



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الدكتور الطاهر مولاي - سعيدة  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية



## السوق السياسي المحلي في الجزائر

### دراسة حالة ولاية سعيدة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية  
التخصص: تسيير وإدارة الجماعات المحلية

- إشراف الدكتور:

خداوي محمد

- من إعداد الطالبة:

دلbaz نسيمه منال

#### أعضاء اللجنة المناقشة

رئيساً

شاربي محمد

الأستاذ:

مشرفاً ومقرراً

خداوي محمد

الدكتور:

عضواً مناقشا

العط 1 ري علي

الأستاذ:

السنة الجامعية: 2016-2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

أشكر الله عز وجل على إنجاز هذا العمل .

لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذي المشرفه ووالدي

الدكتور "محمد خدوي" على توجيهاته وإرشاداته القيمة التي ساعدتني على إنجاز هذا

العمل بالصورة التي هي عليها الآن . وأشكره على تواضعه وسعة صدره.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم

بالموافقة على مناقشة هذه الدراسة لأجل تقويمها وإثرائها .

ولا يفوتني كذلك بالتقدم بجزيل الشكر والإمتنان إلى مكتبة كلية الحقوق والعلوم السياسية

بجامعة سعيدة ، بما بذلوه من جهود وما قدموه لي من مساعدة أثناء البحث .

الشكر الكبير إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل ، لكم مني جميعاً كل

الإحترام والشكر والتقدير والإمتنان .

# إهداء

أهدي ثمرة جمدي وعملي هذا

إلى روح جدي و جدتي رحمهما الله

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واقترن رضاها برضى الرحمن وارتبطت طاعتها بطاعة

الخالق والدتي حفظها الله وأطال في عمرها .

إلى من يسر لي طريق العلم وعلمني حب العمل والمثابرة والذي حفظه الله وأطال في عمره.

إلى سدي في هذه الحياة أختي "أمينة" .

إلى من هم بالحق أهل الوفاء والإخاء "محمد بوسماحة" إلى جميع الأمل والأقارب .

إلى صديقتي اللاتي تقاسمت معهن سنوات الدراسة "كافى نوال" "ليتيو فاطمة الزمراء" ،

"قادة فتية" " سعيداني نور الهدى" " خالدني عائشة" .

إلى زملائي دفعة ماستر تسيير وإدارة الجماعات المحلية .

دلياز نسيمه منال



مقدمة

في ظل التغيرات المستمرة والسريعة التي تشهدها الساحة السياسية أصبحت المؤسسات السياسية بحاجة أكثر إلى إحداث تغييرات جذرية في أنماط التسيير وحتى الإدارة في بقية المجالات وهذا من أجل الملائمة والتوافق بين المؤسسات السياسية وبينتها الداخلية والخارجية، وهذا ما دفع للعمل على فهم المتغيرات البيئية في المجتمع، ودراسة تأثيرها لمواجهة التحديات، وكذا التحكم في البيئة الداخلية.

إن الأداء الديمقراطي السليم في أي مجتمع كان، يفترض بالضرورة توفير المناخ السياسي الملائم، الذي يسمح بإدارة العملية الانتخابية بين مختلف الأحزاب والكيانات السياسية في إطار من التنافس الجدي التعددي والمنظم، لا بد من تطبيق مجموعة من المعايير التي يمكن أن يمكن أن تضمن ديمقراطية الانتخابات، وإلا يقود إلى التشكيك في مشروعية التمثيل الديمقراطي.

ونتيجة لذلك، أصبحت حاجة ملحة إلى تطبيق أساليب التسويق في المجال السياسي خصوصا أن التسويق السياسي تطور خلال العقد الأخيرين في الدول المتقدمة ديمقراطيا والقيام بعملية الترويج المنظم للمنتجات السياسية التي تمثل نواتج أو مخرجات العمل السياسي خاصة مع وجود إقناع متزايد لدى القادة السياسيين بأهمية هذه العملية في السوق السياسي خاصة في الحملات الانتخابية.

وأمام هذه المعطيات فإن المؤسسات السياسية في الجزائر مطالبة عن طريق مسيرتها بالتفاعل ايجابيا مع التحولات الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والتكنولوجية خاصة في المجتمع الجزائري خاصة أن الثقافة السياسة واحدة من بين أهم الظواهر المثيرة للاهتمام كونها تترك أثر واضحا على مستوى الفعل والممارسة فإن طبيعة الثقافة السائدة في الجزائر التي تعكس المجتمع المستعمر والعادات والتقاليد والأعراف المبنية على ثقافة القبيلة والعشيرة والجهوية التي تأثر بشكل الواضح على الحياة السياسية والاجتماعية وبعبارة أخرى فإن النسق الثقافي إما أن يساعد على تنمية

الديمقراطية وإما يكرس التسلط السياسي، فهي بمثابة المادة الخام التي تشكل الوعي السياسي، فقد انتقلت الجزائر إلى المجال السياسي الحديث وهي وراثه لعوائق ذاتية من الماضي التاريخي الكونبالي والدولي.

إن موضوع الانتخابات والأحزاب السياسية ذات قدرة على التأثير في مخرجات النظام السياسي، من خلال القوانين والمشاريع والقرارات، كما أن الانتخابات تتطلب دراسة ظاهرة للاندماج السياسي للأفراد وللمجموعات الاجتماعية إلا أن إسناد السلطة عن طريق الانتخاب لا يعني حتما أن النظام أصبح ديمقراطيا حتى يتحقق ذلك وجب أن يكون مبنيا على مجموعة من المبادئ والأسس تجعله يحقق تمثيلا حقيقيا لإدارة الشعب من خلال هيئات تمثيله.

يحتاج النظام الديمقراطي نظاما انتخابيا معينا لاختيار سلطته التشريعية أو المحلية فالنظام الانتخابي يقوم على ترجمة الأصوات التي يتم الإدلاء بها في الانتخابات إلى عدد المقاعد التي تمثل بها الأحزاب والمرشحين فيها.

ان العوامل التي تأثر في سير الانتخابات نجد من بينها القرابة والجهوية والزبونية التي تحدد معالم الحقل السياسي وهذا ما يجعل النسب بشكل مصدر ارتقاء إلى مراكز صناعة القرار.

مما يجعل الانتخابات ذات نشاطات ظرفية من طرف الفاعلين خلال الحملة الانتخابية، والتي تعتبر من الفعاليات التي تتدرج ضمن إطار عملية التسويق السياسي.

وجاء هذا الموضوع للبحث في السوق السياسي في الجزائر خصوصا في الانتخابات نحاول من خلاله معرفة تأثير البنى الاجتماعية (القبلية، العروشية، الجهوية الزبونية السياسة) في الممارسة الانتخابية في ظل التعددية السياسة في الجزائر.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في:

الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الموضوع في كونه موضوعا يدعو للاهتمام من حيث معرفة أهم التطورات والتغيرات الحاصلة في مفهوم السوق السياسي، وتطبيقه من طرف الأحزاب السياسية الجزائرية المتنافسة، والعاملة على استغلال كل أساليب للوصول إلى الحكم بالجزائر. فهي بحاجة إلى الدراسة والبحث والتحليل للوصول إلى الأهداف المرغوبة.

الأهمية العملية:

تكمن أهمية الموضوع المتناول في أنه يتعلق بمجال دراستنا و ذا تأثير على سير الجماعات المحلية، بحيث يعتبر السوق السياسي مفهوما حديثا في الحقل السياسي الذي يؤثر في الانتخابات سواء بشكل الايجابي أو السلبي.

مبررات اختيار الموضوع:

تنقسم مبررات اختيار الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

(أ) مبررات الموضوعية:

- يمكن القول أن الحرص على تكوين مرجعية فكرية بشأن السوق السياسي المحلي في الجزائر.
- إن هذا الموضوع جديد ولم يتم الخوض في هذا الجانب من الدراسة من قبل.
- إبراز العلاقة بين السوق السياسي والانتخاب وتبيان الدور الذي يقوم به آليات السوق السياسي لتفصيل المشاركة الانتخابية.
- التعرف على واقع الانتخابات في الجزائر ومدى عقلانية الممارسات فيها.



(ب) مبررات ذاتية:

الاهتمام الشخصي للباحث وميله للبحث في كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية والبنى الاجتماعية والآليات اللازمة لزيادة الوعي السياسي من خلال الثقافة السياسية الجزائرية خاصة ثقافة الانتخاب والزبونية السياسية وتأثيرها على الممارسة السياسية.

محاولة التعمق فيه بغية أن تكون الدراسة منطلقا لإسهامات أكاديمية أخرى تساهم في تقديم عدد التصورات التي يمكن الاستفادة منها.

أهداف الموضوع:

يهدف الموضوع إلى محاولة معرفة السوق السياسي بشكل خاص، وذلك لما له من دور كبير في الترويج السياسي للأحزاب والمرشحين من خلال تسليع فكرة إيديولوجية أو برنامج معين للحزب من أجل كسب الأصوات في الانتخابات سواء كانت رئاسية أو تشريعية أو محلية في ضوء خصائص تتناسب مع مجتمع تقليدي قائم على العلاقات العائلية والعشائرية والمناطقية والزبونية وخاصة المجتمع المحلي.

الإشكالية:

إن الآلية المناسبة التي تمكن المواطنين من المشاركة في اتخاذ القرارات السياسية هي الانتخابات فهي التي تمكن الشعب من اختيار ممثليه في تسير الشأن العام وبالتالي تحقيق انتخابات ديمقراطية ففي الجزائر يرتبط بمدى تفعيل النظام السياسي، خاصة السوق السياسي من جهة ومن جهة أخرى إسهامات التي قدمها التسويق التجاري في المجال السياسي والحملات الانتخابية وذلك من منظور التنافس السياسي وقيم اجتماعية وعادات وتقاليد وأعراف حيث ينشعبون بها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية هذه العناصر الثقافية التي تمثل أنماطا مشتركة بين الناس بما

تمثله من مبادئ توجه أفكارهم ومشاعرهم ومواقفهم وتؤطر مواقفهم العامة ومعتقداتهم وأساليبهم في العملية السياسية.

ومن هنا يمكننا أن نخلص إلى عرض إشكالية بحثنا والتي يمكن صياغتها في السؤال التالي:

إلى أي مدى يمكن أن يحقق السوق السياسي المحلي في الجزائر النموذج الديمقراطي؟

وتفودنا هذه الإشكالية إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ما مفهوم السوق السياسي؟
- وكيف يمكن أن يؤثر على العملية الانتخابية التشريعية في الجزائر؟
- ماهي طبيعة الثقافة السياسية في الجزائر؟
- ماهو دور الزبونية السياسية في الانتخابات وما انعكاس ذلك على السوق السياسي؟
- إذا كان هناك سوق سياسي في الانتخابات، فهل النخبة السياسية خاصة والمجتمع الجزائري معترف به أم هو مرسخ فقط ذهنيا؟

#### فرضيات الدراسة:

استنادا لطبيعة المشكلة المطروحة والأهداف التي ترمي إلى تحقيقها وللإجابة على الإشكالية

المطروحة في هذه الدراسة نطرح الفرضيات التالية:

#### الفرضية الأولى:

تشكل عناصر البنى الاجتماعية ولثقافة المحلية أساس في السوق السياسي.

#### الفرضية الثانية:

النظرة السائدة لدى الدول المغاربية قائمة على استرداد النظام الديمقراطي من الدول الغربية

دون الأخذ بالاعتبار الظروف التي نشأ فيها النظام أو مراعاة معتقدات وثقافة المجتمع.

الفرضية الثالثة:

إن الممارسة السياسية في الحقل السياسي تستند إلى ثقافة الانتخاب في المجتمع المحلي الجزائري خاصة العروشية والجهوية والزبونية.

الفرضية الرابعة:

إن الانتشار العام لظاهرة الفساد المالي والسياسي الذي يتناوله الخطاب السياسي الرسمي والخطاب الإعلامي، في الانتخابات يؤثر بالعملية الانتخابية بشكل سلبي.

مفاهيم الدراسة:

إن المفهوم هو القاعدة الامبريقية للعلم، ولذلك تعتبر المفاهيم من العناصر الأساسية في أي دراسة والتي يتوجب علينا تحديدها تحديدا دقيقا وتحديدها من غيرها من المفاهيم:

السوق: هي المنطقة الجغرافية التي تجمع المشترين والبائعين، أما الاقتصاديون فيعرفونه بأنه العلاقة بين العرض والطلب لسلعة ما<sup>1</sup>.

الزبونية: تشكل العلاقات الزبونية إحدى القنوات الهامة التي تؤدي دور الاستيهان به في تقوية النفوذ خاصة بالنسبة إلى الأفراد المتنافسين حول السلطان السياسي سواء على المستوى المحلي أو الوطني<sup>2</sup>.

الولاءات الأولية: تتكون من صلة الدم أو صلة النسب والمصاهرة والتي تقوم على القبلية والجهوية والعروشة والمناطقية، والتي تظهر تجالياتها من خلال ما يطرأ على سلوكيات الفرد في المجتمع.

<sup>1</sup> شفيق عبد الغني، النخب المحلية والعلاقات الزبونية: دراسة في البعض آليات إعادة إنتاج النفوذ بالمجال القروي المغربي، من الموقع: [www.caus.org](http://www.caus.org)

<sup>2</sup> ميكائيل توسو وآخرون، نظرية الثقافة، ترجمة: علي سيد الهاوي (الكويت: علم المعرفة 1997) ص 10.

## الثقافة:

كما عرفها الاجتماع روبرت بيرستيد **Robert Bierstedt** أن الثقافة هي ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما تفكر فيه أو تقوم به أو تمتلكه كأعضاء في المجتمع<sup>1</sup>.

التنمية السياسية: قدم **غبريال ألموند Gabriel Almond** من خلال مقارنته البنائية الوظيفية: بأنها ندرة النظام السياسي على تحقيق التمايز البنوي و التخصص الوظيفي اللذان يشيران الى العمليات التي تتغير بها الادوار و تصبح أكثر تخصيصا.

## حدود ومجال الدراسة:

**الحدود الزمنية:** منذ سنة 1989 دخلت الجزائر الى مرحلة التعددية، إذ يعتبر الانتخاب أهم معيار لتمثيل السياسي: وتتمحور الحدود الزمنية للدراسة الانتخابات التشريعية 2012 والانتخابات التشريعية 2017 لولاية سعيدة.

## الحدود المكانية:

تمثل ولاية سعيدة عينة عن الأغلبية الولايات الجزائرية خصوصا داخلية أين يمكن معالم السوق السياسي المحلي.

## منهجية الدراسة:

تم الاستعانة بمجموعة من المناهج في الدراسة أهمها:

### 1- المنهج التاريخي:

يستخدم المنهج التاريخي للحصول على أنواع من المعرفة عن طريق الماضي يقصد دراسة وتحليل بعض المشكلات الإنسانية والعمليات الاجتماعية الحاضرة وذلك لأنه كثيرا ما يصعب علينا فهم حاضر الشيء دون الرجوع إلى ماضيه فالحياة قائمة على الحياة السابقة وامتدادها وقد استخدمناه

1صادق شريف نداء، تجليات العولمة على التنمية السياسية (عمان: دار جهينة للنشر والتوزيع) (2007) ص111.

في دراستنا المعاصرة من خلال التطرق إلى تطور التاريخي لتسويق السياسي من خلال المراحل التي مر بها بالإضافة إلى الجانب المحلي لدراستنا لتطور التاريخي لولاية سعيدة.<sup>1</sup>

## 2- المنهج الوصفي:

يقوم المنهج الوصفي على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، أو هو دراسة تحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل.

استخدمناه في دراستنا حيث نقوم بوصف دقيق لظاهرة سوق الزبونية وأثره على العملية الانتخابية في الجزائر، وذلك بجمع بيانات على نتائج الانتخابات التشريعية ثم تحليل هذه النتائج بطريقة موضوعية من أج التعرف على العوام المتحركة في السوق السياسي.

