاتها بالأحزاب السياسية الجزائرية .

الدراسة الرابعة: 1

اسم الباحث : ليلي بن برغوث

عنوان الدراسة : الإعلام المرئي و المشاركة السياسية - تحليل سيمولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز

بو تفلقة خلال مرحلة الانتخابات 2009

الدرجة العلمية : مذكرة ماجستير (منشورة)

التاريخ : 2011

¹ ليلي بن برغوث، الإعلام المرئي و المشاركة السياسية (تحليل سيمولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بو تفلقة خلال انتخابات 2009)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، الجزائر ، 2011 .

المضمون :

مشكلة الدراسة :

تتناول التغيير التدريجي الملاحظ خاصة على مستوى تطور وسائل الإعلام ، وبداية تدخلها في شؤون الحكم ومجالاتها المتتالية تاريخيا لنقد أنظمة الحكم ، حتى أصبح للشعب نصيب في القرار السياسي عن طريق أساليب عدة من بينها الانتخاب ومشاركته في شؤونه و شؤون دولته السياسية ، وهكذا تعاقبت الحملات الانتخابية عبر العالم بغض النظر عن شكلها و نوعها رئاسية كانت أو تشريعية أو برلمانية و للجزائر نصيب منها كغيرها من الدول، و التاريخ ينقل لنا ذلك لمدة تزيد عن خمسة عقود أي منذ الاستقلال إلى غاية اليوم وكثيرا ما لاحظنا مصاحبة وسائل الإعلام للمشاريع الانتخابية و الأنظمة السياسية و الخطابات السياسية حيث أصبحت على درجة كبيرة من الأهمية والخطورة في الوقت نفسه، فقد باتت نظاما قائما بذاته يؤثر و يتأثر و يتفاعل مع غيره خاصة مع مثيلته من الأنظمة السياسية ، ليتعداها بذلك إلى إمكانية تحويل المجردات إلى محسوسات و إعادة تركيب الواقع في مشاهدة يجزم بصحتها المشاهد خصوصا عبر وسائل الإعلام المرئية وما تظلم به من دور في التأثير على المتلقي و تحديد المشاركة السياسية ... وغير بعيد عن الآن عرفت الجزائر حدث انتخابي أثار الجدل على مستوى الساحة السياسية و الاجتماعية و الإعلامية الجزائرية و الدولية وذلك من حيث نسبة المشاركة السياسية من قبل الأفراد التي كانت مرتفعة جدا حيث وصلت إلى ما نسبته الاثنان و الثمانون بالمائة والتي لم يسبق لها مثل في الجزائر إضافة إلى نسبة الأصوات التي حاز عليها المترشح لعهدة الثالثة على التوالي الرئيس عبد العزيز بو تفليقة .

منهج الدراسة :

طبيعة الدراسة تقتضي الاعتماد على التحليل السيميولوجي وهو تحليل خطابات الرئيس عبد العزيز بو تفليقة السياسية (الانتخابية) لتحليل القوالب التعبيرية ، و العناصر الدالة (صوتا و صورتا) و إيماءات

و إشارات و رموز لإبراز الوظيفة الاتصالية ، و الاجتماعية لهذه الرسالة و هو أنسب منهج يفى و يحقق هذا الغرض (تحليل الخطاب السياسي التلفزيوني).

العينة و مجتمع الدراسة :

العينة :

العينة قصديه حيث اخترنا خطابين من مجموع الخطابات الخاصة بجملة الرئيس بو تفليقة الانتخابية 2009 و هما خطابي ولاية باتنة و بشار و قمنا بتحليلهما سيميولوجيا نظرا لما فيهما من دلالات لغوية و تمثيلية و يختلفان من حيث التنظيم و الجو الخطابى و الاهتمام في ولاية الجزائر جنوبا و شرقا .

أدوات الدراسة

تم استخدام التحليل السيميولوجي كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة والمراد التحصل عليها في هذا البحث .

نتائج الدراسة

1- تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا وفعالا في التأثير على المشاركة السياسية لدى الأفراد خاصة "الانتخاب" الذي هو الشكل الأوضح لها في نظر الجميع و الأكثر ممارسة من طرف المواطن العادي .

2- لوسائل الإعلام و الاتصال عامة والتلفزيون كوسيلة إعلام مرئية خاصة دور بالغ الأهمية في تقريب السياسة من الفرد وجعل الفرد مشاركا فعالا في العملية السياسية وهذا من خلال عرض و بث المعلومات و المواضيع السياسية التي تهتم الفرد صوتا و صورتا

3- كثرة التكرارات التي يستخدمها الخطيب أدت إلى الترسخ و شدة الانتباه و بالتالي التأثير على

المشاهد و هذا عن طريق الصوت و الصورة على عكسها لو كانت مكتوبة على الورق و هذا ما

ابرز مدى تأثير التلفزيون ,فمجيئها بالصوت مصاحبة الملامح و الانفعالات الموجهة جعلها ذات

تأثير كبير .

4- من خلال طريقة التصوير وزوايا التصوير و التركيز على أكثر العناصر تأثيرا ولفت الانتباه كتوجيه

الكاميرا إلى شخص الرئيس في المواقف التي يكون فيها منفعلا و عند استخدامه للإشارات

و الإيماءات المعبرة و عند التحدث عن موضوع مهم .

نقد الدراسة السابقة

الدراسات السابقة واحدة من العناصر التي لا يستغني عنها في البحوث العلمية ،خاصة في علاقتها

بجوانب عديدة متعلقة بالبحث العلمي لتكشف لنا عبر موضوع بحثنا ما ذكره آت:

1- الدراسات السابقة تناولت التأثير الذي تلعبه الأحزاب السياسية عبر قنوات الاتصال لكن في مقابلها

تم التركيز على معالجة الصراع السياسي بين الأحزاب السياسية و دور الإعلام في إنتاج الصراع

بينها و ما يترتب عنها من آثار .

2- لم يتم في الدراسات السابقة التركيز على الأطراف الفاعلة ضمن عملية الاتصال السياسي بشكل

معمق انطلاقا من واقع الخطاب المتغير شكلا و مضمونا بتغير الأوضاع في المجتمع خاصة في

علاقته بالسلطة الأمر الذي أدى إلى دراستها بشكل سطحي .

3- لم تعنتي الدراسات السابقة بالأبعاد السياسية والأيدولوجية المضرة التي يتضمنها خطاب الأحزاب

السياسية بكافة أشكاله والاهتمام بالمعلنة منها فقط .

4- في الدراسات السابقة عملية المعالجة لم تكن استدلالية أكثر، كما تمت معالجتها للخطاب السياسي

كونه عملية تسويقية سياسية للمترشحين عبر قنوات الاتصال لتحقيق التأثير الفوري .

الدراسات السابقة تناولت الأحزاب السياسية من جوانب عديدة و تباين أثرها على الساحة السياسية عبر قنوات الاتصال التي اختارتها، وذلك كان في سياق فوائد عديدة للدراسة الحالية خاصة في تعميق جوانب التصور البحثي ، وبلورة مشكلة الدراسة و تساؤلاتها وأهدافها وتحديد الإطار النظري ، وكذا كيفية استخدام و توظيف المناهج العلمية المختلفة و أدوات جمع البيانات و أساليب التحليل و اختيار ما يناسب دراستنا، إضافة إلى الوفرة الكبيرة في المراجع والمصادر لإتمام الإطار النظري للدراسة الحالية، ولكون الدراسات السابقة تناولت الاتصال السياسي كحقل يقف عند دراسة العملية الانتخابية تنطلق هذه الدراسة من حقل دلالات الخطاب الإعلامي وأوعيته وبنه للجمهور المستهدف واتجاهات الرأي وتحليل المضمون وتداخل العوامل الاجتماعية والنفسية في العملية الاتصالية ذات المضمون السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لتمييز أيضا عنها من ناحية الأهداف التي تسعى إليها دراستنا باختلاف الزوايا التي تناولتها كل دراسة.



الفصل الثاني

الخطاب السياسي و الأحزاب السياسية



المبحث الأول : مفهوم الخطاب السياسي

من المعروف أن السياسة وعلى مر السنين قوة إنبنت وتبني على فعل السلطة فهي كلام النفوذ من أهل المرجع الخطابى، والنظام المتعاقد عليه لتأسيس وتشكيل أحكام تعقد الصلة بين الحاكم والمحكوم وبين فاعل الفعل السياسى والمستجيب للأحكام السياسية. ولما كان كل كلام سياسة، وليس كل سياسة كلام، فإن موضوع السياسة إتخذ أبعاد فلسفية وفكرية متعددة منذ التاريخ، حيث نوقشت الخطابة والسياسة منذ أرسطو في كتابيه السياسة و"الخطابة"، وظهر حقل الإتصال السياسى بوصفه مجالا مستقلا " Political Behavior عام 1956 ، في كتاب "السلوك السياسى" فمنذ أفلاطون وأرسطو و أوغستين وميكافيلي ... والأخذ في المفاهيم والإشكالات والنظريات والنقاشات حول تأسيس مدونة نظرية للعمل السياسى وممارسة فعالة تنطوي تحتها مجموعة من الخلفيات والقوانين تشكلت قاطعا بين السيورة و الإرغامات الثقافية.

1- تعريف الخطاب السياسى :

يعد الخطاب السياسى خطاب إقناعى، حاجى، يتخذ من اللغة، والسياسة فضاء له تتجلى من خلالهما خصائصه الإقناعية ، و الحاجية والإنسانية ، فهو وكما يعرفه فيليب بروتون (Philippe Breton) : نشاط إنسانى يتخذ أوضاعا تواصلية متعددة ووسائل متنوعة ويهدف إلى إقناع شخص، أو مستمع، أو جمهور ما، بتبيين موقف ما أو المشاركة في رأي ما¹. كما أن موضوعه بإعتباره خطابا إقناعيا هو درس تقنيات الخطاب، التي من شأنها أن تؤدي بالأذهان إلى التسليم، بما يعرض عليها من أطروحات، أو أن تزيد مندرجة ذلك التسليم²

¹Philippe Breton , l'argumentation Dan la communication, Alger: Editions du Casbah,1998P03.

²Chain Perelman, et Lucie tytica, traité de l'argumentation, La nouvelle rhétorique Editions de l'universitéde Bruxelles, 1992, p05.

3- محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسى- دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الإتصال، ط1 ، دارالنشر للجامعات، القاهرة ، 2005 ، ص34

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

فالخطاب السياسي تقنية تسمح باستمالة السامع أو القارئ إلى الكلام بتذكيره بموقفه كمتلق بضرورة الاستماع أو التلقي، فالخطاب السياسي الذي يؤسس الفكرة عبر مبدأي المحاجة والتعليل يؤديان بالضرورة في السياق الايجابي للتواصل إلى الاقتناع. فتؤدي بنا القصدية التواصلية إلى البحث عن متضمنات الخطاب التي لا تتضح إلا بالكشف عن القوانين التي تميز الخطاب وتحركه ، أي أن هناك قوانين تدخل في توظيف المعنى الضمني لأن المخاطب السياسي لا يلجأ إلى الأقوال الصريحة للتلفظ بل يسعى إلى توجيه المخاطب إلى التفكير في الشيء الغير مصرح به، فالخطاب جانبان : الظاهري والضمني، وحتى يحقق الخطاب السياسي فعاليته يعتمد المخاطب عناصر تجعله يتوجه إلى التلميح وما على المتلقي إلا إدراك مآل أقواله دون الإفصاح بدوره، فكما يتلفظ به المخاطب السياسي واضحا بصفة جلية¹.

وعليه فالخطاب السياسي: كما هو إلا ذلك الشكل الخاص والتميز من التواصل الموجه من أجل إقناع المتلقي وتعديل سلوكه بصدد موضوعات تهتم الدولة وتوجهاتها الداخلية و الخارجية ، وعادة ما يراد به في الإستعمال الشائع خطاب السلطة الحاكمة، ذلك الخطاب المنتج من طرف الجهاز السياسي للدولة عن قصد، يرسله ملك أو سلطان أو أمير أو رئيس أو وزير إلى متلقي مقصود، بغية التأثير فيه وإقناعه، بمضمون الخطاب ويتضمن هذا المضمون أفكارا سياسية، أو يكون موضوع الخطاب سياسيا . لذلك يكون الهدف الرئيسي للمرسل السياسي من الخطاب ليس الحوار أو المجادلة ، وإنما الانصياع والخضوع والطاعة من طرف المتلقي، فخطاب السلطة شامل نهائي، ولا يحتاج إلى تعليق، ويقوم على عمليا تتحشد الكلمات والأفكار والتوجيه²

إذ يجرننا الحديث عن الخطاب السياسي إلى تناول موضوع الرسالة الاتصالية مما يتطلب اهتماما و هياكل خاصة تتلائم مع طبيعة ونوعية العلاقة الاتصالية بين مصدر المعلومات والجمهور المستهدف . فالرسالة تصبح مستقلة عن المرسل بمجرد إرسالها . حيث أن تصحيحها قد يؤدي إلى بروز نوع من التناقض

¹ محمد أدبوان ، الخطاب السياسي في المغرب ، ط1، الرباط ، 2002 ، ص 121

² مهلي بن علي ، الخطاب السياسي واليات تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 13 ، 2016، ص ص88-89

وفقدان الثقة من جانب الجمهور المستهدف، الذي ينتمي إلى تيارات حضارية وفكرية مختلفة. و هو ما يستوجب بالتالي أن تتوفر عدة صفات مثل: القدرة على التنبؤ، الحذر، عدم المبالغة، وبعد النظر، ويرى أرسطو أن الخطاب السياسي يقوم على ركائز ثلاث هي:

أخلاقيات المجتمع (ethos) ، محاكاة المشاعر الشعبية (pathos) ، المنطق (logos) وهو ما يعني التشابك المرهق بين المنطق وقواعد اللغة وبين الصورة التي تركيبها الاستعارات اللفظية (metaphor) والمجاز (metonym) و الجناس (analogy) في بنية الخطاب وتتقسم عناصر الخطاب السياسي إلى عنصرين أساسيين و هما المتحدث أو المرسل والخطاب السياسي¹.

2- خصائص الخطاب السياسي:

لخص "بول تشيلتون" (P. Chilton) خصائص هذا النوع من الخطاب -أي الخطاب السياسي- بعد تحليله لعدة نصوص سياسية فيما يلي:

- يعتمد الخطاب السياسي على الإشارة إلى الزمان والمكان والمكانة والعلاقة والسياق.
- يقوم الخطاب السياسي على التفاعل الذي تتبدى من خلاله الحدود التي تفصل والروابط التي تجمع و تفصل الأنا عن الآخر وتجمعها ومن يحالفها أو يشبهها أو ينتمي إليها، وتتبدى من خلاله كذلك المكانة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأدوار التي يلعبها كل طرف في التفاعل أو حوله.
- يشتمل التفاعل على نوع من التفاوض والتداول، تداول الواقع ومراجعة فرضياته المهمة ومحاولة فرض ما نفترض (أو نسلم به) على الآخرين.

¹ بهاء الدين محمد مزيد ، تبسيط التداولية من أفعال الكلام إلى بلاغة الخطاب السياسي، ط1، دار شمس للنشر، القاهرة، 2010، ص ص126-

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

- يشتمل الخطاب السياسي على توقع ما يفكر فيه الآخرون والتنبؤ بما يدبر المنافسون وما يؤمن به الأعداء و من ثمّ تفنيده أو إضعافه أو تشويبه وتقبيحه.

- يركز الخطاب السياسي إجمالاً على تصنيفات ثنائية متعارضة، وربما متصارعة بين الحق والباطل، بين الخير والشر، بين العدل والظلم، عادة ما يكون صاحب الخطاب في المعسكر الأول أعدائه في "محور الشر".

- يشتمل الخطاب السياسي على قدر وافر من التفكير الاستعاري، على معنى أنّ للاستعارة وظيفة مهمة في صياغة التصورات وتجسيد المفاهيم والأطروحات السياسية.

- هناك ارتباط بين الخطاب السياسي وبعض المشاعر الإنسانية الغريزية كحب الوطن والغيرة على الدين والحفاظ على الحرمات¹.

ويضيف "دومينييك منغو" (mangneau Dominique) بعض الخصائص أهمها:

- الخطاب السياسي يتسم بكونه ذا بنية نظرية على درجة من التماسك وهي بنية مستمدة من إيديولوجيا معينة هي الإيديولوجيا التي يتبناها النظام السياسي القائم :

- القصد من الخطاب السياسي هو التوجيه لمن تمارس عليه السلطة ، لتسوية الأخطاء والإخفاقات إن وقعت.

- يصدر الخطاب السياسي عن السلطة السياسية ، الحزبية أو الحكومية ، إلى جهة أدنى هي الشعب عامة، لذلك تكون لغة السياسة أمرّة كما تميل إلى التذكير بالواجبات حتى وإن حاولت إخفاء ذلك.²

¹ بهاء الدين محمد مزيد، مرجع سابق، ص 128

² سلوى الشرفي ، تحليل الخطاب (الرسائل السياسية في تحليل الخطاب)، مركز النشر الجامعي، تونس، 2010، ص 65

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

بالرجوع إلى تصميم الخطاب السياسي نفسه، نجده عبارة عن مجموعة من المفردات ذات التأثير الواسع على توجهات الجمهور، ليست لغرض وظيفي معين بقدر ما هي وسيلة لإحلال توجهات جديدة، حيث يتم استعمال مصطلحات فيغير مكانها لغرض تحقيق أهداف معينة، وتكرست هذه المفردات من خلال ثلاثة أنماط معاصرة للخطاب، وهي:

أ - خطاب الميادين :الخطاب الاحتجاجي والمفتوح أمام كل الأفراد.

ب - خطاب الشاشات : ويشمل كل ما تبثه القنوات الفضائية.

ج -خطاب الصناديق : و هو الخطاب السياسي الذي يرافق العمليات الانتخابية

إضافة إلى ما يسمى بالخطاب الإلكتروني : ويشمل كل ما تبثه مواقع التواصل الاجتماعي عبر

شبكة النت بشتى أنواعها خاصة عبر موقع فيسبوك متسما بالسرعة والآنية مشتملا خصائص الوسائط التقليدية و الحديثة معا.

3- أقسام الخطاب السياسي:

ينقسم الخطاب السياسي إلى ثلاثة أقسام هي:

أ- **الخطاب السياسي الأكاديمي التعليمي:** ويشمل هذا اللون المؤلفات السياسية التعليمية منها

ومعلومة، وهي أدبيات تسعى للتعريف بالخطاب منزهة -افتراضا- عن كل غرض، لكن ذلك لا يستبعد

تواري الغرض في منهج التعريف، فالقول مثلا إن "كارل ماركس يهودي" يبدو في مظهره قولاً تعريفياً، لكنه

يواري ظلالة للمتلقى العربي أوسع كثيراً من ظلال المتلقي غير العربي، أو للمتدين بغير اليهودية من المتدين

باليهودية... والقول إن الشرق الأوسط الكبير إقليم جغرافي يمتد من موريتانيا إلى غرب باكستان هو تعريف

تتواري فيه أيديولوجيات واستراتيجيات تذيب الهويات القومية لصالح تكريس هويات جيواستراتيجية، ذلك يعني

تأكيداً لعبارة أن "كل نظرية من شخص ما ولغرض ما" كما ترى المدرسة النقدية في نظريات العلاقات الدولية.

ب- **الخطاب السياسي الجماهيري** : وهو نص تحريضي، دعائي يرتبط في الغالب الأعم بالمناسبات والأزمات، ويأخذ شكل الخبر السياسي أو النص المتكامل أو الشعار أو الأغنية أو الطرفة، فلو أخذنا الطرائف السياسية حول زعيمين مثلاً كعبد الناصر أو السادات، فإن طرائف الأول ترسم صورة الشخصية "القوية سلماً أو إيجاباً"، بينما ترسم للثاني صورة "المراوغ"، وهكذا الشعار والأغنية.. إلخ، وتصبح دلالات الزمان والمكان أكثر جدوى كعوامل منهجية مساعدة في تفكيك الخطاب السياسي، ونجد نفس التحليل للطرائف السياسية في الأزمة السورية التي بدأت منذ 2011، حيث قام الباحث بتحليل الرسوم الكرتونية والتعليقات الواردة على صفحات الإنترنت، وطبق الباحث المنظور السيكلوجي، وميز من خلال الاستناد للمنظور الفرويدي للطرائف "البريئة" والطرائف "المغرصة" ليتعرف صورة النظام في ذهن المجتمع، وكيف تتحول الطرائف إلى أحد أشكال المقاومة.

ج- **الخطاب التنظيري الأيديولوجي** : وهو الخطاب الذي يبده مفكرون أو تيارات فكرية تتواصل في تشييد هذا البناء عبر مراحل تاريخية، وتروجه وتتبناه المنظمات السياسية كالأحزاب وجماعات الضغط وجماعات المصالح، ويبدو هذا الخطاب كنص مبني بعناية، يبرهن على صحة مقولاته بقدر من المقدمات والنتائج المنطقية من وجهة نظر صاحبه¹.

4- وظائف الخطاب السياسي :

يمكّن الخطاب السياسي القدرة على التأثير وإذا ما أسيء استخدامه فإنه يشكل خطراً حقيقياً يهدد سيادة الدولة والمجتمع، ويركز المتخصصون على أهمية الدور الذي تؤديه طبيعة الوسائط التقنية في بلورة و تشكيل الوعي السياسي العام لدى الجمهور حيث أصبحت قوة سياسية يخشاها الساسة والعامّة على حد

¹ وليد عبد الحي، لغة الخطاب السياسي (المشكلة والحل)، المحاضرة الخامسة عشر (منشورة)، جامعة اليرموك، 2013، ص 496.

سواء ، وكما هو معروف انه لا يوجد جيش في العالم مهما بلغت عدته وعتاده يستطيع أن يقف أما مفكرة آن وأنها وللخطاب السياسي عدة وظائف يمكن تلخيصها بالاتي :

1- وظيفة تعميم الخاص للخطاب السياسي: ونقصد به أن هنا كأنظمة حاكمة تفضل نفسها على الجمهور وتقدم مصالحها الخاصة على أنها مصالح عامة أو أنها المصالح العليا للشعب ، فالغزو الاستعماري قديماً وحديثاً يفسر وفق ذلك بأنه ليس حركة للبحث عن أسواق أو عن الثروات بل هو لانجاز مهمة إنسانية فحواها نشر الحضارة المتقدمة وتعميم النموذج الأفضل تجاه الشعوب البدائية وعليه يتم غرس تصورات ومفاهيم مقنعه لدى الجمهور الداخلي و الخارجي على حد سواء

2- وظيفة التبرير للخطاب السياسي : تتضح وظيفة التبرير في محاولات تسويق الواقع وقبوله ونلاحظ التبرير في الخطاب السياسي في ضوء ما يطرحه العمل الدعائي من حيث نسبة الأخطاء إلى غير مسبباتها والابتعاد عن الحقيقة حيث تنسب الأخطاء إلى مصادر لا علاقة بها بالأخطاء ذاتها

3- الوظيفة الدعائية للخطاب السياسي : من كل ما تقدم يتضح إن التوجهات الدعائية للخطاب السياسي الذي ينطلق إلى الجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة، تعتمد على شروط تتحكم في عملية إعداد الخطاب بصفته نتاجاً عقلياً وحضارياً يخضع بشكل مباشر وغير مباشر لشروط تاريخية ومادية وسوسولوجية تحدد بالنتيجة أشكاله و نمط قيمه وهو ما يتضح عند ما يواجه المجتمع تحديات كبرى حيث يقوم الخطاب السياسي بتحديد الأولويات وكذلك سبل تنفيذها وتوزيع الأدوار، كتحديات المشاريع التنموية والاستقلال لبلدان العالم، ولا بد لنا من التركيز على أن نجاح الخطاب السياسي عبر وسائل الإعلام يعتمد على كيفية فهم القائم بالاتصال بكل ما في المجتمع من تاريخ وثقافة وقيم وتقاليد كي يكون مضمون الخطاب محققاً للإقناع كونه يعتمد على تخطيط دعائي دقيق هدفه تحقيق التلاحم والتفاهم مع الجمهور¹.

¹ نزهت محمد نفل ، طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي و الخطاب السياسي ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 4 ، 2008 ، ص 60

5-1- مفهوم الإستراتيجية في الخطاب السياسي:

يعود استخدام مفهوم الإستراتيجية لليونانيين القدماء ، حيث كانوا يختارون كل سنة مجلس يتكون من عشرة استراتيجيين يتولون إدارة الجيش فهؤلاء القادة يقومون بمهمة حماية المدينة اليونانية عن طريق الدبلوماسية أو بالشكل المناسب حتى وإن تطلب الأمر الدفاع عن طريق الجيش، وبالتالي لهم مسؤولية مزدوجة هي قيادة السياسة الخارجية للدولة متجهة وإدارة ما يصادفها من نشاطات عسكرية من جهة أخرى¹. إلا أن مفهوم الإستراتيجية لم يعد يقتصر على البعد العسكري فقط ، فمع نهاية القرن العشرين أصبح هذا المفهوم متعدد الاستخدامات، ويختلف من مجال لآخر ويستخدم للدلالة على كل النشاطات الإنسانية التي لها أهداف و وسائل، ولم تعد حكرًا على المجال العسكري وحده². فالإنسان يمارس أفعالًا كثيرة في حياته يبتغي من ورائها تحقيق أهداف بعينها ولا يستطيع أن يمارس هذه الأعمال في وضع مستقل عن سياق المجتمع الذي ينتمي إليه ولذلك فإنه يتخذ طريقة معينة يمكن بها مراعاة الظروف التي تحيط بعمله :

أولاً : أي عناصر السياق وتمكنه من تحقيق هدفه

ثانياً : كما أنه ونظرًا لتنوع الأعمال التي ينجزها الإنسان بين أعمال اجتماعية وثقافية وسياسية ولغوية، فإن طرق إنجازها تتنوع كذلك لأن الإنسان ينجزها في سياق اجتماعي ذي عناصر مؤثرة

لذلك فالإستراتيجية هي طرق محددة لتناول مشكلة ما، أو القيام بمهمة ما من المهمات أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة، أو هي تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات محددة والتحكم بها³.

¹-Jean-Marie Mathey, **Comprendre la Stratégie, Economica**, géopolitique, collection Poche, paris, 1995, p9
² الحاجة سعود ، إستراتيجية الشرعية و الاستمرارية للأنظمة السياسية العربية -دراسة بنائية للخطاب السياسي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (منشورة) ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة محمد بوالصياف المسيلة - الجزائر ، 2015 ، ص 59
³ الحاجة سعود ، مرجع سابق، ص59

لذا نجد أن الإستراتيجية تتعلق بإعداد الخطط بالدرجة الأولى، وهذه الخطط هي السبيل إلى تحقيق الأهداف، وبما أنها خطة فهي ذات بعدين:

- **البعد التخطيطي:** ويتحقق في المستوى الذهني
- **البعد المادي:** والذي يجسد الإستراتيجية لتتبلور فعلا، ويرتكز البعدان على الفاعل الرئيسي فهو الذي يحلّل السياق ويخطط لفعله، ليختار من الإمكانيات ما يفي بما يريد فعله حقاً، ويضمن له تحقيق أهدافه¹.

5-2- إستراتيجية التأثير في الخطاب السياسي:

يعتمد الخطاب السياسي إلى جملة من الأساليب والآليات الحجاجية الإقناعية قصد التأثير في المتلقي وحثه على الإمعان في المضامين والدلالات الكامنة فيه قصد تأويلها، وفهمها، ما يجعلها ترسخ في ذهن المتلقي الذي قد يتأثر بها، لتتحول عنده إلى أفعال يمارسها ويعمل بها، وعليه أهم استراتيجيات التأثير في الخطاب السياسي:

1- الأفعال الكلامية :

تعدا لأفعال السياسية أفعال كلامية في الغالب، لأن الكلام لا يحمل فقط رسالة دلالية، وإنما يشي أيضا بالموقع الذي يتخذه صانع الكلام من تلك الدلالة التي يتضمنها الخطاب السياسي، فاللغة تدل بما هي كلام وعلامات، وقرائن وإشارات على الميثاق التواصلي بين المتكلم والمتلقي، فألية البدائل يتيح تأويل اللغة بحرية، ولكنها لا تتيح أي حرية لتغيير الحدث، فمأزق الفعل السياسي يقابلها نعارج واسع في زاوية الفعل الكلامي لذلك يلجأ الفكر إلى سلطة اللغة عسى أن تعيد التوازن بين الفعلين، فعندما نكون حيال القول السياسي، ولاسيما في لحظة مباشرته الأولى أو لحظة إنشائه والإصدار به نجد أن المعنى الذي يحمله لا ينكشف من

¹ عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)، ط1، دار الكتاب الجديد، مارس 2004، ص53

خلال البناء اللغوي أو المقام التداولي بين المتكلم والسامعين، ولكنه يوجد خارج الحدث اللغوي والتواصلية تماما، فهو يوجد ميثوثا بين شاشة الأحداث الجارية وذاكرة الواقع الماضية، فهو مزروع على أرض الذاكرة السياسية المتحركة لأنه يقع بين حقيقة تاريخية وحقيقة تريد أن تنشأ. فالخطاب السياسي ما هي إلا جزء من الممارسة الأيديولوجية للسلطة من قبل الدولة، ولذلك فإن كل التفاعلات الاجتماعية المحيطة بعملية إنتاج الخطاب السياسي الإعلامي وتلك التي تحيط بعملية قراءته هي بالأساس تفاعلات اجتماعية قبل أن تكون معرفية أو كلامية تأويلية

3- إستراتيجية الإقناع و التأثير: إذ تتوقف قوة أي خطاب سياسي على قدرته على إحداث تواصل ناجح مع المتلقين، وهذا لا يتحقق إلا إذا حاز هذا الخطاب على قدر من الرضا الجماهيري من خلال الإقناع و المحاجة، إذ يتأسس بالضرورة في كل خطاب سياسي معنى معين أو عدة معان يراد بها الإقناع و التأثير عن طريق القدرة في نقل المعلومات بتعدد أساليبها و سبلها و درجات تأثيرها من نصوص وصور خاصة عبر الوسائط التقنية المتعددة على المتلقي وما يبث عبرها من صور رقمية توحى في متخيلة و انطباعات المتلقين بألف كلمة، والتي تجعله بدورها يقتنع و يوافق برؤية معينة، مما يعزز الخطاب السياسي للساسة و المرشحين في الحملات الانتخابية منها الصور التي تضي عليها واقعية و قوة كونها تجسد رموزا سياسية معززة بالطابع الحجاجي للخطاب السياسي من حيث اعتماده فن الاستمالة كونه يتعامل مع العقل و العاطفة معا، ولكون الخطاب السياسي تتداخل فيه مجموعة الذوات الفاعلة بخلق جو من التأثير و التأثير، مما يجعل منه خطابا معقد البنية عميق الأثر في المتلقين، وذلك بتبنيه إستراتيجية هادفة إلى درجة الإقناع.

الاستعارة:

إن الكلمات التي يستعملها الخطاب السياسي عادة هي تصورات إستعارية مثل: المساواة، الحرية، الاستقلال، والسلطة.. الخ، لذلك نجد أن الاستعارة هي أداة من أدوات الفعل السياسي، فهي تستخدم أداة للتحريض والتحفيز و الإقضاء والإغراء والتمييز والهيمنة وإسباغ الشرعية ووأد المقاومة وإجهاض النقد، فهي

لا تقول أو تعبر فحسب بل تفعل أيضا ولما كانت الاستعارات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، شأنها شأن كل الاستعارات الأخرى، قد تخفي بعض مظاهر الواقع¹، فإن الاستعارة في مجال السياسة لها أهمية قصوى، فقد تقيد حياتنا لأنها تعتمد إلى إخفاء الحقيقة وإظهار ما يريد المتكلم إظهاره مما يفتح المجال أمام المتلقي للتأويلات، والقراءة المتعددة للمعاني التي يحملها الخطاب، فالاستعارة في الخطاب السياسي تستعمل لأغراض تواصلية بحثه لأنها تزيد من إثارة المتلقي وتجعله يبحث عن المعاني التي تخفيها ومما يجعل عملية التأويل والقراءة للخطاب أقوى وأعمق و عليه سيكون التأثير أقوى².

5-5- السياق:

يشكل السياق عنصرا مهما في عملية بناء الخطاب من جهة و إعادة بناءه من قبل المتلقي من جهة أخرى، لأن المتلقي في تأويل هل معاني الخطاب يعتمد على سياق الخطاب بأنواعه المختلفة، فالتكلم يحرص كل الحرص أن يكون خطابه بكل ألفاظ هو أساليبه ومعانيه وأفكاره ملائما للسياق الذي سيقال فيه هذا الخطاب لذلك فإن للسياق دورا فعلا في تواصلية الخطاب وفي انسجامه بالأساس وما كان ممكنا أن يكون للخطاب معنى لولا الإلمام بالسياق³.

5- تحليل الخطاب السياسي: اكتسب الخطاب السياسي أهمية كبيرة في تغيير مسارات أحزاب ودول و

شخصيات وقد راحت مناهج التحليل المختلفة في سعي منها إلى معرفة التأثير المباشر أو بعيد المدى للخطاب السياسي في المجتمع وفي طرائق التفكير و الاتجاهات العامة للسياسيين وسياسات الدول .