## 3- منهج دراسة الحالة:

يقوم هذا المنهج على جميع البيانات المتعلقة بوحدة ما يهدف الإحاطة بها ومعرفة أهم العوامل المؤثرة فيها أو تحديد طبيعة العلاقات القائمة بين أجزائها، فقد تم استخدامه في هذه الدراسة لغرض الحصول على أهم المعلومات المتعلقة بالانتخابات التشريعية 2012-2017 إضافة الثقافة السياسية في المجتمع المحلي.<sup>2</sup>

## 4- المنهج الاستقرائي:

يقوم البحث الاستقرائي بعملية ملاحظة الجزئيات والحقائق والمعلومات الفردية، التي تساعد في تكوين إطار النظرية يمكن تعميمها ويتفق على أن البحث الاستقرائي عادة ما ينفى بمجموعة

<sup>1</sup> أعمار بوحوش محمد محمود الدينبات **مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث** (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2007 4)ص103.

<sup>2</sup> ماثيو جيدير، **منهجية البحث**: ترجمة: ملكة أبيض، من الموقع: [www.blogspot.com](http://www.blogspot.com) 20/03/2017

من المفروض التي تستطيع تفسير تلك الملاحظات والتجارب، ثم تحقيق هذه الفروض بعد اختيارها فالبحوث الاستقرائية تساهم في التوصل إلى الإجابات عن الأسئلة التقليدية المعروفة ماذا؟ كيف؟ من أين؟.

### أدبيات الدراسة:

من بين أدوات الدراسة والبحث والتي تعد منبعاً أساسياً لجمع المعلومات الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، فهي ركيزة البحوث ومنبعاً لها وعلى هذا الأساس وفي إطار دراستنا اعتمدنا على مراجع أساسية تناولنا الموضوع من زوايا مختلفة ورؤية مغايرة ومن هنا:

كتاب المدخل إلى علم السياسة للباحث ناجي عبد النور حيث تطرق فيه إلى معرفة الدوافع التي تكون وراء مشاركة الفرد في الحياة السياسية سواء كانت دوافع خاصة أو عامة.

1- أطروحة الدكتوراه التي قام بها الدكتور محمد خداوي تحت عنوان القبيلة الأحزاب والانتخابات في ظل التعددية في الجزائر . حيث تطرق فيها إلى موضوع النزعة القبلية في المجتمع الجزائري والثقافة السياسية السائدة وثقافة الانتخاب من خلال الممارسة السياسية وتغيراتها المتمثلة في المناطقية والجهوية والحديث عن سوق السياسي وبسوق الترشيحات والمنافع السياسية، سوق التعددية الديمقراطية والمشاركة السياسية التي لا يمكن هيكلتها خارج عن الزبونية السياسية والولاءات السائدة في المجتمع المحلي الجزائري.

2- أطروحة دكتوراه التي قدمها الباحث دريس نوري تحت عنوان الممارسات الربعية، الزبونية السياسية وإشكالية تشكل المجتمع المدني في الجزائر المعاصرة تناولت مفهوم الزبونية السياسية والمفاهيم المرتبطة بها.

كيف أن الزبونية السياسية هي ظاهرة مرتبطة بالدولة الربعية والاقتصاد الربعي علاقة الدولة الجزائرية بالمجتمع وكذلك مدى صعوبة معالجة مفهوم المجتمع المدني في مجتمعات تهيمن فيها الأطروحات الثقافية على كل المجالات وفي كل المواضيع.

3- كتاب مدخل إلى التسويق السياسي للباحث الطاهر بن خلف الله.

الذي تناول العلاقة بين التسويق السياسي والمجالات الأخرى وكذلك تطرق إلى تعريف السوق السياسي وتعريف المصطلحات التي تضمنتها المجال السياسي: السوق المستهلك، الربح (الفائدة) البيع.

**صعوبات الدراسة:**

لا يمكن لأي بحث من البحوث أن يخلو من الصعوبات والمشاكل في انجاز الموضوع ويمكن رصد أهم تلك الصعوبات:

- قلة المراجع وذلك لانعدام مرجعية أكاديمية تناولت موضوع السوق السياسي.
- عدم وجود مرجع على مستوى مكتبة الكلية وكذلك المكتبة المركزية عن الموضوع.
- الاعتماد على المراجع باللغة الأجنبية وصعوبة الترجمة وذلك خوفا من الخروج عن المغزى الأصلي.

- الصعوبات التي واجهتنا أمام المؤسسات الرسمية مثل الإدارات في الحصول على المعلومات الدقيقة بحجة السرية.

**تقسيم الدراسة:**

معالجة إشكالية البحث وبناء على الفرضيات المذكورة أعلاه، والإلمام بمختلف جوانب الموضوع قمت بتقسيم الدراسة المبنية على مقدمة وثلاث فصول وخاتمة:

**الفصل الأول:** جاء كإطار نظري فتناول المبحث الأول ماهية التسويق السياسي، أما المبحث

الثاني الجانب النظري المفاهيمي للمشاركة السياسية، والمبحث الثالث تناولنا فيه المجتمع المحلي، أما

المبحث الرابع خصصناه لإدارة الجماعات المحلية.

**الفصل الثاني:** أخذ فيه السوق السياسي في الجزائر من خلال ثلاث مباحث جاءت كالتالي:

المبحث الأول السوق السياسي من تعريف وخصائص وفواعل فيه، أما المبحث الثاني، الزبونية

السياسية في الجزائر، والمبحث الثالث فتطرقنا لواقع المشاركة السياسية في الجزائر من خلال الثقافة

السياسية وثقافة الانتخاب.

**الفصل الثالث:** يتعلق بالدراسة الميدانية حيث تم اختيار ولاية سعيدة لتكون دراسة حالة لتعرف

على واقع السوق السياسي المحلي فيها.





الفصل الأول  
الإطار المفاهيمي

## تمهيد

إن الأخذ بالنموذج الديمقراطي بآلياته في مجتمع تركز ثقافته السياسية واقعا آخر، يظهر في قناعاته التناقض بين التنظير الديمقراطي وبين ممارسات سياسية عابرة، إما يحدث في هذا الفضاء من تبادلات سياسية واختلاف وتنوع جزئي وحرية الاعتقاد والتفكير ما هو إلى التقاء سياسي في طبيعته الحديثة مع النظم التقليدية واستمراره وتجديده وذلك بمفهوم جديد في السياسة وهو التسويق السياسي الذي يركز عادة على الحملات الانتخابية والسياسية فهو عملية اتصالية تعتمد على تقنيات متعددة تدرس حاجيات الناخبين، وتطلعاتهم وسلوكهم الانتخابي وذلك في الانتخابات التي تعد من المظاهر الرئيسية بالاتصال السياسي والمشاركة السياسية وأثر هذه الأخيرة على المجتمع المحلي بصفة خاصة والجماعات المحلية بصفة عامة.

وبالنظر إلى القيمة العلمية للإطار المفاهيمي في توضيح النظرة للبحث ستقدم بعض المفاهيم

لتوضيح الجانب التطبيقي من البحث.

## المبحث الأول: التسويق السياسي

يعتبر التسويق السياسي من المواضيع الحديثة وكذلك أحد الأوجه المهمة لأنشطة التسويق المعاصر، كونه أصبح آلية وتقنية التي تمكن رجال السياسة من الوصول إلى السلطة، فالواجب علينا التطرق إلى تعريف التسويق السياسي وأصوله وعلاقته بالانتخاب.

## المطلب الأول : مفهوم التسويق السياسي

## 1- التعريف لغة

كلمة التسويق هي ترجمة لكلمة **Marketing** الإنجليزية المشتقة من الكلمة اللاتينية **Mercatus** والتي تعني السوق وأيضا كلمة **Mercari** التي تفصح عن المتجر أو المحل الذي يقوم بعمليات البيع والشراء، والفاحص يجد أن كلمة **Market** تعني السوق أي المكان الذي يلتقي فيه البائع بالمشتري.

وإذا أضيف لهذه الكلمة المقطع **ing** أصبحت **Marketing** تعني النشاط والاستمرارية في وجود السوق، وإذا رجعنا للغة العربية سنجد أن التطابق في المعنى يكاد يكون تاما، فالسوق **Market** في المعجم الوجيز هو الموضوع الذي يحل إليه المتاع والسلع للبيع والابتياح وأما كلمة **Marketing** يقابلها كلمة تسويق، وهي على وزن تفعيل، أي هناك نشاطات وطاقات وراء الفعل لتجلب له الدوام وعليه استمرارية السوق.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الحفيظي مسعد الأمين، دور إدارة التسويق في كسب الزبون (مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر (2009) 209.

## 2- التعريف اصطلاحاً

تعددت المفاهيم المقدمة للتسويق السياسي باعتباره مفهوم حديث في العلوم السياسية، ووجب تقديم تعاريف نقلت عن مفكرين متخصصين في هذا المجال نبدأ أولاً بتعريف التسويق.

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق بأنه: عملية تخطيط وتنفيذ، من أجل إعداد وتسعير وترويج، فكرة أو سلعة أو خدمة لغرض إتمام عملية تبادل تحقق أهداف المنظمة والأفراد.<sup>1</sup>

إن ميزة هذا التعريف هو أنه لم يقصر النشاط التسويقي على المنظمات الساعية لتحقيق الربح فحسب، بل تعداه إلى المنظمات التي لا تهدف إلى كسب ماديا من وراء أنشطتها، كذلك فإن هذا التعريف وسع مفهوم التسويق ليشمل الأفكار إضافة إلى السلع والخدمات.

**تعريف Kotler للتسويق:** التسويق عملية اجتماعية إدارية يقدم بمساعدتها أشخاص معينون وجماعات منفردة لتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم من خلال إنتاج السلع والقيم الاستهلاكية فيما بينهم.<sup>2</sup>

**وعرفه J. Lambin:** عملية ونشاط اجتماعي موجه لإشباع حاجات ورغبات الأفراد والمنظمات من خلال إعداد وتبادل الخدمات والمنتجات ذات منفعة للمشتريين.<sup>3</sup>

من خلال هذين التعريفين يوضح أن التسويق السياسي يرسخ قيم تؤدي إلى تركيز المستهلك السياسي على قيمة الفكرة السياسية في برنامج السياسي للحزب لتلبية احتياجاتهم عبر تبادل المنتجات الإقليمية.

<sup>1</sup>Philip Kotler, **Marketing management, prentice-Hall, New Jersey, 2001, p 04.**

<sup>2</sup>Philip Kother , **les clés du marketing, Pearson éducation, paris, 2003, p 07.**

<sup>3</sup> ميادين التسويق، مفاهيم أساسية في التسويق المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، السعودية 1429، من الموقع: [www.makktaba.com](http://www.makktaba.com).

تعريف الدكتور السيد ناجي: التسويق هو أوجه النشاط الخاصة بدراسة وتحديد حاجات السوق وتوجيه موارد المنظمة، نحو ما يمكن تقديمه من المزيج الخاص بالمنتجات والأسعار والتوزيع والترويج الذي يحقق الإشباع لهذه الحاجات، وبما يحقق أهداف المنظمة من خلال التسويق.

ويوضح هذا التعريف أن نشاط التسويق يعمل على توجيه أنشطة المنظمة إلى تلبية حاجات ورغبات الأفراد والجماعات، فالتسويق يهدف إلى تخطيط وترويج وتوزيع سلع وخدمات لهذه الجماعات.

ويعرف فورنيس **Fournis** التسويق بأنه: مباشرة كل النشاطات القائمة على قواعد علمية والتي تساعد المؤسسة على إيداع، إنتاج وتوزيع سلعة أو خدمة ما بطريقة مريحة يكون الهدف منها إرضاء الطلب الحالي أو المستقبلي للمستهلكين... إذن فعلى المؤسسة تأمين الوظائف التالية لتحقيق خطة تسويقية فعالة:

- توقع طلب السلع والخدمات.
- تنسيق الوظائف لمتابعة الأهداف الموجهة نحو المستهلكين.
- تركيز سياسات مختلفة حول فكرة إرضاء وإشباع حاجيات المستهلكين.

يقدم هذا التعريف تفاصيل إضافية لمفهوم التسويق ويجسد ميزة أخرى له وهي فكرة الإشباع أي إرضاء وإشباع حاجيات ورغبات السوق والمستهلك بشكل مريح بالنسبة للمؤسسة من خلال توقع الطلب عبر دراسة مسبقة للسوق.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> الطاهر بن خرف الله، مدخل إلى التسويق السياسي ( الجزائر: دار الهومة، 2007) 7 0 27.

بعد تحديد مفهوم التسويق بشكل عام، ومع ترابطه بعدة مجالات سوف نتحدث عن علاقة التسويق بالسياسة وهو ما عرف بالتسويق السياسي ونقدم عدة تعاريف.

وتعرف **جنيفر ليس مارشميت Jennifer Less – Marshment**: التسويق السياسي على أنه نتيجة المزج بين التسويق والسياسة وعمليا يمثل اختراق للمجال السياسي خلال التسويق.<sup>1</sup>

ويعرفه **هنيري كريستان شرودر وآخرون Henry cristan schroeder** : التسويق السياسي بأنه إرضاء عدد كبير من الفاعلين السياسيين، والاشتراك في الدعم المادي، والانخراط النشط انطلاقا من برنامج حزب أو مرشح بإعمال جميع الوسائل الضرورية لبلوغ هدف محدد سلفا لتطلعات الرأي العام.

إن هذين التعريفين أن التسويق يشبه تسويق السلع الاستهلاكية لأن الأحزاب السياسية تعمل في سوق احتكار القلة، حيث يحتكر عدد قليل من الأحزاب السياسية على السوق السياسي.<sup>2</sup>

أما **Newoman نومان** عرفه على أنه: تطبيق إجراءات ومبادئ التسويق في المجالات السياسية بواسطة مجموعة من الأشخاص أو المنظمات، هذه الإجراءات تتضمن تحليل، تطوير، تنفيذ وإدارة حملات إستراتيجية بواسطة مرشحين، أحزاب سياسية، حكومات، مجموعات ذات مصالح، والتي تسعى كل منها لأهداف معينة كتعزيز إيديولوجياتها الخاصة، الفوز بالانتخاب، تطبيق قانون أو تشريع ما وإجراء استفتاءات عامة للاستجابة لحاجات ورغبات الأشخاص والمجموعة المختارة في المجتمع.

<sup>1</sup> Jennifer ess – Marchement, **the product sales and market-oriented, party How labour leant market the product**, not just the presentation journal of marketing, vol 35, N° 9/10/2001, p 1074-1084.

<sup>2</sup> مبادئ التسويق مفاهيم أساسية في التسويق المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، السعودية 1429.

كما يعرفه سميث **Smith** على أنه: مجموعة من العمليات والأنشطة التي تؤدي إلى نجاح المرشح في الانتخابات السياسية.

نلاحظ من هذا التعريف على أنه يؤكد على كافة العمليات والأنشطة في المجالات السياسية أو المنظمات السياسية، والتي تتضمن عملات التقديم، والإسناد والدعم، الدعاية السياسية يمكن الحزب أو المرشح السياسي من تحقيق النجاح في الانتخابات وأي منصب ينافس عليه.

يعرف **Kavanagh** كافانا: التسويق السياسي هو مجموعة إستراتيجيات وأدوات تتبع ودراسة الرأي العام قبل وأثناء الحملة الانتخابية لتطوير اتصالات الحملات وتقييم تأثيرها.<sup>1</sup>

حيث نجد أن التركيز الأساسي في هذا التعريف أن التسويق هو تطبيق مبادئ التسوية وأساليبه في الحملات السياسية، من خلال نشر برامج وأفكار سياسية عبر اتصالات الحملات وتأثيرها في الأفراد.

وكذلك يعرفه أرونا وكاس **Aron O'cass**: بأنه تحليل وتخطيط وتنفيذ والتحكم في البرامج السياسية والانتخابية التي تتضمن بناء العلاقات ذات المنفعة المتبادلة بين كيان سياسي ما أو مرشح ما والناخبين والحفاظ على هذه العلاقة من أجل تحقيق أهداف التسويق السياسي.<sup>2</sup>

يركز هذا التعريف على طبيعة العلاقة بين المنتج السياسي وكذلك المستهلك السياسي وهي علاقة المنفعة المتبادلة بإضافة إلى إشباع احتياجات المستهلك السياسي ويعرفه **ميشي بنغران** **Michel Bongrand** التسويق السياسي بما يلي: هو مجموعة من التقنيات التي تهدف إلى تسهيل

<sup>1</sup> عامر عا □ التسويق السياسي، فن ترويج الأفكار والسياسات وصناعة الرأي العام، مجلة Tendee من موقع: [www. Buisines. Tendesage.com](http://www.Buisines.Tendesage.com).