وقد بدا الاهتمام بطريقة تحليل الخطاب السياسي حين وصل الأمر في العديد من المرات إلى حد التصادم بين المدرستين الأنجلوسكسونية و الفرنسية في تعريفهما لتحليل الخطاب السياسي بشكل عام لكن التأريخ الحقيقي لتحليل الخطاب السياسي لم يكن دقيقا ولم يتوافر حتى اليوم بحث شامل حول الأمر ذلك أن

¹ الحاجة سعود ، مرجع سبق ذكره، ص 68

² عماد عبد اللطيف، إستراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 2012، ص 1 .

³ محمد خطابي، لسانيات النص، مدخل إلى انسجام الخطاب، ط1، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 1991، ص 5.

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

المدرستين الفرنسية و الأنجلوسكسونية احتكرتا تقريبا هذا المجال ، من دون معرفة ما إذا كان مثل هذا التحليل موجودا مثلا في الصين أو اليابان أو الهند أو عند العرب ،وقد أسلفنا أن الخطاب و مفاهيمه كان موجودا ولو بنسب متواضعة منذ أيام أرسطو و المسيحيين و العرب و المسلمين قد عرفوا بدورهم ايضا الفلسفات القديمة بشكل ما . لكن اتفق معظم الباحثين على أن عالم اللسانيات الأمريكي الأكراني المولد (زيليغ سايبنتاي هاريس Zellig Sabbetai Harris) صاحب عبارة "تحليل الخطاب" في الغرب وذلك عبر نشره في مجلة (Language) الأمريكية مقالا بهذا العنوان عام 1952 ومنذ منتصف القرن الحادي و العشرين ،بدأت المدارس تتعدد و تنتشعب في تحليل الخطاب¹.

كما أن نشر مجلة (Languagas) الفرنسية عام 1969 عددا خاصا بعنوان "تحليل الخطاب" بإشراف اثنين من مستخدمي هذه العبارة هما (جان دوبوا Jean Dubois) و (جوزيف زومف Joseph Sump) فتح أفاقا واسعة لتحليل الخطاب بشكل عام و الخطاب السياسي على نحو خاص من خلال البنيوية والتحليل النفسي . فبات بذلك الخطاب بشكل عام و الخطاب السياسي على الخصوص قد شكلا ساحة تلتقي عليها العلوم الفلسفية و اللسانية و الاجتماعية و التاريخية و النفسية ،كما تطرق كل من شارودو و مينينونو (P . Charaudeau ,D.Maingueneau) للدراسات الأولى للخطاب السياسي وشرحها ، كونها دراسات قام بها باحثون لسانيون ومؤرخون عبر منهجية تجمع اللسانية البنيوية مع النظرية الأيديولوجية التي استندت إلى قراءة كتاب "كارل ماركس" من قبل الفيلسوف "لويس التوسير" (Altusser) و التحليل النفسي "لجاك لاكان" ،كما نجد شرحا مفصلا للمدارس الأوروبية لتحليل الخطاب السياسي و التأثيرات الأمريكية و الأنجلوسكسونية فيها، في مقالة للباحث الألماني جوهانس انغرموللير (Jhannes Angemuller) تحت عنوان "تحليل الخطاب في أوروبا " إذ أن مجمل الدراسات الفرنسية تشير إلى أن مدرسة تحليل الخطاب السياسي ظهرت في فرنسا أواسط السبعينيات ، كما أخضعت الدول الغربية دراسة الخطاب السياسي لمدارس تكاد تشبه المختبرات العلمية الكبيرة منذ مطلع القرن الماضي ، ومنها على سبيل المثال لا الحصر ،

¹ سامي كليب ، البرغماتية (القولفعلية) في تحليل افعال الخطاب السياسي "خطاب تراب و الملك سلمان نموجا ، ط 1 ، بيروت ، 2018 ، ص

الجمعية الأمريكية للعلوم السياسية (APSA) 1903 ، والجمعية الدولية للعلوم السياسية (ISPA) 1949 ، و المدرسة الفرنسية لتحليل الخطاب السياسي التي عرفت اختصاراً بـ (AD) و التي قامت في أواسط السبعينيات من القرن العشرين و المجتمع الأوروبي للأبحاث السياسية (ECPR)¹.

كما أن الفلاسفة و البنويين و اللسانيين أمثال "رولان بارث" وغيرهم قد تركوا أثراً في تحليل الخطاب، علاوة على ذلك التحليل المنطقي الجمالي الذي يبحث في بنية الخطاب و الجمل و العبارات وعلاقتها بمؤثرات المعنى وأشكال التواصل التي من خلالها يمكن التعرف أكثر على شخصية الخطيب وأهدافه الأيديولوجية، أو التحليل السيميائي البنوي بحيث يتم التركيز على الكلمات المستخدمة و أفكار الخطاب وصرته وإيمائاته وغيرها وما تخفيه عبارات، أما المنهجين الأكثرين شيوعاً عند محلي الخطاب السياسي، هما الكمي و النوعي، وقد اعتمد التحليل الكمي للخطاب السياسي معتمداً على الإحصائيات و الأعداد و الأرقام في رصد تكرار عدد الكلمات ومع التطور التكنولوجي أضاف إلى التحليل الكمي أبعاداً أكثر دقة بغية الوصول إلى وصف موضوعي منظم وكمي لمضمون ظاهر تواصلية و الهدف منها تفسيرها، أما التحليل النوعي فهو يرصد الاتجاهات العامة و المقاصد و القيم الظاهرة أو الباطنة للخطاب استناداً إلى وجود أو غياب خصائص معينة أو الطريقة التي ترتبط فيها عناصر الخطاب بعضها ببعض وقد يضلل الثاني.

إضافة إلى ظهور مناهج أخرى للتحليل هدفها الوصول إلى أقصى درجات الموضوعية في التحليل عن بيئة وأهواء وإيديولوجيا من يحلله ون العوامل المؤثرة فيه، إضافة إلى التعقيدات الكامنة في فهم مقاصد الأهداف السياسية و في تحليلها ذلك إن السياسي الذي ينتج الخطاب يتقن في إمرار أفكاره بطرق مختلفة لكي يظهر ما يريد إضهاره، وقد دافع بعض علماء تحليل الخطاب السياسي عن فكرة المزج مابين المناهج المختلفة لاستخلاص تحليل اقرب إلى الموضوعية على اعتبارات الموضوعية المطلقة موجودة في أي علم تقريباً، فمن الأفضل أن نأخذ من المناهج الأخرى التي يتكامل الكثير منها وعليه فان ابرز مناهج التحليل

¹ همانى عبد النبي، جمالية تحليل الخطاب، إفريقيا الشرق، الدار البيضاء، المغرب، 2013، ص5

التي أثبتت نجاعة جزئية أو كبيرة في معرفة مقاصد الخطاب هي التحليل الكمي و النوعي ، اللساني و البنوي ، التحليل الالي -اي النوعي و النفسي ،الفلسفي و الاجتماعي¹.

المبحث الثاني : مفهوم ونشأة الأحزاب السياسية.

بالرغم من أن موضوع الأحزاب السياسية من المواضيع الكلاسيكية في الدراسات السياسية، إلا أنه مازال يحظى باهتمام كبير ودراسات كثيرة من مختلف الزوايا، وهذا ما جعله من المواضيع الشائكة والمهمة في آن واحد، وهو ما يعكس ديناميكية الموضوع، التي تجعله دائما للتجديد، وقد تعددت فيه الطروحات و اختلفت وجهات النظر بصدده .

1-التطور التاريخي للأحزاب السياسية

1-الفكر الليبرالي:

يركز في تعريفه للحزب السياسي على الجانب العملي والهدف النهائي للعملية السياسية التي يقوم بها الحزب و الوصول إلى السلطة خاصة من الناحية النظامية و الأيديولوجية، والمشاركة في صنع القرار، كما أن البرنامج السياسي للحزب يلعب دورا جوهريا في مرحلة تأسيسه .

أ- مفهوم الحزب بالمعنى الإيديولوجي:

إذا كان المفهوم الأول يركز على التنظيم الحزبي فهذا المفهوم يركز على المبادئ والأهداف التي يرمي إليها الحزب، وهذا من خلال الإيديولوجية التي يعتنقها والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها الحزب وبالتالي فالإيديولوجية هي أحد مكوناتها الأساسية وهي التي تكمن من الحكم على اتجاهه السياسي ويمكن إعطاء تعريف للحزب على أساس إيديولوجي أي الهدف الذي يسعى إليه الأعضاء إذ أنه :

¹ سامي كليب ، مرجع سبق ذكره ، ص 48 .

تكتل منظم من الأشخاص المتحدين بواسطة فلسفة أو إيديولوجية معينة بقصد متابعة تنفيذها بهدف

الوصول إلى السلطة وممارستها¹

2-الفكر الماركسي:

يعرف الحزب بأنه" تنظيم يوحد الممثلين الأكثر نشاطا بطبقة معينة، ويعبر عن مصالحها ويقودها في الصراع الطبقي."

ويعرف الحزب الشيوعي بأنه : " طليعة الطبقات الكادحة التي تسعى إلى تصفية الاستغلال بشتى أشكاله .

وصوره بهدف الوصول إلى الحكم ديكتاتورية البروليتاريا.

فمفهوم الحزب عند الفكر الاشتراكي والماركسي هو حزب طبقي حيثي تم التركيز فيه على التكوين الاجتماعي للحزب، والارتباطات الاقتصادية لأعضائه والمراتب التي يحتلونها في السلم الاجتماعي للحزب، في الفكر الماركسي هو جزء من طبقة معينة بل وقسم متقدم أو"طليعي"في الطبقة، وأن الحزب الثوري أو العمالي يرتكز على طبقة العمال ويمثل قاعدتها² .

مفهوم الحزب السياسي في الدستور الجزائري:

يعرف الحزب السياسي في الدستور الجزائري بالتركيز على أهداف الحزب، حيث جاء في رقم الأمر المؤرخ 79-09الذي تضمن القانون العضوي المتعلق بالأحزاب السياسية في المادة الثانية من قانون الأحزاب السياسية" يهدف الحزب السياسي إلى المشاركة في الحياة السياسية بوسائل ديمقراطية وسلمية من خلال جمع مواطنين جزائريين حول برنامج سياسي، دون ابتغاء هدف يدر الريح بعد هذا العرض لأشهر التعريفات الاصطلاحية للأحزاب السياسية يمكن القول أن الحزب السياسي هو:تجمع من الأفراد، ذو تنظيم وطني، له

¹ حبيب ميهوبي ، الأحزاب ودورها في الحياة السياسية بالمغرب من 1999 إلى 2010 ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير(منشورة) ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة الجزائر 3 ، 2011 ، ص28

² مرجع نفسه ، ص29

مشروع سياسي ويعبر عن قوى اجتماعية، يستهدف الوصول إلى السلطة أو المشاركة فيها أو التأثير عليها بواسطة الدعم الشعبي أو أنشطة متعددة¹.

2- نشأة الأحزاب السياسية:

ترجع نشأة الأحزاب السياسية إلى عدة ظروف تاريخية وسياسية حيث أن قارتي أوروبا وأمريكا الشمالية كانت السباقتين في هذا المجال مقارنة بقارة إفريقيا وآسيا وأمريكا الجنوبية، وللتوضيح أكثر يمكننا العودة إلى تناول العوامل، والمتغيرات التي كانت بمثابة محركات رئيسية لنشأتها.

1 - العامل السيكولوجي : يميل أصحاب هذا الاتجاه إلى الربط بين نشأة الأحزاب السياسية وما تتطوي عليها لطبيعة البشرية من ميول ونزاعات فطرية تتمثل في حاجة الإنسان الغريزية إلى الانتماء إلى جماعة من خلال التنافس والصراع مع الآخرين إلى جانب تراكم الظروف والوضعية التاريخية التي تدفعه للانتماء بتكوين جماعات أولية، ثم بعدها جماعات ثانوية تصل تدريجيا إلى الانتظام والتعبير عن ميول محددة داخل تشكيلات سياسية وصلت إلى درجة من التطور لتكون أحزاب سياسية².

ب - العامل المؤسسي : تفسر نشأة الأحزاب السياسية حسب العامل المؤسسي والذي تبناه كل من (Maurice Duverger موريس دوفرجييه) ' (MAX Weber ماكس فيبر) إلى أحزاب ذات نشأة داخلية وأحزاب ذات المنشأ الخارجي، حيث أن الأحزاب ذات المنشأ الداخلي هي الأحزاب التي تنشأ في إطار الكتل البرلمانية أو المجالس النيابية وتضم النواب الذين يملكون آراء واحدة مما يؤدي إلى تقارب اتجاهاتهم الانتخابية في القاعدة وبذلك تنشأ أحزاب سياسية وأيضا نجد الأحزاب التي تنشأ خارج إطار اللجان الانتخابية وهي ذات منشأ خارج البرلمان قامت بتحدي الحكم و المطالبة بحق الأفراد في المشاركة لصالح مرشح معين .

¹ فضلونا أمال ، استخدام الأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام (دراسة تحليلية)،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة باجي مختار عنابة ،الجزائر، 2009،ص67

² مرجع نفسه ، ص ص 69-70

ج - العامل الإيديولوجي : يرى أصحاب هذا الاتجاه أن ظهور الأحزاب السياسية يرجع إلى ظهور الإيديولوجيات الديمقراطية التي كان لها الفضل في قيام البرلمان واتساع حق الاقتراع وبفضلها أصبح الحزب يعتبر ضرورة ويمثل أداة رئيسية لمواجهة النظم الدكتاتورية والأوتوقراطية العامة.

د - العامل التاريخي : يربط أنصار هذا الاتجاه نشوء الأحزاب السياسية إلى تعرض النظام السياسي إلى مجموعة من الأزمات السياسية، التي يمكن تلخيصها في أزمة الشرعية و، أي عجز المؤسسات السياسية القائمة في المجتمع على التعامل مع المتغيرات، والمطالب المتزايدة للمجتمع كالاتقال من نظام سياسي إلى آخر وأيضا أزمة المشاركة السياسية التي يقصد بها ظهور جماعات جديدة راغبة في المساهمة في الحياة السياسية، وكذلك أزمة التكامل القومي أو الاجتماعي في الدولة، وتعني أن المنافسة الحزبية تعبير عن انقسامات عرقية أو دينية في المجتمع.

و - العامل التنموي : يرجع هذا العامل نشأة الأحزاب السياسية إلى التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تحدث على مستوى مجتمع معين وذلك مثلما حدث في بريطانيا أثناء قيام الثورة الصناعية والتي عمت أوروبا فيما بعد¹.

3- تصنيف الأحزاب السياسية:

إن تصنيف الأحزاب السياسية يواجه إشكالية معايير التصنيف، فليس من السهل إيجاد تصنيفات موحدة لتقسيم الأحزاب السياسية، وهذا راجع إلى اختلافات في طبيعة الحزب وتنظيمه وأهدافه أو يرجع ذلك إلى اختلافات في الأنظمة السياسية المتنوعة. أثناء الحديث عن موضوع " تصنيف الأحزاب السياسية " يأخذنا الحديث إلى أبرز الكتاب في هذا المجال ألا وهو " موريس دوفرجيه " الذي ميز بين أحزاب النخبة والأحزاب الجماهيرية ثم أضاف .تصنيفا آخر عام 1976 وهي الأحزاب ذات الهياكل الجامدة والأحزاب المرنة ، كما

¹ علي زغود، نظام الأحزاب السياسية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص35

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

اقترح عالم السياسة" جون شارلو "تصنيف ثلاثي جديد يأخذ بعين الاعتبار، ليس الإيديولوجية والتنظيم الظاهري للحزب، ولكن بالأخص أهداف الحزب وإستراتيجيته، ويميز هذا التصنيف بين أحزاب الأعيان، أحزاب المناضلين، أحزاب التجمع.

أحزاب الأعيان : تشبه أحزاب الأطر، تضم شخصيات بارزة ذات مكانة اجتماعية واقتصادية تتمتع بثروة تؤهلها لتمويل المعركة الانتخابية لمرشحي الحزب.

أحزاب المناضلين : تقوم بإعطاء اهتمام أكبر للمنتسبين في صفوفها، والذين يدفعون اشتراكا ويبدلون نشاطا لمصلحة الحزب، وهؤلاء المناضلين يمارسون تأثيرا كبيرا في نجاح الحزب واتخاذ قراراته.

أحزاب التجمع : تهتم بالناخبين الذين يناصرون الحزب في المعركة الانتخابية، فهذه الأحزاب . غير طبقية وتهدف إلى تعبئة الناخبين من أصل اجتماعي ومهني وعرقي مختلف¹. أما تصنيف الأحزاب السياسية العربية التي تعتمد على معايير إيديولوجية وشكل العضوية، وطبيعة القوى المؤيدة، ودرجة المؤسسية وأساليب العمل وهي:

أ- أحزاب الأشخاص : تدعو إلى التغيير المعتدل وتقبل المنافسة، يتم تجنيد قيادتها من أبناء الطبقة العليا من ملاك الأراضي الزراعية، كبار التجار، شعبيتها محدودة، قليلة الانتشار على مستوى الطبقة الوسطى، تعتمد على أسلوب الحوار والخطابة.

ب- أحزاب الكوادر : ظهرت لتعارض النظام القائم، اتسمت إيديولوجيته بالثورة، ورفضت المنافسة الحزبية، تجند نخبتها من المثقفين والموظفين.

ج- أحزاب الحركة الوطنية : ظهرت كرد فعل على الاحتلال، كان هدفها الاستقلال، انتشرت في الريف أكثر من الحضر، كان للشخصية الكاريزمية دورا هاما في إطارها.

¹ محمد السويدي، علم الاجتماع السياسي (ميدانه وقضاياها)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص 76

د- أحزاب النظام الحاكم : كونتها النظم العسكرية في عقدي الخمسينيات والستينيات عندما شعرت

بحاجتها إلى قاعدة شعبية منظمة، وبحكم نشأتها ارتبطت بالنظام وعارضت المنافسة الحزبية.

هـ- الحركات الدينية :ظهرت في العشرينيات لتكون أوائل التنظيمات ذات القاعدة الجماهيرية

العريضة، ثم انتشرت في السبعينيات، تدعو إيديولوجيتها إلى التغيير الثوري السريع، وتتصدى للنظام ولا تتحمس للمنافسة الحزبية¹.

4-وظائف وأدوار الأحزاب السياسية:

توجد بعض التمايزات والاختلافات في الوظائف التي تؤديها الأحزاب السياسية في بلدان العالم الثالث مقارنة بالوظائف التقليدية التي تؤديها الأحزاب في النظم الديمقراطية المستقرة في الغرب والتي تتمثل في تجميع المصالح والتعبير عنها والمشاركة في صنع القرارات والسياسات ومراقبة تنفيذها للحكم الراشد، وتجنيد الكوادر السياسية للمناصب الحكومية، وتنظيم العلاقة بينا لحاكم والمحكوم أو بين المجتمع والدولة، وتحقيق التوافق داخل المجتمع من خلال إشباع مطالبها لجماعات والتوفيق بينها والمساهمة في التنشئة السياسية، أما فيما يخص الوظائف الموكلة للأحزاب السياسية في دول العالم الثالث فهي كالتالي:

1- **تحاول تحقيق التكامل القومي** : في دول تعاني من الانقسامات على أسس عرقية ولغوية ودينية وطائفية و جهوية و اجتماعية و اقتصادية و ترتبط عملية التكامل القومي بهدف أكبر وهو بناء الأمة من ناحية، وبناء الدولة من ناحية ثانية، بحيث يتجه الولاء الأعلى للمواطنين للدولة وليس لأي كيانات أخرى دونها أو فوقها.

2- **وظيفة التعبئة السياسية** :إن هذه الوظيفة تبرز بصفة أساسية في نظم الحزب الواحد أو الحزب المسيطر وخاصة في القارة الإفريقية، فأحد الأدوار الأساسية للحزب تتمثل فيحشد المواطنين خلف النظام الحاكم أو بالأحرى خلق الزعامة السياسية التي تتربع على قمة الدول والحزب معا، ولقد استخدمت

¹ علي زغود، مرجع سبق ذكره ، ص271

الأحزاب أدوارا عديدة لتحقيق هذا الهدف من شأنه توسيع قاعدة التأييد السياسي للسلطة الحاكمة. التعبئة السياسية جوهرها تعظيم التأييد والمساندة الجماهيرية للزعيم تختلف عن المشاركة السياسية جوهرها مشاركة المواطنين عبر قنوات مختلفة فيصنع السياسات والقرارات ومراقبة عملية تنفيذها.

3- **وظيفة الضبط والسيطرة** : ففي عديد من دول العالم الثالث وبخاصة تلك التي أخذت بنظام الحزب الواحد أو الحزب المسيطر في فترات سابقة أو التي لا تزال تأخذ به حتى الآن، تحول الحزب تدريجيا إلى أداة تستخدمها الدولة أو بالأحرى القيادة السياسية لممارسة نوع من الضبط والسيطرة على المجتمع.

4- **وظيفة الوسيط بين الحكومة و المواطنين** : التي تعتبر أن الأحزاب كقنوات لتوزيع الموارد والمنافع على بعض الفئات أو الجماعات أو المناطق داخل الدولة.

5- **وظيفة المشاركة في صنع القرار والسياسات العامة ومراقبة تنفيذها** : إلا أنها تفاق شبهت أم على محدودية وهامشية دور الأحزاب كقنوات لصناعة القرارات ورسم السياسات العامة والبرامج.

6- **وظيفة إضفاء الشرعية** : إلا أن الحزب الواحد في عديد من الحالات مارس دوراها ما في تدعيم شرعية النظام السياسي من خلال ممارسة التعبئة السياسية للمواطنين والتأكيد على الصفة الكاريزمية للقائد السياسي حتى وان لم يكن يمثلها¹.

الوسائط التقنية للأحزاب السياسية :

نظراً لتطور المستحدثات الرقمية وإمكانياتها فان نظام الاتصال الرقمي قد تجاوز الكثير من الفروق والتباينات وأقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تنسم بها كل أشكال الاتصال الرقمي متمثلة في التفاعلية، والتنوع، و التكامل، و الفورية (الآنية)، حرية التعبير دون قيود، إذ وفرت الشبكة جوا افتراضيا لتواصل جميع البشر عبر وسائل متمثلة في شبكات للتواصل كان الهدف من إنشائها في البداية اجتماعيا.

¹ علي الدين هلال دسوقي، اتجاهات حديثة في علم السياسة، المجلس الأعلى للجامعات، القاهرة، 1999، ص184

5-1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية وتطورها :

التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة بواسطة وسائل الاتصال الرقمي التفاعلي يتم خلالها إرسال واستقبال المعلومات بين طرفين أو عدة أطراف، ويُعرّف "مرسي مشري" الشبكة الاجتماعية الرقمية بأنها: مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أشخاص أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة، كما تطلق على، الشبكات الاجتماعية الرقمية عدة تسميات منها : (الويب، 2.0) الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية؛ فالشبكة الاجتماعية هي بنية اجتماعية ديناميكية مشكّلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة بعضها ببعض بتفاعلات اجتماعية¹.

لتشترك هذه المواقع في الخصائص التالية :

- المشاركة : فهي تشجع على المساهمات و ردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و المتلقين .
- الانفتاح : معظم شبكات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، وتبادل التعليقات، ونادرا ما يوجد حواجز إمام الوصول إلى المحتوى، و الاستفادة منه لان حمايته بكلمة مرور أمر غير موجود نهائيا
- المحادثة : تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ بث المعلومات و نشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين

¹ عبد الكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنيين ، مجلة دراسات، العدد 1، 2013، ص ص 69-70

- التجمع : تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة و التواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية¹.

5-2- مواقع التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي :

- الاهتمام الشعبي بالوسيلة الالكترونية كوسيط تواصل يفتح المجال للأحزاب السياسية إستعمال هذه الوسائط من أجل إيصال أفكارها وتحقيق أهدافها المختلفة لما أدركت فعاليتها، محاولة وضع الثقة في شخصيات وطنية بعد أن كادت تفقدها كليا .
- الأنية التي تتسم بها مواقع التواصل الاجتماعي لسرعة تلقي المعلومة مصادر موثوقة بصور حية للأحزاب السياسية ترافقها وتضفي عليها المصداقية .
- أضحت وسيلة لا غنى عنها في عملية التسويق السياسي ، خاصة استعمالها من طرف الأحزاب السياسية في نشر أفكارهم وشخصياتهم وبرامجهم السياسية وتعبئة الرأي العام وقيادة الحملات الانتخابية.
- كسب الثقة الالكترونية من لدن المتلقين وتفاعلهم عبر الشبكات الاجتماعية لمكانتها التي اكتسبتها بجدارة من أصحاب الأحزاب السياسية عبر الصفحات الفيسبوكية منافسة بذلك السبق الإعلامي في الإعلام التقليدي والذي أضحي يستند إليها كمرجع حي .
- ساعدت السياسيين على تطوير حملاتهم الانتخابية بشكل مستمر بسبب التطورات التقنية الدائمة خلال فترات وجيزة وباستخدام التكنولوجيا الجديدة فيها وذلك لاطلاعهم على كل المعلومات و التطورات فور حدوثها ، و تعزيز الرسائل السياسية و صور السياسيين المرشحين و بالتالي تحسين الخطاب السياسي الالكتروني بين السياسيين و الناخبين و توثيق الصلة بينهم .

¹حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (منشورة)، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص 17

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

-زيادة الثقة في الوسائط الالكترونية قد يكون الطريق الأنسب للعيش في عالم افتراضي يفرض تأثيرات ايجابية على العالم الواقعي، بزوال الأحزاب السياسية على أرض الواقع وتتحول إلى صفحات شهيرة على شبكات التواصل الاجتماعي تناقش المواضيع السياسية و المجتمعية الهامة والأقل أهمية، قد تخلق برلمانا افتراضيا، ويصبح شكل الحكومة الالكترونية أسهل للتحقق¹.

الدور الفعال الذي تتكفل به مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها فيسبوك في صناعة الصورة السياسية كون الصورة تجسد عملية بناء لمعاني و رموز و ودلالات ضمنية يرغب المترشح في التأثير بها على مواقف الناخبين بدفعهم للاعتقاد بأنها فضاء أرحب لطموحاتهم مما سهل على المنظمات السياسية إعداد الاستراتيجيات الكفيلة بتوجيه الرأي العام وإقناعه و بالتالي كسب التأييد و التعاطف و من ثم أصواتهم،مساهمة بذلك في جعل أتباعهم منتجين لخطاب حملتهم².

المبحث الثالث : الأحزاب السياسية بالجزائر

اولا : نشأة وتطور الاحزاب السياسية في الجزائر:

1-نشأة الأحزاب السياسية في الجزائر

ظهرت بوادر الحزبية في الجزائر أثناء الاستعمار جراء الاضطهاد الممارس على الشعب الجزائري إذ تتجلى إجمالاً في الأسباب الرئيسية التالية :

- تاثير النضال السياسي

- بناء وحدة إيديولوجية وسياسية تضمن استمرار سير الثورة ومتابعتها لمهمتها

- الانغلاق السياسي الشديد والتضييق على الحريات

¹ عبد الكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنيين ، مجلة دراسات، العدد 1، 2013، ص ص 69-70
² عبد العزيز علي حسن ، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي و المشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر،مجلة دراسات ، العدد 1،2016 ، ص 232 .

- غياب المساواة بين الجزائريين و المستوطنين

- الوضع السياسي الفظيع الذي عايشه الشعب الجزائري في كثير من الأحيان إذ بات اشد تعقيدا

وتناقضا من قبل السياسة الاستعمارية الفرنسية .

إضافة إلى ذلك زيادة الاتصال الثقافي و انتشار الوعي الذي جاءت به حركات النهضة

الإصلاحية في العالم العربي عن طريق الصحف ،زيادة على احتكاك الجزائريين بأفكار الحرية و الديمقراطية

أثناء الحرب العالمية الأولى والثانية ، كل هذه الظروف مجتمعة كانت من الأسباب التي دعت النخبة

الجزائرية المثقفة إلى المطالبة بالاندماج ، المساواة ، والمجالات . كما كان القضاء على التفرقة العنصرية و

تكوين تيارات سياسية منظمة نشيطة تملك برامج سياسية¹.

لتبرز العديد من التيارات التي تمخضت عن النشاط السياسي أثناء الاستعمار الفرنسي تمثلت في

ثلاثة اتجاهات سياسية افرزها النضال السياسي هي التيار الإصلاحي الديني ، التيار الوطني الاستقلالي

،التيار الإصلاحي الإدماجي

1-التيار الاستقلالي :

ويضم حزب شمال إفريقيا ، ليكون فيما بعد تحت مسمى حزب الشعب وهو مغاير في تكوينه لما كان عليه

سابقا ،ثم أصبح يعرف بحركة الانتصار الحريات الديمقراطية ، عرف برغبته الفعلية في الدفاع عن القضية

الوطنية اذ قادته في الكثير من الأحيان للاصطدام مباشرة مع السلطات الاستعمارية .

2-التيار الديني :

في بادئ الأمر تمثل هذا التيار الإصلاحي في جمعية العلماء المسلمين إذ لم يكن حزبا سياسيا بل جمعية

فكرية ذات طابع ديني برئاسة الشيخ عبد الحميد بن باديس سنة 1931 ،غرضها الأساسي هو التمييز بين

الجنسية القومية و الجنسية السياسية ،مهدة بذلك الاستعمار الفرنسي في أسسه القيمة .

¹ ناجي عبد النور ، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية ، مديرية النشر لجامعة قالم ، الجزائر ، 2006، ص 57.

3- التيار الليبرالي الإدماجي :

وليد النخبة المثقفة المتشعبة بالثقافة الفرنسية يدافع عن فكرة إدماج الجزائر في فرنسا، اتسمت بتوجهاتها اللاتينية. إذ طالبوا بإحداث إصلاحات اجتماعية في إطار النظام الاستعماري وتحت سيادة السلطة الفرنسية، مما يسمح بالحصول على كامل العضوية في المجتمع الفرنسي وهذا ما يتعارض مع الثقافة العربية الإسلامية للمجتمع الجزائري¹.

2- تطور الأحزاب السياسية الجزائرية

أ- من الحرب العالمية الثانية إلى اندلاع الثورة التحريرية:

تعتبر الفترة الممتدة من الحرب العالمية الثانية إلى غاية اندلاع الثورة التحريرية من أغنى المراحل من حيث الإنتاج في الفكر السياسي، حيث تقدمت الأحزاب السياسية بمجموعة من المطالب السياسية، المبادئ الدستورية، الصيغ المؤسساتية والنصوص التي تندرج كلها في إطار تحقيق الوحدة الوطنية. قام التيار الإدماجي بقيادة فرحات عباس ببلورة مجهودات نشاطه السياسي في بيان أرسله إلى الحكومة الفرنسية في العاشر من فيفري عام 1943، تضمن المطالبة بإصلاحات سياسية من بينها²، و على اثر هذا البيان تأسست "حركة أصدقاء البيان و الحرية" في 14 مارس 1944، تلاها "الاتحاد الديمقراطي للبيان الجزائري" الذي أسسه فرحات عباس في افريل عام 1946، كما سجل في هذه الفترة عودة "جمعية العلماء المسلمين" برئاسة الشيخ عبد الحميد بن باديس، بالإضافة إلى "حزب حركة انتصار الحريات الديمقراطية" الذي أسسه مصالي الحاج في نوفمبر عام 1946 وهو صورة أخرى لحزب الشعب المحظور من طرف السلطات الفرنسية. لقد أجمعت كل هذه الأحزاب في مطالبها على حق المشاركة السياسية الجزائرية المستقلة من أي تدخل فرنسي و على اثر ذلك تم إنشاء "الجبهة الجزائرية للدفاع عن الحرية واحترامها" في جوان 1951 و الدافع من وراء هذا هو وضعية بالرغم من التباين الإيديولوجي، و تعدد الرؤى السياسية للصراع الجزائري

¹ محمد بو الضياف، الأحزاب السياسية و منظمات المجتمع المدني، دار المجدد للنشر و التوزيع، سطيف -الجزائر، 2010، ص 378

² ناجي عبد النور، مرجع سبق ذكره، ص65

الفرنسي ، تبنت الجبهة جملة من المطالب على رأسها : احترام حرية الانتخابات ، رفع الظلم بجميع أشكاله ، تحرير المعتقلين السياسيين و الإجراءات الاستثنائية وضع حد لتدخل الإدارة الفرنسية في شؤوننا الدينية الإسلامية....