<sup>2</sup>Michel Bongrand, **le marketing politique**, que scies Je ?, 1996, p 119.

ملائمة المرشح، والناخبين حتى يتسنى لكل واحد منهم، التعرف عليه وإيذاء الفارق والاختلاف مع المنافسين من أجل الرفع من عدد الأصوات اللازمة للفوز بأقل الوسائل.

ونجد تعريف **Serage Alboy** بأنه: مجموع النظريات والأساليب والتقنيات والممارسات الاجتماعية المستمدة من التسويق التجاري والمخصص وبمجموعها لإقناع المواطنين بتقديم المساندة لشخص المجموعة أو المشروع سياسي.

وعرفها بولر وفاريل **Bouler et Farell**: التسويق السياسي عملية التبادل التي تتم في فترة الانتخابات عندما يسعى البائعون السياسيون، من أجل زيادة أرباحهم إلى تسويق أنفسهم، من خلال تطبيق الأنشطة الترويجية المباشرة.

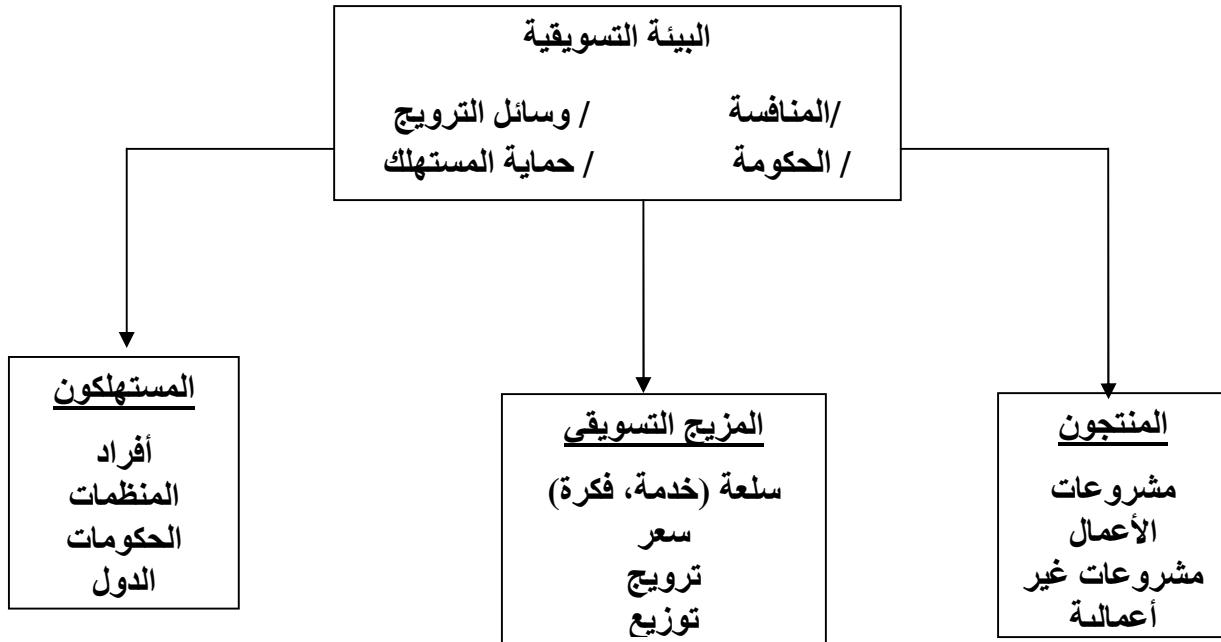
يفهم من هذه التعاريف أن التسويق السياسي هو عملية التبادل التجاري يسعى من خلالها البائع السياسي (المنتج السياسي) إلى زيادة أرباحه من خلال كسب أكبر عدد من الأصوات والدعم وعليه فإن التسويق السياسي بهذا المعنى يركز على تسويق البائع السياسي أكثر من اهتمامه بتأثير على سلوك السياسي للأفراد.<sup>1</sup>

من خلال تقديم مجموعة من التعريف التسويق الحديث أو التسويق السياسي هو كل العمليات التي تسبق وتلي عملية الإنتاج والتي تأخذ بعين الاعتبار كل البيئات المحيطة بها، ودراستها للوصول إلى نتائج تتوافق والمتغيرات المستمرة في البيئة، والشكل الموالي يوضح أكثر مفهوم التسويق الحديث.

<sup>1</sup> محمد راسم الجمال وخيرت معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام الإصلاح السياسي في مصر (مصر: دار المصرية اللبنانية، ط 1 2005) 14 0 5.



شكل 01: نموذج التسويق الحديث



المصدر: بن ثامر كلثوم، إستراتيجية الاتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص (مذكرة الماجستير، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم النشر والعلوم التجارية، جامعة بوضياف، المسيلة، 2006) 6 0 13.

فالشكل يوضح لنا كيف أن المنتخوبون، مهما اختلفت مقاصدهم، يدرسون ويحللون البيئة بجميع متغيراتها ليتمكنوا من صياغة المزيج التسويقي المناسب، ومن ثم استهداف الشريحة التسويقية المحددة، وكل منتج معين له وجهته الخاصة في إشباع حاجة ما، وبهذا المفهوم التسويق خرج عن إطاره العتيق الذي هو إنتاج سلع وخدمات ومن ثم توجيهها لسد حاجات مادية للمستهلكين، مقابل أموال تشكل أرباح لمنظمات الأعمال المنتجة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بن ثامر كلثوم المرجع السابق، ص14.

## المطلب الثاني: نشأة التسويق السياسي

تحت الإشارة في الكثير من الدراسات التي تناولت التسويق السياسي إلى تبني تواريخ محددة لنشأته، واعتمدت هذه الدراسات على اجتهادات باحثيها في اختيار تاريخ معين، إلا أننا نرى ان التحديد الدقيق لنشأة التسويق السياسي بصورته الحالية مسألة في غاية الصعوبة، لأن التسويق السياسي يتبلور فجأة، ولم يتحدد بصورة نهائية في حقبة زمنية معينة، إنما تشكل خلال تراكمات زمنية مختلفة وعبر نماذج تطورات ازدادت تدريجيا مع تطور النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمعات الإنسانية.

نشأت الدعاية منذ أن عرف الإنسان كيفية التعامل والتواصل بالكلمة والرسم... إلخ وهكذا ابتغى الإقناع، وبهذا الشأن أول أشكال الدعاية خاصة بعد نشأة المطبعة 1436 وأصبح بالإمكان نشر الإعلام بشكل أسرع، وأكثر وضوحا واتساعا، ومع التقدم التكنولوجي ظهر التصوير الضوئي السينما، الراديو، التلفزيون، وكافة الوسائل السمعية والبصرية، وبظهور كافة وسائل الاتصال بدأ الاهتمام بقضايا الاقتراع الشامل والتصويت وحملات التوجيه الانتخابي للجماهير، فقد استعملت الأساليب الحديثة للنشر والإعلام في معركة الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وقد أدخلت بعد ذلك العلاقات العامة كنشاط جديد للحكومة.<sup>1</sup>

إذا كان بزوغ التسويق السياسي يرجع إلى 1952 بمناسبة الانتخابات الأمريكية وحملة ازدهار الانتخابية، وذلك بفضل الومضات الاشهارية التلفزيونية، فإن بداية ظهوره على يد الأمريكان

<sup>1</sup> عبد ربه عبد القادر العنزي، نظرية التسويق السياسي المفاهيم والدلالات في المجال السياسي ( فلسطين: جامعة الأزهر ، 2016) 6 0 6.

يرجع في الحقيقة إلى الحملة فرانكلين ديلانو روزفلت Franklin Delanu Roosevelt عام 1936<sup>1</sup> لكن قبل في سنة 1933 في وكالة إعلانات متخصصة في الحملات السياسية من قبل كليم ويتكروسير اليون باكستر التي بدأت تعمل في الواقع حتى عام 1952.

خلال الانتخابات الرئاسية لسنة 1965 قد سجلت بداية التسويق السياسي في فرنسا وهي الانتخابات الأولى بعد استفتاء، 1962 الذي جاء نتيجة الاقتراع العام والذي أنجز خاصة عن تعديلات 1963.

كما استعان كنيدي لأول مرة في عام 1960، بالتحليل الاجتماع السياسي في دراسة الرأي العام للناخبين، هذا وقع استمع نيكسون لأراء مستشاريه بشأن الإعلان وكيفية السيطرة على شاشة التلفزيون سنة 1967-1982.<sup>2</sup>

وقد تكون الانتخابات المحلية التعددية لسنة 1990، بداية العمل بالتسويق في الجزائر والاهتمام به شيئا فشيئا من طرف الأحزاب أو السلطات العمومية، وشهدت الانتخابات التشريعية والمحلية خاصة التي جرت في 10 أكتوبر 2002 استعمالا كثيفا للتسويق حيث بدأ الشارع الجزائري فضاء ديمقراطيا فيه مجموعة من الاقتراحات والوعود وشكلت الانتخابات الرئاسية أبريل 2004 انتقالا واضحا في التنافس السياسي وبرز التسويق كأداة مثلى لهذا التنافس.<sup>3</sup>

إن نشأة التسويق السياسي تتضح في ضوء تطور التحقيقات الصحفية والتغيرات النظم السياسية والانتخابية، خاصة حيث أدرك الباحثون تعاضم فاعلية وسائل الإعلام تحديد المرئي منها

<sup>1</sup> Marketing politique et campagnes présidentiel. TPE , pouvoir et societ.

<sup>2</sup> الطاهر بن خرف الله، مرجع سابق، ص 12.

<sup>3</sup> Marketing politique , Mrcce, 2009-2010.

التي أسهمت بشكل مؤثر في المستقلين، عدا عن وجود إسهامات كبيرة بخصوص المعرفة المتعلقة بالتسويق السياسي، ولاسيما في مجالات إدارة الحملات السياسية والانتخابية، وإستراتيجيات التسويق السياسي، كما أن الأنشطة البحثية المنسقة والمكثفة على تطبيقات التسويق في السياسة تشكل إضافة حديثة نسبيا، لكن البحوث المتعلقة بالتسويق السياسي سرعان ما اكتسبت زحما، مدفوعة بشكل رئيسي من خلال تطوير ديناميكية تطبيقات التسويق من الأحزاب السياسية والمرشحين وتطور التكنولوجيا خصوصا في الساحة الإعلامية باعتبارها السبب الرئيسي لهذا التطور المتسارع.<sup>1</sup>

ومن جهة أخرى، أسهمت ثورة المعلومات والعولمة بدور مهم في تعديل الأسلوب والآلية المتعلقة بالحملات السياسية التقليدية إذ تتكف خبرة في تحفيز الأحزاب السياسية على تبني قواعد التسويق لتلبية حاجات الناخبين وتطلعاتهم وثقتهم، وصولا إلى دعم انتخابي يحقق أهداف هذه الأحزاب، وكذلك يسهم في تحسين الاتصال بين السياسيين والناخبين، وأسهم في العملية السياسية.

هدف التسويق السياسي إلى عرض آراء المرشحين وبرامجهم، والسعي إلى كسب ثقة الناس والناخبين وإجراء الدراسات اللازمة في الرأي العام، وتصميم برامج وفعاليات الناخبين من خلال تطلعاتهم وقيمهم وعاداتهم، وذلك من خلال تبني منهجية علمية في تحليل والتخطيط والتنظيم وإعداد الأنشطة وصولا إلى تحسين صورة المرشح أو الحزب.

إن التسويق السياسي نظام تسويقي متعدد الاتجاهات، ظهر نتيجة التطور الحاصل في وسائل الإعلام إضافة إلى وجود نظام ديمقراطي قائم على التعددية، ففي الاقتراع القديم هذه العناصر لم تكن متطورة وبخاصة وسائل الإعلام حيث كان الاتصال المصدر الوحيد، دون وجود صدى عكسي، أما

<sup>1</sup> دفيد وكنترك وشرودر، التسويق السياسي والإعلام، ترجمة: علي مقلد، (بيروت، منشورات عويدات، ط 1: 1983): ص 07.

الآن فأصبح هناك مراسلين عديدين ومستقبلين متعددين، وبوجود التعددية الحزبية ازدادت المنافسة في النموذج التسويقي، وعليه يمكن القول أن العمل بالتسويق السياسي مبرره تطور وسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون الذي يساعد في بروز الشخصيات السياسية أو ما يسمون المستخدمون السياسيون.<sup>1</sup>

فالتسويق التجاري يخص النشاطات التجارية التي تهدف إلى تكييف المنتجات تجاه سوق المستهلك، سواء كان ذلك من الناحية الاجتماعية والنفسية، وهناك الكثير من الميادين التسويق التجاري التي انتقلت إلى التسويق السياسي، الأحزاب والحملات الانتخابية من خلال المنتج السياسي وذلك لترويج اتجاهاتهم وكسب مصالحهم.

### خصائص التسويق السياسي

يتميز التسويق السياسي بعدة خصائص كغيره من مجالات التسويق ومن بينها:

- ❖ استخدام تقنيات تسويق السلعة والخدمات في مجال تسويق الأفكار وبرامج الأحزاب والمرشحين السياسي ممكنة جدا.
- ❖ معرفة الجمهور المستهدف لدى ذلك المرشح سواء كان شخص أو حزبا، وهي ضرورة خاصة إذا كان التسويق على شكل رموز ودلالات.
- ❖ إذا كان في مجال التسويق السياسي هو التأثير على أكبر عدد من الأفراد في أقصر وقت فمن الممكن أيضا القول بان التسويق السياسي ما هو إلا أسلوب إدارة الحملات الانتخابية باستخدام كافة وسائل الاتصال الجماهيرية.

<sup>1</sup> عزيز لعبان، نظريات الاتصال (مطبوعات جامعية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003) 3 0 10-9.

❖ إن المتخصصين في التسويق السياسي عادة ما يقدمون خدمات تساعد على تغيير أو بناء رأي عام حول برنامج الحزب المرشح بدرجة أكبر من النصائح الخاصة بتكوين أو اتخاذ القرارات السياسية.

❖ التسويق السياسي يسعى إلى إحداث استجابة لحاجات حقيقية وليس لخلق حاجة ترتبط بسلعة كما يفعل الإعلان التجاري.<sup>1</sup>

### من التسويق التجاري إلى التسويق السياسي:

تستعمل كلمة التسويق لوحدها، فإن الأمر يتعلق تقريبا ودوما بالتسويق التجاري، نظرا للبعد الذي حققه هذا الموضوع أو المصطلح نفسه مع ذلك، فظهور التسويق بمفهومه الحديث أعاد الاعتبار لحلقة هامة أو أساسية طالما بقيت متجاهلة، وهي الفرد المستهلك الذي يقوم بالشراء، ومرة أخرى بتزامن تطور مفهوم التسويق التقليدي إلى الحديث الذي اعتبر الحلقة الهامة وأساسية طالما بقيت متجاهلة وهي الفرد المستهلك الذي يقوم بالشراء.<sup>2</sup>

إن التسويق الذي تترجم أهدافه وعملياته وخططه لفرص بيعيه أو بالأحرى لنفوذ فهدف من التسويق التجاري هو بيع السلعة بأفضل الطرق والحصول على سعر مالي منها وكل قيمة المضافة التي يضيفها على أية سلعة وتأثير الصورة الذهنية التي تقوم على أعلى أقسام التسويق بتكوينها عن سلعهم.

<sup>1</sup> عبد الغفار رشاد القصبى، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي ( القاهرة: مكتب الأدب، 2007) 7 0 91.

<sup>2</sup> بن ثامر كلثوم، المرجع السابق، ص 15.