ب - بعد الاستقلال و قبل دستور فيفري 1989

عرفت الجزائر بعد الاستقلال فترة من اللااستقرار السياسي طبعها التناقضات والخلافات الفكرية بين أحزاب الحركة الوطنية بعد انضوائها تحت جناح جبهة التحرير الوطني أثناء الثورة التحريرية ، آثرت هذه الأحزاب العودة إلى الساحة السياسية بمطالقاتها الفكرية التي عهدتها قبل الثورة ، لكن سرعان ما حسم الأمر لصالح إقامة نظام حزبي أحادي ، إذ نص القانون الداخلي للمجلس الوطني التأسيسي الذي انعقد في 20 نوفمبر 1962 الذي يعتبر كنص دستوري مرجعي على أحادية الحزب ووحدته ومنع أي تنظيم جماهيري بالدخول في لجان المجلس. انطلاقا من أن النواب ليسوا بحاجة إلى سماع التنظيمات الجماهيرية لأنها منبثقة من نفس الحزب المتمثل في حزب جبهة التحرير الوطني الحزب الوحيد و المعترف به دستوريا ، فمرسوم 14 أوت 1963 نص على " : ممنوع وجود على كامل التراب الوطني أي تشكيلة أو تجمع ذو طابع سياسي . " كما أن ميثاق الجزائر لعام 1964 اعتبر مبدأ الحزب الواحد قرارا تاريخيا لكونه... " يستجيب للإرادة العميقة للجماهير الكادحة في المحافظة على مكاسب حرب التحرير وضمان مواصلة الثورة... نص أيضا دستور 1976 في مادته (94) على " : يقوم النظام التأسيسي الجزائري على مبدأ الحزب الواحد ، 135 " . ميثاق الذي تضمنه عام 1976 ، و دعمه ميثاق عام 1986 ، فالنظام الجزائري المقام بعد الاستقلال تجاهل قضية الاختلافات السياسية و الفكرية ، و حصرها في حزب واحد ، مما شجع على ظهور معارضة سياسية أجبرتها الأوضاع على العمل السري مثل حزب الجبهة الذي تأسس في 29 سبتمبر عام 1963 ، و الحزب الثوري الاشتراكي الذي أسسه السيد محمد بوضياف الذي طالب بحل الجبهة وفتح المجال للتعددية الحزبية و نجد أيضا الحزب الشيوعي من بين المطالب التي نادى بها هذه الأحزاب المعارضة:

• وضع حد للأحادية الحزبية.

• فتح مجال لحرية الرأي و التعبير .

• تمكين الشعب من تقرير أموره بكل سيادة و حرية¹.

ج - بعد دستور فيفري 1989 :

إن التطرق للأحزاب السياسية الجزائرية بعد دستور فيفري 1989 لا يعني التركيز على ذكر الأحزاب الجديدة إنما التعرض أيضا إلى الأحزاب التي سبقت ظهوره واستمرت من خلال العمل السري أو العمل من الخارج ، بالرغم من أهميتها كلها إلا انه سيتم التركيز في دراستنا هذه على حزب واحد هو: حزب جبهة التحرير الوطني ، لكن قبل ذلك يجب أن نتطرق إلى الأحزاب السياسية التي رافقت عملية الانتقال والتحول السياسي التي عرفت الجزائر من نظام الأحادية الحزبية إلى نظام التعددية الحزبية. عرفت الجزائر قبل دستور فيفري اضطرابات سياسية واجتماعية و اقتصادية ، كانت ورائها أسباب عديدة منها 2: سياسة التقشف التي انتهجتها الحكومة نتيجة لانخفاض سعر البترول ، إلى جانب تدني القدرة الشرائية للمواطن ، تجميد الأجور طيلة أربع سنوات فضلا عن ارتفاع نسبة البطالة ، و توقف الإنتاج الصناعي ...اذ وصل عجزها إلى ما يقارب 110 مليار دج ، إضافة إلى ارتفاع ديون الجزائر من مليار دولار سنة 1970 إلى 19 مليار دولار سنة 1988³. ولم تكن السلطة السياسية لتخفي هذه الوضعية ، و المشاكل التي يتخبط فيها المجتمع ، فقد حاولت في إطار النظام الاشتراكي معالجة الأوضاع، غير أن تسارع الأحداث والمواقف التي تشجب المحافظة على الأوضاع و التمسك بالشعارات أدت إلى انفجار الأوضاع و ظهور أحداث أكتوبر التي رجحت كفة الاتجاه الإصلاحية ومبعده بذلك التيار المحافظ نهائيا من الساحة السياسية. بتاريخ 24 أكتوبر عام 1988 أصدرت رئاسة الجمهورية بيانا يحدد العناصر الرئيسية للجانب الثاني من مشروع الإصلاحات السياسية ، و منذ صدور هذا البيان بدأت تظهر شعارات رسمية جديدة في الجزائر منها" من اجل المس ذلك تقبل

¹ فضلون امال ،مرجع سبق ذكره ، ص 103

² سعيد بوشعير : النظام السياسي الجزائري ، ط 1 ، دار الهدى عين مليلة ، الجزائر ، 1993 ، ص179

³ مرجع نفسه، ص ص 179-180

والديمقراطية. فأحداث أكتوبر أبرزت ضرورة التعجيل في المسار الديمقراطي الواسع ، الذي شرع فيه و الذي ينبغي أن يؤدي إلى المصالحة بين الجزائريين كل الجزائريين مع مؤسساتهم ، وتحريهم من كل أنواع الكبت و عندعرض مشروع القانون الأساسي نالت اللوائح موافقة الأغلبية الحاضرة في المؤتمر و وضع حد لنظام الأحادية الحزبية ، و اقر مبدأ التعددية السياسية تمهيدا للانتقال إلى التعددية الحزبية التي كرسها دستور 1989 بموجب المادة 40 منه الذي تلاه إقرار مبدأ التعددية الإعلامية¹.

1- حزب جبهة التحرير الوطني : النشأة و التطور

أولا : نشأة حزب جبهة التحرير الوطني

التيار الوطني:

ينتظم هذا التيار أساسا حول الحزب الواحد سابقا، ويحاول اعتماد المشروعية التاريخية والعودة إلى مبادئ ثورة نوفمبر 1954 ، وتدعو أحزابها إلى احترام مبادئ الديمقراطية وتجسيدها عمليا، كما تركز في برامجها وخطاباتها وتصريحات زعمائها على الطابع الوطني. يضم " حزب جبهة التحرير الوطني " كحزب استطاع أن يستمر بعد نهاية الأحادية، وأن يدخل المعترك السياسي ليشغل حيزا مهما من الحياة السياسية، وأن يدعم بقائه كأهم قوة سياسية للنظام.

نشأة حزب جبهة التحرير الوطني:

يعد الفاتح من نوفمبر عام 1954 يوم ميلاد حزب جبهة التحرير الوطني مع نشر بيان الفاتح من نوفمبر عام 1954 الذي دعا إلى إقامة الدولة الجزائرية الديمقراطية الاجتماعية ذات السيادة في إطار المبادئ الإسلامية² ، هذا الحزب دعا كل أعضاء الأحزاب السياسية المتواجدة في ذلك الوقت إلى الانضمام تحت لوائه ، لكن بصورة فردية من أجل استقلال الجزائر و استرجاع السيادة الوطنية ، حيث قاد الوطني المقاومة المسلحة بفرعيها العسكري و السياسي وفي سنة 1958 أسس الحزب الحكومة المؤقتة التي تفاوضت

¹ فضلون امال ،مرجع سبق ذكره ،ص 105

² إسماعيل قيرة و آخرون : مستقبل الديمقراطية في الجزائر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2002 ،ص156

مع الحكومة الفرنسية في عام 1962 على اتفاقيات إيفيان وتسلم السلطة منذ الاستقلال في 1962 وبقي الحزب الواحد الحاكم حتى الإعلان عن التعددية الحزبية بموجب دستور 1989 ، وبذلك فإن الحزب هو امتداد للجبهة التي خاضت الثورة ضد الاستعمار الفرنسي، كما يمثل هذا الحزب المقاومة المتعددة الأوجه التي خاضها الشعب الجزائري ضد الإستعمار، ويعتبر الاستقلال من أهم منجزاته. لكون "جبهة التحرير الوطني" الحزب الوحيد في البلاد حتى 1989 ، فقد ضم في صفوفه مختلف التوجهات السياسية والإيديولوجية الشيء الذي أدى إلى بروز خلافات وانقسامات انتهت إلى استقالة العديد من الشخصيات المؤسسة له وظهور أحزاب سياسية معارضة مؤسسوها هم من قيادي الجبهة السابقين.

يعتبر حزب جبهة التحرير الوطني حزبا وسطيا ليس في أقصى اليمين ولا أقصى اليسار، يتبنى مبادئ وطنية مثل الوحدة الوطنية والتفاهم والسلام، المقاومة الجزائرية مرتكزه المرجعي .

2- التطور التنظيمي و السياسي لحزب جبهة التحرير الوطني :

بعد الاستقلال أخذ حزب جبهة التحرير الوطني السلطة باسم الشرعية التاريخية التي تعطيه الأسبقية المطلقة و الحصرية أمام سواه من التنظيمات السياسية الأخرى و لم ينازعه فيها سوى الجيش الوطني الشعبي¹ شهدت الفترة الأولى من حكم الحزب الواحد 1963-1964 سيطرة كاملة . لجأ إلى مبدأ سيادة الحزب الواحد ، لكن في 19 جوان 1965 تدخل الجيش على تصحيح الأوضاع داخل الحزب و العمل على تحويله إلى حزب ديناميكي ، و من أهم الإصلاحات التي تمت في هذه الفترة هي تحويل المكتب السياسي إلى الأمانة التنفيذية² التي شرعت في وضع برنامج إصلاحي شامل لحزب جبهة التحرير تحت شعار العودة إلى المصادر التي كرسها الثورة المسلحة في الماضي . وبعد عقد المؤتمر الاستثنائي في نهاية جانفي 1979 عرف الحزب عدة إصلاحات سياسية وتنظيمية اذ عرف إصلاحات هيكلية أدت إلى تقوية مكانته في النظام السياسي استعاد الحزب أهميته ، كونه أصبح يملك و لأول مرة جهازا تنظيميا وسياسيا

¹ إسماعيل فيرة و آخرون ، مرجع سبق ذكره، ص156

² مرجع نفسه، ص158

الفصل الثاني: الخطاب السياسي والأحزاب السياسية

مكتمل الأركان ، لكن رغم ذلك فقد عانى الحزب من بعض القصور، وظهرت على الساحة السياسية بوادر الصراع داخل الهياكل الحزبية القاعدية ، اتسمت بسيطرة البيروقراطية ، و لم يستطع الحزب فرض نفسه كقوة مسيرة للمجتمع الجزائري ترتب عنه فقدان الثقة في الحزب و F مسيريه 1، 146 ل لكن لم يعد حزب جبهة التحرير الوطني إلى ارتقاء مكانته المهمة في الساحة السياسية الجزائرية، إلا في الانتخابات التشريعية التي جرت في 2002 أين حصل على 199 مقعد من أصل 380 مقعد أي بنسبة 34 % ، في سنة 2005 عقد حزب جبهة التحرير الوطني مؤتمره الخامس حيث تم تعيين الرئيس عبد العزيز بوتفليقة كرئيس للحزب ، وعبد العزيز بلخادم كأمين عام للحزب الذي عين فيما بعد رئيسا F للحكومة في 24 ماي 2006 من طرف رئيس الدولة اذ ظل عبد العزيز بوتفليقة برئاسة الحزب لغاية يومنا هذا.

¹ نفسه، ص 157



الفصل الثالث

السميولوجيا والخطاب الاعلامي



المبحث الاول: المنطلقات السيميائية في الدراسات الغربية

منطلقات السميولوجيا في الدراسات الغربية:

فرض العالم السويسري فيرديناند دي سوسر (F . du saussure) منطلقاته التفسيرية في مجال السيمياء كمرحلة فاصلة يمكن الركون إليها حتى عند التقديم للتأريخ المتعلق بالقراءة التفكيكية لكل اللغوي في الرسائل الاتصالية ووجه الأنظار إلى مدارك و أفكار جديدة حول المعرفة اللغوية لهذه المدارك و الأفكار التي جاء بها كانت الأرضية الحقيقية التي انطلقت منها الدراسات النقدية الحديثة بدءا بالبنوية وصولا إلى الأسلوبية و السيميائية و التفكيك ,كانت أفكار العالم السويسري الشهير سوسير هي المنطلق لهذه التوجهات ،لان مبادئه التي أملاها على تلاميذه في الدراسات اللغوية في جنيف كانت تمثل البداية المنهجية للفكر البنيوي¹ . هذا الفكر البنيوي الذي سيكون بدوره الأرضية الثانية التي ستنتقل منها المناهج اللاحقة له ،أو ما اصطلح عليها بمناهج ما بعد البنوية ،ولعل أول قضية يمكن طرحها في مجال السيمياء هي قضية المصطلحات و التسميات التي يتناولها الدارسون في حقل السيمياء ،ولقد أشار قريماس (GREMACE)²،عندما قرر أن مصطلح السميولوجيا يحمل المعنى نفسه الذي يأخذه مصطلح السيميوطيقا منبها على أن الأمر لا يتعلق بشيئين مختلفين ,كما يتوهم البعض ,فهذا عنده توهم خاطئ لا أصل له .

السميولوجيا : باعتباره تقليدا أثره سوسير (F . du saussure) واتبعه في ذلك المتحدثون باللغة الفرنسية.

¹هارون منصر، صورة المسلم في الصحافة الغربية (دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من صحيفتي USA TO DAY وLE MOND)، (غير منشورة)مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر ،2016، ص195

² صلاح فضل ،مناهج النقد المعاصر، إفريقيا الشرق ،لدار البيضاء ،لمغرب، دط ،2002، ص96

³ هارون منصر ، مرجع سبق ذكره،ص196.

السيميوطيقا : بوصفه اختيارا أرساه المنطقي الأمريكي "شارل ساندرس بيرس (S.PEARCE Ch.) ، اتبعه فيه المتحدثون باللغة الانجليزية ومن نحا نحوهم من الدارسين العرب و غيرهم.

السيمياء : بوصفه اختيارا آثره بعض الدارسين العرب خاصة المغاربة منهم مستنديين في ذلك على التراث العربي بما فيه بدائل لغوية لهذا المصطلح³.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه وجهة الفريق الثالث، لأصالته المعمقة في التراث العربي فقد كان للعرب المسلمين نصيب الأسد منها، فهي دالة في عمومها على فكرة واحدة هي "العلامة"

إن تعدد مصطلحات السيميائية من باحث إلى آخر لا ينفي حقيقة كون هذه المصطلحات بوصفها إشارة تدل على أكثر من معنى .وهي كذلك تتفق على النظر إلى أنظمة العلامات بوصفها أنظمة رامزة ودالة وهو نظر قديم في الحضارات كلها تقريبا ،الصينية واليونانية والرومانية والعربية .وإن بقي أكثر ذلك النظر أسير التجارب الذاتية وبعيدا عن الموضوعية .حتى جاء القرن العشرين حين تمكن العلماء من إبراز النظريات وتأطيرها وتحديد الاتجاهات المتباينة بحيث تعد الدراسة السيميائية ثمرة من ثمار القرن العشرين .فقد ظهر الشكل الواضح المعالم مع اللغوي دي سوسير

ومعاصره تشارلز سندر بيرس ، ففي بداية القرن الماضي بشر عالم اللسانيات فرديناند دي سوسير F.du.esaussure (1857-1913) بميلاد علم جديد أطلق عليه اسم السميولوجيا¹، وفي نفس الفترة التاريخية تقريبا، كان الفيلسوف "شارل ساندرس بيرس" (1839-1914) في الضفة الأخرى من المحيط الأطلسي وفي أمريكا بالضبط يدعو الناس إلى تبني رؤية جديدة في التعاطي مع الشأن الإنساني وقد أطلق على هذه الرؤية اسم السيميوطيقا، ويرى "أمبيرتو إيكو" أن تاريخ السميولوجيا يعود إلى بداية الميلاد إلى ألفي سنة مضت وأن الرواقيين (Stoiciens) هم أول من قال بأن العلامة "Singe" إلا مدلولاً

¹ سعيد بنكراد، "السيميات مفاهيمها وتطبيقاتها"، مجلة علامات، العدد 16، 2003، ص 77.

Signifiants Signifie، وأن السيمياء المعاصرة ارتكزت في فلسفتها وبعدها الفكري على اكتشافات الرواقين، وظهر السميولوجيا بالشكل الجديد أشاع عند المفكرين حالة وعي معرفي جديد فقد تبنت نتائجها النظرية والتطبيقية علوم كثيرة كالانثروبولوجيا والتحليل النفسي والتاريخ وكل ما له صلة بالأدب والفنون البصرية حيث ساهمت في تحديد الوعي النقدي من خلال إعادة النظر إلى طريقة التعاطي في قضايا المعنى وعلى الرغم من المكانة التي تبوأتها السميولوجيا فإنها لا تتفرد بموضوع خاص بها، فهي تهتم بكل ما ينتمي إلى التجربة الإنسانية العادية شريطة أن تكون هذه الموضوعات جزءا من سيرورة دلالية¹.

ونجد من بين الدارسين الآخرين الذين أكدوا بدوره على أصالة التفكير العلامي وتجذره عند مختلف الشعوب القديمة الباحث جان ماري شافير (J.M.chaver)، الذي يرى ان ما وصلنا من تصورات وتاملات حول الظاهرة اللسانية تضمنت العديد من المفاهيم الدلالية، ومن اهم المحطات السيميائية التي تحدث عنها جان ماري اثناء حديثه عن تاريخ هذا العلم في النقاط التالية :

- جهود كل من افلاطون وارسطو في هذا المجال
- جهود السفسطائيين
- جهود القديس اوغستان، خاصة فيما يخص تفريقه بين العلامات الطبيعية و التواصلية، وتمييزه بين وظيفة العلامات عند الحيوانات و البشر .
- جهود الفيلسوف الاسباني جوناسي بوانسوت (p.jonnassé) خلصة فيما جاء في كتاب فن المنطق، الذي ميز فيه بين التمثيل و المعنى .
- إسهام جان لوك الذي يقترح مصطلح العلاماتية أو السيميائية بوصفه معرفة بالعلامات .

¹ عبد الله ثاني قدور، تشكيل رسوم الأطفال وإشكالية سميولوجيا الاتصال في الفن التشكيلي المعاصر، ط1، دار الغرب، الجزائر، 1996، ص5

- جهود بيرس كمحطة أخيرة تشكلت معها معالم هذا العلم بوضوح أكبر¹.

ويبدو أن الدارسين العرب المعاصرين يتعاملون مع السيميائيات باعتبارها منهاجاً يساعد على النصوص والأنساق العلامية وتأويلها. ومن الدارسين الذين يعتبرون السيميائيات منهاجاً نجد الدكتور عبد الرحمن بوعلي الذي يقول في تقديمه لأحد كتب دولودال (G. Deledalle) التي ترجمها إلى العربية: "تحلّل السيميوطيقاً أو السميولوجياً، مكانة هامة ضمن المناهج النقدية. ولئن كان البعض يعتبرها مجرد موضة من الموضات، فإن هذا الوصف لم ينقص من قيمتها كمنهج علمي وإجرائي في الدراسات الأدبية وتحليل النصوص الأدبية بالدرجة الأولى، بل ولم يزد المشتغلين بها إلا مقاومة لكل نزعة تبسيطية. ولذلك فهي في الاعتبار الصحيح منهج لا يمكن التقليل من أهميته أو التقليل مما يمكن أن يفتحه من سبل وآفاق جديدة تثير مجاهل التعبير الأدبي والفني... الخ"². إن السميولوجيا تدرس العلامات وأنساقها، سواء كانت هذه العلامات لسانية أم غير لسانية. يقول لويس برييطو (Luis J. Prieto) إن السميولوجيا هي "العلم الذي يبحث في أنظمة العلامات أيّاً كان مصدرها لغوياً أم سنّياً أم مؤشرياً"³.

إن للعلامات أهمية كبرى، تتجلى في كونها تحقق التواصل بين الناس في المجتمع. يقول كولن شيرري (Colin Cherry): "لا يوجد تواصل بدون نسق مكوّن من دلائل"، ذلك بأن التواصل الإنساني -في جوهره- إنما هو "تبادل الدلائل (أو العلامات) بين بني البشر" كما يقول السيميائي الإيطالي روسي-لاندي (F. Rossi-Landi) في كتابه (Linguistics and Economics).

مجالات السميولوجيا : يتضح من مفهوم السيميائيات أنها جميعها تتضمن مصطلح "العلامة" (Le signe). وهذا مؤشر واضح على أن العلامات وأنساقها هي الموضوع الرئيس للسيميائيات. وهذا ما أكده جون دوبوا حين قال: "السميولوجيا ولدت انطلاقاً من مشروع دي سوسير. وموضوعها هو دراسة حياة

¹ هارون منصر، مرجع سبق ذكره، ص 198

² جيرار دولودال، السيميائيات أو نظرية العلامات، ترجمة: د. عبد الرحمن بوعلي، ط 1، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، (2000)، ص 21

³ هارون منصر، مرجع سبق ذكره، ص 199

العلامات في كنف المجتمع". وقد بينت جوليا كريستيفا (Julia Kristeva) موضوع السيميائيات حين قالت: "إن دراسة الأنظمة الشفوية وغير الشفوية -ومن ضمنها اللغات بما هي أنظمة أو علامات تتمفصل داخل تركيب الاختلافات- هي ما يشكل موضوع علم أخذ يتكون، ويتعلق الأمر بالسيميوطيقا"¹. ومن هنا يدرك موضوع السيميائيات، إذ تهتم بالعلامة من حيث كنهها وطبيعتها، وتسعى إلى الكشف عن القوانين المادية والنفسية التي تحكمها، وتتيح إمكانية تمفصلها داخل التركيب².

إن العلامة (أو الدليل) عند سوسير كيان سيكولوجي مجرد قوائمه عنصران متلازمان (دال ومدلول). يقول: "العلامة اللسانية وحدة نفسية ذات وجهين... وهذان العنصران مرتبطان ارتباطا وثيقا، ويتطلب أحدهما الآخر... ونطلق على التأليف بين التصور (Concept) والصورة السمعية (Image acoustique) العلامة. ونقترح الاحتفاظ بكلمة "علامة" (Signe) لتعيين المجموع، وتعويض التصور "بالمدلول" (Signifié) والصورة السمعية "بالدال"³ ("Signifiant). ويقصد سوسير بالدال (أو الصورة السمعية) الانطباع النفسي للصوت، في حين يقصد بالمدلول (أو التصور) التمثيل الذهني للشيء. ويرى سوسير أن العلاقة بين وجهي العلامة لا تقوم على المشابهة والمناسبة، بل تقوم على الاعتبار. ومن هنا، فإن مفهوم العلامة عند سوسير مفهوم ضيق، لأنه يجعل علاقة الدال بالمدلول اعتباطية (Arbitraire)، مستثنيا من ذلك ما كان رمزا (Symbole) أو إشارة (Signal). ثم إن سوسير أهمل علاقة العلامة بالواقع، وأوضح أن قيمة العلامة إنما تكمن في علاقتها بما يجاورها من العلامات الأخرى. ويعرف أمبيرطو إيكو (Umberto Eco) العلامة بأنها "حركة (geste) تستهدف تحقيق التواصل، ونقل معنى خاص أو حالة شعورية لبات إلى مستقبل⁴. ويميز إيكو في كتابه "نظرية السيميوطيقا" بين الدلائل الطبيعية والدلائل غير القصدية... الخ. وتناول بيرس العلامة في سياق منطقي دقيق يعتمد كثرة التفريعات والتقسيمات. مما يجعل فهم مفهومه

¹هارون منصر، مرجع سابق، ص 200

² محمد إقبال عروي، السيميائيات وتحليلها لظاهرة الترادف في اللغة والتفسير، مجلة "عالم الفكر"، العدد 3، الكويت، 1996، ص 191.

³هارون منصر، مرجع سبق ذكره، ص 202

⁴هارون منصر، مرجع سبق ذكره، ص 203

للعلامة أمراً صعباً. وإذا كانت العلامة عند سوسير ثنائية الطابع، فإنها من وجهة نظر بيرس "علاقة ثلاثية بين ثلاث علامات فرعية تنتمي على التوالي إلى الأبعاد الثلاثة للممثل والموضوع والمؤول. ويرى تودوروف ودوكرو في هذا السياق أن "الرقم ثلاثة" يلعب دوراً أساسياً في سيميوطيقا بيرس، مثل الرقم "اثنان" في سيميولوجيا سوسير تماماً. إن مفهوم العلامة في سيميوطيقا بيرس متسع، بحيث يشمل -إلى جانب العلامات اللسانية- العلامات غير اللسانية.

تهتم السيميائيات بدراسة الأنساق الدلالية؛ أي مجموع العلامات التي تتسج فيما بينها شبكة من العلاقات الاختلافية والتعارضية حتى تضطلع بتأدية وظائف دلالية متميزة بين مرسل ومتلق. ويقسم روسي -لاندي هذه الأنساق إلى قسمين كبيرين، هما :

(أ) **أنساق دلالية طبيعية**: وهي تلك الأنساق التي توجد في الطبيعة. وتتسم بكونها غير مؤسسية، إلا أن الإنسان وظفها داخل مملكة العلامات؛ أي إنه أسند إليها دلالات مخصوصة.

(ب) **أنساق دلالية اجتماعية**: وهي تلك التي تمتاز بكونها مؤسسية؛ أي قائمة على نوع من المواضعة الاجتماعية، لأنها من نتاج عمل الإنسان. وقد قسمها روسي -لاندي إلى صنفين، هما :

(ت) **أنساق دلالية اجتماعية لفظية**: ويعرفها الرجل بأنها "تلك الأنساق التي لها لغات ولها خصوصياتها المتنوعة وإعدادات مثل الأنواع السننية. وتقوم هذه الأنواع السننية على التمييزات التي يحدثها الإنسان في مادة الصوت".

(ث) **أنساق دلالية اجتماعية غير لفظية**: ويعرفها بقوله: "تلك الأنساق التي لا تستعمل أنواعاً سننية قائمة على أصوات متلفظ بها، ولكنها تستعمل أنواعاً سننية قائمة على أنماط أخرى من الأشياء"¹.

¹مبارك دروس في السيميائيات، ط 1، دار توبقال للنشر البيضاء، 1987، ص 34

اذ نجد الشيء نفسه عند برنارد توسان (Bernard Toussaint) التي قسمت السميولوجيا إلى لسانية

وغير لسانية... وبصورة أجلى، فإن العلامات نوعان، هما :

أ- العلامات اللسانية (أو اللفظية): ويقصد بها الكلام المنطوق وعلامات الكتابة أو الحروف (Graphèmes) بأي لغة كانت.

ب- العلامات غير اللسانية (أو غير اللفظية): وهي التي تقوم على أنواع سننية أخرى غير الأصوات والحروف. ويمكن أن نقسمها إلى علامات عضوية مرتبطة بجسم الإنسان (مثل: حركات الجسم وأوضاع الجسد والعلامات الشمية والسمعية والذوقية...)، وعلامات أداتية (Instrumentales) تحيل على أشياء خارجة عن العضوية الإنسانية (مثل: الملابس والموسيقى وإشارات المرور...)¹.

مبادئ السيميائية :

تبحث السيميائية عن المعنى، من خلال بنية الاختلاف ولغة الشكل والبنى الدالة. وهي لذلك لا تهتم بالنص ولا بمن قاله، وإنما تحاول الإجابة عن تساؤل وحيد هو كيف قال النص ما قاله ؟ ومن أجل ذلك يفكك النص ويعاد تركيبه من جديد لتحديد ثوابته البنيوية

وهذا العمل يقوم على المبادئ التالية :

أ- التحليل المحايد : الذي يبحث عما يكون الدلالة من شروط داخلية وإبعاد كل ما يعد خارجيا. أي البحث عن العلاقات الرابطة بين العناصر التي تنتج المعنى .

¹فريد امعضوش، المنهج السيميائي، www.ouldbostamimohamed.nireblog.com

ب- التحليل البنوي : لإدراك المعنى لا بد من وجود نظام من العلاقات تربط بين عناصر النص ،ولذا فإن الاهتمام يجب أن يوجه إلى ما كان داخلا في نظام الاختلاف الذي يسمى شكل المضمون وهو التحليل البنوي .

ت- تحليل الخطاب : عن طريق رصد يعد الخطاب في مقدمة اهتمامات التحليل السيميائي الذي يهتم بالقدرة الخطابية وهي القدرة على بناء نظام لإنتاج الأقوال .على عكس اللسانيات البنوية التي تهتم بالجملة¹ .

أصول السيمياء :

لم تظهر ملامحها المنهجية إلا مع بداية القرن العشرين". وقد كانت "نشأتها مزدوجة؛ نشأة أوروبية مع دي سوسير، ونشأة أمريكية مع بيرس".

إذ يرى بعض الدارسين أن السيميائيات قد انطلقت مع سوسير الذي تنبأ في محاضراته بولادة علم جديد يعنى بدراسة العلامات. يقول الدكتور محمد السرغيني: "لقد رأيت السميولوجيا النور على يد سوسير الذي اعتبرها علما أرحب دلالَةً من علم الألسنية..."²

وقد أشار دوسوسير -بالفعل- في أحد دروسه إلى إمكان قيام علم جديد يعالج حياة العلامات في كنف المجتمع. يقول : "يمكننا أن نتصور علما يدرس حياة العلامات داخل الحياة الاجتماعية، علما سيشكل فرعا من علم النفس الاجتماعي، ومن ثم فرعا من علم النفس العام. وسوف نطلق على هذا العلم اسم "سميولوجيا" (من الكلمة الإغريقية "Semeïon" بمعنى "العلامة"). ومن شأن هذا العلم أن يُطَلِّعنا على وظيفة هذه العلامات، وعلى القوانين التي تحكمها. ومادام هذا العلم لم يوجد بعد، فلا نستطيع أن نتكهن بمستقبله. إلا أن له الحق في الوجود، وموقعه محدد سلفا"³. وهذا ما جعل باحثين عديدين يؤكدون سبق سيميوطيقا بيرس على سميولوجيا سوسير. يقول جيرار دولودال : "وباعتباره منقبا في مجالات عديدة، لم

¹ جميل حمداوي، مدخل الى المنهج السيميائي، <http://www.arabicnadwah.com/articles/madkhal-hamdaui.ht>

² محمد السرغيني ، محاضرات في السميولوجيا، ط 1 دار الثقافة البيضاء ، 1987، ص 68

³ فريد امعضوش ، مرجع سبق ذكره ، ص 51

ينقطع بيرس طوال حياته عن تكوين نظرية حول العلامات، حتى وهو يهتم بموضوعات أخرى. لقد وضع أولى صياغاتها في عامي 1867 و 1868، ثم طور المظهر "الذرائعي" في عامي 1877 و 1878، ثم أعطى لهذا المظهر قاعدة منطقية ما بين عامي 1880 و 1885، ثم أعاد النظر بعد ذلك في تلك الصياغة بناء على هذه القاعدة من عام 1894 إلى آخر حياته. أما سيوسير، فلم يشر إلى هذا الموضوع؛ موضوع العلامة إلا في الدرس الثاني من دروس علم اللغة العام عامي 1908 و 1909. ورغم أن الفكرة كانت سابقة على ذلك التاريخ، ويمكن القول قبل عام 1901، إذا أخذنا برأي أدريان نافيل (Adrien Naville). ومن ثم، فإن سبق سيميوطيقا بيرس على سميولوجيا سيوسير شيء لا يُناقش". ويقول في موضع آخر مشيراً إلى احتمال تأثر سيوسير ببيرس: "من الممكن جداً، بل ومن السهل أيضاً، أن نجد في سميولوجيا سيوسير بعض المفاهيم الأساسية المرتبطة بسيميولوجيا بيرس، هذا بالرغم من اختلاف سياقي السميولوجيا السوسيرية والسيميوطيقا البيرسية"¹.

إن دي سيوسير كما نرى قد تصور وجود هذا العلم وبين اشتقاقه وأصله، كما حدد موضوعه، و نادى بحقه في الوجود ووصف علاقة هذا العلم الآتي الذي لم يكن قد ولد بعد، بكل من العلم النفس الذي هو الأصل الذي ينتمي إليه العلم المبشر به، وبين علم اللسان الذي سيكون جزء منه . كما بين وظيفته وأهميته في بيان مدلولات الإشارات ومعرفة قوانينها التي تحكمها . وهكذا فقد تطورت السيميائية في القرن العشرين وأصبحت حقلاً معرفياً مستقلاً ، قرب المجالات المعرفية التي كانت متباعدة ومعزول بعضها عن بعضها وأعاد تماسكها .وقد حاولت بعض الأقلام الحديثة العودة بمفهوم السيميائية إلي الأصل الذي انبثقت عنه ومن هؤلاء. ولكن هذه المحاولات لم تفلح لأن مصطلح السيميائية كان قد اكتسب دلالة جديدة جعلته يخرج من سياق الكيميائية إلي سياق اللسانيات . فأصبحت

¹ جيرار دولودال، السيميائيات أو نظرية العلامات ، مرجع سبق ذكره، ص73

بذلك نشاطا فكريا يسعى إلى تعزيز مقولاته تعزيزا ألسنيا وإلى إنتاج معرفة جمالية تتخذ من الدرس اللساني دعامة¹.

عرف العرب هذا العلم ومارسوه في حياتهم، وذلك قبل أن تقعد له القواعد وتوضع له الأصول. ومن ذلك قول أبي بكر رضي الله عنه للصحابة رضوان الله عليهم، حين عهد لعمر بالخلافة: " فكلكم ورم أنفه² " أي اغتاط وذلك يعد لغة إشارية تحكي الواقع بصدق ويقين .

وفي مجال الدراسات العلمية الجادة قدم الجاحظ دليلا باهرا على عبقريته المشهود بها .وهو يرفد الدراسات العلمية ببحث سيميائي مميز تلخص ملامحه فيما يلي :

1- تعريفه البيان بأنه: " اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى . أي كل ما أوصل السامع إلى المعنى المراد، .يستوي في ذلك كل أجناس الأدلة، فبأي شيء بلغت الأفهام ووضحت المعنى فذلك هو البيان في ذلك الموضع " .

2- تعداده العلامات والإشارات التي تدل على المعنى وهي خمسة أشياء :اللفظ والإشارة والعقد والخط والحال.