الصورة الذهنية المشتركة **Compang Image**:

هي الصورة التي تستطيع الشركات تكوينها في ذهن العميل عن أعمالها.<sup>1</sup> ومرة أخرى بتزامن مفهوم التسويق من التقليدي إلى الحديث مع تطور الدراسات في شتى العلوم الاجتماعية لاسيما علم النفس وعلم الاجتماع وعلم الاقتصاد والأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام، هذه الدراسات التي قامت بتنفيذ أسس نظريات الاستجابة المكيفة وتوصلت إلى نتائج أثرت في جل المفاهيم التي كانت سائدة في الأربعينات والخمسينات واستهدفت تلك النتائج إعادة الاعتبار للفرد كجزء فاعل في بيئته وإخراجه من دائرة الخضوع والسلبية والتأثر الكلي بعناصر الاستشارة الخارجية، لقد توصلت هذه الأبحاث إلى نتائج جد هامة أدت إلى تغيير النظرة التقليدية في مفاهيم طالما سادت (لاسيما مفهوم التسويق) وعملت على فتح المجال أمام تصورات حديثة لتلك المفاهيم، ونستطيع تلخيص أهم هذه النتائج فيما يلي:<sup>2</sup>

1/ الاعتراف بعدم تجانس الجمهور الواسع وأن الأفراد بالرغم من وجود التشابهات بينهم إلا أنهم مختلفون (نظرة الفروق الفردية) فمع أنهم يشتركون جميعا في أنماط السلوك الخاصة بثقافتهم إلا أن لكل فرد بنيته الإدراكية والعادات والمهارات وهذا بتطبيق أيضا على المجال السياسي فتسويق السياسي وضع أيضا مجموعة مواصفات لتجزئة الاجتماعية بهدف الطلب وتعريف الأسواق بصفة جيدة.

القيمة المضافة هي القيمة التي يضيفها التسويق بحيث يصبح سعر السلعة أعلى بكثير من سعر مكوناتها المادية.

<sup>1</sup> عبد ربه عبد القادر العنزي، مرجع سابق، ص 63.

<sup>2</sup> الطاهر بن خرف الله، المرجع السابق، ص 32.

2/ الاستنتاج بأن كثيرا من عمليات التأثير التي تدفع سلوك الإنسان وتوجهه هي الدوافع ومؤثرات مكتسبة، فدوافع الإنسان ليست فطرية طبيعية فقط وإنما يكتسبها الفرد عن طريق التعليم... بعبارة أخرى، يتعلم الإنسان أيضا الاحتياج إلى موارد معينة، فالتجارب التي يتعرض إليها تحثه على الارتباط بأنواع من السلوك... وفي حين أن المؤثرات البيولوجية الموروثة (كالجوع والعطش والرغبة الجنسية...) قد تكون متشابهة نوعا ما بين الأفراد. نجد أن الدوافع المكتسبة أو التعليمية تأتي نتيجة للخبرات والتجارب الاجتماعية، وتوفر للفرد عددا من الفروقات الفردية.<sup>1</sup>

وهناك مجموعة من الباحثين ينظرون إلى التسويق السياسي والتجارب بطريقة متشابهة ويتعامل معهما وكأنهما متمثلان، حيث يرون أن الحملات الانتخابية التي تعد أبرز أنشطة التسويق السياسي لها سمة تسويقية واضحة، وأن أوجه التشابه بين التسويق التجاري والتسويق السياسي تفوق بشكل كبير أوجه الاختلاف، ويرى بعض المحللين أن التسويق السياسي أقرب إلى تسويق الخدمات.

نظرا لتشابه طبيعة ما يتم التسويق له في المجال السياسي ومجال الخدمات: المصرفية التعليمية، الصحية، القانونية، والتأمينية، وحيث أن المباح في المجالين لا يتجسد في صورة سلع مادية فالخدمة في مجال التسويق السياسي وتسويق الخدمات غير ملموسة.

وقد اهتم عدد من الباحثين في دراسة هذا العلم بالتركيز على فكرة **فليب كوتلر** التي اهتمت بتأكيد العلاقة بين التسويق السياسي والتسويق التجاري، حيث قدم **انجرام وليز مارشمنت Ingram wilz Marschmnt** بتأصيل بعض المفاهيم والمصطلحات الجديدة التي تربط بين المفهومين مثل مفهوم التسويق السياسي معتبرون أن التسويق السياسي أكثر اتساعا من الاتصال السياسي وأنه ينطبق

<sup>1</sup> الطاهر بن خرف الله، المرجع نفسه □ 33.



على السلوك الكلي للمؤسسات السياسية والأحزاب والمرشحين<sup>1</sup>، وليست الحملات الانتخابية والانتخابات، وقد استنبط الباحثين من المفهوم، مفهوم الجزء السياسي الذي لديه التوجه التسويقي الذي يرى أن الحزب لا يستخدم التسويق لبيع المنتج السياسي.

إن تقنيات التسويق السياسي هي مجموعة من المعارف والوسائل التي توضع لخدمة قضية أو برنامج انتخابي أو سياسي معين.

### المطلب الثالث: الانتخاب والتسويق السياسي

ينقسم التسويق السياسي بدوره وحسب الترتيب الزمني بمعنى حسب "توقيته" إلى قسمين هناك إذا:

#### - تسويق متابعة الحملات Marketing d'accompagnement

وهو ما ندعوه عموماً بالتسويق الانتخابي Marketing électoral وهو تسويق غالباً ما يتم استخدامه أثناء الحملات الانتخابية والحملات الانتخابية كما يعرفها عبد الوهاب الكيلاني: هي الفترة التي تسبق الانتخابات المحددة رسمياً وقانونياً (أي بموجب قانون الانتخابات) والتي يتقدم المرشحون خلالها يعرض برامجهم على الناخبين.<sup>2</sup>

#### - وهناك تسويق في الزمن Marketing dans la durée

هو تسويق يجري بصفة خاصة خارج فترة الحملات، من خلال تحليل الحملات الانتخابية واستخدام التسويق السياسي كمنهج له أدواته التي تظهر في الانتخابات وتصميمها وإدارتها وتشكيلها

<sup>1</sup> الطاهر بن خرف الله، مرجع السابق، ص 112.

<sup>2</sup> الطاهر بن خرف الله، مرجع السابق، ص 112.

بحيث أن التسويق الانتخابي يمثل أحد جوانب التسويق السياسي، على اعتبار أن غايته هي حمل عدد ممكن من الناخبين على الإدلاء بأصواتهم لصالح حزب أو مشروع سياسي مثلا التسويق لسياسة عامة، برنامج حكومي، السياسات قطاعية.

غير أن التسويق السياسي أكثر شمولاً واستمرارية من التسويق الانتخابي. فبمجرد أن ينجح المرشح في التسويق الانتخابي قد تنقطع صلته بالجمهور أي جمهور الناخبين أما في التسويق السياسي فإن الأمر يتطلب استمرارية الاتصال حتى بعد حسم الانتخابات.<sup>1</sup>

عمليا يقوم التسويق الانتخابي ينقسم الأسواق التي تتعلق بحقل نشاطه إلى خمسة:

1. **تسويق المرشح:** يقوم بتحديد الإستراتيجية التي سيتبعها المرشح ويرسم صورة هذا المرشح وقتاً

لما يصبوا إليه العدد الأكبر من مقترعيه المحتملين.

2. **تسويق الدائرة الانتخابية:** يقوم باختيار الدائرة التي تقدم أوفر حظ للمرشح أو العكس اختيار

المرشح الذي تتوفر لديه أحسن الشروط للنجاح في دائرة معينة.

3. **تسويق الناخبين:** يقوم من جهة بتحديد الناخبين المحتملين وبالتوجه إليهم عبر وسائل

الإعلام بشكل خاص لتكوين دوافعهم المتجهة نحو المرشح، ومن جهة أخرى بالعمل.<sup>2</sup>

4. **تسويق المناضلين (الحزبي):** يقوم باجتذاب أعضاء جدد للحزب وتأطير الأعضاء المنتسبين

تنشئهم وتعبئتهم، وهؤلاء لا يشكلون الموارد البشرية الهامة في عملية التسويق السياسي

<sup>1</sup> e marketing : www.enamaroc. Formactif. 28/11/2016, p 02.

<sup>2</sup>Ibids, p 03

إذ يمثلون قوة شرائية كبيرة ورخيصة في معظم الأحيان، يمتلكها الحزب والمرشح وبرنامج الحزب.

5. **تسويق ممولي الحملة:** التمويل يأخذ أهمية بالغة في عصرنا نظرا لتقدم تقنيات التسويق وتنوعها وارتفاع كلفتها ولعل الاتصال السياسي هو عصب التسويق الانتخابي ونقطة المركزية، ويتم على عدة مستويات أهمها:

- الإقناع السياسي عبر إطلاق حملة إعلامية واسعة هدفها التعريف بالمرشح وبرنامج تبيد المخاوف، تهدف هذه الحملة بشكل خاص إلى التأثير في تشكيل الرأي العام حول مبادئ عامة وبسيطة، وذلك من أجل الوصول إلى نوع من الإجماع العام.
- التصويت نحو أهداف انتخابية محددة، وبهذا يتميز المرشح ما بين الجماهير المعتبرة انها تدعمه طبيعيا وبين مجموعة قادة الرأي الذين يعتبرون وسائط تنقل الشعارات والمفاهيم والنداءات، وبين الناخبين المترددين الذين يجب كسب أصواتهم من خلال إزالة ترددتهم.

ويمكن ذكر بعض ملامح التسويق الانتخابي:

1. من حيث الهدف يهدف التسويق الانتخابي إلى تقديم صورة ذهنية جيدة للناخب عن حزب أو مرشح لحد إقناع الناخبين بالتصويت لهذا الحزب أو مرشح الحزب أي الحصد على التأييد الجماهيري أو الحصول على أكبر عدد ممكن من الأصوات.
2. دراسة السوق الانتخابي تمهيدا لتخطيط الحملة الانتخابية، حيث يتم التعرف على أمال وطموحات ورضى وعدم رضى الناخبين، موقف المرشح لدى الجماهير، رأي الجماهير في الحزب مدة الاستعداد من قبل الناخبين أو الجماهير للإدلاء بأصواتهم في صناديق الاقتراع.

3. إعداد البرنامج، أي الإعداد للحملة الانتخابية وتحديد المحاور الأساسية، أو الموضوعات التي يتم من خلالها جذب أو الحصول على تأييد الناخبين.

4. اختيار الوسائل الملائمة للاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

إن التسويق السياسي هو إنتاج المعلومات، خاصة في السياسة وشؤونها. ولكن ذلك يتطلب مجموعة من المعايير، فالتسويق السياسي من المهام اللازمة والرئيسية لكل مرشح أو حزب أو تيار يعوض الانتخابات، فهو يبدأ بالمؤسسة السياسية، وذلك لتوصيل فكرة معينة إلى منتج السياسي، ثم تنتقل إلى وسائل الاتصال المختلفة.

### 1- الاتصال السياسي

كان الاتصال السياسي في البداية يضم مجالاً واسعاً من السلوك الاتصالي الذي يسعى لتحقيق أهداف سياسية باستعمال تقنيات لبناء التأييد السياسي، يهتم بدراسة اتصال السلطة نحو الناخبين وتبادل الخطاب السياسي بين المعارضة وأحزاب السلطة اتسع مجاله فيما بعد إلى دراسة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وعمليات الآراء حول الحياة السياسية.

### مفهوم الاتصال السياسي

تعددت تعاريف الاتصال السياسي من مفكر إلى آخر، وكل منهم ينظر إليه من زاوية عن أخرى.

\* تعريف سكديسون Skdson: الاتصال السياسي هو: "أية عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الغفار رشاد القصبى، مرجع سابق، ص 106.

<sup>2</sup> محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي (الرياض، كتبة العبيكان، ط 2 1418هـ) 16.

ويقصد من هذا التعريف اعتبار الاتصال السياسي وسيلة تستعملها السلطة لتأثير في المجتمع ولإيصال رسالة بغية الوصول إلى غاية أو أهداف مقصودة.

\* تعريف دنتونو ودرو **Dnton Drew** : حيث عرف الاتصال السياسي باعتباره علاقة تبادل الآراء والحجج أي أنه يعني مناقشة عامة حول توزيع الموارد العامة، والسلطة الرسمية ومن يمتلكها - ممن يملكون صلاحيات إصدار القرارات التشريعية والتنفيذية - والمكانات الرسمية والعقوبات التي تقرها الدولة في شكل أو آخر.

وهنا يمكننا القول أن هذا التعريف يعتبر أنه ك اتصال وسيلة في يد الفاعلون السياسيون لتأثير في عملية صنع القرار السياسي من خلال وسائل الاتصال السياسي.

أما جون ماري كوتري **J Marie kotri** : فإنه يضع تصورا نظريا ويمكن اعتباره وظيفيا للاتصال السياسي فقد عرفه بأنه تبادل المعلومات والأفكار بين الحكام والمحكومين بوسائل رسمية وغير رسمية إما للوصول إلى السلطة أو لممارستها.

وكذلك عرف جون ميدو **John Medow** : الاتصال السياسي بأنه "الطريقة التي تؤثر بها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكمياته"<sup>1</sup>.

تعريف ماكنير **Maknere** للاتصال السياسي هو: إتصال يتعلق بالسياسة ويشرح ماكنير هذا التعريف الموجز بقوله أنه يستعمل على:

<sup>1</sup> سعدين سعود بن محمد بن عبد العزيز، العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية والقضايا الخارجية (الرياض: منشورات كلية الدعوة والإعلام، 2006) 6 0 6 99-100.

أ. كل مستويات الاتصال التي يستخدمها الساسة أو المشتغلون بالسياسة بغية الوصول إلى غاية محددة وأهداف مقصودة.

ب. اتصال الموجه إلى هؤلاء الساسة من غير المشتغلين بالسياسة، كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

ج. اتصال يتعلق مضمونه بأشخاص الساسة والمشتغلين بالسياسة وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة، ويتعلق أيضا بنشاطاتهم التي تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات وغيرها من وسائل مناقشة وسائل الإعلام للسياسة والسياسيين.<sup>1</sup>

ونخلص إلى أن الاتصال السياسي أداة سياسية تستخدم بصورة دائمة من قبل القائمين على الاتصال وكذلك القائمين على السياسة، ويمكن مضمون الاتصال السياسي في ذلك النشاط الذي يحدث داخل العملية السياسية سواء كان متعلق بأعمال الحكومة أو ممارستها للسلطة داخل الدولة وخارجها.

فالالاتصال السياسي يعتبر مجموعة من الرسائل المرسله من جهة الحكام رجال السلطة إلى الناخبين بالاعتماد على بعض الدعائم التي هي عبارة عن حوارات وخطابات، فهو يسعى لتحكم بسلوك الأفراد والجماعات.

## 2- مكونات الاتصال السياسي

يشكل الاتصال السياسي أساس التفاعلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، أنه عملية نقل الرسائل فيما بين الفاعلين السياسيين ويتكون النسق الاتصال السياسي من مرسل ورسالة وقناة نقل

<sup>1</sup> محمد بن سعود البشر، مرجع سابق ص 17.

الرسالة لقد تباينت الآراء واختلفت حول تحديد هذه العناصر، فحددها البعض بثلاث عناصر والبعض الآخر حددها بأربع إلى غير ذلك ومن هذه العناصر الأخرى فترتبط بقياس أثر العملية الاتصالية كعملية اجتماعية من استجابة وتغذية عكسية أو رجع صده وتفاعل.<sup>1</sup>

### 1/ الرسالة

وهي مضمون أساس عملية الاتصال كلها وتعتمد على مجموعة من الرموز المحددة، والرسالة هي جوهر العملية الاتصالية، فبدون رسالة سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة لا يكون هناك اتصال ويجب أن تكون الرسالة واضحة من حيث الهدف، ومن حيث استخدام الرموز والمصطلحات حتى لا تحتمل تفسيرات مختلفة ويجب أن تكون لغة الرسالة سليمة تتناسب مع مقده المستقبل.<sup>2</sup> والمقصود من الرسالة الاتصالية في الاتصال السياسي، كأفعال الرمزية التي توحى بدلالة اتصالية مثلا: التصويت في الانتخابات أو الاقتراع أو الاغتيال، أو المظاهرات أو الإضراب (كتابة عن الرفض)، أو إحراق علم، أو إرسال أسطول أو جزء من الجيش إلى مكان... وكل فعل من هذه الأفعال يعطي دلالة معينة، وتساعد على نقل هذه الرسائل وتفسيرها مجموعة من المؤسسات المتخصصة مثل: رسائل الإعلام وكالات الأنباء والأحزاب السياسية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد بهجت كشك الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية (الإسكندرية:المكتب الجامعي الحديث، 1993) □ 15.

<sup>2</sup> محمد بهجت كشك، المرجع نفسه، ص 16.

<sup>3</sup> محمود عكاشة، الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال ( القاهرة: مطابع دار الطباعة والنشر والتوزيع الإسلامية) □ 24.

## 2/ المرسل

وهو الشخص أو مجموعة أشخاص وقد يكون الهيئة أو الجهاز الذي يود أن يؤثر في الأخذ  
 يبين بشكل معين، وهو الذي تصدر منه الرسالة الاتصالية بمحتوياتها المختلفة. وهو منتج الخطاب  
 والقائم بالاتصال، ومن ثم تنعكس شخصيته على الخطاب وكذلك فكرة والمرسل قوي بسلطته ومدعم  
 بها، فيأتي خطابه صريحا وموجها.

وتتحدد لغة الخطاب عادة من خلال العلاقة بين المرسل من وجهة وبين المتلقي (الجمهور  
 من جهة أخرى، ولذلك فإن شكل اللغة ومضمونها يتجددان بهذه العلاقة ويتأثران تأثيرا واضحا، ويمكن  
 أن يكون مضمون الرسالة عبارة عن رموز أو شفرات تعبر عن المعاني والأفكار التي ترسل  
 إلى الطرف الآخر.

## 3/ القناة أو الوسيلة

تمثل الوسيلة التي من خلالها نقل الرسالة إلى الطرف الآخر أثناء عملية الاتصال وقد تكون  
 شفوية أو كتابية أو إلكترونية، ويتوقف نجاح نقل الرسالة على مدى مناسبة الوسيلة لتحقيق هدف  
 الاتصال، وتوجد أنواع متعددة للقنوات من بينها:

أ\* **القناة اللفظية:** يتم من خلالها نقل المعاني في رموز ضوئية مباشرة.

ب\* **القناة الكتابية:** يتم فيها نقل المعلومة كتابة.

ج\* **القناة التقنية:** الهاتف بنوعيه، الثابت والنقال، التلفزيون، الراديو... إلخ.

د\* **القناة التصويرية:** الملصقات، لوحة الإعلانات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ثروت مكي، الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية (القاهرة: علم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة،  
 2005) 5 23.



## المستقبل (المتلقي، الجمهور)

وهو من يستقبل الرسالة من الرسل وهو المعني بالرسالة، والذي يقوم بفك رموزها وتحليلها وتفسيرها، وترجمتها إلى معاني التي يقصدها المرسل، وقد يكون المستقبل شخص طبيعي فرد أو جماعات أو شخصية اعتبارية منظمة أو هيئة أو هو أيضا يتحول من مستقبل إلى مرسل في نفس الوقت بمجرد استقباله للرسالة، حيث يتبادل الأدوار مع المرسل، ويتأثر سلوك المتلقي بعدة عوامل أهمها:

أ- المستوى التعليمي وميولات الأفراد المتلقين.

ب- عامل السن.

ت- الطبقة الاجتماعية والمستوى الاقتصادي (قد يتفاعل الجمهور مع الرسالة، اللامبالاة).

## التغذية الإسترجاعية

وتعرف باسم التغذية العكسية **Feed Back** وهي العملية التي من خلالها يدرك القائم على الاتصال نمط استجابة المتلقي لرسالة، وتعتبر الوسيلة هي العنصر الأساسي في تدقيق رجوع الصدى من الجمهور، وتختلف التغذية العكسية في عملية الاتصال الجماهيري الاتصال المباشر، ففي حالة الاتصال المباشر تكون بسيطة ومباشرة بحيث يمكن للقائم بالاتصال أن يدرك أثر رسالته، أما في الاتصال الجماهيري فتستغرق التغذية العكسية وقتا طويلا ليدرك القائم باتصال أثرها، وكلما زاد حجم رجوع الصدى زاد فهم المتلقي للرسالة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد سلام عازة، مهارات الاتصال (القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث 2008) 8 0 8.

الاتصال السياسي عملية يتم من خلالها نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد حيث يقوم على مشاركة المعلومات والصور الثمينة والآراء بين المرسل الرسالة ومتلقيها عن طريق لغة معينة.

### وظائف الاتصال السياسي

الاتصال السياسي أداة سياسية تستخدم بصورة دائمة داخل العملية السياسية وترتكز على الاتصال بين القائمين عليه وكذلك القائمين على السياسة ويمكن أن نذكر من بين وظائف الاتصال السياسي:

#### 1/ التنشئة الاجتماعية والسياسية

وهي توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الناس من أن يعلموا كأعضاء ذو فعالية في المجتمع وذلك من خلال النشاط الذي يحدث داخل العملية السياسية.<sup>1</sup>

#### 2/ الإعلام

وهو جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات، وذلك من خلال الصور والرسائل والآراء والتصرف تجاهها بهدف الوصول والتمكن من اتخاذ قرارات سليمة.

#### 3/ خلق روح النقاش والحوار:

توفير الحقائق اللازمة وتبادلها لتوضيح مختلف وجهات لنقل العلاقات بين المجتمعات.

#### 4/ المساعدات في صنع القرارات:

فقد اثبتت الدراسات الأمريكية أن لوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية وذلك لسببين:

- أنها تعطي الشعبية أو تمنعها عن صانع القرار.
- صانع القرار يعتقد أنها هامة فهو ينظر عليها كمقياس لرد فعل الناس اتجاه سياسته وقراراته.

<sup>1</sup> محمد عبد الغني هلال، مهارات التوعية والإقناع (مصر: المركز التوجيه والتهنية، 2001) 1 0 34.

## 5/ التأثير على الرأي العام:

حيث أن معالجة القضايا والأحداث تؤثر كثيرا في إدراك الناس لهذه الأحداث، فهي تزود أفراد

المجتمع بكافة المعلومات عن البيئة السياسية.<sup>1</sup>

فالإتصال السياسي يدرس التفاعل بين وسائل الإعلام والأنظمة السياسية، محليا ووطنيا

وعالميا ويركز الإتصال السياسي على تحليل.

1. المحتوى السياسي لوسائل الإعلام.

2. الفاعلين والوكالات المسؤولة عن إنتاج هذه المحتويات.

3. أثر النظام الإعلامي على النظام السياسي.

4. أثر المحتوى السياسي لوسائل الإعلام على الجماهير وعلى السياسة.<sup>2</sup>

ومن شروط الإتصال السياسي الجمع بين القول والفعل، فهو قضاء لتدافع الخطابات

المتناقضة للفاعلين في السياسة وإشكالية المساواة بين تسويق الآراء لأنه نشاط سياسي تقوم به أطراف

متعددة سياسية وإعلامية ومدنية ومؤثرة في الرأي العام.

## الدعاية السياسية:

تتخصر أهداف الدعاية السياسية في تشكيل المواقف أو التغييرات على وجه العموم من قضية

إلى أخرى، وقد شهدت تطور كبيرا مع بداية تطور وسائل الدعاية، حيث تستهدف الطبقة الحاكمة

<sup>1</sup> سعد بن سعود، مرجع سابق، ص 82.

<sup>2</sup> Philippe iutort, **Sociologie de la communication politique, collection repères découverte**, Paris, 2007, p 27-28.

من خلال وسائل عديدة لتغيير مواقف اتجاهات الأفراد والجماعات والتأثير فيها على نحو تحقيق مع مصالح الخط السياسي وتكسب الدعاية السياسية أهمية كبيرة على أساس أن فعالية الدعاية السياسية وتأثيرها.<sup>1</sup>

لا تركز على المبادئ والعمليات النفسية التي تتبعها فقط بل تركز أيضا على القوى الاقتصادية السياسية السائدة والدعاية السياسية هي أساسا عملية إثارة العواطف يقصد الوعد إلى تشويه التابع المنطقي وتفترض نوعا من أنواع التلاعب وسوف نتحدث هنا عن الدعاية والدعاية الانتخابية وكيف تؤثر في التسويق الانتخابي.

عرفها ليوناردو دوب **Leonardw. Daob** الدعاية: "بأنها محاولة منتظمة للسيطرة على اتجاهات جماعات الأفراد من خلال الإيحاء".  
يوضح هذا التعريف بأن الدعاية وسيلة تستعملها النخب لتغيير نوعه وأفكار الجماعات من خلال الإيحاء.

ويعرف الباحث الفرنسي **كامبل ينج Kimball Young** الدعاية: "بأنها استخدام الرموز على نحو معقد ومنظم ومخطط من خلال الإيحاء أساسا وما يتصل به من تقنيات نفسية، يقصد تغيير وضبط الآراء والأفكار والقيم وتغيير الأفعال الظاهرة في نهاية الأمر عبر خطوط حددت سلفا. وقد تكون الدعاية واضحة والقصد منها معلنا أو قد تكون ظافرة وهي تقع في نطاق اجتماعي وثقافي ولا يمكن بدونه تحديد او فهم أبعادها النفسية أو الثقافية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صفوت العالم، الإتصال السياسي الدعاية الانتخابية (القاهرة: دار النهضة العربية، 2005) 27.

<sup>2</sup> صفوت العالم، المرجع السابق، ص 26.

أما الدكتور محمد سيد محمد فقد عرف الدعاية: "بأنها صنع الانطباعات المقصودة بغض النظر عن الحقيقة فهل هي موجودة أو غائبة أو منقوصة في المادة التي يراد إحداث التأثير بواسطتها".

فقد سار مارتن Marti على هذا الدرب عندما عرفها بأنها: "فن التأثير والتحكم والسيطرة وتغيير الرأي، أو غرس وجهات النظر في وعي الجماهير يمكن أن تؤثر على سلوكها".

أما هارولد لازويل فقد قدم تعريفا للدعاية قال فيه: الدعاية هي محاولة التحكم في اتجاهات الجماعات أو التأثير عليها باستخدام الرموز الهامة. وقد فسر لازويل المصطلحات التي استخدمها فقال: الاتجاه يعني ميلا معيناً للسلوك وفقاً لأنماط معينة من التقييم وعرف الرموز بأنها الكلمات أو بديل الكلمات مثل الصور والحركات... إلخ التي تؤثر على الأفكار السياسية والاجتماعية ذات القيمة بالنسبة لأفراد معينين الهدف السيطرة على الطريقة التي يتصرف بمقتضاها أولئك الأفراد.<sup>1</sup>

الدعاية بصفة عامة لا تعمل من فراغ منفصل عن الحقائق الاجتماعية أو السياسية، فهي وسيلة أساسية يحاول القادة بواسطتها أن يكسبوا التأييد العام من الجمهور لسياستهم أو يتجنبوا بواسطتها المعارضة لتلك السياسات ويتوقف نجاحهم أو فشلهم في إنجاز هذا الهدف على مقدار مهارتهم في استغلال الدعاية.

### الدعاية السياسية

الدعاية السياسية هي محاولة التأثير على الرأي العام وعلى سلوك المجتمع وهي اللغة السياسية الموجهة للجماهير للتأثير على موقفهم إزاء قضية أو قضايا معينة تستند الدعاية السياسية إلى أسس فسيولوجية وسيكولوجية عديدة وتستمد المبادئ الخاصة بها إلى التطور التكنولوجي في وسا □ الاتصال الجماهيري ونذكر منها:

<sup>1</sup> محمود بن سعود، المرجع السابق، ص 151.

1- الدعاية السياسية نتوجه للأفراد وللجماهير إذ يوجه رجل الدعاية السياسية اسهاماته للفرد وللجماهير في نفس الوقت، فهي محاولة التأثير في العواطف أو ما يسمى بالضغط العاطفي فهو الأساس الذي تقوم عليه الدعاية إذ أن مخاطبة العقل تتخذ منهاجاً يختلف في الأساس عن أساليب الدعاية.

2- الدعاية كظاهرة كلية تستخدم كل الوسائل المتاحة إذ يفضل أن يستخدم القائم بالدعاية كل الوسائل التقنية المتوافرة لديه، وكل وسيلة لها طريقتها الخاصة والمحددة ولكن تأثير الوسيلة الواحدة محدود ولا تستطيع وحدها أن تؤثر على الفرد فالإمكانيات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح عن مهمة الإقناع، أي حسب الموضوع ووفقاً للجمهور المستهدف.

3- استمرارية الدعاية السياسية من الأهمية التي يتسم العمل الدعائي بالاستمرارية، فالجماهير تحتاج لفترة طويلة - نسبياً - حتى تفهم وتتذكر ولهذا فن التكرار ضروري مع الاستمرار.

4- الدعاية تسعى للتأثير على الآراء والسلوك، فالعمل والسلوك هو الذي يهتم الدعاية الحديثة لأن هدفها هو دفع الفرد القيام بسلوك معين فالدعاية تهدف إلى المشاركة، فتفاعل الأفراد قد يكون نشاطاً أو سلبياً وتكون الدعاية السياسية نشطة إن تمكنت من تعبئة الفرد وشحنه للقيام بالسلوك، وتكون سلبية إن لم تمكن من ذلك.

5- أهمية معرفة التيارات الأساسية في المجتمع فالدعاية السياسية الفعالة هي التي تقوم على التيارات الأساسية في المجتمع وتعتبر عنها وتعتمد على المعتقدات والمفاهيم الجماعية الملائمة ولا يمكن للدعاية أن تنجح إذا انفصلت أو وقفت ضد العناصر البنائية للمجتمع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> صفوت العالم، مرجع سابق، ص 34-41.

## تعريف الدعاية الانتخابية:

تعتبر الدعاية الانتخابية أحد فروع الدعاية السياسية التي ظهرت في العصر الحديث، ونظرا لأهميتها في العملية الانتخابية لما لها من تأثير على الهيئة الناخبة نالت اهتمام السياسيين والقانونيين على السواء، واستعملت الدعاية الانتخابية أو الحملة الانتخابية عند البعض كمرادف للدعاية السياسية. ومن التعاريف المختلفة لمصطلح الدعاية الانتخابية وأكثرها تعبيراً تعريفها بأنها مجموعة من الجهود التي يبذلها المرشح بغية حفز المواطنين للتصويت عليه.

وكذلك تعريفها بأنها مجموعة من الأعمال التي يقوم بها أو المرشح بهدف إعطاء صورة حسنة لهيئة الناخبين من خلال برنامج انتخابي، بقصد استمالة الناخب للحزب أو المرشح المستقل لمنحه صوته قصد الوصول إلى السلطة.<sup>1</sup>

تبرز الحملة الانتخابية في الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحددة رسمياً وقانونياً بموجب قانون الانتخابات، ويتقدم المرشحون خلالها بعرض برامجهم وسياساتهم على الناخبين، وتعد الحملات الانتخابية السياسية في أوقات دورية لحث الناخبين وإقناعهم بتأييد مرشحهم في الانتخابات أوضح وأقوى طرق وأساليب الاتصال السياسي وأكثرها فعالية وكثافة في الدول الديمقراطية.<sup>2</sup>

تستهدف الدعاية الانتخابية أساساً التعريف بالحزب السياسي ومرشحيه السياسيين وبرنامجهم إلى الجماهير الناخبين، حتى يتمكن الناخبون من تكوين رأي معين وبلورة إرادتهم الواعية في الانتخابات قبل عملية الإدلاء بأصواتهم بهدف الفوز بثقة الناخبين والحصول على أصواتهم في الانتخابات، وبعد الفوز في الانتخابات قد يصل الحزب إلى السلطة والحكم ويعمل على السيطرة على

<sup>1</sup> عبد الغفار رشاد القصي، المرجع السابق، ص 88.

<sup>2</sup> لحسن رزاق، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 (مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص صحافة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المنتوري، قسنطينة 2010) 81 0 0.

وسائل الإعلام وقد يقيم الرقابة ويحتكر وسائل الاتصال بال جماهير ويسخرها لخدمة مصالحه وسياساته، وحينئذ تصبح الدعاية السياسية لهذا الحزب أو الاتجاه السياسي أكثر قوة وتأثيراً.

### المبادئ التي تحكم الدعاية الانتخابية:

ليتحقق الانتخاب نزاهة وصدق تعبير الناخبين عن إرادتهم في اختيار ممثليهم، يقتضي ذلك أن تحكم عملية ممارسة الحملة الانتخابية من قبل للانتخابات ثلاث مبادئ أساسية تتلخص في:

#### 1/ مبدأ المساواة:

يقتضي التنافس المشروع في اختيار أحسن المرشحين لتمثيل الأمة، وضمان نزاهة الانتخابات وصدق تعبيرها عن إرادة الشعب إن تحقق المساواة وتكافؤ الفرص بين المرشحين في استخدام وسائل الدعاية، مع ضرورة الابتعاد عن أساليب المحاباة أو التمييز الذي يختص به البعض من المرشحين أو الأحزاب دون البعض الآخر بسبب ثقل المركز المالي للمرشح أو التأييد الحكومي.