3- تفصيله الإشارات الناقلة للمعاني وشرحه لكيفيتها، وتطورها، وتحديدته للمواقف الاجتماعية التي تستدعي التعبير بالإشارة كالرغبة في ستر بعض الأمور وإخفائها عن الحاضرين .

كذلك نجد ابن قتيبة قد أورد في كتاب : العلم والبيان الوسائل غير اللفظية وهي الاستدلال بالعين، والإشارة والنسبة) وقد بلغت السيميائية عندهم حدا من الرقي سمح لها بأن تجعل لكل موقف الإشارات التي تخصه

¹ فريد امعضوش، مرجع سبق ذكره، ص 48

² ابن الأثير ، النهاية في غريب الحديث والأثر ، تحقيق: طه أحمد الزاوي ومحمود ومحمد الطناجي ، المكتبة العلمية ، بيروت ، ص 76

مما يقوم مقام اللفظ. ومن ذلك مواقف العشق والغرام لها علاماتها التي "لهج بها الشعراء والأدباء وتناولها الناس¹.

وبالرغم من غموض بعض ما جاء في هذه النصوص، إلا أنه يكفينا منها أنها دليل ساطع على زيادة علماء العربية - قبل دي سوسير بقرون طويلة - وتفصيلهم له بدقة تحدد أنواعه المختلفة، وتبين ارتباطاته بعلوم أخرى مثل الهندسة والطب والفلك والتصوف والسحر والطلاسم .

وهكذا نجد أن السيميائية موجودة في علوم المناظرة والأصول والتفسير والنقد، فضلا عن ارتباطها الوثيق بعلم الدلالة الذي كان يتناول اللفظة وأثرها النفسي كذلك، وهو ما يسمى بالصورة الذهنية والأمر الخارجي عند المحدثين . فالواقع يقول أن: "المساهمة التي قدمها المناطق والأصوليون والبلاغيون العرب مساهمة مهمة في علم الدلالة انطلاقا من المفاهيم اليونانية، وقد كانت محصورة ضمن إطار الدلالة اللفظية، وتوصل العرب إلى تعميم مجال أبحاث الدلالة على كل أصناف العلامات، ومن الواضح أنهم اعتمدوا اللفظية نموذجا أساسيا . كذلك فأقسام الدلالة عند العرب قريبة من تقسيم بيرس ، وتبقى أبحاثهم التي تتناول تعيين نوعية دلالة الألفاظ المركبة أو بوجه عام العلامات المركبة وتحليل الدلالة المؤلفة من تسلسل عدة توابع دلالية مدخلا جديدا ذا منفعة قصوى للسيميائية المعاصرة²."

اتجاهات السيميائية:

تحدث جورج مونان في كتابه (مدخل إلى السميولوجيا) عن اتجاهين سيميائيين بارزين؛ أولهما "سميولوجيا التواصل" (Sémiologie de communication)، وثانيهما سماه "سميولوجيات الدلالة" (Sémiologies de la signification). وقد قسم الدكتور حنون مبارك في كتابه "دروس في السيميائيات" الاتجاهات السيميوطيقية الحديثة، إلى سبعة اتجاهات بارزة كالتالي: سميولوجيا سوسير، وسميولوجيا التواصل،

¹ الجاحظ، البيان والتبيين، ج 1، ص 81

² عادل فاخوري، علم الدلالة عند العرب، دراسة مقارنة مع السيميائية الحديثة، ط 2، دار الطليعة، بيروت، 1994م، ص 70.

وسميولوجيا الدلالة، وسميوطيقا بيرس، ورمزية كاسيرر، وسميوطيقا الثقافة، والسميوطيقا ومسألة المرجع¹. كما قسم محمد السرغيني الاتجاهات السميولوجية إلى ثلاثة أنواع رئيسية، هي: الاتجاه الأمريكي؛ ويمثله بيرس بامتياز، والاتجاه الروسي ممثلاً في الشكلانية الروسية ومدرسة طارتو، والاتجاه الفرنسي الذي عرف اختلافات جمة وزعته إلى مدارس عدة، لقد وسنكتفي في هذا المقام بالحديث عن اتجاهاتٍ أربعةٍ يبدو أنها أبرزُ الاتجاهات السيميائية وأشهرها:

(أ) سميوطيقا بيرس:

كان بيرس فلكياً وعالم مساحة الأرض (Géodesiste)، بحيث شارك في الندوة العالمية الأولى لعلماء الأرض التي انعقدت في باريس عام 1876. وقام في العام نفسه بأبحاث في المرصد حول حساب الجاذبية. وكان -كذلك- منطقياً وفيلسوفاً ذرائعي التوجه. وقد تحكمت طبيعة ثقافته في صياغة نظريته حول العلامة.

ولفهم سميوطيقا بيرس الفهم السليم، لا مناص من ربطها -حسب دولودال- بفلسفته التي تتسم بكونها استمرارية وواقعية وذرائعية. فهي استمرارية، لأنها تتعارض مع النزعة الواحدية (Monisme) والنزعة الثنائية (Dualisme)؛ إذ تأخذ على الواحدية جمودها ويقينيتها، وتذهب -خلافاً للثنائية- إلى أن الفكر ليس ملكة عارفة خارج الشيء المراد معرفته، وإنما هو سيرورة في الأشياء واستمرارية خلاقة معها. وهي فلسفة واقعية في معارضتها للنزعة الاسمية (Nominalisme) التي تذهب إلى أن الوقائع التي ينبغي الاهتمام بها هي تلك الكامنة وراء الإدراك، وأكد بيرس -في المقابل- أهمية الواقع الذي من شأنه أن يزودنا بمعرفة حقيقية. ومن هنا الطابع الاجتماعي والجدلي لفلسفة بيرس. وهي أخيراً فلسفة ذرائعية (أوتداولية)، لأن منهجها يُفضي إلى وقائع عملية.

¹فريد امعضوش، مرجع سبق ذكره، ص 39

وتقوم سيميوطيقا بيرس على المنطق والظاهرية (Phénoménologie) والرياضيات. والمنطق - بمعناه الدقيق- هو علم الشروط الضرورية الموصلة إلى الصدق، أما بمعناه العام فهو علم القوانين الضرورية للفكر؛ وبأسلوب آخر، هو علم الفكر الذي تجسده العلامات. إنه "السميوطيقا العامة" كما يقول بيرس. والمنطق البيرسي هو منطق العلاقات الذي يعد الأساس والضامن للتصور الثلاثي للمقولات والعلامات. أما الظاهرية، فهي الدراسة التي تصف خاصيات الظواهر في مقولاتها الثلاث. وقد استندت السيميوطيقا البيرسية إلى ظاهرية متميزة. يقول دولودال: "إن ظاهرية بيرس لها كأصل ظاهرية كانط وليس ظاهرية هوسرل. ولكي يعطيها بيرس تمييزاً عن ظاهرية كانط (وهيجل) فقد أعطاها اسم (الفانيروسكوب) - Phanéroscope، وفهمها وعرفها في حدود واقعيتها، بدون استنباع سيكولوجي، وذلك في خطابٍ وجهه إلى ويليام جيمس، باعتبارها "وصفاً لما هو أمام الفكر أو في الوعي مثلما هو ظاهر في مختلف أنواع الوعي"، التي هي ثلاثة لا أقل ولا أكثر". كما تتأسس سيميوطيقا بيرس على فرضية مسماة "بالبروتوكول الرياضي" والتي تكون العلامة وفقها ثلاثية. وقد سبق لبيرس أن برهن على الطابع الضروري للثلاثية (Trichotomie)، ذلك بأنه لا يمكننا أن نفكر في العدد (1) دون أن نتصور في الوقت نفسه حده، ولنسمة (2). لكن تصور (1) و(2) بوصفهما كيانيين منعزلين يستلزم ثالثاً من طبيعة أخرى. يقول بيرس: "يستحيل تكوين ثالث أصيل بتغيير الزوج ودون إدخال أي عنصر تختلف طبيعته عن طبيعة الواحد أو الزوج"، وهذا العنصر هو العنصر الثالث. فالثلاثية -إذاً- ضرورية وكافية في آن واحد؛ ضرورة منطقياً، وكافية تداولياً. ضرورة لبناء علاقات متناهية بيد أنها كافية؛ بمعنى أنها تسد حاجات الاقتصاد بواسطة الاختزال الممكن لأي عدد يتجاوز (3) إلى توليفات من (3)¹.

ويرى بيرس أن العلامات -كيفية كانت طبيعتها- يجب أن تعالج في إطارها المنطقي. ويذهب إلى أن أي تحليل لا بد أن يتم عن طريق العلامات؛ لأنها -من جهة- تمكننا من التفكير والتواصل مع الآخرين، ومن

¹فريد امعضوش، مرجع سابق، ص 43

جهة أخرى تمكنا من إعطاء معنى لما يقترحه علينا الكون. والعلامات - في نظر بيرس - متساوية من حيث الأهمية، لذا عُنيَ باللسانية منها وبغير اللسانية.

تركز سيميوطيقا بيرس على ثلاثة أبعاد رئيسة، هي: البعد النحوي، ويسميه تشارلز موريس (Ch. Morris) "البعد التركيبي" أو "النظمي"، والبعد الدلالي أو الوجودي، والبعد التداولي أو المنطقي. وكل واحد منها يتضمن ثلاثَ علاماتٍ. وفيما يأتي بيانُ ذلك:

أ- البعد الأول (التركيبي): وهو بعد الممثل (Représentamen) منظوراً إليه في علاقته مع ذاته. والممثل - باعتباره علامة رئيسة - يتفرع إلى ثلاث علامات فرعية (Sous-signes) تبعا لعلاقته بالمقولات الفانيروسكوبية الثلاث (الأولية / Priméité والثانوية / Secondéité والثالثية / Tiercéité). وذلك على النحو التالي:

* العلامة الوصفية (Qualisigne): وهي الصفة التي تشكل علامة. ولا يمكن أن تشتغل إلا وهي متجسدة - ماديا - في العلامة الفردية. ومثال العلامة الوصفية اللون الدال على شيء ما.

* العلامة الفردية (Sinsigne): ويعرفها بيرس بأنها "شيء أو حدث موجود وواقعي في شكل علامة"، كما أنها "موضوع أو حدث فردي" ويمكن أن تمثل لهذه العلامة بالنصب التذكاري أو بعرض (Symptôme) داء معين.

* العلامة العرفية (Légisigne): هي قانون أو قاعدة أو مبدأ عام في شكل علامة. وتعد أنساق الكتابة الخاضعة لقواعد الصرف والنحو علامات عرفية.

ب- البعد الثاني (الدلالي): وهو بعد الموضوع (Objet). ويتعلق الأمر هنا بالعلامة منظورا إليها في علاقتها بموضوعها الذي تحيل إليه. ويتكون هذا البعد من ثلاث علامات فرعية كالاتي:

* الأيقونة (Icône): وهي تشبه الموضوع الذي تمثله. يقول حنون مبارك: "إن الأيقونة صورة تُستنسخ نموذجاً. والصورة الفوتوغرافية مثالٌ لهذا النوع من العلامات"¹.

* القرينة (Indice): وهي تنسج علاقة مباشرة أو ملاصقة مع موضوعها. ومثالها الدخان الذي هو أمانة على وجود النار.

* الرمز (Symbole) : وهو يحيل إلى موضوعه بفضل قانون أو أفكار عامة مشتركة. وتعد كل علامة تعاقدية (أو اصطلاحية) رمزا. والرمز -باعتباره علامة فرعية ثالثة لبعد الموضوع- نوعان؛ أحدهما مجرد (Abstrait)، وهو "شكل منحلّ (Dégénéré) عن الرمز الذي ليس لموضوعه إلا طابع عام". والآخر متميز (Singulier)، وهو "شكل آخر منحل عن الرمز الذي يكون موضوعه فردا موجودا، بحيث لا يعني هذا الموضوع إلا الطبائع التي يملكها هذا الفرد"².

-ج- البعد الثالث (التداولي) : وهو بُعد المؤول (Interprétant)، ويخص الأمر هنا العلامة منظورا إليها في علاقتها بالمؤول.

* العلامة الإخبارية (Dicisigne): وهي تخبر وتعطي معلومة تتعلق بموضوع العلامة. ويعرفها دولودال بأنها "العلامة التي تكون بالنسبة لمؤولها علامة وجود واقعي: إنها تقدم إعلاما يتعلق بموضوعه"^[67]. ويمكن أن تمثل لهذه العلامة بالجملة البيانية.

¹ حنون مبارك ، مرجع سبق ذكره ، ص 55

² جيرار دولودال ، مرجع سبق ذكره ، ص 22

* البرهان (Argument) : وهو علامة تشكل بالنسبة إلى مؤولها علامة قانون. ولو لم يكن للاستدلال (Raisonnement) بعد سيكولوجي لسماه بيرس به. ولأن البرهان "ثالثي بسبب مبدأ "تراتبية المقولات"، فإنه التعبير المختصر للعلامة التامة : أي العلامة العرفية الرمزية البرهانية¹.

(ب) سيميولوجيا سوسير :

يعد سوسير أبا اللسانيات الحديثة. ذلك بأنه أنفق جزءا غير يسير من حياته في دراسة اللغة، وخلف دروسا قيمة ورائدة في هذا الشأن. وقد طبع هذا التوجه اللساني نظرية سوسير العامة حول العلامة التي أطلق عليها اسم (Sémiologie).

لم يتناول سوسير السيميولوجيا إلا عَرَضًا في فترة لم يشق فيها البحث اللساني طريقه بَعْدُ. وعليه، لم يكن بوسع هذا العلم الجديد أن يتبلور بعدُ باعتباره مجالاً معرفياً مخصصاً، إذ اقتصر على تقديم تصور عام لهذا العلم وموضوعه ووظيفته وعلاقته باللسانيات.

إن السيميولوجيا السوسيرية تعنى بعموم العلامات في نطاق المجتمع. وهي بذلك ظاهرة سوسولوجية. كما أنها فرع من علم النفس العام. ويبدو التأثير السيكولوجي في نظرية سوسير واضحاً في تعريفه للعلامة باعتبارها كيانا نفسياً قوامه عنصران يرتبطان -جدلياً- وَفَقَ علاقة اعتبارية. وقد ركز سوسير -في المحل الأول- على اللسانيات في بناء نظريته حول العلامة، بحيث استمد العديد من مبادئه ومفاهيمه السيميولوجية من المجال اللساني.

إن العلامة اللغوية هي محور مشروع سوسير السيميولوجي. وقد عمل تلاميذه (مثل بويسنس) على المضي قُدماً في هذا المشروع العام تَحْدُومِ الرغبة في إنجاز نظرية سيميائية تَمْتَحُ أساساً من الطروحات اللسانية،

¹ جرار دلودوال ، مرجع سابق ، ص ص16-18

خاصة وأن الدراسات اللغوية في تلك الفترة كانت في أوج عطائها وذروة تطورها. وقد ذهب أولئك التلاميذ بنظرية سوسير مذهب شتى، من ذلك ما ذهب إليه بارث في حديثه عن علاقة السميولوجيا باللسانيات.

وتقوم العلامة -حسب سوسير- على ركنين متضايقين، هما : التصور/المدلول والصورة السمعية/الدال. وتعتبر العلاقة بينهما علاقة اعتباط، ودليله في ذلك تعدد الأسماء المسمية للمسمى الواحد. ويستنتج من هذه العلاقة أمرين؛ المحاكيات (Lesonomatopées) وبعض صيغ الندبة والتعجب. كما أن سوسير أهمل علاقة العلامة بالواقع/المرجع (Réfèrent)، وحدد أهمية العلامات انطلاقاً من العلاقات الاختلافية والتعارضية على مستوى تجاور الدالات والمدلولات.

وبالإضافة إلى العلامة الاعتباطية، تحدث سوسير عن العلامة الرمزية/العرفية المتممة بخصائص معينة. يقول: "ومن خاصية الرمز ألا يكون أبداً اعتباطياً في سائر وجوهه؛ فهو ليس خالياً ولا فارغاً من كل محتوى مادي. إذ لا تزال فيه بقية من علاقة طبيعية بين داله ومدلوله. فالرمز الذي يشير إلى العدالة... لا يمكن أن نستبدله بأي رمز آخر كالعربة مثلاً".

وعلى الرغم من الطابع الثنائي للدليل، فإننا عندما نطلق العلامة ينصرف ذهننا مباشرة إلى جانب الدال فحسب. يقول سوسير: "فنحن نطلق لفظ "العلامة" على تركيب التصور والصورة السمعية. إلا أنه بوجه عام جرت عادة استخدام هذا المصطلح من حيث إنه يقصد به الصورة السمعية (أو الدال) وحدها، كما في لفظ شجرة (ARBOR). وقد ننسى أنه إذا كان هذا اللفظ (ARBOR) يسمى علامة، فذلك راجع إلى كونه يحمل تصوراً «للشجرة» حتى إن المعنى المحسوس أصبح يقتضي الفكرة الكلية¹".

ومهما كان الأمر، فقد أسهم سوسير -بشكل كبير- في إرساء أسس السيميائيات الحديثة، ورسم صُوَاهَا البارزة. وكان لأفكاره واجتهاداته أثر كبير فيمن تلاه من السميولوجيين واللسانيين.

¹ فريد امعشوش، مرجع سبق ذكره، ص 54

ج) سميولوجيا التواصل :

- بالنظر إلى أهمية التواصل (Communication) في الحياة الإنسانية، نشأ اتجاه في السيميائيات يعنى - أساسا- بالوظيفة الخاصة بالبنيات السيميوطيقية (أي التواصل). يقول ميتر : "تقترح سميولوجيا التواصل - مبدئيا- دراسة اللغات التي أسمىها في موضع آخر "المتخصصة" (Spécialisés)؛ أي دراسة عدد من الحقول حيث اللغة والسنن/الشفرة (Code) يختطان مؤقتا، قبل أن ينقلص العمل الاجتماعي للغة كلها - عمليا- إلى سنن واحد"¹. ومن رواد هذا الاتجاه إيريك بويسنس ولويس برييطو..

يرى بويسنس أن بالإمكان تعريف السميولوجيا بوصفها دراسة طرق التواصل، أي دراسة الإواليات (Mécanismes) المستخدمة لإحداث التأثير في الغير، والمعرّف بها -بتلك الصفة- من قبل الشخص الذي نتوخى التأثير فيه. إذًا، فعنصر التواصل هو الموضوع الرئيس في هذه السميولوجيا، وخاصة "التواصل الإنساني".

ويرى برييطو أن استعمال العلامات هو -وحده- الذي يحدد التواصل؛ بحيث يمكن الحديث عن فعل تواصل أو فعل سيمي في كل لحظة يحاول فيها مرسل (Distinateur) -وهو في طور إنتاج علامة ما- إمداد مرسل إليه (Distinataire) بأمانة أو إشارة معينة (Indication). ويميز برييطو بين أمارات ثلاث كالاتي:

* الأمارات العفوية: مثل لون السماء الذي ينبئ -بالنسبة إلى صياد السمك- بحالة البحر في اليوم الموالي.

* الأمارات العفوية المغلوطة: مثل اللكنة التي ينتحلها متكلم ما رغبة منه في إيهامنا بأنه أجنبي.

* الأمارات القصدية: مثل علامات المرور. وتدعى هذه الأمارات علامات (Signes).

¹ جيرارد دلودوال ، مرجع سبق ذكره ، ص 85

وموضوع السميولوجيا -في نظر برييطو- هو العلامات القائمة على القصدية التواصلية. ولهذا سميت هذه السميولوجيا "بسميولوجيا التواصل". وهي حلقة مهمة في سلسلة تطور السيميائيات الحديثة، نظرا إلى أهمية موضوعها ومجالها¹.

د) سميولوجيا الدلالة :

لما كانت الأشياء تحمل دلالات وكانت للدلالة أهمية خطيرة في الواقع، فقد نشأ في مجال السيميائيات تيار يبحث في هذا الأمر؛ وهو تيار يعزى إلى الفرنسي رولان بارث الذي أوضح أن جانبا هاما من البحث السميولوجي المعاصر مرده -بدون انقطاع- إلى مسألة الدلالة إذ عمل من جهة أخرى على توسيع حقل اللسانيات (التي كانت محصورة تاريخيا عند حدود الجملة) إلى دراسة الأنواع الكبرى من الإنتاج النصي: سيميائية خطابية (للخطاب).

تؤكد التجربة أن -بالإمكان- إنتاج الدلالة وتحقيق فعل التواصل بواسطة الأنساق السميولوجية اللغوية وغير اللغوية. ولعل هذا ما حدا ببارث إلى أن يُسند مهمة التواصل إلى أنساق اللغة وإلى الأشياء (Choses) على حد سواء. ويرى بارث أن اللغة هي مؤول كل الأنساق أيا كان نوعها.

وإذا كان سوسير يستخدم مصطلحات "العلامة" (Signe) و"الدال" (Signifiant) و"المدلول" (Signifié)، فإن بارث قد استعمل -مكانها- مصطلحات "الدلالة" (Signification) و"التعبير" (Expression) و"المحتوى" (Contenu). ويقسم بارث -في مقال "عناصر السميولوجيا" الصادر عام 1964- الدلالة إلى

¹ فريد امعضوش ، مرجع سبق ذكره، ص 63

دلالة حقيقية تعيينية (Dénotation) ودلالة مجازية إيحائية (Connotation). كما قلب الرجل نفسه المعادلة السوسيرية الشهيرة فيما يخص طبيعة علاقة السميولوجيا باللسانيات¹.

ولم يفلت الطرح البارثي من سهام النقد، إذ وجهت إليه عدة انتقادات من قبل أنصار سميولوجيا التواصل الذين عدوا ما أتى به بارث مجرد تجلّ بسيط. وهذا لا ينقص من قيمة جهود بارث في دراسة الدلالة والأنساق السيميوطيقية. وقد واصل تلاميذ بارث وآخرون السير في هذا الاتجاه، وقدموا أبحاثا ودراسات من الأهمية بمكان.

مجالات تطبيق السيميائيات

يطبّق المنهج السيميائي في مجالات متعددة ومتنوعة، ويستعمل في معالجة العلامات اللغوية (النص الشعري مثلا) وغير اللغوية (اللوحة التشكيلية مثلا). ولا شك في أن الدارسين الغربيين قد حازوا قصب السبق والتفوق في هذا الشأن. يقول بيرس في إحدى رسائله إلى اللايدي ويلبي (Lady Welby) مشيرا إلى جدارة المنهج السيميوطيقي وصلاحيته لمقاربة مختلف الأشكال العلامية: "لم أستطع أبدا دراسة أي شيء -رياضيات، أخلاق، ميتافيزيقا، جاذبية، دينامية الحرارة، بصريات، كيمياء، علم التشريح المقارن، علم الفلك، علم النفس، صوتيات، اقتصاد، تاريخ العلوم، لعبة الورق، رجال ونساء، خمور، قياسية- إلا وفق الدراسة السيميوطيقية"².

وبعد ميتر، تطورت الأعمال السميولوجية المتمحورة حول دراسة السينما، وبلغت شأوا بعيدا. وقد ساعدها في ذلك مجالات كثيرة، منها مجلة (ç) الباريسية التي كان لها الفضل في نشر عدد من الأبحاث والمقالات في هذا الاتجاه.

¹ فريد امعضوش، مرجع سبق ذكره، ص 58

² جرار دلودوال، مرجع سبق ذكره، ص 94

وطبق المنهج السيميائي في مجال دراسة اللوحات الإشهارية والمُصنّقات. وذلك بالنظر إلى التطور الكبير الذي شهده الإشهار، وإلى قابليته الواضحة للمقاربة السميولوجية. تقول توسان: "الإشهار بالرغم من مناهضيه (باسم إيديولوجيا شبه يسارية أو نظرة قيمية لأشكال التعبير)، سوف يصبح الوسيلة الكبرى للتعبير الأيقوني والسمعي -البصري في عصرنا هذا، ومجال استثمار كبير يضاهاي الاستثمارات الخاصة بكائدرائيات العصر الوسيط".

ومن الدارسين البارزين في هذا الميدان رولان بارث الذي كتب مجموعة من الأبحاث في معالجة المصنّقات واللوحات الإشهارية. ومن ذلك دراسته الموسومة "بلاغة الصورة" (Rhétorique de l'image) التي حل فيها صورة إشهارية لشركة بانزاني (PANZANI) المختصة في صناعة المعجونات. وهو بذلك لا يسعى إلى تأسيس علم لتحليل الإشهار، وإنما يسعى بصفة عامة إلى وضع "بلاغة للصورة" كما يدل على ذلك عنوان الدراسة¹.

واستعمل المنهاج السيميائي في فن الرسم وفي قراءة اللوحات التشكيلية، وذلك مع أوبيرداميش (E.Damish) وجون لويس شيفر (J.L. Schefer) ولويس مارتان (L. Martin).. واستعمل كذلك في قراءة الصور الفوتوغرافية، وفي دراسة المسرح كما عند هيلبو. وطبق بعضهم السميولوجيا في مجال الموسيقى، وظهرت كتابات ومقالات قيمة في هذا الشأن، وكانت مجلة (Musique en jeu) المخصّص الأولى للدراسات السميولوجية الموسيقية عامي 1970 و1971م. إلا أنه ليس من السهل تأسيس السيميائية الموسيقية؛ لأنها لا تعتمد فقط على المادة الموسيقية، ولكن أيضا على المادة الصوتية الموسيقية².

¹ جان كلود كردان ، التحليل السيميوطيقي والأدب، تر: عبد الرحمن طنكول، مجلة (دراسات سيميائية أدبية لسانية)، فاس، العدد1، خريف 1987، ص 33

² برنارد توسان ، ما هي السميولوجيا ؟ ، تر: محمد نظيف ، إفريقيا الشرق البيضاء، ط 1 1994، ص 53.

يتعلق كل ما سبق ببعض العلامات غير اللسانية التي عولجت معالجة سيميائية. أما العلامات اللسانية، فقد حظيت باهتمام أعداد كبيرة من الباحثين. وهكذا، توسل كلود بريمون (C. Bremond) بالمنهج السيميائي في دراسة الحكاية في كتابه "Logique durécit"، وذلك تحت تأثير الشكلاني الروسي فلاديمير بروب (V. Propp) الذي احتفل كثيرا بدراسة الأدب الفولكلوري. في حين طبق تودوروف هذا المنهج في مجال الرواية، ووظفته كريستيفا في تحليل الأشعار وقراءتها... ودرس جون بودريار (J. Baudrillard) في كتابه (Système des objets) بشكل سيميوطيقي جداً دلالة الأشياء... الخ¹.

أ- **كشف الكذب** : أصبح واضحاً الآن أنه لا يمكن كشف الكذب من خلال الكلمات بل من حواف وظلال الكلمات وكيفية نطقها وتعبيرات الوجه السريعة المرافقة للحن القول . مما يعني أن الكلمة المنطوقة لم تعد مصدر ثقة . ولعلها لم تكن كذلك يوماً . فإن تتأكد من صدق القول ومطابقته للواقع هي عملية بالغة التعقيد ، وحتى لو قال المتكلم ما قال صادقاً فهذا لا يعني أنه قد أصاب الحقيقة . فنحن نتعلم اللغة أبكر بكثير مما نزن . يقول بوتسدام: إننا نتعلم اللغة ونحن في الأرحام ... " والطفل يفهم تعبيرات الوجه قبل أن يستوعب كلمة واحدة إن الكلمات خاصة في واقعنا المعاصر أصبحت لا تعني معانيها المعجمية ولا الاصطلاحية في أحيان كثيرة... فهكذا يمكن توظيف الدراسة السيميائية في كشف أنماط من السلوك كالكذب . فالإنسان في أزمة عقلية مع استخدام اللغة لأن فيها وجهين : ظاهر وباطن . فنحن نقرر أشياء باللغة ولا نلتزمها بالسلوك . حيث لا تعني كل كلمة ما يراد بها . والمجاملات التي نقوم بها يومياً من أهم مظاهر ذلك السلوك . ومن مظاهره أيضاً التعميم مثل قولنا : كل الأفلام سيئة . كل الشباب منحرف : وهذا غير صحيح . ومنها أيضاً الحذف حين نقول مثلاً تعطلت سيارتي أو فلان حدث له حادث ونعرض عن التفاصيل التي نقول متي وكيف ولماذا؟! ... ومنها أيضاً : التشويه . مثل قولنا

¹ فريد امعضوش ، مرجع سبق ذكره ، ص 59

: من الواضح البين أن فلاناً صادقاً ولا نقول كيف هو واضح وبين ؟ وبأي مقياس كان كذلك ؟ ؟ وكقولنا : هذا الفرع الرئيسي للبنك . فكيف يكون فرعاً ورئيساً في الوقت نفسه؟-

ب- ومن حقول السيمياء أيضا :علامات الحيوانات ،وعلامات الشم ،وعلامات الاتصال باللمس،ومفاتيح المذاق ،والإتصال البصري ، وأنماط الأصوات ،والتشخيص الطبي ،وأوضاع الجسد ،واللغات الصورية والمكتوبة ،والإعلان والإشهار ،والسينما والقصة المصورة والملصقات ،وقراءة اللوحات التشكيلية¹.

المطلب الأول : مفهوم الخطاب الإعلامي

المنطلق التاريخي للخطاب :

تعود جذور مصطلح الخطاب إلى عنصرى اللغة والكلام، فاللغة عموما هي نظام من الرموز يستعملها الفرد للتعبير عن أغراضه، والكلام انجاز لغوي فردي يتوجه به المتكلم إلى شخص آخر يدعى المخاطب. ومن هنا ولد مصطلح الخطاب بعده رسالة لغوية يبيثها المتكلم إلى المتلقي فيستقبلها ويفكك رموزها .وبهذا يعد مفهوم الخطاب اللساني حديث نسبيا، وتحديده من الأمور المستعصية نظرا للتطور الذي حصل في علم اللسانيات والتحولات السريعة التي عرفتها معظم النظريات التي يندرج تحته، فاختلط مفهوم الخطاب والتبس بغيره من المصطلحات كمفهوم النص لأنها ظلت تلازمه المعنى وترادفه في الاستعمال، كما أن توظيفه في البحوث النقدية المعاصرة ظل مرتبكا خاصة عند "هلمسليف" الذي يعوضه بالنص ويضعه يدلّه².

أما مصطلح الخطاب *discoure* المأخوذ عن اللاتينية ومعناه الركض هنا وهناك فليس أصلا مباشر إلى ما هو مصطلح عليه الخطاب، إلا أن الجذر اللغوي اللاتيني أصبح يحمل معنى الخطاب أو ما اشتق منه من معان منذ القرن (17) ، فقد دل المصطلح على طريق صرفي ثم المحادثة والتواصل، كما دل

¹ عادل فاخوري ، تيارات في السيمياء ، ط1، دار الطليعة للطباعة والنشر ، بيروت1990 ، م ص8-11

² عبد القادر شرشار، تحليل الخطاب السردي وقضايا النص، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2008 ، ص103

على تشكيل صيغة معنوية سواء كانت شفهية أم مكتوبة عن فكرة ما.. وتحول اللوغو الإغريقي (logos) ومثيله اللاتيني (oratio) ، للدلالة على معنى الخطاب البليغ الذي يشتمل على أجزاء كالفعل والاسم والتوابع والوصف والسر والاستهلال والغرض، ويلاحظ أن استخدام مصطلح خطاب تطور طردي أو شكل متوازن مع تاريخ الفكر الإنساني والعلمي، ففي القرن (17) الذي ينعت بعنصر الشفافية وشفاء اللسان والفكر في العرض والتحليل، مؤلف يؤكد هذه الحقيقة، وهو كتاب "ديكارت"، "مقالة الطريقة"، حيث لم يكن مفهوم الخطاب في منظور البلاغة الكلاسيكية مجرد وسيلة يعبر بها عن فكرة، ولكن كان ينظر إليه باعتباره كيانا مستقلا. يحمل خصائصه الذاتية ويتجلى ذلك في المرسلات الصادرة من الكاتب نحو المتلقي سواء كان مشاهدا أم قارئاً، بحيث يتوخى المرسل (الباش/الكاتب) في كل الحالات التأثير في المتلقي (القارئ /المشاهد)¹، ومع بداية القرن (20) ، فقد اختفت الدلالات التي كانت تعرف عادة بمادة "Discours" لأن اللسانيات الحديثة اقترحت مفهوما مرنا للخطاب، حيث اعتبرته ملفوظا يرتتهن من خلاله (الباش /المتكلم) اللغة بالكلام بمفهوم "سوسير" للمصطلح، وبذلك أصبح الخطاب في العلوم الإنسانية موضوعا علميا ونقديا.

اقترح اللسانيين منذ "ديسوسير"، مجموعة من التعاريف للخطاب استفادت من الدراسة الأساسية التي حدد فيها "أرسطو" مفهوم هذا المصطلح في كتابه "فن الشعر"، غير أن تراكمها اليومي طرح جملة من الصعوبات في إحصائها والربط بينها نظرا للخلفيات المنهجية والرؤى النقدية التي انطلق منها أصحابها. وكثر الحديث عن علاقة اللغة بالمنطق الأرسطي خاصة بعد صدور كتاب "ديسوسير" وأصبح الاعتقاد بان المنطق لا يمكن أن يكون مرجعا في العملية اللسانية، كما لا يمكن الاعتماد عليه في توجيه حركة اللسان وتطوره، لأن النظرية المنطقية تقوم على الحقيقة المطلقة في حين تعتبر اللغة اجتماعية عارضة. والخطاب بدوره لا يخضع لمنطق اليقين لكونه لا ينتهي إلى مبادئ عملية، ولا يرتكز على ثوابت تفضي إلى نتائج رياضية².

¹ مرجع نفسه، ص 115

² عبد القادر شرشار، مرجع سابق ، ص ص 134-135

مفهوم الخطاب في ظلال البنيوية الحديثة:

يرتبط انتشار استخدام مصطلح الخطاب بالاتجاه البنيوي الذي ساد الثقافة الغربية في الستينات، وعبر عن نفسه في الكثير من دراسات اللغة و"علم النفس" و"الانثروبولوجيا" و"التاريخ"، وتعتمد البنيوية اللغوية على دراسات عالم اللغة السويسري "f . de Saussure" الذي وضع منهج إحلال البنيوية محل الدراسة، والنظر إلى اللغة على أنها صورة مادة والأخذ بمبدأ النسق الذي يغطي الصدق للنظام الكلي على أجزائه وعناصره، كما تأثر البنيويون المحدثون بمنهج ديوسير، فاهتموا بتحليل أي نص أو وثيقة كبنية، واجتهدوا في البحث عن المضمون غير المعلن وتحليل العلاقة بين النص ومنتجه والعلاقة بين النص والقارئ، وكذلك العلاقة بين الفهم والشرح. إن الخطاب (discoure) مرادف لمفهوم الكلام (parole) عند "دي سوسير" بالمعنى المتعارف عليه في علم اللغويات البنيوية، أي دراسة الكلام وليس اللغة، مما يشجع ذلك من وضع المتكلم في الاعتبار دون الاهتمام باللغة كبنية وكقواعد¹.

الاستخدام الثاني للخطاب لا يتم فيه الربط بين الخطاب وبين الفاعل، ولكن الخطاب يستعمل كوحدة لغوية ذات بعد يتجاوز الجملة أي التعامل مع الخطاب كنص جاهز كرسالة كلية، كمنطوق. أن يدمج الخطاب في التحليل اللغوي بحيث يوضع في الاعتبار مجموع قواعد تسلسل الجمل المكونة للمنطوق ويعد (harris) أو لمن اقترح ذلك، كما تطرح المدرسة الفرنسية مفهوم الخطاب بالتعارض مع مفهوم المنطوق في تعريف واقعي للغاية، فالخطاب هو المنطوق من وجهه نظر الخطاب (الميكانيزم الخطابية) الذي تحكم إنتاجه ظروف وشروط معينة، ومن ثمة فإن النظر إلى النص من منظور بنائه كلغة يجعل منه منطوق أو من ناحية أخرى فإن ظروف وشروط إنتاج هذا النص ذاته تجعل منه خطابا.

ثمة استخدام خامس لمفهوم الخطاب، وذلك بإدماج نظريات المنطوق في إطار مفهوم الخطاب ووفق لهذا المعنى يقول "Brenrenst" "" أن إنتاج المنطوق يقتضئ التحول الفردي للغة ليكون خطابا "... يجب

¹ محمد شومان، الخطاب الإعلامي بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2007، ص 84

استخدام الخطاب في أوسع معانيه، أي من حيث هو إنتاج للمنطوق يفترض متكلمًا ومستمعًا، بحيث يتوفر عند الأول قصد تأثير على الآخر بطريقة ما. ليعكس الاستخدام الأخير لمفهوم الخطاب بعض الفروقات مع باقي الاستخدامات السابقة، حيث يطرح مفهوم الخطاب بالتعارض مع مفهوم اللغة، وذلك على النحو التالي:

(المنطوق + موقف الاتصال = خطاب، تراث لغوي + خصوصية معنى = دلالة)¹.

بين الخطاب و النص :

يعد مفهوم الخطاب اللساني حديث نسبيًا، وتحديده من الأمور المستعصية نظرًا للتطور الذي حصل في علم اللسانيات والتحولت السريعة التي عرفتتها معظم النظريات التي يندرج تحتها، فاختلط مفهوم الخطاب والتبس بغيره من المصطلحات كمفهوم النص، لأنها ظلت تلازمه المعنى وترادفه في الاستعمال.

فالنص هو: "ما تقرئ فيه الكتابة، وتكتب فيه القراءة"².

وتذهب "جوليا كريستيفا" "J. Krisieva" : إلى أن النص "جهاز عبر لساني يعيد توزيع نظام اللسان Langue بواسطة الربط بين كلام تواصل يهدف إلى الإخبار المباشر و بين أنماط عديدة من الملفوظات السابقة عليه أو المتزامنة معه فالنص إذا إنتاجية وهو ما يعني"³.

ويرى بول ريكور "P.Recourd" : أن النص "خطاب تم تثبيته بواسطة الكتابة"⁴.

أما "رولان بارت" "R. Barthes" فقد عد النص نسيجًا "ولكن طالما تم اعتبار هذا النسيج على أنه منتج وحجاب جاهز يكمن وراءه، - نوعًا ما، - المعنى - الحقيقي مختلفًا.. فإننا سنشدد داخل النسيج على الفكرة التوليدية القائلة: إن النص يتكون ويصنع نفسه من خلال تشابك مستمر، ولو أحببنا عمليات استحداث الألفاظ لاستطعنا أن نصف نظرية النص بكونها علم نسيج العنكبوت (هو نسيج العنكبوت وشبكته)".

¹ محمد شومان ، مرجع سبق ذكره ، ص 164

² سعيد يقطين ،انفتاح النص الروائي، ط 1 ، المركز الثقافي العربي ،1998،ص 19

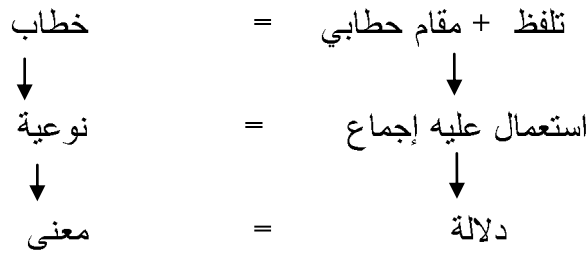
³ جوليا كريستيفا ، علم النص، ط 1، ترجمة: فريد الزاهي ، دار توبوقال ،الدار البيضاء،المغرب 1991، ص 21

⁴ بشير إربير،النص الأدبي وتعدد القراءات، مجلة نزوى،العدد، 11 عمان، ص 2

إن "رولان بارث" عندما شبه النص بالنسيج الذي ينتج لنا حجابا جاهزا أو لباسا نلبسه ونختفي فيه ويصبح جزءا من شخصيتنا يكون - فيما أرى - قد أصاب كثيرا من الحقيقة لأن النص هو أيضا منتج لعملية التشابك المستمر والانسجام والتماسك التي يقيمها "الناص /الكاتب" للكلمات والجمل والمعاني التي تعطينا - في النهاية - نصا كما يعطي العنكبوت شبكة من ذاته فالناص يعادل أو يوازي العنكبوت - في هذا التعريف. والشبكة توازي أو تعادل الكلمات والجمل والمعاني التي تؤلف النص¹

إن مصطلح الخطاب متعدد المعاني، فهو وحدة تواصلية إبلاغية، ناتجة عن مخاطب معين وموجهة إلى مخاطب معين في مقام وسياق معينين يدرس ضمن ما يسمى الآن بـ "لسانيات الخطاب" "Linguistique dediscours".

وهو على رأي "بيار شارودو P. Chareaudeau" " ما تكوّن من ملفوظ ومقام تخاطبي وأن الملفوظ énoncé يستلزم استعمالا لغويا عليه إجماع، أي قد تواضع عليه المستعملون للغة وأن هذا الاستعمال يؤدي دلالة معينة، ويمكن أن نبين ذلك من خلال الخطاطة التالية.



ويمكن أن نبين الفرق بين الخطاب وبين النص كما يلي:

- يفترض الخطاب وجود السامع الذي يتلقى الخطاب، بينما يتوجه النص إلى متلق غائب يتلقاه عن طريق عينيه قراءة أي أن الخطاب نشاط تواصلية يتأسس أولا وقبل كل شيء على اللغة المنطوقة بينما النص مدونة مكتوبة.

- الخطاب لا يتجاوز سامعه إلى غيره، أي أنه مرتبط بلحظة إنتاجه، بينما النص له ديمومة الكتابة فهو يقرأ في كل زمان ومكان..

¹ رولان بارث ، لذة النص، ترجمة محمد الرفرافي ومحمد خير بقاعي ،مجلة العرب والفكر العالمي ،العدد 10. سنة 1990 ،ص 35

- الخطاب تنتجه اللغة الشفوية بينما النصوص تنتجها الكتابة، أو كما قال "روبير اسكاربيت R. Escarpit "اللغة الشفوية تنتج خطابات des discours بينما الكتابة تنتج نصوصا destextes وكل منهما يحدد بمرجعية القنوات التي يستعملها الخطاب محدود بالقناة النطقية بين المتكلم والسامع وعليه فإن ديمومته مرتبطة بهما لا تتجاوزهما، أما النص فإنه يستعمل نظاما خطيا وعليه فإن ديمومته رئيسية في الزمان والمكان.

إن الخطاب عن رأي لينش وزميله شورت - تواصل لساني ينظر إليه كإجراء بين المتكلم والمخاطب، أي أنه فاعلية تواصلية يتحدد شكلها بواسطة غاية اجتماعية. أما النص فهو أيضا تواصل لساني مكتوب. وتبعاً لهذا فإن الخطاب يتصل بالجانب التركيبي والنص بالجانب الخطي كما يتجلى لنا على الورق. ولكن على الرغم من هذه الفروق فإنه يوجد من لا يفرق بين الخطاب وبين النص ويستعملهما بالمعنى نفسه، السرديون: "جينيت" و"تودوروف" و"فاينريش" لا يميزون بينهما¹

فالخطاب تلفظ يفترض متحدثاً ومستمعاً، تكون للطرف الأول نية التأثير في الطرف الثاني بأي شكل من الأشكال ، و يفترض في الخطاب وجود السامع الذي يتلقى الخطاب .

إذ يعد **الخطاب الإعلامي** : نسق تفاعلي متداخل يجمع بين اللساني و الايقوني تتلاقى فيه العلامات اللغوية و غير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع الخطابات الأخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه ،وذلك مثل الخطاب الإشهاري و الدعائي و السياسي خاصة من حيث الشحن الإيديولوجي ، وكل ذلك يشغل عبر اللغة وعبر الصورة في الآن نفسه بما يجعل الخطاب الإعلامي نسقا سيميائيا دالا قابلا للقراءة و التأويل عابرا للتخصصات ومعارف عديدة موظفا ومستثمرا إياها حسب ما تقتضي الأوضاع²

¹ بشير ابرير ، مرجع سبق ذكره،ص 3

² بشير ابرير، الصورة في الخطاب الإعلامي (دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية و الايقونية)،ملتقى الدولي الخامس "السيمياء و النص

الادبي"،الجزائر، ص 6

فالخطاب الإعلامي : منتج لغوي ،إخباري، متنوع في إطار بنية اجتماعية - ثقافية (socio culturelle) محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه و رسم رؤاه المستقبلية ، و بلورة رأيه بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها ، والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها¹.

أساليب وخصوصيات الخطاب الإعلامي

أساليب الخطاب الإعلامي :

1-**الخطاب المباشر :** يتسم مضمون الخطاب بالمباشرة ، وهو خطاب حوارى يستغني عن الكثير من التقنيات المجازية ويمتلك إحالات بسيطة إلى الشيء.

2-**الخطاب الضمني :** يهدف إلى إيصال المعنى من خلال رموز تأويلية غير مباشرة إذ يتميز بامتلاكه قدرة حدسية بالمرجعية ، وعلى توليد مستويات من التأويل إلى ما لانهاية.

3-**الخطاب الإيحائي :** يتحدث عن موضوع معين قد يكون في بعض جوانبه مباشرا ولكنه يوم نب أفكار أخرى ، فهو يهدف إلى إيصال مضمونه عبر رموز مباشرة أو ضمنية².

خصوصيات الخطاب الإعلامي:

الخطاب الإعلامي : شكل تفاعلي معقد التركيب يشترك في هذه الميزة مع خطابات أخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه، وأبرز مثال نسوقه في هذا الإطار:

الخطاب الإشهاري : فقد نشأ وترعرع في أحضان الخطاب الإعلامي وإن جاز التعبير قد خرج من معطفه ثم استوى على سوقه بعد ذلك مكونا موضوعه ومحددا أهدافه ومنهجه وآليات تحليله وعناصره

¹ بشير ابرير ، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2010، ص 78

² محمد بدوي الشميري، معالم التجدد و الانغلاق في الخطاب الإعلامي الإسلامي المعاصر، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 2، 2015، ص 158

وظائفه المختلفة ولغته؛ فإذا كان الإعلام يقوم بنقل المعلومات وبيث الأخبار بين مرسل ومرسل إليه بغية إفادته وتنقيفه والترفيه عنه أحيانا فإن الإشهار يعد هو أيضا شكلا تواصليا فعّالا ولكن ليس بهدف الإخبار وإنما من أجل دفع المتلقي إلى الشراء بالدرجة الأولى وذلك بالتأثير عليه وتوظيف العوامل النفسية والاجتماعية المختلفة في ذلك.

كما نذكر أيضا شكلا آخر من أشكال التواصل التي تتلاقى مع الخطاب الإعلامي وهو:

الدعاية : فهي تقوم بنشر المعلومات في اتجاه واحد غالبا من المرسل إلى المرسل إليه شأنها شأن الإعلام والإشهار، بغية تحقيق أهداف خاصة بها مستخدمة الوسائل التقنية المناسبة. وقد ارتبط مفهوم الدعاية بنشر الحقائق قصد التأثير على الآخر ومخاطبة عواطفه وتجييشها أحيانا. "يقابل مصطلح الدعاية في اللغة العربية كلمة بروباغوندا Propagande في اللغة الفرنسية المأخوذة من اللغة الإيطالية Propaganda ذات الأصل اللاتيني لاشتقاقها من الفعل Propager الذي يفيد توسيع مساحات الكروم عن طريق إعادة غرس فسول لها لتعطي نباتا جديدا في أرض جديدة".

إن ما يهمنا هنا هو المفهوم المعاصر لمصطلح "دعاية" التي تتخذ في تمرير خطابها وسائل مصطنعة جزئيا أو كليا وأساليب خادعة تضلل بها المتلقي لمعرفة رأيه أو معرفة الرأي العام نحو قضية ما ومن ثمة العمل على تغييرها أو تعديلها أو تكيفها حسب مقتضيات الأغراض والمصالح، وبهذا فإن الدعاية تقوم على "استغلال الوضعيات الغامضة التي تساعد على خلق جو من الإغراء والاستهزاء بعيدا عن وضوح المضمون المعلوماتي الذي تقدّمه للجمهور.

وهكذا فإن مفهوم مصطلح الدعاية يختلف أيضا عن الإشهار؛ فإذا كان الهدف الأساسي للإشهار يتمثل في الترويج للسلعة وتحفيز المتلقي على ممارسة فعل الشراء فإن الدعاية ترتبط أكثر بالحياة السياسية وبتقديم رسائل محددة تقصد بها أهدافا بعينها مثل إدعاء الأحزاب السياسية في الانتخابات المختلفة أنها

تعمل على تحقيق المصلحة العامة للمواطن وأنها لا تريد المنصب ولا تهدف إليه لو لا أنها تخاف على مستقبل الشعب، وفي الوقت نفسه تستغل الظرف لتعزف على نقاط التوتر في خطاب حزب آخر مضاد لها¹.

2 - الخطاب الإعلامي والخطاب السياسي:

يرتبط الخطاب الإعلامي بالخطاب السياسي ارتباطاً واضحاً، فلا يخلو الخطاب الإعلامي من الشحن السياسي ولا يخلو الخطاب السياسي من الشحن الإعلامي؛ بل إنني أذهب إلى كون كل خطاب منهما يتحول إلى الآخر؛ فالخطاب الإعلامي قد يتحول إلى خطاب سياسي والخطاب السياسي قد يتحول إلى خطاب إعلامي وهذا يدل على شدة الترابط بينهما، حتى إننا كثيراً ما نقرأ وكثيراً ما نقول: الإعلام والسياسة أو السياسة والإعلام، فكلاهما يقتضي الآخر.

يشكل الخطاب الإعلامي أفكار الساسة وأقوالهم، ويعمل على نقلها إلى المتلقي، فيتحول الخطاب السياسي إلى أخبار لا بد من نقلها ووصفها وشرحها وتحليلها.

ثم إن "معظم ما يعرفه المواطنون عن السياسة يأتيهم من الإعلام". وقد لعبت الصحافة دوراً أساسياً في ظهور الدولة الحديثة.... وأدركت القيادات السياسية أهمية الإعلام فعملت على رقابته من ناحية واستغلاله من ناحية أخرى، فما إن دخلت الطباعة أوربا حتى سنت من أجلها القوانين والتراخيص، لكي لا يفلت زمامها فتتير تدمر الجماهير وتحثهم على العصيان. وقد برز رجال السياسة في توظيفهم للإعلام في خدمة أغراضهم وتحقيق أهدافهم فكان "روزفلت يخاطب أبناء وطنه من خلال الراديو كأب يخاطب أبناء

¹ بشير ابرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، أعمال المؤتمر الثاني عشر، (تداخل الأنواع الأدبية)، مجلد 1، قسم اللغة العربية، الأردن، 2008، ص 98

أسرته، أما جاذبية جون كندي الشخصية فهي التي استغلها التلفزيون ليضع كندي على كرسي الرئاسة، حتى يمكن أن نقول: إن رجال السياسة أصبحوا ينافسون رجال الإعلام في النجومية¹.

إن أبرز الارتباطات بين الخطابين الإعلامي والسياسي تتمثل في:

الطاقة الإيديولوجية : التي تشحنها بما هي جملة المعتقدات والمواقف المنتظمة في النسق الاجتماعي المشترك لجماعة أو ثقافة أو مجتمع،... إنها آلة معرفية وبرنامج قاعدي يولد المواقف الجماعية التي تتحكم في علاقات الهيمنة أو التبعية ... فهي تمتد من الخطاب التواصلية إلى الخطاب المؤسساتي بما في ذلك النصوص الحكومية والمناقشات البرلمانية والتشريعات القانونية وفي كل ما يؤدي إلى إعطاء مشروعية لسلطة ما².

وهكذا إذا كانت الإيديولوجيا كوعاء زائف تحمل دلالات قذحية، فإنها كوعي جماعي يعبر عن مصالح فئة أو طبقة اجتماعية محددة على مستوى الأحكام والتصورات والقيم الثقافية، تظل حاملة لدلالات إيجابية أو لنقل ضرورية، وهذا يعني أن أي خطاب لا يخلو من تضمينات إيديولوجية، مع العلم أن التسليم بوجود الإيديولوجيا كالهواء في كل قول وفعل وتفكير وممارسة لا يشرعن للكسل الفكري الذي يقطع في أحكامه بوجود إيديولوجيا وكفى، وإنما تحتاج إلى قراءة عميقة وإدراك للأنساق الفكرية وتجلياتها الرمزية في السلوك البشري. وبهذا تكون الإيديولوجيا محايثة لكل خطاب إعلامي

إن كل هذا يبرز في الاستعمال؛ إذا المسألة الحقيقية هي كيف نستعمل الكلمات، فليست اللغة هي التي تحمل طابعا إيديولوجيا وإنما الاستعمال الذي تستعمل به اللغة هو الذي يحمل ذلك الطابع. وبهذا تكون اللغة وسيلة معبرة عن الارتباط الموجود بين الخطابين، إلى جانب الطاقة الإيديولوجية التي تميزهما، ذلك أن السياسة هي لعبة كلمات، ويتقلد السياسيون السلطة لأسباب منها أنهم يتحدثون ويقنعون ويحققون أهدافهم في

¹ طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي، ط2، الدار البيضاء، المغرب، 2000، ص45

² أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة، ط1، دار الثقافة، الدار البيضاء، المغرب، سنة 2002، ص86

السيطرة وتعزيز الولاء الشعبي لهم، لأنهم يوظفون الرموز اللفظية بذكاء في نشاطهم الاتصالي. اللغة السياسية إذن ليست سياسة بألفاظها بل بالمعلومات التي تنقلها وبالمحيط الذي يحدث فيه الاتصال¹.

مستويات الخطاب الإعلامي

بعد معرفتنا للخطاب و خصائصه و أساليب التعبير عنه، لذا وجب التعرف على الكيفية التي يتم من خلالها فهم الخطاب، وهنا لابد من التمييز بين ثلاث مستويات من المعرفة في فهمنا للخطاب وهي :

- المستوى الأول : معرفة القضايا القبلية على فهم الخطاب، (التأسيس)
- المستوى الثاني : يكون موضوع المعرفة هو موضوع الخطاب ذاته، (الفهم)
- المستوى الثالث : هو آلية النتائج في كل القضايا المستنتجة ، (الإنتاج المعرفي)

وهناك فرق بين فهم الخطاب و الطريقة الموظفة لفهمه، فالطريقة لا تنقل الخطاب كما هو، بل تتصوره بحسب قواعد ومسلمات تشكل محور نشاط في الفهم وإنتاج المعرفة².

الخطاب الإعلامي خطاب مركب متعدد ومتشابه مع خطابات أخرى؛ فهو يعد من الخطابات العابرة لمعارف عديدة، وهو أيضا خطاب تواصل من حيث:

1-لغته : التي بالرغم من كونها تقريرية مباشرة واصفة للحدث غالبا، شارحة له محللة أحيانا؛ فإنها لا تخلو من الإيحاء بما تقتضيه مقامات استعمالها وبما يتناسب مع استراتيجياتها وأهدافها وما يكمن فيها من مفاهيم ومصطلحات خاصة بها تكون شبكة نسقية دالة.

¹ بشير ابرير ،مرجع سبق ذكره ،ص 102

² اسعد عبد الوهاب عبد الكريم ، الخطاب الإسلامي والديمقراطية بين نظرية الاستيعاب و الاستبعاد، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد2015،2،

2-وسائطه : التي تعمل على نقله وتبليغه بل وتساهم في تشكيله " فقد خضعت انتاجات الوسائط الإعلامية الجماهيرية في الدراسات التقليدية أو الوسائط الالكترونية لأوصاف خارجية تعالج الظواهر في علاقاتها المباشرة بالمجتمع والتاريخ والثقافة، فلزم عن ذلك انحصار الاهتمام في مساءلة التجليات السطحية للوسائط التقنية والتوجه السياسي، والموقع الاجتماعي، والوضع الاقتصادي والوظيفة الحضارية"¹.

مدارس تحليل الخطاب :

نذكر بعضها دون أن نغوص في التفاصيل الكثيرة وإنما نحاول الالتزام بما يقتضيه الموضوع ومنها :

1- المدرسة الفرنسية في تحليل الخطاب :

بدأت هذه الحركة في الستينات بافتتاحية العدد الثالث عشر من مجلة "اللغة **langage** المعنونة بتحليل الخطاب، مع ترجمة مقالة اللساني الأمريكي "زليغ هاريس" **Z/ Harris** " المعنونة بـ"تحليل الخطاب" **DISCOURS ANALYSES** التي أصدرها سنة 1952 وكذلك كتاب الناقد تيشو الفرنسي بعنوان التحليل الآلي للخطاب سنة 1983، وتعد هذه المدرسة الشرعية لدراسات سوسير، حيث التف مجموعة من النقاد و المؤرخين واللسانيين لدراسة الخطاب في منهجية جمعت بين اللسانيات و البنوية و النظرية الايديولوجية المستوحاة من قراءة أعمال كارل ماركس و منجزات التحليل النفسي لـ"جاك لكان **J/ Lacan** ، وبهذا فإن تحليل الخطاب بالنسبة للمدرسة الفرنسية يركز على الدراسة التحليلية التي تفكك النصوص ، وقد أقامت أسسها على أربعة مداخل أو مقاربات مترابطة منسجمة بعضها ببعض طبقتها في دراستها للخطاب السياسي بصفة خاصة وهي:

- المدخل المعجمي : **L'approche lexicale**

- المدخل التركيبي : **L'approche syntaxique**

¹ أحمد العائد، مرجع سبق ذكره ، ص98.

- المدخل التداولي: L'approche pragmatique

- المدخل السيميائي: L'approche sémiotique¹

2- سميولوجيا الخطاب الإعلامي :

لقد ركز الخطاب النقدي المعاصر للبنىوية على العلاقة بين الرؤية والكلام، ، فالسيميائية تشير إلى أثر النشاط الحسي والإدراكي المعرفي في تشكيل المعنى، ففي عوالم الخطاب هنا كوحدة أو علاقة كبيرة بين الإدراك الحسي والدلالة فسيما المرئي تحاول تحديد حالات الضوء منبر يقولون وإضاءة ومادة، وهي حالات لا تخص الصورة المرئية فحسب، بل تهتم أيضا بالذات والمتصل والإدراك الحسي . فالسيميائية هي تساؤلات تخص الطريقة التي تحكم سلوك الإنسان ومعانيه، وهي تصف أيضا كيفية استهلاك المعنى، وهذا الاختلاف أو التنوع داخل حقل السيميائية هو شكل من أشكال التيارات المتعددة والتمتيزية . عن بعضها داخل نفس الحقل². إذ يتم إنشاء سياقاً متخيلاً ووضعاً تلفظياً داخل النص لا ينتمي إلى النص بشكل مباشر، في بنى الخطاب ويصبح مبرراً ومشروعاً، فالخطاب لا ينشأ في فضاء موجود سلفاً، وهو ينشأ لنفسه وضعاً تلفظياً، يواجه القارئ وينسبه الإطار الجاهز الذي ينتمي إليه النص أو مبنى الخطاب الكلي³.

وأما من الناحية الثانية فتتمثل في الدلالات التي تختص بوصف العلاقات التي تجمع بين الدوال ومدلولاتها وإمكانية تفسيرها سواء أكانت تصورات في الذهن أم أعياناً في الواقع

وتختص الناحية الثانية بوضع الخطاب داخل سياقه اللغوي والتخاطبي والمعرفي وما يقتضيه من استدلالات واستراتيجيات في التواصل وآليات في الحجاج، يوظفها المتكلمون المستعملون للدوال والمدلولات ليدلوا بها على أغراضهم ومقاصدهم في نشاطاتهم التداولية المختلفة وعلى هذا فإن مفهوم الخطاب ينطبق تماماً على نصوص الوسائط الجماهيرية والتواصل الإعلامي وما تنتجه، لأن النص الوصائفي مهما يكن فهو لا يخرج

¹ يشير ابرير ، سبق ذكره ، ص 98

² محمد شومان، سبق ذكره ،ص 29-32

³ صفاء جبارة ،الخطاب الإعلامي بين النظرية و التطبيق،ط1، دار اسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص83

عن كونه بنية تجمع بين النظم والتدليل والتنسيق والوضع داخل المقام؛ وتتفاعل في هذه البنية - كما يرى أحمد العاقد - ثلاثة مجالات هي: اللغة والتواصل والمعرفة، وهذا يعود في أساسه إلى المنجزات التي قدمتها العلوم المعرفية، مما يمكن استثماره في ميادين التواصل الجماهيري¹.

إذ أن أهمية التحليل السيميائي تكمن في تعقيد بعض النصوص الخطابية التي تحتوي على أكثر من نسق علاماتي، مثل الصور البصرية والنص والصوت، ومعظم محتوى وسائل الإعلام الواسائط الالكترونية من هذا النوع.

فمن أهم انجازات أبحاث سميولوجيا الصور والنصوص الإعلامية والخطابات الإعلامية، هي التأكيد على أهمية الاتجاهات الثقافية والاجتماعية في تحليل النصوص، وذلك من خلال ربط خصائص تلك النصوص بالأيدولوجيات وعلاقات القوة والقيم الثقافي ولهذا فإن الخطاب الإعلامي باعتباره نشاطا تواصليا جماهيريا متعدد الوسائط التقنية خاصة فيما يتعلق بطابعه الرقمي يمكنه أن يستفيد كثيرا من منجزات المعرفة السيميائية في دراستها للنصوص والخطابات².

¹ بشير ابرير ، مرجع سبق ذكره، ص 131-132

² محمد شومان، مرجع سبق ذكره ، ص 58



الفصل الرابع

الإطار النظري للدراسة



تحليل الصور الفوتوغرافية لانتخابات التجديد النصفي لمجلس الأمة عبر الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني على موقع فيسبوك :

1- النتائج العامة للتحليل السيميولوجي

2- النتائج العامة لتحليل المضمون

نظرا للمكانة التي يكتسبها الخطاب الإعلامي بشكل عام و الخطاب السياسي على وجه الخصوص بتجلياته المختلفة ،خاصة في عصر الرقمنة وما يحويه من وسائل شتى ومتنوعة تتعدد بتعدد تأثيراتها ، نذكر من بينها الصور الفوتوغرافية كونها من أهم العناصر الجرافيكية و الإخراجية في الخطاب السياسي الالكتروني ،نظرا لأهمية الدور الذي تؤديه في عصر تسوده لغة بصرية جديدة وليدة التقدم التكنولوجي هي، إذ بات تحليلها كما وكيفا مجالا بالغ الأهمية في مجال البحث العلمي رغبة منا في التعرف على البعد الدلالي و الضمني لها .

أولا : وفقا للمقاربة السيميولوجية :

1_ الموجز العام لشبكة التحليل :

أ-المستوى الشكلي

ب-المستوى التعييني

ج-المستوى التضميني

2_ عرض الصور و تحليلها :

1- تحليل الصورة الأولى :

شارك منسق هيئة التنسيق بالحزب الأخ محاذ بوتشارب اليوم ضمن فعاليات المؤتمر الوطني الأول لحزب تجمع أمل الجزائر " تاج" بالمدرسة العليا للفندقة والإعلام بعين البنيان إلى جانب قيادات التحالف الرئاسي ، حيث قدم كلمته في ذات سياق نيابة عن قيادة التحالف الرئاسي في جمع المؤتمرين وقيادات تجمع أمل الجزائر ، كما أسفرت نتائج المؤتمر على تركية السيد عمار غول لعهدة جديدة على رأس حزبه .



الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني على موقع فيسبوك 15 ديسمبر 2018

زمن النشر : 21:42

أ- المستوى الشكلي :

الإطار :

المساحة :

التأطير :

الأشكال :

الألوان والإضاءة :

زاوية التقاط النظر والأهداف :

التركيب والإخراج على الصفحة :

ب- المستوى التعييني :

تشكلت الصورة من الأيقونات الدلالية التالية : إذ تم التقاطها أثناء فعاليات المؤتمر الوطني الأول لحزب تجمع "أمل الجزائر" بالمدرسة العليا للفندقة و الإطعام بعين البنيان" بمشاركة من هيئة التنسيق ممثلها الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني إلى جانب قيادات التحالف الرئاسي (حزب التجمع الوطني الديمقراطي و الحركة الشعبية الجزائرية) وذلك بتاريخ 15 ديسمبر 2018 نشرت على الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني عبر موقع فيسبوك ، كما التقطت العديد من الصور المشابهة لها و بثت عبر وسائل الإعلام المرئية والمسموعة ، لتتنمي هذه الصورة إلى الصور الفوتوغرافية ذات البعد السياسي، إحتوت على مشهد واحد يتضمن أحزاب التحالف بالمقاعد الأمامية دلالة على وحدتهم وترابطهم ، التقطت لهم الصورة من مسافة متوسطة من زاوية عادية شبه جانبية من الجهة اليمنى ،سعيًا في جعل المتلقي ينسى بان الصورة منتقاة ، بعيدة عن العفوية. إذ تم وضع ثلاث طاولات صغيرة الحجم عليها الكؤوس وقارورات المياه بجانب مزهريّة بها ورد دلالة على بساطة الحدث وأهميته ليكون باقي الحضور خلفهم مما يبرز عدد الحضور الكبير بالقاعة كونه تمت الاستعانة بلقطة شاملة مما يوحي بتعدد العناصر مع تقلص حجمها تدريجياً، وبالتالي ظهور جمهور غفير لبي نداء دعوة التحالف الرئاسي ليتضح أن التقاط الصورة تم في المكان والزمان المتعلقان بنفس الحدث، إذ أتت الصورة واضحة ويسيرة الفهم تخلو تماما من الأشكال، غرضها إيضاح النقل الطبيعي للحدث مما ينم عن واقعيته وبالتالي الإيحاء بدرجة المصادقية التي يتحلى بها ملتقط الصورة دون لفت انتباه المتلقي للسبب الحقيقي الذي يكمن خلفها .

ج- التحليل الدلالي للنص المكتوب :

تم نشر الصورة مصحوبة بنص تفصيلي ذو لغة عربية فصحة بسيطة متضمنا مشاركة الأمين العام لحزب الأفلان بالمؤتمر الأول بإلقاءه كلمة نيابة عن قيادة التحالف الرئاسي دلالة على تعظيم شخصه كونه ممثل حزب الأفلان حزب الثورة التحريرية فهو الأجدر تبعا لميلاده التاريخي قبل السياسي ، إيحاء منهم على دعمهم للحزب الحاكم فهو رمز للحرية وسبب في تلاحم كافة الأحزاب وتعاضدهم ،ليتم ختامًا التطرق إلى نتائج المؤتمر بنتائج تمثلت في تركية عمار غول لعهدة جديدة على رأس حزبه " أمل الجزائر" إيحاء منهم على أن إعادة تركيته هي نتيجة لجدارته وخدمته للحزب مما اكسبه الولاء مرة أخرى ، دلالة على إبرازهم للواقع وإبعادا للحقائق في ذهن المتلقي وبالتالي كسب تأييد مجتمعي بشفافية أراد إظهارها للعيان من منظور سياسي وليس واقعي حقيقي .