#### 2/ مبدأ التزام الإدارة بالحياد:

من المهام الأساسية للسلطة الإدارية الإشراف على العملية الانتخابية برمتها بما فيها التنظيم المادي للحملة الانتخابية، بتوفير الشروط الضرورية لنجاح سيرها، ويقع على عاتقها أثناء قيامها بهذه المهمة واجب الحياد بين الأطراف المتنافسة في الانتخابات سواء كانوا أحزاباً أم مرشحين مستقلين وأن لا تمارس أي تصرف من شأنه التأثير عليهم بما يخدم جهة معينة أو حزب معين، كما تلتزم بالحياد التام اتجاه وسائل الإعلام الثقيلة السمعية البصرية، لذلك نجد أغلب التشريعات الخاصة بالوظيفة العامة في الدولة تمنع الأعوان الإداريين من ممارسة نشاط أثناء الحملة الانتخابية لصالح حزب أو أي تيار سياسي آخر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> تروت مكي، مرجع سابق، ص 24.



## 3/ الوسائل المستخدمة في الدعاية:

أصبح لوسائل الإعلام الحديثة دور لا يستهان به عملية الدعاية الانتخابية، لما تقدمه للمرشحين من تسيير في عرض برامجهم، وأفكارهم في أوساط الهيئة الناخبة من جهة ومن جهة أخرى ما تقدمه من مساعدة لهذه الأخيرة في التصرف الجيد على هذه البرامج والآراء من خلال المنظرات التليفزيونية بين المرشحين لما تقدمه من فكرة وأقية عن مضمون البرامج، فما يعجز الناخب عن فهمه عن طريق الوسائل السمعية والمكتوبة توضحه له الصورة الحركية، وإن كان البعض يرى بأن الإذاعة والتلفزيون تؤدي إلى نتائج سلبية على عملية الدعاية.

غالبا ما تشهد فترة الحملة الانتخابية نشاطا مكثفا وغير مسبوق ويأتي ذلك من خصوصية الهدف الذي يتبعه القائم بالتسويق الانتخابي إذ فضلا عن كون الحملة الانتخابية من الأساس عملية تواصلية فإن المستوى الكمي والكيفي لهذا التواصل لا يمكن اعتباره عاديا ويتجلى هذا في استخدام المرشحين أو الأطراف المتنافسة خلال مدة الحملة طرق وقنوات متعددة للاتصال بالجمهور التي تمثل الطرف المستهدف من التسويق الانتخابي.<sup>1</sup>

يحاول المرشح أن يحقق أهدافه عبر الاتصال الشخصي الذي يستعمل خلال الزيارات الميدانية التي يجريها المرشح لبعض الأحياء والتجمعات السكنية، أو من خلال الاتصال الجماعي الذي يجري أثناء التجمعات الشعبية إذ إن هذه التجمعات طريقة أخرى لمحاولة التأثير في جمهور الناخبين، كما يحاول هذا المرشح التواصل مع المواطنين عبر الإذاعة والتلفزيون كقناتي اتصالي جماهيري، إما بواسطة الحديث أي عنصر اللغة اللفظية أو عن طريق الإعلان السياسي. وبإمكانه كذلك نشر منتوجه السياسي في الصحف التي تعتبر هي الأخرى قناة للاتصال الجماهيري، وقد بدأت شبكة الانترنت لها دورا مهما كوسيلة إعلامية يستفيد منها المرشحون في الحملات الانتخابية، هذا

<sup>1</sup> لحسن رزاق، المرجع السابق، ص 83.

بالإضافة إلى استخدام القائمين بالاتصال في الحملات مفردات أخرى لبلوغ التأثير في اتجاهات الناخبين وبعض هذه المفردات: الشعارات والمناشر والمطويات... إلخ يفيد استخدامها في خلق صورة ذهنية إيجابية عن المرشح أو من ثم جلب التأييد له، لكن مناط التأثير ضمن هذه الطرق والوسائط الاتصالية المتعددة يتمركز حول أدوات وعناصر محدودة منها ما له ميزة خاصة تجعله يرتبط أساساً بعملية التسويق الانتخابي، ومنها ما هو أداة لها أهميتها المطلقة في التواصل الإنساني، إن هذه الأدوات والعناصر التي تتكلم عنها مسائل مركزية وعلى درجة من الأهمية ضمن الاتصال السياسي.

### \* اللغة السياسية

قد تكون اللغة المستخدمة في النشاط الاتصالي السياسي أقل الموضوعات هذا النوع من الاتصال من حيث اهتمام الباحثين.

تعريف الباحث الأمريكي بيل Bell اللغة السياسية: "إن السياسة هي تأثير اللغة، وتأثير القوة والسلطة، ومن شأن هذه اللغة أن تساعد على إيجاد إطار أساسي للباحثين في مجال تحليل الخطابة والاتصال، وبخاصة إذا استخدمت في حالات التهديد أو التحذير أو الهيمنة"<sup>1</sup>.

وتعتبر اللغة أساس الفعل السياسي إنها عامل لا يمكن الاستغناء عنه في وقت الحملات الانتخابية لتسويق أفكارها.

لقد ثبت أن من أشد الأوقات حاجة إلى الاهتمام باللغة السياسية وقت الحملات الانتخابية إلا أنه فضلاً عن هذا ي: " بمن له علاقة العمل السياسي أن يجيد فن التواصل ومخاطبة الناس بمعنى أن يكون قادراً على إنتاج الكلام الصحيح (النحو) والكلام العقلاني (المنطق) والكلام المؤثر (البلاغة)، إذ أن كل رسالة سياسية يبعث بها متكلم سياسي هي في الأصل بنيات لغوية تتوصل بأساليب بلاغية وإقناعية متنوعة تتماشى مع قائمة أولويات سياسية معينة وقد تمرر عبر وسيط

<sup>1</sup> محمد بن مسعود، المرجع السابق، ص 116.

إعلامي، وبناء على هذا غالبا ما تكون الخطابات التي يلقيها المرشحون السياسيون أثناء حملاتهم الانتخابية يتم الإعداد لها وتراجع من قبل كبار المستشارين وتعاد صياغتها مرات عديدة حتى تحدث الأثر المطلوب منها في جمهور الناخبين وتغير من أرائهم.<sup>1</sup>

فاللغة وسيلة لنقل أفكار الآخرين سواء بطريقة لفظية أو غير لفظية خاصة الجانب اللفظي لأنها تؤثر القوة والسلطة على الرأي العام وذلك لضمان نجاح رسالته السياسية.

### أهمية اللغة السياسية

إن اللغة السياسية ذات أهمية بالغة خاصة في العلاقة المباشرة مع الفاعلين السياسيين ونذكر

منها:

1. إن مضمون اللغة يهم قطاعا كبيرا من أفراد المجتمع وقد تمثل هذه الشريحة الكبيرة من الناس أفراد القرية أو المدينة أو سكان الدولة، كأن يكون موضوع اللغة السياسية الحديث عن السلام أو الحزب أو الأمن الاقتصادي، أو مشكلات الح W ولا شك أن اللغة المستخدمة في الحديث عن مثل هذه القضايا لا تؤثر على المجتمع بصفة عامة، بل إن لها مساس مباشر بحياة كل واحد من أفراد المجتمع.

2. إن أهمية اللغة السياسية تتبع من أهمية الأشخاص الذين يتحدثونها فموقعهم الوظيفي في النظام السياسي للمجتمع يمنحهم صلاحية الانتقال من مرحلة الحديث عن القضايا إلى اتخاذ القرارات المناسبة تجاهها.<sup>2</sup>

3. يزيد من أهمية اللغة السياسية أيضا تنقل عبر وسائل الإعلام إلى الجماهير ولذلك فإن هذه اللغة تصل إلى الجماهير تقدر بالملايين وتزداد أهميتها من خلا انتقالها عبر وسائل.

<sup>1</sup> رشاد القسبي، المرجع السابق، ص 96.

<sup>2</sup> محمود بن سعود، المرجع السابق، ص 116.

يستخدم المرشحون السياسيون الذين يسعون إلى التأثير على الناخبين بمهاراتهم اللغوية في تقديم معلومات تتعلق بوجهة نظرهم الخاصة من أجل تأكيد القناعات المترسبة في أذهان الناخبين أو تغييرها أو إعادة تشكيلها بطريقة تتفق وتطلعات هؤلاء المرشحين بطريقة تحقق الغاية من حملاتهم الانتخابية والمرشحون بذلك يهينون الرأي العام لتقبل آرائهم والاقتناع ببرامجهم الانتخابية قبل مباشرة الفعل السياسي وهو التصويت والاقتراع في هذه الانتخابات.

### الإعلان السياسي:

يعد الإعلان السياسي أكثر أنواع الاتصال السياسي تأثير على الشعوب والمجتمعات وبخاصة في هذا الوقت الذي يشهد ثورة اتصالية كبيرة فالإعلان السياسي والدعاية السياسية هي خداع الجماهير مثل: تسويق المرشحين عبر الإعلانات السياسية والمبالغة في إعطاء المرشحين السياسيين صفات الشخصية للمرشح ومحاولتها تحسين صورته النمطية في أذهان الناخبين. ويعرف بأنه: "كل إعلان مدفوع الثمن ذو صيغة سياسية، أو هو العملية الاتصالية التي يدفع فيها المصدر ثمنا مقابل ما يتاح له فرصة في وسيلة إعلامية يعرض فيها على الجمهور رسائل سياسية ذات هدف محدد ومقصود من أجل التأثير على مواقفهم وأفكارهم وسلوكهم.<sup>1</sup>

ومن هذا التعريف يتضح أنه الإعلان السياسي من أكثر أنواع الاتصال السياسي تأثيرا على الرأي العام خاصة في فترة الانتخابات والمناسبات السياسية التي تشهد التنافس بين المرشحين الذين يمثلون تيارات واتجاهات متباينة، بحيث يتم خلال هذه الحملات الإشهارية عرض الإيديولوجيا السياسية الكاملة للمرشح عبر منهج اتصالي.

<sup>1</sup> رشاد القصي، المرجع السابق، ص 51.

أساليب التسويق الانتخابي يتمحور حول:

يستعمل الإعلان السياسي أساليب عديدة للوصول إلى تحقيق أهدافه أهمها:

- ✓ دراسة الرأي العام والتي تتم على أساس التحليل الاجتماعي.
- ✓ تحديد أساليب الإعلام وتقرير الحملة الانتخابية.
- ✓ تحليل المعطيات في السوق السياسي.
- ✓ تحديد المنتج السياسي.
- ✓ تحديد أساليب الاتصال مع مراعاة، الإقناع السياسي الهدف الانتخابي، فئات الجماهير، قواعد الإقناع وتمويل الحملة.
- ✓ تمويل الحملة الانتخابية.
- ✓ مضمون الإعلان السياسي بصفة عامة يتم البحث عن الحجج التي تهدف لكسب موافقة الناخبين واختيار هذه الحجج يتم أيضا في ضوء عدة معايير بعضها موضوعي أما الآخر فهو شخصي.

كما يتحدد محور بناء مضمون الإعلان السياسي طبقا لكل من:

- 1- الإيديولوجية السياسية والتي يـ ب عرضها أولا.
- 2- منهجية الاتصال والتي يجب أن تتصف بالبساطة وان تشكل حلا للرأي العام، وما أن يتم تحديد المضمون للإعلان ومكونات الإستراتيجية يجب إعادة قولبة المكونات في ضوء دوافع وتطلعات الجماهير وكذلك الأهداف الموضوعية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ليلي فيلالي، تكوين وتوجيه الرأي العام في الحملات الانتخابية، دورية المعيار لجامعة عبد القادر، العدد 212  
495 0 5 2005.

## 1/ التطور التقني في وسائل الإعلام:

إذ تعتبر المرحلة التي بدأت بعد ظهور التلفزيون بسنوات قليلة بمثابة المرحلة الحقيقية التي ظهر فيها الإعلان السياسي كمتغير رئيسي في فهم العملية السياسية في المجتمعات الديمقراطية خاصة أثناء الحملات الانتخابية.

## 2/ ظهور الهيئات الاستشارية للحملات الانتخابية

يدير هذه الهيئات مستشارون متخصصون في الإعلام والسياسة وقد زاد عدد هؤلاء المستشارين خاصة منهم المتخصصون في إعلانات الحملات الانتخابية، وطبيعة عملهم هي البحث عن الآلية المثلى للنفوذ إلى عقول الجماهير وإقناعهم برسائلهم السياسية ومن ثم كسب أصواتهم، وهذه الآلية تستقى مصادر من مدارس إعلانية مختلفة نظر لها المستشارون السياسيون الذين يعملون لصالح الحملات الانتخابية.

## ظهور مؤسسات الإنتاج المتخصصة في الإعلان السياسي:

ظهرت هذه المؤسسات في المجتمعات الغربية ويعمل بها أبرز خريجي الجامعات وأقسام السياسة والإعلام، حيث يسخرون كل النظريات التي أفرزتها نتائج البحوث والدراسات لخدمة الهدف من تقديم الإعلان السياسي إلى الجماهير.<sup>1</sup>

## الملصق السياسي:

يعتبر الملصق السياسي نوعاً من أنواع الإعلانات في المجال السياسي وبالإمكان القول أنه إعلان سياسي لكن مفهوم مغاير ومختلف يأتي من خصوصية السمات التي ترتبط به (أي بالملصق السياسي) إنه شيء مصنوع ومفكر فيه يصمم بهدف استقطاب أكبر عدد من الناس وجعلهم يلتفتون

<sup>1</sup> ليلي فيلالي، المرجع السابق، ص 496.

حول موقف معين، أو برنامج ما من خلال الإلصاق على الجدران، وهو من أهم الوسائل المستعملة في الحملات الانتخابية التي تخصص لها.

أي للملصقات السياسية، فضاءات رسمية تكون في العادة خاصة بالمرشحين للانتخابات غير أن هناك نوعين من الملصقات يبذل فيهما مجهود خاص وهما الملصقين السياسي والسياحي، أما الملصق السياسي المصمم لجلب انتباه المارة على مختلف مستوياتهم الثقافية وتحفيز نزعة الفضول لديهم للتوقف ومحاولة الفهم والتفسير،<sup>1</sup> حيث يعتمد بالدرجة الأولى على الصورة ويتكون وفق القواعد الجمالية والإيديولوجية للمجتمع، ورغم أن الصورة التي يحويها قد تكون فوتوغرافية أي أن لها درجة من الأمانة والموضوعية إلا أنها لا تصل إلى درجة الموضوعية الخالصة، فكل من التأطير والمسافة والوضوح مسائل ذاتية مرجعيتها المصور وأولوياته ورؤيته، ولكي يكون الملصق السياسي ناجحاً لا بد إن يوظف علامات واضحة ومفهومة وجذابة تتسجم مع سلم القيم في المجتمع، في المقابل لا بد من الابتعاد عن التجريد والغموض المفرط والتعقيد والتداخل والغرابة المفتعلة.

إن تطبيق التسويق في المجال السياسي من خلال تسويق الأفكار والآراء التي تتعلق بالقضايا العامة والسياسية أو المرشحين بشكل عام، فقد تم تصميم التسويق السياسي للتأثير في أصوات الناس في الانتخابات وذلك باستخدام وسائل الاتصال السياسي التي تستخدمها الأحزاب السياسية والحكومات، لكي يتقبل الرأي العام إيديولوجياتهم فيتمكنوا من الفوز في الانتخابات وبعدها الاستجابة لاحتياجات ورغبات اختارها الناس والجماعات في المجتمع.

<sup>1</sup> لحسن رزاق، مرجع سابق، ص 86.

## المبحث الثاني: المشاركة السياسية

تعتبر الديمقراطية من أهم معايير متطلبات الحكم و من أجل تجسيده نجد المشاركة السياسية أهم معيار يعبر عنها (الديمقراطية) فهي تختلف من مجتمع الى آخر، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تعريف المشاركة السياسية ، ثم تعريف المشاركة السياسية، وبعدها نتطرق إلى مظاهرها بالإضافة إلى الآلية الأساسية وهي الانتخاب.