د- المستوى التضميني :

التقطت الصورة الفوتوغرافية مرفقة بنص تفصيلي توجيهي للسبب الذي التقطت لأجله ألا وهو تقديم الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني لكلمته نيابة عن قيادة التحالف في جمع المؤتمرين وتجمع الأمل الجزائري وهذا دلالة على مدى وفائه للرئيس ومدى مباركة رئيس الجمهورية له وحسن ثقته به ، ، التقطت الصورة من مسافة متوسطة إذ يحتل فيها رؤساء الأحزاب فضاء الصورة فيشاهد بذلك المتلقي رؤية شبه شاملة لرؤساء الأحزاب أو ما يطلق عليهم بأحزاب التحالف الرئاسي الأربعة باعتبار التحالف وُلِدَ ارتقاء الإئتلاف الحزبي خوفا من تقادم حقن الدماء أثناء العشرية السوداء التي مرت بها الجزائر ليكون هذا التحالف الثلاثي نتاج تعاون اتجاهات مختلفة تحت ظل دعم برنامج الرئيس للترشح لعهدا ثانية وفاء لبقاء النظام السياسي، لينتهي بعم التوافق والالتزام ببرنامج الرئيس ، لتعاد مساعي تجديده مرة أخرى لكن تحت لواء تحالف رياضي يضم كل من الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني "مواذ بوشارب" الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني رفقة كل من "احمد أويحي" الوزير الأول للحكومة والأمين العام لحزب التجمع الديمقراطي، و"عمار غول" وزيرا للسياحة و رئيس تجمع أمل الجزائر "تاج" إضافة إلى رئيس الحركة الشعبية الجزائرية "عمارة بن يونس" وزيرا للتجارة مما يوحي بصدقهم وسرعة استجابتهم دلالة عن كونهم تحت لواء قطب واحد ينتمون إليه هو قطب رئيس الجمهورية هدفا للاستمرارية في الريادة ، مما يوحي بضرورة الإشادة بدعم برنامجه بغية الترشح لعهدا خامسة امتانا له وللانجازات التي حققها وبالتالي تعزيز مكانته لدى المتلقي كونه رائد الوئام والمصالحة في نظرهم. ليقبل حجم الصورة بالتدريج من زاوية عادية شبه أمامية إحياءا بالنقل الطبيعي ليزيد من الشعور بواقعية الحدث مما يضيف عليها مصداقية أكثر بذهن المتلقي ، وبالتالي استرجاع الذاكرة لتاريخ الجزائر وتلاحم الأحزاب رغم اختلافهم واختلاف توجهاتهم سعيا لإعادة الفاعلين والمشاركين السياسيين رغم اختلاف توجهات كل حزب وبالتالي إعادة إنتاج اطر ذهنية وقيم ترتسم عبر أدوارهم وتحديد هوياتهم السياسية وفقا للهدف الواحد الذي يجمعهم . ولكون عملية إنتاج الصورة معبرة عن واقعه وليس حقيقته ، دلالة على ترسيخها بذهن المتلقي وفقا لإيديولوجيته المرسومة مما يوحي بأن تلاحم أحزاب التحالف في فضاء سياسي يجمعهم هدف واحد ألا وهو دعم الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وأمانته وقيادته وحكمته كونه الوحيد المستحق لمكانته المكتسبة بجدارة سواء على الساحة السياسية أو التاريخية إذ تم العمل على ترسيخ صورته لدى المتلقي مما يجعل ترشحه محل قبول وبالتالي إحياء الروح الوطنية التي تداعب غرائز المتلقين لإقناعهم ، مما يحقق دعما سياسيا تاريخيا للحزب والرئيس معا .

2- تحليل الصورة الثانية :

مواصلة للقاءات التي اقرتها هيئة التنسيق لحزب جبهة التحرير الوطني للتحضير لانتخابات التجديد النصفي لمجلس الامة ، اشرفت السيدة سميرة كركوش على لقاء تحصيلي ناجح بولاية سوق اهراس بحضور مرشح حزب جبهة التحرير الوطني لولاية سوق اهراس السيد محمد الصالح لطيفي ونواب البرلمان بخرفتيه ، ورئيس المجلس التنحي الولائي ورؤساء البلديات والمنتخبين المحليين والمنتتميين للحزب .والكل حازم بافتكاح كرسي الافاقن لصالح الجبهة.



الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني على موقع فيسبوك 20 ديسمبر 2018

زمن النشر: 19:06

أ-المستوى الشكلي :

الإطار :

المساحة:

التأطير :

الأشكال :

الألوان والإضاءة :

زاوية التقاط النظر والأهداف :

التركيب والإخراج على الصفحة :

ب-المستوى التعييني :

تشكلت الصورة من الأيقونات الدلالية التالية: إذ تم التقاطها أثناء اللقاءات التي أقرتها هيئة التنسيق لحزب جبهة التحرير الوطني تحضيراً لانتخابات التجديد النصفي لمجلس الأمة ، تحت إشراف عضو هيئة التسيير على اللقاء التحسيسى بولاية سوق أهراس لمرشح الحزب ، ونواب البرلمان بغرفتيه ، و رئيس المجلس الشعبي الولائي و رؤساء البلديات و المنتخبين المحليين و المنتمين للحزب ، وذلك بتاريخ 20 ديسمبر 2018 ، نشرت على الصفحة الرسمية للحزب على موقع فيسبوك ، إذ تنتمي الصورة إلى الصورة الفوتوغرافية ذات البعد السياسي مصحوبة بنص توضيحي لما جئى فيها ، احتوى مضمونها مشهداً واحداً يظم كل من "احد المنتخبين المحليين جالساً شمال عضو هيئة التسيير للحزب التي تجلس على شمال مرشح حزب جبهة التحرير الوطني و على يمينه رؤساء البرلمان دلالة على المؤازرة و التعاون كونهم جالسين في نفس المستوى على طاولة الاجتماعات مستطيلة الشكل عليها راية تغطيها بأكملها هي صورة تم التقاطها مكبرة من زاوية أمامية قريبة للأمين العام للجبهة إبرازاً لأهميتهم ودرجة تأثيرهم إحياءاً بالحقيقة الموضوعية ، أما بالنسبة للخلفية فتضم مجموعة من الحراس خلفهم صورة جدارية على طول الحائط لرئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة تبرز إلا الجزء السفلي لوجه الرئيس كون الصورة تم التقاطها من زاوية جانبية من اليسار ، أما بالنسبة للإضاءة فهي شبه خافتة على عكس الضوء المسلط على صورة الأمين العام ذات الخلفية الزرقاء اللون .

ج-التحليل الدلالي للنص المكتوب :

وردت الصورة مصحوبة بنص توجيهي توضيحي لمضمون الرسالة الأيقونية ،حتى لا يتم وقع لبس من لدن المتلقي ، تضمن النص لغة بسيطة واضحة مفسرة سبب النقاط الصورة بشكل مختصر بلغة عربية فصحي ، محددًا في فقرة بسيطة الأسطر ذات شكل هندسي مستطيل أعلى الصورة ، تضمن عبارة "أشرفت السيدة كركوش على لقاء تحسيسى ناجح " دلالة على ضمان كسب الأصوات يقينا بفوز المرشح للحزب وقد تم اختتامه بعبارة "الكل عازم بإفتكالك كرسي الأفلان لصالح الجبهة "دلالة على منافستهم بقوة لباقي الأحزاب مما يوحي في ذهن المتلقي على عزم الحزب على الفوز في الانتخابات والظفر بالنصر في هذه المعركة الحزبية على الساحة السياسية كونه حتمية وجب تحقيقها في تاريخ الحزب الحافل بالانتصارات طيلة ميلاده ، دلالة على إبراز الحزب لعزيمته وقوة مكانته التاريخية في ذهن المتلقين ملامسة لتوقعات هذا الأخير و السيطرة على مراكز المعلومات لديهم اعتزازاً وفخراً بالانتماء الحزبي للجبهة وبالتالي تعزيز روح الانتماء لهذا الحزب الذي يستحق الولاء والإدلاء بأصواتهم لصالحه .

د-المستوى التضميني :

التقطت الصورة الفوتوغرافية الرقمية مصحوبة بنص توجيهي يوضح فعاليات اللقاءات التي أقرتها هيئة التنسيق لحزب جبهة التحرير الوطني تحضيراً للسينا، تم التقاط الصورة بزوايا قريبة لإبراز الجزء العلوي للجسم وكأن عدسة الكاميرا موضوعة بشكل أمامي مقابل دلالة على واقعية الصورة وإيحائها بالنقل الطبيعي للحملة لتوحي الصورة للمشاهد أو المتلقي إحساساً بأهمية الشخصيات وعزمهم على فوز مرشح ولاية سوق أهراس وبالتالي ضمان مرشح من مرشحي ولايات الشرق، أما بالنسبة لتأملنا في الصورة فلم تحوي أية خطوط أو أشكال باعتبارها صورة فوتوغرافية رقمية إلكترونية إضافة إلى الإضاءة على وجوه الشخصيات شبه خافتة وإن قمنا بتقسيم الصورة بشكل أفقي فستحتوي على ثلاث مشاهد من الأهم وصولاً للمهم إذ أن عين المتلقي تشاهد أولاً الأشخاص الجالسين من ضمنهم رئيسة هيئة التنسيق كركوش سميرة و المرشح محمد لطيفي عازمين على تحقيق الفوز لصالح الحزب، لتنتقل مباشرة للجهة السفلى من الصورة والتي تتضمن صورة الأمين العام للحزب معاذ بوشارب كراية لطاولة المرشح تم التقاطها من أعلى دلالة على الاعتزاز والشمخ بشخصه وقد تم التقاط الصورة من زاوية شبه جانبية من الجهة اليسرى قريبة جداً لإبراز ملامحه إيحاء على الاعتزاز بشخصه الذي أعاد بناء ما تبقى من الآفان من جديد مما جعله يحظى بقبول أكثر من طرف مناضلي الجبهة، ملامحه توحي بالجدية والعزم فالرأس مرفوع لأعلى من جهة جانبية أمامية دلالة على الحيادية والشمخ ونظرة العينين لأعلى توحي بالجدية والمنافسة قصد إيصال رسالة للناخبين تفيد بقدراته وصفاته القيادية، لتكون خلفية صورته باللون الأزرق السماوي دلالة على الثقة والكرامة والسلام مما يعكس الإحساس بالنزاهة و الجدية في ذهن المتلقي وبالتالي كسب التأييد من لدنه ، لتنتقل العين بعدها لصورة عبد العزيز بوتفليقة بابتسامة كخلفية للصورة لكنها تحتوي الجسد و الجزء السفلي من الوجه إيحاء بعفوية ملتقط الصورة .أما بالنسبة للصورة ككل تصنف ضمن الصور الفوتوغرافية الواقعية كونها التقطت في سياق حقيقي وحدث ارتبط بالمكان و الزمان اللذان تم فيهما اللقاء التحسيسى أما بالنسبة للطريقة التي نشرت بها على الصفحة الإلكترونية للحزب تعتبر جامعة لحدث رئيسي واحد تم تفسيره بنص. مما يجعل المتلقي يتعرف بسهولة على موضوع الصورة ، إذ أن كل هذه العناصر تستكمل بناء الصورة المطلوبة المرغوبة مما يمكنها من جذب الناخبين و لفت إنتباههم نحو المرشح وصولاً إلى التصويت لصالحه.

3- تحليل الصورة الثالثة :



الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني على موقع فيسبوك 21 ديسمبر 2018

زمن النشر: 19:27

أ- المستوى الشكلي :

الإطار :

المساحة:

التأطير :

الأشكال :

الألوان والإضاءة :

زاوية التقاط النظر والأهداف :

التركيب والإخراج على الصفحة :

ب- المستوى التعيني :

تتشكل الصورة من الأيقونات الدلالية البينة أمانا ، تم التقاطها أثناء اللقاء التحسيسي بمسكن النائب التلي ماضي لانتخابات التجديد النصفي لعضوية مجلس الأمة تحت إشراف عضو هيئة التنسيق الوطني لتسيير حزب جبهة التحرير الوطني دعما لمرشح الحزب ، بحضور منتخبي الحزب التنظيمي للحزب ونواب البرلمان بغرفتيه وأسرّة الإعلام ، وذلك بتاريخ 21 ديسمبر 2018 تم نشرها على الصفحة الرقمية للحزب عبر موقع فيسبوك لتكون هذه الصورة ضمن الصور الفوتوغرافية ذات البعد السياسي ، تحتوي في مضمونها كل من عضو هيئة التنسيق الوطني لحزب الأفلان "بوناب سعيدة " واقفة تلقي كلمتها عبر المصحح على الحضور منحنية للأمام قليلا على المنبر ترتدي بذلة رسمية نسائية ذات اللون البنفسجي القاتم ، خلفها من الجانب الأيسر نائب رئيس كتلة حزب جبهة التحرير الوطني يرتدي بذلة رسمية بملامح جدية وهيئة وقوف تشبه الحارس الشخصي أما من الجانب الأيمن خلفها راية تضم العلم الوطني ليست كاملة المعالم إذ تم التقاط جزء من الراية تضم اللون الأحمر من الهلال و الأخضر بالعلم الوطني ، فالصورة تم نشرها مرتبطة بنص تفسيري ، فعين المتلقي تقع على الصورة ثم تحقق في الرسالة اللغوية لفهم تفصيل الصورة مما يوحي بقابلية قراءة مضمونها الدلالي وإمكانية الاستنتاج من خلال التمعن والتمحيص فيها بشكل كبير لتعبر بذلك عما تحمله من أيقونات دالة يراد إيصالها من قبل مرسلها .

ج- التحليل الدلالي للنص المكتوب :

تم نشر الصورة مصحوبة بنص تفصيلي لما احتواه مضمونها حتى لا يقع لبس لدى المتلقي حول موضوع الصورة ليفسر بذلك ماجيء في اللقاء التحسيسي للحملة الانتخابية إذ أستهل النص بعبارة "لقاء تحسيسي تحت عنوان "السينا 2018 " ليكون النص على شكل فقرة بشكله الهندسي مربع، ليتم في بادئ الأمر الإشارة إلى نائب هيئة التنسيق الوطني لتسيير الحزب "بوناب سعيدة " بالأخت " دلالة على تلاحم الحزب وتعاضده كونهم أسرة واحدة تحت ظل الجبهة دعما لها للمضي قدما والبقاء على إستمراريته لحمة واحدة يصعب تشتيتها أو التفريق بينهم تؤكد على أن الحزب بكل أطيافه وفناته صوت واحد بخصوص الإنتخابات ذات الأولوية ، بعدها ذكر كل الحضور بدءا بأعضاء الحزب وصولا إلى الأسرة الإعلامية ليتم ختام الإشارة لشخص رئيس الجمهورية كون اللقاء التحسيسي كان بأمر منه اعتزازا به وبتاريخه إشارة إليه بالمجاهد فخرا به وبرئاسته للحزب وجهاده في سبيل الوطن تثبيتا لإسمه بذاكرة المتلقين مما يمنحه قوة إنتخابية بدرجة أو بأخرى، إذ ذكرت مصطلحات "المجاهد" و "الحزب العتيد" دلالة على عراقة الحزب كونه صانع التاريخ و المجد الضامن للسلم والازدهار منذ الثورة التحريرية إبرازا لإنتصاراته ومحطاته اللافتة في تاريخه توحى بمحاربة النسيان لترسيخ الذاكرة الوطنية في ذهن المتلقي دعما لبرنامج الرئيس وكسبا للاستحقاقات القادمة وتكريس ريادته على الساحة السياسية من لدن المتلقي .

د-المستوى التضميني :

تم نشر الصورة الفوتوغرافية عبر الصفحة الإلكترونية للحزب على موقع فيسبوك مصحوب بنص تفصيلي للرسالة الأيقونية، إذ تم التقاط الصورة بزوايا أمامية مما يعطي رؤية شديدة القرب من الرؤية الطبيعية قريبة تركز على الجزء العلوي من الجسم لتبرز نائب هيئة التنسيق "سعيدة بوناب" ممسكة بيديها طرفي المنبر دلالة في حركة منها لا تعكس إلا ارتباكها، كتفاها يميلان إلى الانحناء كأنها تحمل أثقالا تتعبها ، مما يبدي عليها حضور جسدي ثقيل أرهبته مواجهة الحضور ،مرتدية بذلة رسمية نسائية ذات لون بنفسجي قاتم يوحي برفعة المكانة و الإستقرار و العدالة في ذهن المتلقي كعضوة بهيئة التنسيق تجسيدا لنبل الحزب ، ملامح وجهها تعكس جدية الأمر لكون الحدث جدي بينها وبين المتلقين إذ تم التقاط الصورة وهي تلقي خطابها لذلك تبرز للمشاهد والمتلقي وضعية الشفاه مفتوحة ممدودة للأمام قليلا توحى بعفوية الصورة زمن التقاطها كونها ليست مدروسة بغية إبراز الشفافية التي يتحلى بها الحزب في ذهن المتلقي المؤيد خاصة والمعارض على العموم ، إحياء منهم على أن استخدام الصورة هذه كان من إختيارهم لا من إختيار مسبق محدد بذكاء، خلفها من الجهة اليمنى يقف نائب كتلة الحزب بالمجلس الشعبي الوطني "تلي ماضي" مستقبل اللقاء بمسكنه دلالة منه على دعمه للمرشح وبدرجة ثقته في تحقيق النجاح للحزب ولو تطلب منه ذلك كل ما يملك كسبا لثقة جمهور المتلقين سعيا في تعزيز الثقة بمكانة المرشح و التنديد بالتصويت له للفوز بمقعد لصالح الحزب تأثيرا في المتلقين وكسب تأييدهم، أما على يمينها من الجهة الخلفية فيظهر جزء فقط من راية العلم الوطني تحتوي اللون الأبيض والأخضر وجزءا من الهلال باللون الأحمر يشي بدلالة وطنية ، ليظهر جزء منها فقط دلالة على عفوية ملتقطها ،وبما أن الصورة التي بين أيدينا صورة فوتوغرافية رقمية فإننا لا نلمح أية خطوط على عكس لو كانت كاريكاتورية أو صحفية ، أما بالنسبة للألوان و الإضاءة فاللون الأبيض هو الأكثر حضورا أما بقية الألوان واضحة ذات إضاءة طبيعية توحى بالواقعية لطبيعة المكان والزمان الذين القي منهما الخطاب ، و رغم الدلالات العديدة التي تقدمها لنا القراءات الضمنية فهي تتكرر في كل لقاء تحسيسي للحملة الانتخابية على مستوى الأحزاب وهذا دلالة على واقعية الحدث إذ تم نقله بكل موضوعية مما يعزز مصداقية الحزب ويوحى بشفافية الحزب في ذهن المتلقي وبالتالي تحقيق التأثير المراد إحداثه في ذهن هذا الأخير وكسب ثقته وتأييده.



الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني على موقع فيسبوك 25 ديسمبر 2018

زمن النشر: 17:47

أ-المستوى الشكلي :

الإطار :

المساحة:

التأطير :

الأشكال :

الألوان والإضاءة :

زاوية التقاط النظر والأهداف :

التركيب والإخراج على الصفحة :

ب-المستوى التعييني :

تشكلت الصورة من الأيقونات الدلالية الظاهرة أمامنا ، إذ تم التقاط الصورة هذه في لقاء منتخبى الأفلان بمقر الحزب ، صدرت عن جريدة صوت الأحرار بتاريخ 25 ديسمبر 2018 من الجرائد الموالية للحزب وهو نفس تاريخ نشرها على الصفحة الالكترونية للحزب على موقع فيسبوك إذ عرضت الصورة مكبرة في إطار مستطيل الشكل عمودي ، يلاحظ أعلاها ثلاث عناوين مكملة لبعضها البعض ذات ألوان مختلفة خلفيتها باللون الأزرق يتوسطها عنوان رئيسي ، كتب عليها العنوان الذي يعلو الصورة باللون الأسود "بوشارب يلتقي منتخبى الأفلان بالعاصمة تحضيرا لرهان السينا " مؤكدا متبوعا بعنوان رئيسي " مستمرين في الدفاع عن برنامج الرئيس بوتفليقة " كتبت باللون الأحمر بخط سميك متبوعة بعنوان فرعي يكمل معناها " لن نرضى بان يذهب صوت واحد إلى غير محله " كتبت باللون الأزرق القاتم جيئت بين معطوفتين وتحتها خط يفصلها عن العبارة الرابعة " يد الأفلان ممدودة لكل التيارات " كتبت هي الأخرى بنفس لون العبارة التي قبلها ، إذ تم التقاطها من زاوية أمامية قريبة تركز بذلك على الجزء العلوي من الجسم تتضمن شخصا واحدا ألا وهو الأمين العام للأفلان يلقي خطابا على المنبر إذ يعلو المنبر مجموعة من المصادح للعديد من الجرائد منها ما هو ظاهر اسمها "كالحره والبلاد و الحيادة و الأخبار وأخرى غير بينة للعين المجردة ، ليبرز لنا إلا الكتفين و وما يعلوها لشخص الأمين العام للجبهة خلفيته تتصدرها صورة لرئيس الجمهورية بجانب راية العلم الوطني ،لنلاحظ بذلك أن الصورة مركبة بشكل متفاوت ،فالعين تقع على الصورة ثم تحدد في الرسالة اللغوية لفهم و تفصيل هذه الأخيرة ،وبما أن الصورة التي بين أيدينا صورة فوتوغرافية صحفية ذات طابع رقمي ،لم يتم لمح أية خطوط على عكس لو كانت صورة كاريكاتورية إذ تتفاوت ألوانها بين اللون الأزرق و الأسود و الأحمر ،وهذا ماجاءت به عناوين الصورة وخلفيتها لتصنف ضمن الصور الواقعية كونها التقطت في سياق حقيقي مرتبط بالزمان و المكان نفسه.

د- المستوى التضميني :

ترتبط الصورة بالتحضيرات النهائية للسينا ، أملا بالظفر بفوز الحزب على الساحة السياسية والتاريخية التي اكتسبها منذ الثورة التحريرية إحياء للمتلقي بعراقته كونه صانع التاريخ ومكتسب المجد بقوة على الساحة السياسية ، وقد وردت مصحوبة بمجموعة من الرسائل اللسانية التي جاءت بدورها مدعمة للصورة على شكل مستطيل عمودي ، إذ نجد العنوان "بوشارب يلتقي منتخبي الأفلان بالعاصمة تحضيرا لرهان "السينا " وهي عبارة جاءت أعلى الصورة كتبت باللون الأسود على خلفية زرقاء اللون تعبر عن اللقاء الذي نشطه الأمين العام مساندة للحزب ولرئيس الجمهورية والإشادة للتحضيرات المتعلقة بانتخابات مجلس الأمة المقرر نهاية شهر ديسمبر ، ليتصدر الصورة عنوان رئيسي " مستمرون في الدفاع عن برنامج الرئيس بوتفليقة " كتب بخط سميك باللون الأحمر دلالة على أهمية الانتخابات ومكانة الحزب دعما للبرنامج الرئاسي مما يوحي بترتيبات داخلية تخص الانتخابات الرئاسية التي قد تشهد ترشحا جديدا لرئيس الجمهورية دون الكشف عن رغبته في التمديد أو التنحي ، أما عبارة "لن نرضى بان يذهب صوت واحد إلى غير محله " كتبت باللون الأزرق القاتم تحتها خط دلالة على الجدية في إفتكاف الفوز من الأحزاب الأخرى مهما كلف الأمر وتسخير كافة الجهود تحقيقا للهدف المنشود كونها معركة وجب حسم نهايتها بفوز الأفلان ، لتختتم عبارة " يد الأفلان ممدودة لكل الأحزاب الأخرى " مما يوحي للمتلقي بان الأفلان يرحب بكل من يدعمه ويسعى لفوزه دلالة على تاريخ الحزب الذي كان سببا في تلاحم الأحزاب رغم اختلافها ومعارضتها إلا انههم تجمعوا تحت لواء حزب واحد استمد وجوده من إرادة الجزائريين تحقيقا للنصر و الاستقلال وبالتالي تعزيز روح الانتماء لدى المتلقين مما يوحي بدلالاتها المحددة القادرة على التأثير في الناخبين ، إحياءا منهم بالسلسلة و القوة في رسالتهم الإنتخابية. ليتصدر الصورة الأمين العام لحزب الأفلان معاذ بوشارب لتبدو صورته في منتصف العمر تظهر عليه علامات الحيوية مما يزيد من فرصة التأثير الإيجابي على الناخبين ، وقد تم التقاط الصورة من زاوية أمامية دلالة على الواقعية و النقل الطبيعي لها ، قريبة إذ تم فيها استخدام حركة الزوم (ZOOM IN) للتركيز عليه وعلى نظرته التي توحى بقوته وان الجبهة تمضي قدما للأمام ليتم التركيز فيها على الجزء العلوي من الجسم إحياءا على تمثيله للسلطة التي كانت محل شك قبله ، لذلك تم التقاطها من أسفل تعظيما لشخصه كونه أصبح ذو رمزية هامة منذ أن تقلد مكانة الأمين العام الحاصل على مباركة الرئاسة الجزائرية دون حاجة للالتفات إلى الأصوات المعارضة وذلك لما مر به الحزب قبل مجيئه ، ليعيد هو لحمته مجددا وصورته النوفمبرية ، يعلو ملامحه القلق فالرأس مرفوع قليلا لأعلى دلالة على التعالي والثقة أما العينين ينظران لفوق دلالة على كثرة قلقه وسعيه لمواصلة السهر من اجل الفوز إحياءا بأنه سيتم تكريس كل الجهود لفوز الحزب والرفض التام لخسارة أي مقعد مما يوحي في ذهن المتلقي على أن الحزب يخوض معركة جديرة بالتنويه بهدف دمج المجتمع في السياسة ، أما بالنسبة للخلفية تظهر صورة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة من الجانب الأيسر للأمين العام إحياءا بأن الرئيس هو البطل و المنقذ و المؤهل للموقع الريادي كونه رمزا

من رموز الدولة حاليا و الثورة التحريرية تاريخيا ،إحياء لذهن المتلقي بأنه السبب في لم الشمل وتوحيد صفوف الحزب فهو الأجدر بالانتصار محقق السلم والازدهار مما يحقق التعاطف والشعور بالفخر وبالتالي كسب التأييد المجتمعي من لدن المتلقين والظفر بفوز الأفلان .

5- تحليل الصورة الخامسة:

قال منسق الهيئة التنفيذية لجبهة التحرير الوطني، معاذ بوشارب، اليوم الأحد، إن الأفلان، فإن بأغلب المقاعد في انتخابات التجديد التصفي لأعضاء مجلس الأمة، لكنه خسر أهمها وهو مقعد العاصمة. وأشار أن النتائج الأولية، أفضت لفوز الأفلان بـ 29 مقعد، لأول مرة، لكنها خسرت أهم مقعد، وهو مقعد العاصمة، حيث قال في هذا الصدد "العاصمة فعلا مهمة، لكن تفكيرنا وطني، كرسي تمتراست مهم كالعاصمة، كنا نتمنى أن تفوز بها". وأعرب عن ارتياحه بالروح الوطنية التي تحلي بها المنتخبون، مؤكدا بأن 95 بالمائة من مرشحي الأفلان، هم من أبناء الحزب، ممن يتحلون بالنزاهة والأخلاق السياسية. وأكد أن هذا التصرف، سيبقى رصيذا يضاف لرصيد القوى الوطنية، مجددا أن أيادي الحزب مبسوطة لكل القوى السياسية. كما صبر عن استعداده، للعمل مع أي طرف، خدمة لمصلحة البلاد، مشيرا أنه لا خطأ في الإلتحام، ومن غير المتطلي الحكم على الناس من المظاهر أو الأسماء.



الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني على موقع فيسبوك 28 ديسمبر 2018

زمن النشر: 21:35

أ-المستوى الشكلي :

الإطار :

المساحة:

التأطير :

الأشكال :

الألوان والإضاءة :

زاوية التقاط النظر والأهداف :

التركيب والإخراج على الصفحة :

ب-المستوى التعييني :

تشكلت الصورة من الأيقونات الدلالية التالية: إذ تم التقاطها ضمن الندوة الصحفية للمنسق العام لهيئة التسيير لحزب جبهة التحرير الوطني معاذ بوشارب حول النتائج الأولية لانتخابات التجديد النصفي لأعضاء مجلس الأمة ، تم نشرها عبر الصفحة الرسمية للحزب على موقع فيسبوك بتاريخ 30ديسمبر 2018 من يوم الأحد ،أختيرت من بين جل الصور لتنتشر مرفقة بنص توضيحي تفصيلي بشكل مختصر لمضمون الندوة وما جيئ فيها تنتمي للصور ذات البعد السياسي ، فهي صورة فوتوغرافية تحتوي على فوتوشوب تمثلت في صورة الأمين العام للحزب وعليها خط مستطيل يبدأ من الجهة اليمنى للصورة يمتد بالوسط بشكل مستقيم وينتهي وسطها ذو لون ازرق قاتم شفاف كتب عليه باللون الأبيض لوغو النهار وتحتها باللغة الفرنسية (ONLINE) دلالة على مصدرها،التقطت من زاوية شبه جانبية من جهة اليسار لإبراز هدف الموضوع مما يعطي الإحساس بزواية نظر جانبية أمامية شبه مقابلة للعناصر المكونة لها ، تتضمن الرسالة الأيقونية الأمين العام بوضعية الجلوس ، لتظهر على الصورة من الجانب الأيسر السفلي مجموعة من الأزهار وضعت على الطاولة ،أما بالنسبة للخلفية تنقسم بشكل عمودي إلى اللونين الرمادي و الأسود كما أن الإضاءة شبه خافتة مما يبرز طغيان اللون الأسود والبني على الصورة .

ج-التحليل الدلالي للنص المكتوب :

إذ وردت الصورة مصحوبة بنص توجيهي لما تضمنته الصورة ، توضيحي تفسيري لمضمون الرسالة الأيقونية ،أستهل بذكر الفوز الذي حققه حزب جبهة التحرير الوطني في انتخابات التجديد النصفي لمجلس الأمة .إذ بعدها مباشرة تم ذكر خسارة الحزب لأهم مقعد هو مقعد العاصمة دلالة على مكانتها كونها مركز البلاد ، معربا مباشرة عن نسبة الفوز الساحق الذي سيسجل لأول مرة بتاريخ الحزب بنسبة 95 % مؤكدا

بذلك أن هذا النصر سيسجل في تاريخ الحزب مما يوحي بقوة الحزب ومكانته التي تزداد قوة أكثر من سابقتها ، دلالة على نزاهة المرشحين وإخلاصهم للحزب مشيرا إلى أن أيادي الحزب مفتوحة لكل القوى السياسية وبالتالي إيحائه للمتلقي بنسبة الشفافية والموضوعية التي يتحلى بها الحزب لتترسخ صورته النوفمبرية لدى المتلقي وكسب ولائه المتجدد محاولة لإقناعه عن طريق الدلالات الوهمية المزيفة ، ليختتم النص بدعوة الأمين العام للحزب للتلاحم تحت قطب الرئيس ودعمه مشيرا إلى عدم الحكم من المظاهر والأسماء إحياء منه على مدى ولائه للحزب والشعب كونه أهل للولاء ومستحق لمنصبه بجدارة وردا على المعارضة وكل من يدعو بإحالة الحزب على المتحف دلالة على استمرارية الحزب مع الأجيال القادمة إذا تم التعاون يدا بيد تحت راية واحدة .

د-المستوى التضميني :

إن الرسالة البصرية هذه توضح جليا من خلال أبعادها التضمينية فقد جيئت مصحوبة برسالة لسانية تفصيلية تفسيرية للمضمون الأيقوني دلالة على الإعطاء بترويج قيم الحزب و أخلاقياته ومواقفه ، ووطنيته وصلابته في الشدائد ، إذ تم التقاطها من زاوية شبه جانبية من اليسار دلالة على الواقعية و الإحياء بالنقل الطبيعي للحدث و إخفاء لعيوب لم يراد إبراز تأثيرها السلبي ، أعتد فيها على اللقطة المتوسطة لنصفه الأعلى حتى يظهر أكثر دقة ووضوحا وقد تم استبعاد البيئة المحيطة ليصبح محور اهتمام ، فقد تم اختيار عدسة ذات عمق حلقي طويل مما يوحي بالعمق في صورة الأمين العام ومدى قوته و ثقته بنفسه أمام الكاميرا مرتديا بذلة رسمية ذات اللون الأزرق القاتم دلالة على الرسمية واحتفالا بنجاح الحزب دون اعتبار للخلفية لإيصال رسالة السيطرة و السيادة،جالسا لكن بوضعية كفين مبسوطتين إلى أعلى دلالة على المسالمة والتواضع ،و بسبب عدد المصادح الموضوعية على الطاولة أمامه فقط تتم رؤية وضعية الجانب العلوي من جسمه بصعوبة وبالتحديد وضعية اليدين مما يوحي أثناء إلقائه للخطاب بتواضعه وانفتاحه في حركة طلب لإشعارهم بضرورة تعاونهم دلالة على رغبته في تكريس ريادته على الساحة السياسية في إطار لم شمل جميع أبناء الحزب مما يلفت الانتباه إلى إستراتيجيته في كسب الرهان المتعلق ببرنامج رئيس الجمهورية للمرحلة القادمة من سنة 2019. إذ تعلقو قسما وجهه الجدية و العزم بشفتين شبه مضمومة للدخل مما يوحي بالقلق رغم النجاح الباهر الذي حققه الحزب مع تضيق العينين بصفة بسيطة وليس مبالغا فيهما دلالة على السلبية و الاستياء والغضب والحسرة لخسارة أهم مقعد بعاصمة البلاد و لكونها المحطة التاريخية الأولى لميلاد الحرية كونها مركز اجتماع الشهداء الستة هم "العربي بن مهدي ،ديدوش مراد ،مصطفى بن بولعيد ،كريم بلقاسم و رابح بيطاط "جمعهم هدف واحد هو الإعلان عن ميلاد جبهة التحرير الوطني تحديدا بمنزل "مراد بوكروشة " "بالرايس حميدو" بالعاصمة ، ليطلق على مقر الأفلان بالعاصمة " بمقر الأحزاب الستة دلالة على سعيهم لمحاربة النسيان في ذهن المتلقي فرباط الحزب قبل أن يكون مرتبطا بالسياسة كان مرتبطا بالتاريخ ، يجمعهم هدف واحد لترسيخ الذاكرة الوطنية كونه الحزب الوفي والحاكم

بالجزائر فرسالته كانت ولازالت نوفمبرية قبل أن تكون سياسية إحياءاً لروح الوطنية لدى المتلقين وإحياء مجده وبالتالي كسب التأييد والدعم للحزب على الساحة السياسية تجنباً للوقوع في أزمة قد ترهن حظوظه للمحافظة على الأغلبية في الاقتراع ، مما جعله يحظى بفوز ساحق حققه في تاريخه الحافل ممهداً بذلك لفترة رئاسيات سلسلة ونجاح مضمون من قبلهم.

ثانياً : وفقاً لتحليل المضمون : لتحليل مضمون جميع الصور الفوتوغرافية المصاحبة للحملة الانتخابية المتعلقة بالسينا على الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني عبر موقع فيسبوك خلال فترة الدراسة ، إذ مثلت كل صورة وحدة للتحليل وفقاً لتساؤلات الدراسة ، لتتم المعالجة وفق إعداد فئات المضمون كالتالي :

1- فئة الموضوع

2- فئة الإستمالات

3- فئة القضايا

4- فئة المصدر

توزيع فئة المضمون على عينة الدراسة : فئة المضمون من أكثر الفئات استخداماً في بحوث علوم الإعلام والاتصال إذ تجيب عن تساؤل أساسي :علام تدور مادة الإتصال ؟ لذلك لا توجد فئة جاهزة وصالحة لكل البحوث ،إنما يقوم الباحث في العادة بتصنيف تساؤلاته وبالتالي الوصول إلى أهدافه وفي حال دراستنا هذه توصلنا إلى ضبط مجموعة من فئات المضمون وفقاً لأهداف الدراسة والتي تمحور حولها الخطاب الإعلامي لحزب جبهة التحرير الوطني الخاص بالحملة الإنتخابية للتجديد النصفي لمجلس الأمة لسنة 2018 على الصفحة الرسمية للحزب عبر موقع فيسبوك ،وقد تمت بلورتها كالتالي :

1- فئات الشكل :

أ - المساحة :

وذلك وفقاً لوحدة السونتمتر كوحدة للقياس من خلال حساب مساحة المضامين الحزبية السياسية على الصفحة الإلكترونية .

ب - الموقع : حسب موضع الصورة بالصفحة الإلكترونية .

- أعلى يمين

- أسفل يمين

- أعلى يسار

- أسفل يسار

ج - الشكل : وذلك حسب الشكل الهندسي لموضع الصورة على الصفحة محل التحليل :

- شكل هندسي مستطيل أفقي
- شكل هندسي مستطيل عمودي
- شكل هندسي مربع أفقي
- شكل هندسي مربع عمودي
- ج - نوع المادة الإعلامية المنشورة
- سياسي
- سياسي إقتصادي
- سياسي تاريخي
- سياسي دعائي

2- فئات الموضوع :

أ- فئة موضوع الصورة

- مساندة المرشحين
- التصريحات والتوجهات السياسية
- المنافسة
- نشاط الأحزاب السياسية
- عرض البرامج الحزبية و المرشحين
- مجريات الحملة والانتخابات
- الأولوية السياسية
- النزاهة والشفافية
- التسويق السياسي الإلكتروني عبر موقع فيسبوك

ب- فئة أهداف المضامين :

- توجيهي
- توصيفي
- تفسيري
- إيديولوجي
- تأثيري
- إقناعي

3- فئات الإستمالات الإقناعية المتبعة :

- عرض الجانب المؤيد و المعارض، عرض جانب واحد من الموضوع، ترتيب الحجج الإقناعية تكرار الأفكار، عرض الإحصائيات، قوة المصدر .

4- فئات القضايا المطروحة :

- عرض القضايا الراهنة والإصلاحات السياسية
- الإعتزاز بمناضلي الحزب

- التأثير في الرأي العام
- المشاركة السياسية

5- فئات المصدر :

- مصدر حزبي
- مراسل صحفي
- مصدر الصحف الموالية للحزب
- مصدر غير محدد

المعالجة من حيث الشكل :

إستخدمنا في تحليلنا للجانب الشكلي للمادة الإعلامية محل الدراسة التي بينا أيدينا أربع فئات من فئات كيف قيل ؟ 1- فئة المساحة 3- فئة الشكل

2- فئة الموقع 4- فئة المادة الإعلامية المستعملة

وقد إستعملنا الفئة هذه بهدف معرفة مساحة المعالجة الإعلامية المخصصة لشؤون الحملة الانتخابية في عينة الدراسة، وتم التركيز على ماتضمنته الرسالة الأيقونية و اللسانية و ليس على خطابات المرشحين التي قدمت كتسويق في الصفحة الإلكترونية محل الدراسة.

جدول رقم(1) فئة تغيرات مساحة الصورة المعالجة لشؤون الحملة الانتخابية لمجلس الأمة حسب موضعها على الصفحة الرقمية لحزب جبهة التحرير الوطني عبر موقع فيسبوك .

النسبة المئوية %	المساحة سم	المساحة الصفحة
22,87	1092,86	مجموع صور العينة

نلاحظ من خلال الجدول رقم(1) الذي يبين تكرارات توزيع عناصر فئة المساحة بلغت المساحة الإجمالية للمعالجة الإعلامية للصور الفوتوغرافية في الصفحة الإلكترونية زمن الدراسة للحملة الانتخابية التي انطلقت في 1 ديسمبر و اختتمت في 31 ديسمبر 2018 نسبة 22,87% تعتبر واسعة ، حيث احتلت أعلى نسبة من خلال تخصيص مساحة قدرها 1092,86سم، مما يدل على الاهتمام الكبير الذي توليه الصفحة المتعلقة بالحزب السياسي كما يوحي لنا بأن الصفحة الإلكترونية ليست مجرد مرآة عاكسة للأحداث السياسية وإنما طرفا فيها. من خلال هذه التغطية المكثفة للحملة الانتخابية من طرف الصفحة الحزبية هي

مساحة واسعة جدا، كذلك مثلت الدعاية الخاصة بالحزب السياسي نسبة مرتفعة تضم دعوات للتجمعات الحزبية، البيانات، المراسلات و كذلك نشر البرنامج الحزبي، و للإشارة فإن معدل تغطية الحملة مستقرا على امتداد أيام الحملة كما أن سيطرة الرسالة اللسانية على مضمون الصفحة نظرا لطبيعة الوسيط الإلكتروني يبرز مدى قوة الرسالة الأيقونية و هذا ما يفسر أيضا نشر الموضوع على مساحة كبيرة لكن ما يلاحظ على الصور أنها صور حية تعبر عن موضوع الحملة الإنتخابية خاصة الصور الشخصية كبيرة الحجم للمرشحين أو رئيس الحزب وهيئة التنسيق فالصور تعالج موضوع الحملة وغير ذلك من الأنشطة التي يقوم بها الحزب السياسي. مما يعتبر عامل جذب للمعلنين السياسيين الذين يريدون الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين، كما أن لها سياسة تحريرية اعتمدها هذه الصفحة و هي التوازن بين مختلف المواضيع التي تتناولها هذه الفترة.

النسبة المئوية %	المجموع	النسبة المئوية %	الحجم بالكيلو أوكتي (OK)	النسبة المئوية %	الحجم الطبيعي	الصورة	حجم الصورة
115,11	62,2	51,61	32	48,38	30,2	الصورة الأولى	
101,05	61,8	51,77	32,0	48,28	29,8	الصورة الثانية	
106,9	54,9	51,00	28,0	48,99	26,9	الصورة الثالثة	
100	87,9	50,05	44,0	49,94	43,9	الصورة الرابعة	
100	60,9	52,54	32,0	47,45	28,9	الصورة الخامسة	
100	327,7	243,0 4	168	257,42	159,5	المجموع	

يتبين من الجدول أعلاه أن 5,0% من حجم المنشور كانت خاصة بالصور المتعلقة بشؤون الحملة الإنتخابية، وهذا مؤشر على إهتمام الصفحة بملف الحملة الإنتخابية للتجديد النصفى لمجلس الأمة 2018، بإيلائه حيزا دلاليا لا يخلو من دلالة، إذ بدأت التغطية بحجم مرتفع في الصورة بنسبة 51,61% والذي يرافق تاريخ النشر الموافق 15 ديسمبر 2018 ثم تراوح حجمها بين الإنخفاض و الإرتفاع، إذ كان

أكبر حجم للمعالجة شؤون الحملة بتاريخ 28 ديسمبر 2018 زمن النشر 21:35 بينما أقل حجم كان بتاريخ 27 ديسمبر زمن النشر 17:47 وقد وافق نشرها زمن الندوة التي أجزاها الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني "معاذ بوشارب" أثناء الإعلان عن نتائج الحملة الإنتخابية التي كللت بفوز الحزب ليرافق ذلك تزايد حجم المعالجة حيز الدراسة ، مما زاد من حجم المعالجة إجمالاً و بالتالي زيادة مساحة الإهتمام راجع إلى قوة الحدث نفسه إذ تم تناول ملف الحملة بصورة أساسية تبرز الهدف من تأسيسها مما يعكس الإستراتيجية التحريرية للصفحة الإلكترونية للحزب عبر موقع فيسبوك .

الجدول رقم (3) توزيع فئة موقع النشر على عينة الدراسة على مستوى الصفحة الإلكترونية

موقع الصور	الصفحة كاملة		وسط الصفحة		أعلى يمين		أعلى يسار		أسفل يمين		أسفل يسار		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مجموع صور العينة	1	100	4	100	00	00	00	00	00	00	00	00	5	100
المجموع	1	100	4	100	00	00	00	00	00	00	00	00	5	100

إن إستعمال الصفحة للعديد من المواقع المفترض وجودها على الصفحة الإلكترونية للحزب في معالجة شؤون الحملة الإنتخابية للتجديد النصفي لمجلس الأمة، مبدئياً ما يمكن ملاحظته من الجدول رقم (3) المتعلق بفئة تكرار الموقع وعناصرها بالصفحة الإلكترونية للحزب إبراز أهمية الموضوع كونه موضوع الساعة الذي يتزامن مع مجريات تلكم التغطية لنستشف من الجدول أعلاه أن الرسالة الأيقونية بالصفحة إحتلت حيزاً واسعاً إذ أن موقع وسط الصفحة إحتل ما نسبته 100% توازناً مع المواقع التي إحتلت الصفحة كاملة، لتليها مباشرة موقع أسفل الصورة نظراً للمكانة البارزة التي إحتلتها الرسالة اللسانية عبر موقع الصفحة وهذا ما يمكننا من لأن نستنتج أن الصور الشخصية لكل من الأمين العام للحزب وهيئتي التنسيق و التنفيذ بالحزب والمرشحين كانت أكثر الصور التي أولتها الصفحة إهتماماً كبيراً مما يعطي إنطباعاً بأن الصفحة قامت بتوجيه رسالتها نحو إتجاه معين رغبة منها في التأثير على الرأي العام وصرف النظر إلى أي شخص معينة تمثل الحزب تمثيلاً يبرز مكانته

الجدول رقم (2) توزيع فئة الشكل حسب الشكل الهندسي للمادة موضع الدراسة

المجموع	شكل هندسي مستطيل أفقي		شكل هندسي مستطيل عمودي		شكل هندسي مربع		الشكل الهندسي للصور
	ك	%	ك	%	ك	%	
مجموع صورالعينة	6	100	1	100	1	100	4
المجموع	6	100	1	100	1	100	4

يتضح من خلال الجدول رقم(2) المعبر عن عناصر فئة الأشكال الهندسية المستخدمة من طرف حزب جبهة التحرير الوطني نحو الرأي العام و التي استعملتها في اتصالها السياسي الإلكتروني من خلال المضامين الحزبية لعينة الدراسة، إلى إختلاف شكل المضمون الرقمي على الصفحة ليتصدر المرتبة الأولى كلا من الصور الفوتوغرافية ذات الشكل الهندسي المربع من أجل عرض أفكار و سياسة المنتمين إلى الحزب، ليحتل بعدها على التوالي الشكل الهندسي المربع ب4 تكرارات يليه الشكل المستطيل العمودي مرة بتاريخ 21 ديسمبر 2018 زمن النشر 21:35 كونها صورة صحفية تليه مباشرة الصورة الفوتوغرافية ذات الشكل مستطيل أفقي بتاريخ 28 ديسمبر 2018 زمن النشر 17:47 لتتناسب مع طبيعة الحملة الانتخابية واشتداد المنافسة بين مختلف المترشحين و الأحزاب السياسية الأخرى التي يقوم من خلالها المترشحين بالتسابق إلى المناطق المختلفة و ليس فقط بالتواصل مع الرأي العام من خلال وسيلة جماهيرية، إنما الاتصال بهم مباشرة عبر وسيط إلكتروني أني الذي بات يفرض جمالية المضمون وشكله بغية تحقيق الهدف المراد بلوغه بعرض أفكار الحزب و محاولة كسب التأييد من طرف المتلقين.

الجدول (5) توزيع فئة المادة الإعلامية المنشورة

المجموع	الصورة الخامسة		الصورة الرابعة		الصورة الثالثة		الصورة الثانية		الصورة الأولى		الصورة نوع المادة الإعلامية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
60	3	100	1	100	1	00	00	100	1	00	00	سياسي
20	1	00	00	00	00	100	1	00	00	00	00	سياسي إقتصادي
20	1	00	1	00	00	00	00	00	00	00	00	سياسي تاريخي
20	1	00	00	00	00	00	00	00	00	100	1	سياسي دعائي
100	5	100	1	100	1	100	1	100	1	100	1	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (5) الخاص نوع فئة المادة الإعلامية المستعملة عبرالصفحة الإلكترونية زمن الدراسة، أن ورد بشأن موضوع الحملة الانتخابية لمجلس الأمة مانسبته 60% للمضمون السياسي وهي أعلى نسبة من بين عناصر فئة المادة الإعلامية إذ تعكس هذه النسبة طبيعة الحدث الذي تضمنته عينة الدراسة محل التحليل بالدرجة الأولى ، لكن رغم ذلك سجلت نسبة المضمون الدعائي المرتبة الثانية مباشرة بما يقارب 20% فالحدث هو الحملة الانتخابية لمجلس الأمة التي تدور حول نشاط الحزب بتنقلهم بين مختلف مناطق الوطن للدعاية و الترويج السياسي للحزب، كما وردت نوع المضمون الإقتصادي بنسبة 20% وهو مايقدم وصفا تفصيليا لبرنامج الحزب سعيا لإبراز هدفها بشكل واضح و بالتالي التأثير على الرأي العام واتجاهاته ليتخذ هذا الأخير موقفا من تلكم الأهداف وفهم الأمور المثارة حوله .

الجدول رقم (6) توزيع فئة مواضيع الصورة على مستوى الصفحة

المجموع	الصورة الخامسة	الصورة الرابعة	الصورة الثالثة	الصورة الثانية	الصورة الأولى	الصورة	موضوع
							الصورة
%	ك						
17,40	4	1	1	1	1	00	مساندة المرشحين
13,05	3	1	00	1	1	00	مجريات الحملة الانتخابية
4,35	1	00	00	00	00	1	نشاط الأحزاب
21,74	5	1	1	1	1	1	الأولوية السياسية
13,05	3	1	1	00	00	1	التصريحات والتوجهات السياسية
4,35	1	1	00	00	00	00	النزاهة و الشفافية
17,40	4	1	1	1	1	00	المنافسة
13,05	3	1	00	1	1	00	عرض البرامج الحزبية
100	23	6	4	5	5	3	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) تكرار عناصر فئة الموضوع ضمن عينة الدراسة المتعلقة بموضوع حزب جبهة التحرير الوطني، إذ احتل موضوع الأولوية السياسية أعلى نسبة على مستوى الصفحة بنسبة 21,74% تليها بنفس المرتبة والنسبة المواضيع التي أخذت نصيبها من الصفحة مساندة المرشحين بنسبة 17,40% لتكون بالمرتبة الثالثة التصريحات والتوجهات السياسية بنسبة 13,05% لتبرز نسبة نشاطه مع باقي الأحزاب الأخرى بنسبة 4,35% وهو ما يعكس بدوره المواضيع الخاصة بإطلاق الحملة و مجرياتها وصفا للإمكانيات التي سخرها الحزب لهذه المناسبة لأماكن وقاعات عرض التجمعات ، وتفاعلهم مع

الأحزاب الأخرى التابعة لكل لمختلف التشكيلات السياسية سواء أكانت الأحزاب كبيرة كأحزاب التحالف الوطني و الأحزاب الموالية للحزب و أحزاب المناسبات الإنتخابية كما إستخدم الحزب صور الرئيس عبد العزيز بوتفليقة كخلفية لصورهم كرمز من رموز الدولة في الدعاية الإنتخابية وهي التعليلة التي لم يحترمها حزب جبهة التحرير الوطني الذي ضرب عرض الحائط بالتعليلة التي يحذر فيها الأحزاب السياسية من استخدام رموز الدولة أثناء التسوييق لمرشحيها ، غير أن الحزب السياسي لم يحترم هذه التعليلة. إذ أن هذه الفئة تمس كل مايتعلق بالإنتخابات المتعلقة بمجلس الأمة من قريب أو بعيد وصحتها وتقييمها و مقارنتها بالجو التنافسي بين الحزب و الأحزاب الأخرى التي إحتلت بدورها مانسبته 17,40% لتعلو هذه المرتبة المواضيع بعرض برنامج الحزب بنسبة 13,05% في إطار تنشيط الحملة وتجمعاتهم من خلال الرسالة الأيقونية الرقمية ، تليها المرتبة المتعلقة بنزاهة وشفافية الحزب بنسبة 4,35% من مواضيع الصفحة وما تتضمنه من ترك أثر لدى جمهور المتلقين .

الجدول (7) توزيع فئة وظيفة المضامين

المجموع	الصورة الخامسة	الصورة الرابعة	الصورة الثالثة	الصورة الثانية	الصورة الأولى	الصورة
						وظيفة المضمون
ك	%					
1	21	00	00	00	00	1 توجيهي
2	41	00	00	1	1	00 توصيفي
1	21	1	00	00	00	00 تفسيري
00	00	00	00	00	00	00 إقناعي
5	100	1	1	1	1	1 المجموع

يوضح الجدول رقم (7) تكرارات عناصر فئة وظائف خلال ما تقدم إن المضامين التي تؤدي وظائف لها دور كبير في التأثير على الرأي العام، لتصدر أعلى نسبة الوظيفة التوصيفية يقدر بحوالي 40% إذ أن التوصيف وظيفي بغية تفصيل الرسالة الأيقونية الرقمية للرأي العام ليظهر من خلال الجدول أعلاه أما فيما يخص وظيفة التوجيه فتمثل ما نسبته 21% إذ تحتل المرتبة الثانية لكون هذه الوظيفة تقوم بدور محوري و هو تزويد المتلقين بالمعلومات الضرورية عن المترشحين، و تفسير الخيارات السياسية المتاحة ، أي تقترح التأطير الإيديولوجي و تفتح الآفاق السياسية و الرؤى و إسداء النصح ، إعطاء أولوية للتوجهات الصائبة و التي تكون في مصلحة الكل ولا تخدم فئة على حساب الأخرى . و التي هي عملية يكتسب بواسطتها جمهور المتلقين للمضمون السياسي الرقمي الاتجاهات والآراء تجاه الحزب السياسي ، الملاحظة التي يمكن أن نشير إليها بخصوص التوجيه التي يمكن أن نجدها في كل المضامين التي تحاول رفع الغطاء والكشف عن بعض الأمور الغامضة فيما يتعلق بالحزب السياسي و التي أدرجناها في خانة مضمون التوجيه، لأنها تختلف عن الإعلان السياسي الذي يبدو واضحا ، فهي تحاول أن توجه المتلقين حول فكر أو مسار معين بما لكون التفسير لديه مصداقية إذ بني على أحداث واقعية في الزمان و المكان مما يمكن من التلاعب بالمعلومات التي تحيط بها والتي تحتويها الصورة ، هذه الوظيفة لا تذهب إلى أبعد من تزويد المتلقين بأهم المعلومات التي يحويها المضمون الأيقوني و ليس من شأن الوظيفة التفسيرية للنص المكتوب التأثير أو التعليق على أي نقل المضمون لتوجيه المتلقي وإبعاده عن التأويلات المغلوطة بحق إذ تنتقل من مكان إلى آخر و تكيف خطاباتها مع طبيعة وخصوصية كل منطقة تزورها و تنشط تجمعات حزبية فيها . الأمر الذي يفرض على الصفحة تغطية هذه التقلبات بأهم ما جاء فيها عبر ذكر اسم الحزب ، الأمين العام للحزب أو المترشح للانتخابات الممثل للحزب ، المكان و الزمان ، نوع النشاط ، تجمع حزبي أو زيارة، وصف الحضور وعلاقة المترشح بتلك المنطقة أو تحديد متى كانت آخر زيارة له إلى المنطقة . تناول نقطة أو نقطتين من البرنامج الذي عرضه أو الخطاب الذي ألقاه . أما فيما يتعلق بوظيفة التفسير التي بلغت ما نسبته 21% إذ تعتبر من أهم وظائف المضامين حيث أن المضمون يعتمد على الوظيفة الإقناعية للتأثير في الرأي العام إما عبر التكرار أو عرض مجمل الجوانب المحيطة بالموضوع ، إذ تحتل الوظيفة الإقناعية ما نسبته 0% نظرا للصفحة واتجاهها السياسي وبالتالي. فإن الحملة الانتخابية تهدف إلى ضمان انتخاب المترشحين عبر تقديم صورة ايجابية عن الحزب وذلك من خلال إقامة الندوات الصحفية و التجمعات الشعبية ، تفسير البرنامج الانتخابي ، الالتقاء و التقرب من المواطنين من خلال الزيارات الجوارية ، تعليق الملصقات ، توزيع المناشير و الدعوات إلى غير ذلك من الدعاية السياسية دون اللجوء إلى عملية الإقناع التي تبدو منعقدة أي إبراز مدى واقعية الحدث و هذا من جهة أهم ما تقوم به الحملة الانتخابية.

الجدول (8) توزيع فئة الإستimalات الإقناعية المتبعة .

المجموع		الصورة الخامسة	الصورة الرابعة	الصورة الثالثة	الصورة الثانية	الصورة الأولى	الصورة
%	ك						
33,34	5	1	1	1	1	1	تكرار الأفكار
13,34	2	00	1	00	0	1	عرض جانب واحد من الموضوع
6,67	1	1	00	00	00	00	عرض الإحصائيات
6,67	1	00	00	00	00	1	عرض الجانب المؤيدو المعارض
26,67	4	1	00	1	1	1	ترتيب الحجج الإقناعية
13,34	2	1	1	00	00	00	قوة المصدر
100	15	4	3	2	2	4	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) الذي يبين تكرارات عناصر فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في مضمون الصفحة عيمنة الدراسة ، فإن عرض الرسالة مدعمة بالشواهد و الأمثلة و الأدلة يزيد من قوتها الإقناعية ، لتحثل المرتبة الأولى فئة تكرار الأفكار وعرضها بما هو نسبته 33.34% لأن للتكرار أهمية في عرض الرسالة و تأثير هذا التكرار على إقناع المتلقي بمحتوى الرسالة و توصياتها إذ يعتقد عدد كبير من خبراء الاتصال أن تكرار العرض الذي يستخدم عادة في الحملات الإعلامية من العوامل المساعدة على الإقناع و لكن اتجاها آخر يرى أن تكرار العرض ربما يبعث على الملل في نفس الجمهور من موضوع

الرسالة الإعلامية ولذلك تنتهي الآراء إلى أن التكرار مع التنوع سيقضي على الملل من جانب و من جانب آخر سيساعد على التذكير المستمر بأهداف الرسالة الإعلامية. أما المرتبة الثانية عادت إلى عنصر ترتيب الحجج والأساليب الإقناعية و هي المواضيع الحزبية المدعمة ببيانات ورسائل حزبية حيث لا يتدخل في هذا المضمون بل ينشر كما هو و التي تسعى بدورها إلى عرض الأفكار بترتيب معين إما حسب ترتيب الذروة و هي الرسالة التي تبقي أهم و أقوى وقد أظهرت بعض الدراسات أن الحجج التي تقدم في البداية يكون تأثيرها أقوى من الحجج التي تقدم في النهاية أما فيما يتعلق بعنصر عرض جانب واحد من المضمون المتعلق بالحزب السياسي بنسبة 26,67% حيث أن هذا الأسلوب يهدف إلى التأثير في الاتجاهات من خلال وجهة نظر معينة و لا يطرح عدة اتجاهات بل يحاصر المتلقي من خلال فكرة واحدة خاصة في المضامين السلبية و

أما فيما يتعلق بعرض كل من الجانب المؤيد و الجانب المعارض في الرسالة فسجل هذا الأسلوب بنسبة 6,67% ولهذا العرض أهمية بالغة في إبراز معالم الرسالة الأيقونية بطابعها الرقمي مما يساعد المتلقي على تكوين و فهم جميع الجوانب المتعلقة من خلال قراءة هذه النسب نلاحظ أن الصفحة قد اعتمدت على أساليب اقناعية متنوعة غير أنها لم تركز على التصريحات التي يمكن أن يكون لها تأثير مباشر و إنما عرضت المواضيع من خلال الأمثلة و الشواهد المتمثلة في وصف و ذكر الحضور و زمان ومكان مثلا التجمعات و أرقام و بيانات متعلقة بالموضوع. ليتحل قوة المصدر مانسبته 13,34% لإضفاء الشرعية على المحتوى الإلكتروني مما يزيد من قدرته على الإقناع ويتوقف تأثيره على ما إذا كان المتلقون يعتبرونه صحيحا أو غير صحيح و علينا فطرح الحزب للموضوع و استبعاد بقية عناصر الخطاب السياسي، إن دل على شيء، دل على أنها تقوم بانتقاء و إعادة صياغة الخطاب السياسي الرقمي عبر موقع فيسبوك .

الجدول رقم (9) توزيع فئات القضايا المطروحة

المجموع	الصورة الخامسة	الصورة الرابعة	الصورة الثالثة	الصورة الثانية	الصورة الأولى	الصورة	الصورة
							فئة القضايا
%	ك						
16,66	1	00	00	1	00	00	القضايا الراهنات الإصلاحات السياسية
33,33	2	1	1	00	00	00	التأثير في الرأي العام
50	3	1	1	00	1	00	الإعتزاز بمناضلي الحزب
00	00	00	00	00	00	00	المشاركة السياسية
100	6	3	2	1	1	00	المجموع

الجدول رقم (10) توزيع فئة من خلال الجدول رقم (9) الذي بين تكرارات عناصر فئة قضايا الصورة الفوتوغرافية عينة الدراسة ، نلاحظ أن القضايا المعالجة بصفة مكثفة والتي إحتلت بدورها أعلى نسبة هي الإعتزاز بمناضلي الحزب والمشاركة السياسية وذلك بنسبة وصلت إلى مايقدر 50% وهي نسبة جد عالية مقارنة بباقي القضايا التي لم يعرّفها الحزب أية أهمية إذ وصلت نسبة الإهتمام بالقضايا الراهنة و الإصلاحات السياسية إلى 16,66% وهي نسبة متدنية مقارنة بنسبة الإهتمام بقضايا التأثير في الرأي العام التي قدرت بما نسبته 33,33% من خلال هذه القضايا نفهم أن المواضيع التي تحملها أو الأحداث التي تصورها ما هي إلا مواقف و اتجاه الحزب نحو هذه القضايا مما يعني أن انشغالات الحزب بفوزه أهم أولوياته ، وعليه فإن الرسالة تشير إلى أن مجريات الحملة وكل ما يجري ليست من أولويات قضايا الإصلاحات التي يعاني منها المتلقي الجزائري كونه يعي أن السياسة بالنسبة له هي من الكماليات ، كما أنه يدرك أن ما يقوله المترشحين ما هو إلا وعود خيالية وكاذبة المصدر

المجموع	الصورة	الصورة	الصورة	الصورة	الصورة	الصورة	الصورة
							فئة المصدر
%	ك	الخامسة	الرابعة	الثالثة	الثانية	الأولى	
00	00	00	00	00	00	00	المصدر مصدر حزبي
16,66	1	00	1	00	00	00	مراسل صحفي
33,33	2	1	1	00	00	00	مصدر الصحف الموالية للحزب
50	3	00	00	1	1	1	مصدر غير محدد
100	6	1	2	1	1	1	المجموع

يبين الجدول رقم (10) نوعية المصادر في الصفحة الإلكترونية محل الدراسة التي انتقت منها المعلومات والصور المتعلقة بالحملة الانتخابية لمجلس الأمة، ويتضح أن اعتمادها بشكل أساسي على الصحف الموالية للحزب و المراسلين الصحفيين هو ما يتماشى مع النتيجة التي توصلنا إليها سابقا، المتعلقة بأهمية التنديد بفوز حزب جبهة التحرير الوطني الذي يتطلب ضرورة وجود صحف موالية ومراسلين ضمن الحدث لأهميته، إذ جاء هذا المصدر بما نسبته 33,33% للأحزاب الموالية وما نسبته 16,66% بالنسبة للمراسل الصحفي المتعلقة بعينة الدراسة ليليه مباشرة المصدر الحزبي والغير محدد بنسبة 50% من المصادر المعتمدة وهي نسبة عالية جدا بالنسبة للمصدر غير الموثوق، لنستنتج في حدود هذا العرض أن الصفحة إهتمت بشؤون الحملة وإعدادها بشكل غير أساسي على الصحف الموالية للحزب و المراسلين من الميدان، يضاف إلى هذا الكم المعتبر من المصادر الذي إمتد ليشمل مصدر حزبي ومصدر غير محدد أعتمد عليه في الحصول على الصور الفوتوغرافية أثناء سير الحملة الانتخابية ، لنلاحظ بالجدول أعلاه أن نسبة إستقاء

المعلومة من مصدر رسمي مرتاط بالواقع بشكل مستمر وأني مما يزيد من درجة المصادقية إضافة إلى زيادة درجة غنى ونوعية الصور المتعلقة بالحزب إلا أن نسبته ضئيلة مقارنة بالمصر غير المحدد، إذ أن إعتماها على هذا الأخير بنسبة 50% يقلل من درجة مصادقية نقل الحدث بكل موضوعية وذلك راجع إلى تجنب الحزب عدم إسقاط المسؤولية على أي جهة من الجهات المتعلقة بالحكم .

النتائج العامة للدراسة :

1- النتائج العامة للتحليل السيميولوجي للصور الفوتوغرافية :

- تشترك الصور عينة الدراسة في أغلبها في نقل اللقاءات التحسيسية ،لتتجه بذلك للشرائح الموالية للحزب وردا على المعارضة وهذا بين وجلي لما تبدو عليه من السهولة و البساطة في التلميح إلى الأشياء
- لم تستطع الصور الفوتوغرافية عبر الصفحة الرقمية للحزب الإستغناء عن الرسالة اللسانية التي أتت لتتوير المعني وتوجيهه أمام جملة مبهمة من المعاني الغامضة ، تغطية لهذا الضعف لتتم الإستعانة بالرسائل اللغوية توجيهية وتكميلية
- إتسمت صور العينة بالتلقائية في التعبير عن الأفكار والآراء كونها صور مساييرة لما يجري في الواقع من أحداث ووقائع ترتبط إرتباطا وثيقا بالموضوع زيادة لدرجة الإقناع وتوجيه المتلقين حسب الإيديولوجيا المسيطرة للحزب ولهذا الغرض أنتجت ولأجله نشرت إذ بنثت الصور هذه قضايا الدفاع عن الحزب و الاعتزاز بتاريخه والتسويق للمرشحين إلكترونيا متضمنة نوعا من الإحساس و الشعور العميق فقد ساعدت نقل الرسالة البصرية الرقمية وإبلاغها للمتلقى لتستحوذ هي نفسها على نظره و إنتباهه كونها وسيلة للتعبير عما يستوجهه موضوع الصورة الفوتوغرافية الرقمية ،توافقا و الرسالة اللغوية المصاحبة للرسالة الأيقونية بشكل كبير ترسيخا لفكرة الاعتزاز و التمجيد للحزب ورئيسه .
- إنطوت الصور الفوتوغرافية محل الدراسة على دلالات بلاغية و أبعاد جمالية بارزة ، إذ وجدنا فيها النشاط الإنفعالي في بلورة الدلالة البلاغية للصور محل الدراسة
- شكلت الصور الإلكترونية الموثقة من الجريدة عنصرا مهما للمصادقية و الجدية في التصوير التي يتطلع لها جمهور المتلقين ، ونقلها للوقائع إرساءا للمعنى البليغ في ذهن المتلقى .
- ضمت الصور الرقمية على الصفحة الرقمية للحزب محل الدراسة دلالة ومعاني خفية من شأنها دعم مضمونها كسبا للتأييد المجتمعي وفقا لإيديولوجيتها إذ تم التركيز بالصور محل التحليل على العلامات البصرية التشكيلية وذلك بتكوينها من عدة عناصر تحيل إلى إتجاه الحزب وما يحويه .
- جاءت الصور المدرجة قيد التحليل للأمين العام للحزب وكل من هيئة التنسيق وهيئة التنفيذ و المرشحين متمسة بالجدية و العزم والقدرة العالية على التسيير الحسن وحل مشاكل المجتمع وهي السمة الأساسية التي تضمنتها الصور تركيزا على القضايا المراد الإشارة إليها من قبل المرشحين بشكل جدي وعميق .