## المطلب الأ : مفهوم المشاركة السياسية

## 1. لغة

مشتقة من الفعل شارك يشارك، مشاركة وتعني المساهمة المشتقة من الفعل ساهم، يساهم مساهمة، وهي بهذا المعنى ستدل على أنها المشاركة في كل المكاسب الاجتماعية وتعني كذلك التعاون في مجال الحصول عليها أو على جزء منها، وهي كذلك أقسام الأرباح والخسائر معا، فكلمة المشاركة **Participation** فهي تعني القيام بالدور وتفيد كذلك الربط **Lier** التعاون والاشتراك

S'associer والدخول في سياق مع الآخرين **Concourir**.<sup>1</sup>

والمشاركة بمعنى النصيب، وفيه باع شرك من الدار أي باع حصته، وتطلق على العقد والشريك والشركاء إشراك ومشاركة وتعني ما كان لك ولغيرك فيه حصة كثررت أم قلت، وعلى النحو يتضح إن المشاركة تأتي على وزن مفاعلة من مشاركة، يشارك مشاركة وهي تكون إلا بين اثنين فصاعدا.

<sup>1</sup> عبد الله ساقور محاضرات في التنمية بالمشاركة<sup>o</sup> (عنابة: منشورات جامعية، 2008) ص 61.



ورد في المنجد في اللغة العربية، تعريف معنى مشاركة بمعنى شرك، شركاء وشركة وتشاركا أي وقعت بينهما شركة، اشتراك في أمره، أي بمعنى جعله شريكا له فيه، بالله جعل له شريكا، فهو مشترك ومشتركا.<sup>1</sup>

### تعريف السياسة

#### لغة:

جاء في لسان العرب لابن المنصور أن السياسة مصدر للفعل ساس يسوس، وساس الأمر سياسة، قام به، وسوسه القوم: جعلوه يسوسهم.<sup>2</sup>

اشتقت كلمة بولس وتعني الدولة المدنية ويقصد بها القلعة في قلب المدينة، ويرمز للمدينة ساكنوا الضواحي الذين يشاركون في تلك المدينة وأعمالها والسياسة هي جزء من محاولة الإنسان المستمرة لفهم نفسه ومحيطه، وهي أيضا دراسة الدولة ومؤسساتها وأجهزتها والمهام التي يقوم بها هذه المؤسسات والأجهزة والغايات التي أنشأت من أجلها.

والسياسة في الفكر العربي هي القيام بالأمر بما يصلحه والمقصود بالأمر هنا أمر الناس فحكمة أمر كلمة شائعة الاستعمال في اللغة العربية بمعنى حكم الدولة.<sup>3</sup>

### تعريف السياسة اصطلاحا:

عرف موريس ديفرجي **M. Duvioger** السياسة بأنها: "عبارة عن صراع متواصل بين فئة اجتماعية تسعى لبسط نفوذها والتحكم في مصير المجتمع كله بجميع الخبرات، وبين فئة مناهضة لها

<sup>1</sup> محمد الصيقي، الانتخابات في المغرب دراسة سوسيولوجية (رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا، المغرب، 2001) ص 5.

<sup>2</sup> قاموس المصطلحات السياسية، بوابة فلسطين القانونية.

<sup>3</sup> جمال سلامة، على أصول العلوم السياسية، اقتراب واقعي من المفاهيم والمتغيرات (القاهرة: دار النهضة العربية، 2003) 19 0 3.

تحرص على توفير الأمن والعدالة لجميع الأفراد وتحويل أجهزة الدولة إلى أداة فعالة لتحقيق الوثام الوطني، ودمج الأفراد في مجتمع تسوده العدالة.

أما دفيد إستون **D. Iston** فعرفها بأنها: "تلك المعاملات التي تتم بين المنشآت الاجتماعية في إطار وجود سلطة عليا تشرف على تجسيم روح التعاون والتزام الأفراد والمنظمات بالعادات والتقاليد المرعبة والمحافظة على الأمن والعدالة في كافة أنحاء البلاد".

ويؤكد هذين بان السياسة ما هي إلا وسيلة تعمل على تقنين التفاعلات بين المنشآت الاجتماعية المختلفة.

#### تعريف المشاركة السياسية اصطلاحاً:

عرفها **هنتغتون وويلسون**: بأنها ذلك النشاط الذي يقوم به المواطن للتأثير على عملية صنع القرار السياسي الحكومي، معنى ذلك أن المشاركة تستهدف تغيير مخرجات النظم السياسية بالصورة التي تلائم مطالب الأفراد الذين يقدمون على المشاركة السياسية يقر هذا التعريف المشاركة السياسية تعني مساهمة المواطنين في صناعة واتخاذ القرار السياسي للدولة.<sup>1</sup>

أما **هربرت ماكلوسي M. Herbert** فقد عرفها بأنها: "تلك الأنشطة الإدارية التي يزولها أعضاء المجتمع بهدف اختيار حكامهم وممثلهم، والمساهمة في صنع السياسات والقرارات بشكل مباشر أو غير مباشر، أي أنها تعني اشتراك الفرد في مختلف مستويات النظام السياسي".

يركز هذا التعريف على مجالات المشاركة السياسية المتمثلة كذلك في مشاركة الأفراد في المؤسسات المختلفة، وأيضاً في صنع القرارات والبرامج التي تؤثر على حياتهم.

<sup>1</sup> مولود زايد طيب، علم الاجتماع السياسي (ليبيا: منشورات دار الكتب الوطنية، 2007) 7 0 85.

ويعرف فليب برو **Philippe Boro** أنها: "مجمع النشاطات الجماعية التي يقوم بها المحكمون وتكون قابلة لان تعطيهم تأثيرا على سير عمل المنظومة السياسية، وتقترن هذا المعيار بالنظم الديمقراطية التي تعتبر فيها قيمة أساسية بمفهوم المواطنة.<sup>1</sup>

ويؤكد هذا التعريف أن المشاركة السياسية تقتصر على الأنشطة الموجهة للتعامل مع السلطات التي تملك سلطة القرار، فهي عملية اجتماعية سياسية، أي يقوم المواطنون وفقا لإدراكهم لحقوقهم وواجباتهم.

ويعرفها محمد السويدي بأنها: تلك الأنشطة السياسية التي يشارك بمقتضاها أفراد مجتمع ما في اختيار حكامه، وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر مثل (تقلد منصب سياسي)، أو غير سياسي مثل مناقشة الأمور أي نعني اشتراك الفرد في مختلف مستويات النظام السياسي.<sup>2</sup>

يرى هذا التعريف بأن المشاركة السياسية هي العملية التي يكون بمقتضاها الفرد فاعلا في صناعة السياسات المختلفة أو يتم بشكل مباشر كالانتخاب والانتماء إلى أحزاب معين... إلخ وأيضا من خلال الأنشطة غير مباشرة مثل مناقشة القضايا السياسية والاهتمام بها.

يعرف السيد عبد الحليم الزيات المشاركة السياسية بأنها: "عملية اجتماعية سياسية طوعية ورسمية، تتضمن سلوكا منظما مشروعاً ومتواصلًا، يعبر عن اتجاه عقلائي، يتم إدراك عميق لحقوق المواطنة وواجباتها، وفهم واع لأبعاد العمل الوطني وفعاليتها، ومن خلالها يباشر المواطنون أدوار ووظيفة فعالة ومؤثرة في ديناميات الحياة السياسية ومخرجاتها".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة: محمد عرب صاصيلا، (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998) 303 9 8.

<sup>2</sup> محمد سويدي، علم الاجتماع السياسي ميدانه وقضاياها؟ (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998) 160 9 8.

<sup>3</sup> السيد عبد الحليم الزيات، التنمية السياسية دراسة في علم الاجتماع السياسيين (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2002) 37 0 2.

ومعنى هذا التعريف أن المشاركة السياسية عملية اجتماعية إطرادية، تتخلل كافة جوانب الحياة السياسية وتلعب دورا محوريا وأساسيا في مختلف مراحل العملية السياسية وشتى مستويات النظام السياسي ومؤسساته.

عرف الدكتور **حسن علي الساعوري** المشاركة السياسية بأنها: "كل أنواع الأفعال والممارسات التي يقوم بها أفراد المجتمع بغرض التأثير بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على وضع السياسات في مختلف مستوياتها، كذلك على الوسائل الإجرائية لتطبيقها، باختصار هي كل أنواع النشاطات السياسية المختلفة، وهذه الممارسات وأفعال تأتي في صورتين، الأولى تنحصر في النشاطات الفردية الأقرب إلى الحركة التلقائية منها إلى العمل المنظم، وأمثلة ذلك التصويت في الانتخابات، ومتابعة الأحداث السياسية، ومناقشة الآخرين في القضايا السياسية، والتبرع بالمال للحملات الانتخابية والاتصال بالممثلين في المجلس النيابي للتأثير عليهم، ويكون أثر هذا النوع من النشاط السياسي بمثابة أدنى درجات النفوذ السياسي، أما الصورة الثانية من الأفعال والممارسات السياسية فهي كل نشاط سياسي طابعه التنظيم مثل المشاركة في عضوية الأحزاب السياسية ونشاطاتها المختلفة، والمشاركة في الحملات الانتخابية، والدخول في الصراع بغية الصعود إلى مناصب الدولة الرسمية كرئيس الدولة أو رئيس الوزراء كعضو في المجالس النيابية.<sup>1</sup>

وهناك تعريف آخر للمشاركة السياسية بأنها درجة اهتمام المواطن بأمر السياسة وصنع القرار، فكلما زادت المشاركة السياسية زادت قوة القرار السياسي.

فمن خلال هذه التعريفات نستنتج أن المشاركة السياسية تعتبر من أهم المواضيع التي ركز عليها الاجتماع السياسي كونها تمثل منبر الذي يعبر منه الفرد عن رأيه والذي يتخذ بواسطته دورا

<sup>1</sup> تامر كامل الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة (عمان: دار بلدان، 2000) ص 182.

في الحياة السياسية من خلال مشاركته في وضع الأهداف العامة لمجتمعه فقد أدت المشاركة السياسية إلى تغيير دور المواطن من عضو في المجتمع إلى منتج، على أساس هو الدور الأكثر أهمية.<sup>1</sup>

فالمشاركة السياسية تعتبر الرابط بين الفرد كعضو في جماعة والفرد كمواطن سياسي ففهم المواطن لحقوقه السياسية وعلى رأسها حق المشاركة السياسي لا يتم إلا بتوفر ثقافة سياسية وتنشئة سياسية تخلق مواطن سياسي نظريا يؤكد وجوده علميا، فالمشاركة السياسية كنشاط أو أفعال لا تقتصر على أنشطة الطوعية وإنما تشمل أيضا أفعال رسمية وعليه فهي حق للمواطنين مثلما هي واجب، فهي ليست تصرفا فرديا عفويا بل علاقة تفاعلية مقصودة بين المواطن السياسي، والنسق السياسي.

### المطلب الثاني: مظاهر المشاركة

قبل أن نتطرق إلى مظاهر المشاركة السياسية وجب علينا التحدث عن أشكال المشاركة السياسية وخصائصها، ومستوياتها ودوافعها.

#### أ- أشكال المشاركة السياسية

تتخذ المشاركة السياسية أشكالا مختلفة وهذا وفقا لنمط النسق السياسي فكل من بين هذه الأنساق يحتوي على العديد من الأدوار التي يؤديها الأفراد داخل النسق.

يتميز **Wright :aw** بين ثلاث أشكال للمشاركة السياسية حرة أو اختيارية، مشتركة لصالح النظام أو مقيدة، والمشاركة وسيلة لاستخدام الشخصي.

**فالمشاركة الحرة:** هي القاعدة في الديمقراطيات الليبرالية حيث توفر للأفراد الحرية في الاختيار سواء أن يشاركوا أو لا يشاركوا والاختيار حتى في كيفية مشاركتهم.

<sup>1</sup> Jacques odbout, **La participation politique leçon de dernières décennies**, uébec, Institut de la culture, 1991, p 09.

## المشاركة المقيدة بالنظام:

تدعم النظام من خلال حشد الناس خلفه في محاولة لتقوية سلطة الحكومة، فهي دول العالم الثالث فالعلاقة تبعية بين الأشخاص ذوي المكنات المنخفضة وبين ذوي النفوذ ويطلق على هذا النمط بالمقايضة الشخصية، أما في المجتمعات النامية فتسعى للتبعية السياسية للمواطن للتأييد والأصح أن تكون المشاركة الديمقراطية وتصبح محل اهتمام فقد لا تتضمن الاهتمام القومي ولكنها تمثل جزءا مهما من العملية فمن خلالها يتم خلق اهتمامات وطنية.<sup>1</sup>

كما يمكن أن نميز بين شكلين من المشاركة السياسية:

## المشاركة السياسية الرسمية:

يقوم بها الرسميون وأصحاب المناصب بهدف الحفاظ على مصالحهم من خلال تحقيق الدوام والاستمرار والاستقرار النسق الذين يهيمنون عليه كما أنهم قد يواجهون صراعات من الآخرين ذوي المصالح وهم أصحاب المناصب العليا الذين يكونون في المستوى الأول وفي قمة الهرم ومنهم أيضا البيروقراطيون الذين يكونون في المستوى الثاني

## المشاركة السياسية غير الرسمية:

تتكون من الأحزاب السياسية خارجه عن السلطة وجماعات الضغط أو المصلحة والأقليات يمثل أطراف تقوم بالدور بطرق غير رسمية كما أن المعارضة تعتبر في أي نسق سياسي مشاركة غير رسمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية ( القاهرة: دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2000) ص 22.

<sup>2</sup> الطاهر علي موهوب، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية ( القاهرة: دار العلم والإيمان، ط 1 2010) 112 0 0.

وقسم عبد الهادي جوهرى المشاركة السياسية إلى:

- المشاركة في النشاطات السياسية المباشرة أو الأولية: من أمثلتها: تقلد منصب، عضوية حزب الترشح في الانتخابات، التصويت، الاشتراك في المظاهرات العامة.
- المشاركة في النشاطات السياسية غير المباشرة أو الثانوية من أمثلتها: المعرفة العضوية في هيئات التطوع، ويبدأ تدرج الشكل الهرمي يتقلد منصب سياسي أو إداري وينتهي بالتصويت.<sup>1</sup>

#### ب- خصائص المشاركة السياسية

تنتم المشاركة السياسية بمجموعة من الخصائص وقد قسمها الدكتور حسن الطاهر إلى عشر قضايا بمثابة خصائص وهي:

- تشمل المشاركة السياسية القيادة على الصعيد القومي، القيادات المحلية نشاط الأعضاء في آلية تنظيم وقيادة الرأي غير الرسميين.
- إن المشاركة السياسية هي مجرد أداة لتحقيق هدف وهو الحرية السياسية.
- المشاركة السياسية ليست الديمقراطية، بل مجرد مبدأ من ستة عشر مبدأ تقوم عليها الديمقراطية من المنظور القيمي.
- إن المشاركة السياسية سلوك إيجابي يختلف من مجرد الاهتمام من زاوية ومن زاوية أخرى يختلف عن نقيض المشاركة التي هي اللامبالاة لسياسة.
- المشاركة تحتاج ضمانات وإجراءات تكفل ممارستها ممارسة فعلية.
- يجب أن لا تكون المشاركة السياسية نتيجة ضغوطات التي تمارس السلطة على الموظفين للتأثير في درجة وكيفية مشاركتهم.

<sup>1</sup> عبد الهادي الجوهرى، دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي ( الإسكندرية: المكتبة الجامعية، ط 1 (2001) 0 1 323.

- تأتي المشاركة من الإقناع ومن ثم فهي ترتبط ارتباطا عضويا بالوعي السياسي والتنشئة السياسية ومستوى التعليم.
- تعددت مجالات المشاركة فهي لا تقتصر على نشاط أو مجال واحد يمكن للفرد أن يشارك فيها.
- إن المشاركة السياسية لا تتم غياب الحرية الإعلامية وتدفق المعلومات من القيادة إلى القاعدة والعكس.<sup>1</sup>

ويمكننا القول أن خصائص المشاركة السياسية تتمثل في:

- ✓ أنها عملية اجتماعية كاملة متعددة الجوانب والأبعاد وتهدف إلى إشراك كل فرد من أفراد المجتمع في كل مرحلة من مراحل التنمية.
- ✓ المشاركة السياسية سلوك مكتسب فهي ليست سلوكا فطريا يولد مع الإنسان، فهي مكتسبة يتعلمها الفرد أثناء حياته نتيجة لتفاعله مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.
- ✓ المشاركة السياسية سلوك إيجابي واقعي، تترجم أعمال تطبيقية مرتبطة بالحياة، فهي ليست مجرد فكرة مجردة وإنما لها تنفيذ واقعي تصوره الممارسات.
- ✓ المشاركة السياسية حق وواجب في آن واحد فهي حق لكل فرد من أفراد المجتمع وواجب والتزام في نفس الوقت، فهو مطالب بأن يؤدي ما عليه من التزامات ومسؤوليات اجتماعية تجاه قضايا مجتمعه، والتغيير اللازم نحو التوجيه التنموي في المجتمع.<sup>2</sup>
- تهدف المشاركة السياسية إلى اختيار النواب الذين يمثلون ويعبرون عن انشغالات شرائح الشعب الذي انتخبهم.