- غالبية الصور المدرجة في الحملة الانتخابية للتجديد النصفى لمجلس الأمة لحزب جبهة التحرير الوطني عبر موقع فيسبوك تضمنت هوية فنية تنتمي للصور الفوتوغرافية الرقمية الملونة إبرازا و إضاحا لمظاهرها وتوجيها لما تتضمنه بين طياتها
- تبيني شعارات يفهمها المتلقي ويعرف هدفها إثارة بذلك للشحنة العاطفية لهذا الأخير، ممل يخلق إتجاه نفسي موحد وبالتالي تعزيز العاطفة التاريخية للحزب كأداة لمعالجة المعلومة بكفاءة لدى المتلقين
- الدعاية السياسية وصناعة الصورة للحزب يبرز معنى من المعاني لإضفاء للشرعية على الصورة التي تقدمها الوسائط الإلكترونية على حساب المضمون للنامج السياسي وفي قدرة صناعة الصورة في إسقاط الإيديولوجيات
- إعتمادهم على إستراتيجية بناء المعاني ، التي تستهدف التأثير في المخزون المعرفي لدى جمهور المتلقين وتعزيز إنتمائهم التاريخي وتشكيل صورة سياسية محددة مما يرسخ منبره فكريا وسياسيا من ترسيخ علامات ورموز عن الحزب
- ضمت الصور المدرجة ضمن الحملة الانتخابية عدة أوجه بلاغية كان أبرزها (الإستعارة و التشبيه) كما تضمنت الأبعاد السياسية و التسوسقية على حساب الأبعاد الإقتصادية و الاجتماعية المتعلقة بالمتلقي الجزائري .
- طوفان النزعة الإيديولوجية في الخطاب الإعلامي التي تضمنته الصور الفوتوغرافية إذ إستندت بشكل ملحوظ في عملية بنائها على
- جيئت الصور الشخصية بورتريه في بعض الأحيان وقد تم إتقاطها عن قرب لإبراز ما فيها من دلالات ترتبط بموضوع النص المصاحب لها ، مثل إيماءات الوجه ، علامات الإلسعادة والحزم ، وغيرها من العلامات التي تبرز إيماءات الوجه وتؤكد دلالات النص قد ظهرت جل الصور النصفية لإبراز حركات الأيدي لتأكيد المعنى و المغذي الذي تشير إليه الصورة مستقلة أو مصاحبة للنص .

2 - النتائج العامة المتعلقة بتحليل المضمون للصور الفوتوغرافية على ضوء أسئلة الدراسة :

- ابرز القضايا التي تناولتها الصفحة الرسمية لحزب جبهة التحرير الوطني FLN في خطابها الإعلامي عبر موقع فيسبوك :

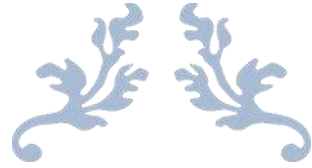
من الناحية المبدئية إهتمت الصفحة محل الدراسة بقضايا الحملة الانتخابية إذ إحتات هذه القضايا في مضمونها مساحة لا تخلو من دلالة، إذ مثل بعضها إنشغالا مركزيا بالدرجة الأولى لتأتي قضايا مواضيع الحملة الانتخابية للتجديد النصفى لمجلس الأمة محل الدراسة الآتي: هي الإعتزاز بمناضلي الحزب والمشاركة السياسية وذلك بنسبة وصلت إلى مايقدر 50% وهي نسبة جد عالية مقارنة بباقي القضايا التي لم يعرها الحزب أية أهمية إذ وصلت نسبة الإهتمام بالقضايا الراهنة و الإصلاحات السياسية إلى 16,66% وهي نسبة متدنية مقارنة بنسبة الإهتمام بقضايا التأثير في الرأي العام التي قدرت بما نسبته

33,33% إذ أن هذه القضايا تمثل قائمة الإهتمامات الخاصة بالصفحة الخاصة بالحزب في سعي منه إلى محاولة صياغة وتشكيل حقيقة سياسية في ذهن المتلقي العادي تجعله يفكر وفق منحى معين ومن ثم يسلك سلوكا بعينه يتوافق وتلك الحقيقة السياسية ، إذ نرى على صعيد آخر إشكالية الخطاب السياسي الرقمي التي تتحكم في ماهيته الحقيقة السياسية المراد بناؤها و بالتالي أرادت الحزب فيد الدراسة ترسيخ فكرة إضفاء الشرعية على الإنتخابات وبالتالي عدم إدخارها جهدا في دفع المتلقي إلى التفكير بإيجابية في العملية كجزء من العملية السياسية وتبعاً لذلك ضرورة الإنتفاف حول خيار الإستمرارية الذي لا شك فيه أنه إستمرارية لنظام الحكم القائم .

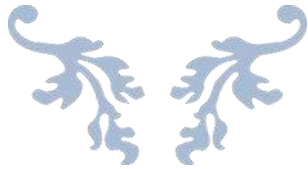
- أهم المواضيع التي اعتمدها عينة الدراسة ضمن خطابها الإعلامي عبر موقع فيسبوك : تطرقت صور العينة إلى نفس المواضيع الخاصة بشؤون الحزب زمن الحملة الإنتخابية بنسب متفاوتة ، إذ أن كل منها ركزت على موضوع بعينه إذ تصدر موضوع الأولوية السياسية أعلى نسبة على مستوى الصفحة بنسبة 21,74% تليها بنفس المرتبة والنسبة المواضيع التي أخذت نصيبها من الصفحة مساندة المرشحين بنسبة 17,40% لتتباين المواضيع الدعائية والاقتصادية حسب درجة إهتمام الحزب وبالتالي تم الإهتمام بصور المرشحين ممن ينتمون إلى الحزب تأثيراً في المتلقين في لتكون بالمرتبة الثالثة التصريحات والتوجهات السياسية متساوية وعرض برنامج الحزب بنسبة 13.05% وهذا ما توصلت إليه الدراسة كما لتبرز نسبة نشاطه مع باقي الأحزاب الأخرى والمرتبة المتعلقة بنزاهة وشفافية الحزب بنسبة 4,35% وهذا ما يؤكد التموضع المتباين لجملة المواضيع التي تناولتها عينة الدراسة مما يعبر عن سعي الحزب إلى حد محاولة صياغة و تشكيل حقيقة في ذهن المتلقي العادي تجعله يفكر وفق منحى معين ومن ثم يسلك سلوكا بعينه يتوافق وتلك الحقيقة السياسية فحسب الجانب الكمي تبين أن أولى أولوياته هي إرجاع كفة الأولوية السياسية على الوضعية الاقتصادية للمتلقين .

- أبرز الإستعمالات المستخدمة من طرف عينة الدراسة في خطابها الإعلامي عبر موقع فيسبوك : ركزت صور العينة على أسلوب عرض الحدث السياسي بكل واقعية في تناول شؤون الحملة الإنتخابية المتعلقة بنشاط الحزب ، بأسلوب عرض الأدلة و الشواهد مما يساهم في التأثير بشكل أكثر في المتلقي ، كونها تعد من أثقل الأساليب الإقناعية التي يمكن إستخدامها من طرف ما خاصة من طرف الحزب كما أن التكرار أيضاً كان من بين الأساليب الأكثر إستعمالاً طيلة زمن الدراسة مما يجعلنا نستنتج أنه في حال إستخدام المواضيع هذه في صالح حزب الأفلان فهو يكون لها انعكاس إيجابي عند جمهور المتلقين للمضمون الإلكتروني والعكس صحيح خاصة بإعتمادها إلكترونياً على أسلوب إتصال ثنائي الإتجاه تفاعلي مع كل أطراف المجتمع باختلافهم ، مما يؤدي إلى فصلها وعزلها عن بقية الأنظمة المحيطة بها داخل النظام الكلي في الوقت الذي يجب أن تكون منفتحة و في علاقة تفاعل و تبادل مستمر مع بقية الأنظمة بدلا من علاقة الصراع و المعارضة و الظهور المقنن على المناسبات .

- ابرز المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في إنتاج خطابها الإعلامي عبر موقع فيسبوك : لم تتوع الصفحة الرقمية محل الدراسة كثيرا في المصادر التي إعتمدت عليها في تغطية موضوع حزب جبهة التحرير الوطني أثناء الحملة الإنتخابية للتجديد النصفى لمجلس الأمة إذ لم تتعدى الإستثمار على مصادرها الداخلية وهي الصحف الموالية بنسبة وهي نسبة شبه طبيعية تعكس تغطية شؤون الحملة ، كما أن هناك نوع من الغموض فيما يخص عدم إدراج المصدر المعتمد في العديد من المواضيع بينما لم يتم إعتقاد المرسلين إلا من طرف "صحيفتي صوت الأحرار و النهار" ساعين بذلك إلى تذكير المتقي بأهمية و ضرورة كسب ثقته في العملية الإنتخابية و بالتالي أكتساب ثقة جمهور المتلقين كونها من حيث المبدأ إنتقت مصادرها من الصوت المحايد الذي يفترض أن ينعكس للرأي العام الواقع و الحقيقة ، رغم ذلك ظلت غلبة نسبة إعتقادها على المصادر غير المعروفة بما نسبته 50% وهي نسبة جد عالية و يعد هذا جانبا سلبيا يؤخذ على الحزب لتصنف إما في خانة المصادر الناقصة التي تعتمد على التهوين ، ولم يكن ذلك يعكس طبيعتها الحقيقية بقدر ما كان يعكس طبيعة النسق السياسي لهذه المنظومة الحزبية واذ يتركون طرفا من خيط المصادر هذه لدى جمهور المتلقين تجنباً للوقوع في مشاكل تتعلق بالحزب وأعضائه ، إضافة إلى إبراز مدى عفوية ملتقط الصورة كون الصورة التقطت تكثيفا بهدف كسبها للثقة من لدن المتلقين كونها عملية إقناعية تعتمد على العفوية بالدرجة الأولى و هذا ما أثبتا كما أثناء عملية التحليل ، كل هذا أبرز مدى نقصان درجة الموضوعية في معالجة الصفحة لشؤون الحملة .



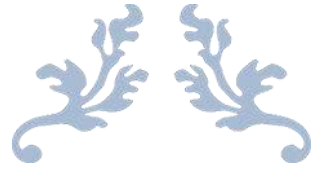
الختام



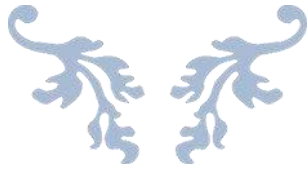
الخاتمة

حاولنا أثناء تقديم دراستنا هذه الموسومة بدلالات الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية عبر مواقع التواصل الإجتماعي كما وكيفا الإلمام قدر الإمكان بتفاصيل الموضوع هذا وعناصره المتعلقة بالخطاب السياسي ، وخصائصه و إستراتيجياته في هذل النوع من الخطاب التطرق إلى عرض الجانب الدلالي الأيقوني " السيميائي " لما تهدف إليه الإيماءات و الحركات بالصور الفوتوغرافية من جهة وكذا الإحاطة بترأبي المعرفي البصري و توظيفه في أداء الدور السياسي الإتصالي من جهة أخرى ،فالخوض في تحليل الخطاب السياسي للصورالفوتوغرافيا لم يستقر عند منهج أ، أسلوب واحد يعتمده الدارس أو الباحث في المجال هذا الأمر الذي جعلنا في دراستنا نركز على أهم مقوماته و الوحدات الأساسية في فهم أغوار الخطاب السياسي الايقوني و الإقتراب من تحليل فحواه .إذ توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة أبرزها ماهدف إليه القائمون في المجال السياسي المتعلق بالصور محل التحليل عبر الصفحة الرقمية لحزب جبهة التحرير الوطني في سعي منه إلى ترسيخ صورته في ذهن المتلقي حول المؤسسة السياسية و رموزها مما يدفع بالمتلقي بتقبلها في إطار المزاج السياسي السائد كونه خطابا بصريا حيا نابضا صيغت خصائصه ورسائل جمهور المتلقين تأكيدا للمعاني و الأفكار التي تعكسها الرموز اللسانية اللغوية وبالتالي سعيه للتأثير في المتلقين و إستقطاب المؤيدين مما يكشف النقاب عن حقيقة الدور الذي تتكفل به التقنيات التكنولوجية في صناعة الصورة السياسية الرقمية لكون القوة التي يمتاز بها الخطاب السياسي البصري من حيث الأداء و الإبلاغ عبر الصور الرقمية ، قد قزمت إلى حد بعيد من دور الوسائل الإعلامية التقليدية في آدائها من حيث التأثير على عقول المتلقين وصناعة رأيهم السياسي السياسي بإعتبار الصورة الفوتوغرافية ذات الطابع الرقمي باتت تختزل ورائها آلاف الكلمات لكون قابلية الجمهور للتعبير لتقبل المضمون السياسي الإلكتروني يعتمد على رسوخ الصورة لديهم أ، عدم رسوخها كونها تشكل الرابط المتوسط بين الواقع و الفكر مما يبلور

موقف المتلقي وتجديد طبيعة علاقته مع حزب الجبهة و ذلك بمحاولة منهم في إقناعهم بالحقيقة الموضوعية المتضمنة للدلالات الوهمية المزيفة فقد كانت أهم نتائج دراستنا التي لا تزعم بأي حال أننا حققنا إقترابا دقيقا بنية القرار المتعلق بالصفحة الرقمية للحزب إزاء الحملة الإنتخابية للتجديد النصفى لمجلس الأمة فقد لمسنا جوهره ، إنما لم يعد الأمر أن يكن محاولة حثيثة على مافيهما من الزلل و الخطأ، للتعامل مع أدوات البحث العلمي في مجال وميدان على درجو من التعقيد و الغموض ،نرى أنه مازال يتطلب تظفر العديد من الجهود البحثية التي من شأنها تحقيق تراكم علمي يزيل هذا الغموض من جهة و من جهة أخرى يفتح آفاق العمل بمنهجية البحث العلمي .



قائمة المراجع



أولاً: القرآن الكريم.

ثانياً: المراجع

1- قائمة الكتب

أ- باللغة العربية

1. أحمد العاقد، تحليل الخطاب الصحافي من اللغة إلى السلطة، ط1، دار الثقافة، الدار البيضاء، المغرب ، سنة 2002 .
2. احمد العاقد، تحليل الخطاب الصحفي من اللغة إلى السلطة ، ط1 ، 2002 .
3. أحمد مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2003.
4. إدريس حمادي، الخطاب الشرعي و طرق استثماره ، ط1 ، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء ، 1994.
5. إسماعيل قيرة و آخرون : مستقبل الديمقراطية في الجزائر ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2002.
6. الأمين شريط : التعددية الحزبية في تجربة الحركة الوطنية (1919-1962) ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998 .
7. برنارد توسان ، ما هي السيميولوجيا ؟ ، تر: محمد نظيف ، إفريقيا الشرق البيضاء، ط 1 1994.
8. بشير ابرير ، دراسات في تحليل الخطاب غير الأدبي ، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010 .
9. بهاء الدين محمد مزيد ، تبسيط التداولية من أفعال الكلام إلى بلاغة الخطاب السياسي، ط1، دار شمس للنشر، القاهرة، 2010 .

10. تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، ط1، الجزائر ،الفسيلة للطباعة والنشر و التوزيع ، 2007.
11. جوليا كريستفا ، علم النص، ط1 ، ترجمة : فريد الزاهي ، دار توبوقال ،الدار البيضاء ،المغرب . 1991 .
12. جيرار دولودال ، السيميائيات أو نظرية العلامات ، ترجمة: د. عبد الرحمن بوعلي، ط 1 ،مطبعة النجاح الجديدة ، الدارالبيضاء،2000 .
13. رشدي طعيمة : تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية : مفهومه، أسسه ،استخداماته، دار الفكر العربي ، القاهرة ،1987 .
14. رضوان بلخيري، سيميولوجيا الصورة بين النظرية و التطبيق، الجزائر، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2012.
15. سعيد بوشعير : النظام السياسي الجزائري ، ط 1 ، دار الهدى عين مليلة ، الجزائر ، 1993 .
16. سعيد يقطين ،انفتاح النص الروائي، ط 1 ، المركز الثقافي العربي ،1998 .
17. سلوى الشرفي، تحليل الخطاب (الرسائل السياسية في وسائل الإعلام) ، مركز النشر الجامعي ،تونس، 2010.
18. صفاء جبارة ،الخطاب الإعلامي بين النظرية و التطبيق،ط1 ، دار اسامة للنشر و التوزيع، الأردن ، 2008، ص83،
19. صلاح فضل ،مناهج النقد المعاصر، إفريقيا الشرق ،الدار البيضاء ،لمغرب، دط ،2002.
20. طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، المركز الثقافي العربي ،ط2، الدار البيضاء، المغرب ،2000 .

21. طه عبد العاطي نجم ، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر و التوزيع ،الإسكندرية، 2015 .
22. عادل فاخوري ، تيارات في السيمياء ، ط1 ،دار الطليعة للطباعة والنشر ، بيروت1990 .
عبد القادر شرشار، تحليل الخطاب السردي وقضايا النص، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2008
محمد شومان ،الخطاب الإعلامي بين النظرية و التطبيق ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،2007.
23. عادل فاخوري ، علم الدلالة عند العرب ، دراسة مقارنة مع السيمياء الحديثة ، ط2،دار الطليعة ، بيروت، 1994.
24. عبد الله ثاني قدور، تشكيل رسوم الأطفال وإشكالية سيميولوجيا الاتصال في الفن التشكيلي المعاصر، ط1، ، دار الغرب، الجزائر، 1996.
25. عبد الهادي بن ظافر الشهري ،إستراتيجية الخطاب (مقاربة تداولية لغوية تداولية) ، ط1، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بنغازي، 2004 .
26. عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب (مقاربة لغوية تداولية)، ط1، دار الكتاب الجديد، مارس 2004
27. علي زغود، نظام الأحزاب السياسية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2005
28. عماد عبد اللطيف، إستراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 2012 .
29. عمار بوخوش :مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ، ط4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007.
30. فرحات بدري العرب ، الأسلوبية في النقد العربي الحديث (دراسة في تحليل الخطاب) ، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع ، بيروت ، 2003 .

31. فيليب برو ،علم الاجتماع السياسي ،ترجمة : محمد عرب صاصيلا ،ط1،المؤسسة الجامعية للدراسات النشر والتوزيع،1998.
32. مبارك دروس في السيميائيات، ط 1 ،دار توبقال للنشر البيضاء، 1987 .
33. محمد أديوان ، الخطاب السياسي في المغرب ، ط1، الرباط ، 2002 .
34. محمد السرغيني ، محاضرات في السيميولوجيا، ط 1 دار الثقافة البيضاء ، 1987.
35. محمد السويدي، علم الاجتماع السياسي (ميدانه وقضاياها)، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر 1990 . علي الدين هلال دسوقي، اتجاهات حديثة في علم السياسة، المجلس الأعلى للجامعات ، القاهرة، 1999 ..
36. محمد بو الضياف ،الأحزاب السياسية و منظمات المجتمع المدني ،دار المجدد للنشر و التوزيع ، سطيف -الجزائر، 2010.
37. محمد خطابي، لسانيات النص، مدخل إلى إنسجام الخطاب،ط1،الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 1991 .
38. محمد ساداتي الشنقيطي ،مدخل الى الاعلام ،ط 2 ،دار عالم الكتب ،الرياض، 1996
39. محمد شلبي،المنهجية في التحليل السياسي(المفاهيم، المناهج ، الاقتربات ، و الأدوات)،الجزائر،1997.
40. محمد شلبي،المنهجية في التحليل السياسي(المفاهيم، المناهج ، الاقتربات ، و الأدوات) ،الجزائر،1997.
41. محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ،د م ،الجزائر، 1985 .

42. محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي ، ط1، دار وائل للنشر ، الجامعة الأردنية ، عمان ، 1999 .
43. محمود ابر اقن ، التحليل السيميولوجي للفلم ، ترجمة :احمد بن مرسللي ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2006.
44. محمود عكاشة ، لغة الخطاب السياسي- دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الإتصال، ط1 ، دارالنشرللجامعات ، القاهرة ، 2005 .
45. مصطفى عبد الجواد محمود ، الأحزاب السياسية في النظام السياسي و الدستوري الحديث في النظام الإسلامي ، دار الفكر العربي ، القاهرة، دس.
46. ناجي عبد النور ، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية ، مديرية النشر لجامعة قلمة ، الجزائر ، 2006.
47. نبيلة عبد الحليم كامل، الأحزاب السياسية في العالم المعاصر، القاهرة، دار الفكر العربي، 1982.
48. هادي نهر ، علم الدلالة التطبيقي في التراث العربي ، ط1 ، دار الأمل للنشر و التوزيع ،الأردن، 2008.

ب- باللغة الاجنبية

49. A . Dauzat J Dubois, **dictionnaire étymologique et historique**, Larousse, paris, 1968.
50. AJ Greimas , **Sémantique structural**, Larousse, Paris, 1966.
51. Budd.V.A; **A content analysis of communication** ,new York ,the macmiliancompany,1967.

52. Chain Perelman, et Lucie tytica, **traité de l'argumentation, La nouvelle rhétorique** Editions de l'université de Bruxelles, 1992.
53. Emile Benveniste , **problème de linguistique général**, édition Gallimard, paris,1974.
54. Hartman and F.C.Stork, **dictionary of language and linguistics**, London, applied science,1972.
55. Jean-Marie Mathey, **Comprendre la Stratégie, Economica**, géopolitique ,collection Poche, paris, 1995.
56. Jean-Michel Morin: **précis de sociologie** ,nathat ,France,1997.
57. Judith Butler, **Le pouvoir des mots, politique du performatif**, édition Amsterdam, Paris,2004.
58. Judith Lazar : **sociologie de la communication de masse**, Op. Cit.
59. Michel Foucault, **les mot et les choses** ,une archéologie des science humaine ,Gallimard , «Bibliothèque des science humaines » ,1966,pour
60. Philippe Breton , **l'argumentation Dan la communication**, Alger: Editions du Casbah,1998.
61. Rachid BENYOUB, **L'annuaire politique de l'Algérie**, 4ème éd, Alger, ANEP, 2002.
62. T zertan Todorov ,**les Genres du discours**, édition Seuil ,Paris,1978.
63. Youcef ZIREM, **Algérie : la guerre des ombres**, Alger, édition GRIP, 2002.

ج- المعاجم و القواميس و الموسوعات :

64. ابن الأثير ، **النهاية في غريب الحديث والأثر** ، تحقيق :طه أحمد الزاوي ومحمود ومحمد الطنجي ، المكتبة العلمية ،بيروت ، دس.

65. ابن منظور، **لسان العرب** ، ط 6 ، دار صادر ، بيروت ،1994.

66. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، دار جيل، بيروت، 1988.
67. ابو البقاء الكفوي، الكليات (معجم في المصطلحات و الفروق اللغوية)، تحقيق عدنان درويش، ط1، الرسالة، بيروت، 1992.
68. ابو البقاء الكفوي، الكليات (معجم في المصطلحات و الفروق اللغوية)، تحقيق: عدنان درويش ومحمد المصري، ط2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1998.
69. ابو الحسين احمد بن فارس بن زكريا، معجم المقاييس في اللغة، تحقيق: شهاب الدين ابو عمرو، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت لبنان، 2011.
70. ابو القاسم محمود بن عمر الزمخشري، أساس البلاغة، دار المعرفة، بيروت، 1982.
71. ابو منصور بن احمد الهروي الأزهري، تهذيب اللغة، بيروت، 2001.
72. الجاحظ، البيان والتبيين، ج 1
73. الجويني، الكافية في الجدل، تحقيق: فوقية حسين محمد، مطبعة عيسى الباسبي الحلبي، القاهرة، 1979.
74. دومينيك مانغونو، المصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، ترجمة: محمد يحياتن، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، 2008.
75. سيف الدين محمد بن علي الأمدي، الأحكام في أصول الأحكام، تحقيق سيّد الجميلي، دار العربي، بيروت، 1986.
76. فيصل الأحمر، معجم السيمائيات، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، 2010.
77. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، لبنان، 1985.

78. ناظر عبد الواحد الجاسور، موسوعة المصطلحات السياسية الفلسفية و الدولية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2008 .

79. يسرى دعبس ، معجم المصطلحات السياسية ، البيطاش سنتر للنشر و التوزيع ، الإسكندرية ، 2009 .
د - المحاضرات و الندوات :

وليد عبد الحي، لغة الخطاب السياسي (المشكلة و الحل)، المحاضرة الخامسة عشر (منشورة)، جامعة اليرموك ، 2013 .

2- المجالات :

80. اسعد عبد الوهاب عبد الكريم ، الخطاب الإسلامي والديمقراطية (بين نظرية الاستيعاب والاستبعاد) ، مجلة تكريت للعلوم السياسية ، مجلد2، العدد2 ، 2015 .

81. بدر الدين بلمولاي ، دور الإعلام الجديد في التنشئة و الممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، العدد 29 ، الجزائر، 2017 .

82. بشير إبرير، النص الأدبي وتعدد القراءات، مجلة نزوى، العدد ، 11 عمان، 2003 .

83. جان كلود كردان ، التحليل السيميوطيقي والأدب، تر: عبد الرحمن طنكول، مجلة (دراسات سيميائية أدبية لسانية)، فاس، العدد1، خريف 1987 .

84. خليل بكري، خصائص المنهج التحليلي في فلسفة العقل، مجلة الجمعية الفلسفية المصرية ، العدد 25، دار المنظومة ، مصر، 2016 .

85. رولان بارث ، لذة النص، :ترجمة محمد الررفرافي ومحمد خير بقاعي ،مجلة العرب والفكر العالمي ، العدد10. 1990 .

86. سعيد بنكراد، "السيميائيات مفاهيمها وتطبيقاتها"، مجلة علامات، العدد16، 2003 .
87. عبد الكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنيين ، مجلة دراسات، العدد 1، 2013 .
88. محمد إقبال عروي ، السيميائيات وتحليلها لظاهرة الترادف في اللغة والتفسير، مجلة "عالم الفكر"، العدد 3، الكويت ، 1996.
89. محمد بدوي الشميري، معالم التجدد و الانغلاق في الخطاب الإعلامي الإسلامي المعاصر، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 2، 2015 .
90. مهملي بن علي ،الخطاب السياسي واليات تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر ، مجلة العلوم القانونية والسياسية ، العدد13،2016 .
91. ميلودي محمد ، يا حي فاطمة الزهراء ، سلطة مواقع التواصل الاجتماعي نحو تشكيل فضاء عمومي ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد5 ، المركز الديمقراطي العربي ،برلين -ألمانيا ،2018 .
92. نزهت محمد نفل ، طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي و الخطاب السياسي ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 4 ، 2008 .
- 3- رسائل الماجستير و الدكتوراه
93. الحاجة سعود ، إستراتيجية الشرعية و الاستمرارية للأنظمة السياسية العربية -دراسة بنائية للخطاب السياسي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (منشورة) ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة محمد بوالضياف المسيلة - الجزائر،2015 .

94. حبيب ميهوبي ، الأحزاب ودورها في الحياة السياسية بالمغرب من 1999 الى 2010، مذكرة لنيل شهادة الماجستير(منشورة) ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة الجزائر 3، 2011 .
95. حسن قطيم طماح المطيري ،الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي،مذكرة لنيل شهادة الماجستير (منشورة) ،قسم الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط ، 2013، .
96. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب ، اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ، رسالة ماجستير(منشورة) ،جامعة النجاح الوطنية نابلس ،فلسطين، 2015 .
97. فضلونا أمال ،استخدام الأحزاب السياسية في التأثير على الرأي العام (دراسة تحليلية)،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة باجي مختار عنابة ،الجزائر، 2009 .
98. محمود ابر اقن ،علاقة السيميولوجيا بالظاهرة الاتصالية -دراسة حالة لسيميولوجيا السينما ، أطروحة دكتوراه (منشورة) ،جامعة الجزائر ،2001 .
99. هارون منصر ،صورة المسلم في الصحافة الغربية -دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة صحيفتي " LE MOND و USA"- ،رسالة دكتوراه (غير منشورة) ،جامعة الجزائر ، 2017 .

4- الملتقيات و المؤتمرات

100. بشير ابرير،الصورة في الخطاب الإعلامي (دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية و الايقونية)،ملتقى الدولي الخامس "السيمياء و النص الادبي"،الجزائر، 2003 .

101. بشير ابرير، استثمار علوم اللغة في تحليل الخطاب الإعلامي، أعمال المؤتمر الثاني عشر، (تداخل الأنواع الأدبية)، مجلد 1، قسم اللغة العربية ، الأردن، 2008 .

5- المواقع الالكترونية :

102. أسامة العبد، الإشارات والرموز و الأيقونات البصرية، www.thawra.alwehda.com
103. جميل حمداوي، مدخل الى المنهج السيميائي،
<http://www.arabicnadwah.com/articles/madkhal-hamdaui.ht>
104. فريد امعضوش، المنهج السيميائي، www.ouldbostamimohamed.nireblog.com

الملخص :

تهدف دراستنا هذه التي تتمحور حول دلالات الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بالكشف عن المعاني ومجمل الدلالات التي يثيرها شعار المؤسسة من خلال بعدها الأيقوني والتشكيلي وذلك عبر تحليل المضمون للكشف عن ما وراء الخطاب السياسي الأيقوني الرقمي للكشف عن غرض تكثيف الدلالة بذهن المتلقي نتيجة لسيطرة معنى معين على المنظومة المعرفية للحزب منتج الخطاب للكشف عن جانبه الإحائي الدلالي الذي يوميء بأفكار أخرى بهدف إيصال مضمونه عبر رموز مباشرة ظاهرة وضمنية ، معتمدنا على المنهج السيميولوجي ، حيث كانت العينة المختارة قصدية من خلال اختيارنا للصور الفوتوغرافية أثناء الحملة الانتخابية للتجديد النصفي لمجلس الأمة لحزب جبهة التحرير الوطني إذ تم تحليلها سيميولوجيا وذلك لما يتضمنه الخطاب السياسي بعنفوانه الرمزي لما له من تأثيرات على المتلقي ولما يحمله بين طياته من دلالات ضمنية وصريحة ، وقد إعتدنا على المنهج الوصفي بإستخدام أسلوب تحليل المضمون قصد التعرف بشكل تحليلي على الصورة الفوتوغرافية عينة الدراسة . وقد توصلت دراستنا إلى جملة من النتائج أهمها الخطاب السياسي الأيقوني الرقمي ، لا يمكن أن يحقق أهدافه التبليغية و الاتواصلية من دون توأمة و تداخل و تفاعل بين جماليات العرض البصري الرقمي والقدرات الخطابية لدى الساسة بإعتبار هذا الأخير تضبطه مرجعيته الإتصالية السياسية ولا يمكنه أن يكون مجرد تسويق دعائي ، بل ينبغي تشديد الصلة بخصوصياته وأهدافه التي تبقى من أبرزها صناعة الرأي العام وتوجيهه وفقا لإيديولوجيته المسيطرة مما يضمن إستمراريتها تاريخيا وسياسيا.

Abstract:

This study, which focuses on the meanings of the media discourse of political parties through social networking sites, by revealing the meanings and totality of the meanings raised by the slogan of the institution through its iconic and plastic dimension through analyzing the content to reveal what is behind the digital iconic political discourse to reveal the purpose of intensifying significance in the mind of the recipient. The control of a specific meaning on the cognitive system of the party produced the discourse to reveal its semantic, semantic part, which evokes other ideas in order to convey its content through implicit and implicit direct symbols, relying on the semimological approach. The selection of photographs during the electoral campaign for the semi-renewal of the National Assembly of the National Liberation Front (FLN) was analyzed in a semantic manner because of the political discourse in its symbolic intensity because of its etiquette on the recipient and its implicit and explicit implications. We relied on the descriptive approach using content analysis. In order to identify analytically on the study sample photograph. Our study has reached a number of results, most important of which is the digital iconic political discourse. Its communicative and communicative objectives can not be achieved without coordination, interaction and interaction between the aesthetics of the digital visual presentation and the rhetorical abilities of politicians, considering that the latter is controlled by political communication, It should be stressed that its specificities and objectives remain the most prominent of which is the industry of public opinion and its direction according to its dominant ideology, which ensures its continuity historically and politically.