<sup>1</sup> نابي عبد النور، مدخل على علم السياسة (الجزائر، دار العلوم، 2007) 7 0 12.

<sup>2</sup> شريفة ماشطي، المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة المنتوري، قسنطينة، العدد 10، سبتمبر 2010 0 0 162.



## ج- دوافع المشاركة السياسية:

عموماً يشارك المواطنون في العمل السياسي بنسب مختلفة، بناءً على اهتمامه فإنه يسعى إلى المشاركة في مختلف الميادين والمجالات السياسية، وذلك انطلاقاً لأكثر من دافع، والتي تندرج بين مصالحه الشخصية ومصالح الطبقة التي ينحدر منها أو الجماعة التي ينتمي إليها، وتتبع هذه الدوافع يوجه من واقع البيئة الاجتماعية والسياسية التي يعيش فيها المواطن ويتعامل معها.

## 1/ الدوافع العامة:

وهي تلك المتمثلة في الشعور بوجوب والتزاميه المشاركة من طرف المواطن تجاه مجتمعه بفعالية العمل العام، والرغبة في مشاركة الآخرين في تطوير المجتمع وتحسين مستويات الخدمة فيه والرغبة في لعب دور محوري ومؤثر في أنشطته المختلفة بالشكل الذي يؤثر على خاصة أفرادهم ومستقبلهم، ويشعرهم بأهمية دورهم وانعكاسه على مسيرة التنمية لديهم وكذلك تقوية الروابط بين مختلف الفئات المجتمع وجماعته بغية تحقيق نوع من التكامل والتفاعل بين هذه الفئات، كما يعتبر من أهم الدوافع الملقاة على الحكومة للوصد إلى الأهداف المطلوب تحقيقها، ومدى الرضا على السياسة العامة الحكومية، وعوامل التنشئة الاجتماعية والسياسية، والثقافية السياسية والإدراك الواعي<sup>1</sup> التي تكسب المواطن دافعية نحو المشاركة السياسية، وكذلك وجود الضمانات القانونية والدستورية التي تضمن وتشجع المواطنين على المشاركة السياسية.

## 2/ الدوافع الخاصة:

وأهم هذه الدوافع تتمثل في كون الفرد يتطلع للمشاركة في صنع السياسات واتخاذ القرارات التي تقرها الحكومة لمعالجة المشكلات المجتمعية هذا من ناحية، وسعيه كذلك إلى تحقيق مكانة

<sup>1</sup> محمد جاب الله عمارة، العلوم السياسية بين الألفية والعولمة، رؤية سياسية معاصرة للقرن الحادي والعشرين (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ط 1 2003) 3 0 264.

متميزة في المجتمع وتحقيق مصالح شخصية كالسيطرة والتمتع بالنفوذ والهيمنة من ناحية أخرى، فالفرد يسعى لإثبات وجوده وتأكيد ذاته كإنسان حر الإرادة له القدرة على اتخاذ مواقف اتجاه أي موضوع سياسي له أهمية.<sup>1</sup>

#### د- مستويات المشاركة السياسية:

في سياق أن المشاركة السياسية تعني بصفة عامة تلك الأنشطة الاختيارية أو التطوعية يساهم المواطنون من خلالها في الحياة العامة، فإن هذه المستويات تختلف من دولة لأخرى ومن فترة لأخرى في الدولة نفسها، ويتوقف ذلك على مدى الظروف التي تتيح المشاركة أو تقيدها، وعلى مدى إقبال المواطنين على الإسهام في العمل العام، فهناك أربعة مستويات للمشاركة.<sup>2</sup>

**1\* المستوى الأعلى:** هم الناشطون في العمل السياسي، فقد وضع كارل دويش **D.KARL** ستة شروط يـ أن تتوفر ثلاثة شروط، ويشمل هذا المستوى النشاط السياسي من تتوافر فيهم ثلاث شروط من ستة عضوية منظمة سياسية، والتبرع لمنظمة أو مرشح وحضور الاجتماعات السياسية بشكل متكرر، والمشاركة في الحملات الانتخابية، والحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد ومن بينهم:

- العضوية في منظمة سياسية.
- التبرع لمنظمة أو لمرشح في الانتخابات العامة.
- حضور اجتماعات سياسية بشكل دوري.
- المشاركة في الحملات الانتخابية.
- توجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للسلطة التنفيذية أو النيابة أو الصحافة.

<sup>1</sup> محمد جاب الله عمارة، المرجع السابق، ص 264.

<sup>2</sup> ناصر الشيخ علي، دور المنظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية ( فلسطين: المركز الفلسطيني للدراسات، حوار حضارات 2010) 34 0 0.

• الحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد.

**\*2 المستوى الثاني:** ويشمل هذا المستوى المهتمون بالنشاط السياسي إذ أنهم يتبعون بشكل متواصل ما يحدث على الساحة السياسية ويقومون بالتصويت في أي مناسبة انتخابية أو سياسية أي أنهم الفئة المتبعة لنشاط السياسي.

**\*3 المستوى الثالث:** تسمى هذه الفئة بالفئة الهامشية، وهم الذين يهتمون بالشأن السياسي وليس لهم<sup>1</sup> وقت يخصصونه للاهتمام بالعمل السياسي، وإذا كان بعضهم يضطر للمشاركة بدرجة في أوقات الأزمات أو عندما يشعرون بأن مصلحته المباشرة مهددة أو بأن ظروف حياتهم معرضة للتدهور.

**\*4 المستوى الرابع:** وهم أولئك المتطرفون سياسيا الذين يعملون خارج الأطر الشرعية ويلجئون إلى أساليب العنف والفرد الذي يعيش بعداء اتجاه المجتمع بصفة عامة أو اتجاه النظام السياسي بصفة خاصة أما أن ينسب إلى أشكال المشاركة وينضم إلى صفوف اللامبالين وإما أن يتجه إلى استخدام صور المشاركة تتسم بالحدة والعنف.<sup>2</sup>

أما صاموئيل هنتغون **Samuel Huntington** فيرى في دراسته ظاهرة التحديث السياسي لدول العام الثالث، أن للمشاركة السياسية ثلاث مستويات مقترنة بتطور المجتمعات وتتمثل في:

**المستوى الجزئي:**

يتميز بخصوصية محدودة القضايا من قبل المواطنين وعدم عموميتها، حيث أن المتأثرين والمنتفعين والمشاركين هم فئة قليلة، مقارنة مع المجموع الذي لم يتأثر.

<sup>1</sup> عاطف أحمد فؤاد، علم الاجتماع السياسي (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1995) 24 120 121.

<sup>2</sup> عاطف أحمد فؤاد، المرجع نفسه 11 120.

المستوى الفرعي:

يطلق عليه أيضا مجموعة السياسات الفرعية والسياسات التحالفية وأحيانا الوحدات الحكومية الفرعية، وتظهر لتفاوت اهتمام الأفراد بموضوعات السياسة العامة.

المستوى الكلي:

تستقطب القضايا الكلية في هذا المستوى اهتمام ومشاركة كل الأطراف والفاعلين السياسيين الرسميين وغير الرسميين الذين يدلون ببدائهم في هذه القضايا وبذلك تتمتع دائرة المشاركين أما الباحث ليستر ميلبراث فيبين في كتابه الموسوم بالمشاركة السياسية وجود تسلسل هرمي للمشاركة، يتراوح بين عدم المشاركة وبين تولي منصب عام، ويكون أقل مستويات المشاركة الفعلية هو التصويت في الإنتخاب، كما قام بتقسيم الشعب حسب درجة مشاركتها إلى ثلاث مجموعات هي:

- ✓ **المجادلون Gladiator**: هم الناشطون سياسيا، تتراوح تسميتهم ما بين 5% إلى 7%.
  - ✓ **المتفرجون Spectator**: هم الذين يشاركون في السياسة بمقدار الحد الأدنى، يمثلون حوالي 60%.
  - ✓ **اللامبالون Apathetic**: هم الذين لا يشاركون في السياسة على الإطلاق يمثلون حوالي 23%<sup>1</sup>.
- أخذ ميلبراث **Milbrath** عبارة المجادلين والمتفرجين واللامبالين على سبيل القياس التمثيلي من الأدوار التي كان يقوم بها صراع المجادلون في روما القديمة، فقد كانت جماعة صغيرة المجادلين تتقاتل بهدف تسلية المتفرجين وهو بدورهم يصفقون، ثم يدلون بأصواتهم ليبيّنوا من الذي يكسب المعركة، أم اللامبالون فإنهم لا يشاهدون المعركة.

صور المشاركة السياسية:

تعددت صور المشاركة السياسية، تبرز العدد التشاركي للمواطن الفاعل في الحقل السياسي حيث يمارس الفرد حقه من خلالها في التأثير على متخذي القرارات السياسية ومن بينها:

<sup>1</sup> طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية ( القاهرة: دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2000) ص 28.

1/ المشاركة عن طريق الاستفتاء الشعبي:

يتواجد هذا النوع من المشاركة في الأنظمة الديمقراطية فحواه أنه يتم اتخاذ قانون أو إجراء فقبل تطبيقه عليه أن ينال الموافقة الشعبية فتلجأ إلى الاستفتاء الشعبي، كما أنه قد يكون إجبارياً وأحيانا تكون الحكومة حرة في اللجوء إليه، فقد تلجأ بعض الأنظمة إلى الاستفتاء بهدف تحقيق الأهداف معينة منها إضفاء الشرعية وقد تكون سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية كالإجراء بعض التعديلات في الدستور ويأخذ الاستفتاء صوراً مختلفة.

✓ **الاستفتاء المسبق:** وهو استشارة الشعب على القانون ما قبل المصادق عليه.

✓ **الاستفتاء اللاحق:** ويكون اللجوء إليه بعد المصادقة على مشروع القانون من قبل البرلمان ويكون في شكلين.

✓ **استفتاء المصادقة:** عدم وجوب قانون محل الاستفتاء إلى بعد موافقة الشعب.

✓ **استفتاء الحذف:** في هذه الحالة يطلب من الشعب حذف قانون ساري المفعول.<sup>1</sup>

✓ **الاستفتاء التأسيسي:** يتعلق بوضع الدستور.

✓ **الاستفتاء التشريعي:** يتعلق بمشروع قانون عادي أو عضوي أساسي.

✓ **الاستفتاء الدستوري:** ويتعلق بتعديل الدستور.

2/ المشاركة عن طريق الاعتراض الشعبي:

هو شكل من أشكال الممارسة تلجأ إليه بعض النظم السياسية في حالة محددة، حيث يتمكن المواطنين من الاعتراض على قانون صادر عن البرلمان خلال مدة معينة، يكون لهم الحق في المطالبة بعرضه على الاستفتاء الشعبي.

<sup>1</sup> إبراهيم برش، علم الاجتماع السياسي (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1 1998) 251 252.

3/ المشاركة عن طريق الاقتراح الشعبي:

يمنح الدستور للمواطنين حق اقتراح فكرة أو مشروع قانون يصلح أن يصبح قانونا، ويتم عرضها على جهات معينة منصوص عليها دستوريا.<sup>1</sup>

وأعطى ميشل روش نموذجا أكثر دقة بشكل هرمي يمكن تطبيقه على أنساق سياسية مختلفة

كالتالي:

الشكل رقم 01: تصنيفات ميشل روش لمستويات المشاركة السياسية

- شاغلي المناصب السياسية والإدارية.
- المتطلعون إلى المناصب السياسية والإدارية.
- الأعضاء الناشطين في التنظيم السياسي
- الأعضاء الناشطين على هامش التنظيم الشبه سياسي
- المشاركون في المؤتمرات العامة والمظاهرات
- الأعضاء غير الناشطين في التنظيم السياسي
- الأعضاء غير الناشطين في التنظيم شبه السياسي
- المشاركون في نقاشات سياسية غير رسمية

<sup>1</sup> سعيد بوشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003) 3 0

- بعض الاهتمام بالسياسة
- المصوتون
- اللامبالون

#### 4/ المشاركة السياسية باللجوء إلى وسائل الضغط:<sup>1</sup>

يلجأ إلى هذا الشكل من المشاركة السياسية عند غلق قنوات المشاركة الشرعية يتمثل ذلك في حق الإضراب، أو القيام بالمظاهرات لأهداف سياسية أو العصيان المدني، اللجوء إلى ممارسة العنف ضد مؤسسات الدولة، وإن لم يكن مشروعاً، فهذا الشكل من المشاركة يتطلب وجود مجتمع مدني قوي إضافة إلى تشكيلات سياسية حزبية.

#### 5/ المشاركة عن طريق جماعات الضغط:

تتمثل في لجوء جماعة من المواطنين لهم نفس المصلحة بالضغط على متخذي القرار بهدف التراجع عنه لأنه يمس مصالحهم، يتم ذلك عن طريق الضغط المباشر من طرف هذه الجماعة، على رئيس الدولة والجهاز التشريعي أو الجهاز البيروقراطي، لإجبارهم على اتخاذ قرار يقدم مصلحة هذه الجماعة أو التنازل الجماعة عنه لأنه يمس بمصالحهم ومن أمثله جماعات الضغط الأكثر وضوحاً في الولايات المتحدة والدول الأوروبية، اللوبي الصهيوني، اللوبي العسكري، لوبي خاص بالفلاحين والمزارعين وآخر خاص بالمؤسسات الدينية.<sup>2</sup>

#### 6/ المشاركة بتكوين جمعيات والأحزاب والانضمام إليها:

<sup>1</sup> الطاهر علي موهوب، التنشئة الإجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية (القاهرة: العلم والإيمان، 2010) ص119.

<sup>2</sup> إبراهيم أبراش، المرجع السابق، ص 253.

نصت المادة 20 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان "يحق لكل شخص حرية الاشتراك في الاجتماعات والجمعيات السلمية، وقد حددت المادة 22 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية على انه من حق كل فرد الحرية في تكوين الجمعيات مع الآخرين بما في ذلك حق إنشاء النقابات والانضمام إليها من أجل حماية مصالحه.

لا يمكن أن توجد ديمقراطية دون تنظيم للمطالبة بالحقوق المدنية أو السياسية هذا التنظيم هو الأسلوب لخلق إرادة جماعية، غن تكوين الجمعيات والأحزاب يعد من أوجه النشاط الهامة في تشكيل المجتمع وتوجيهه اجتماعيا، واقتصاديا وسياسيا إنما تمثل الأداة التي من خلالها يسيطر الشعب على المؤسسات المنتخبة.<sup>1</sup>

#### 7/ المشاركة عن طريق تنظيمات المجتمع المدني:

تتمثل تنظيمات المجتمع المدني في الجمعيات النسوية والاتحادات الطلابية والجمعيات الأهلية، معيات التعاونية، فالمجتمع المدني يعتبر كفاعل عالمي حطي بالمزيد من الاهتمام الواسع في البحوث العلمية وغدا هذا الفاعل يقدم إجابة على العديد من المسائل، فهو له السلطة الحزب الواحد واحتكار السلطة، والرد على ديكتاتورية العالم الثالث وبناء التقليدي.

وبهذا تعتبر مؤسسات المجتمع المدني من بين القنوات المهمة للمشاركة السياسية حيث تعمل على بلورة الرأي العام الضغط على الحكومة، وتزيد قوتها أو مشاركتها خلال مرحلة الانتخابات لما لها من دور في التأييد على الخيارات السياسية للمواطنين.

#### 8/ المشاركة السياسية عن طريق المظاهرات والاحتجاجات:

<sup>1</sup> بليل زينب، موقع الشراكة السياسية في التنمية السياسية دراسة حالة الجزائر، 1989-2012 (مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية جامعة مولاي الطاهرا سعيدة، 2013) 3 0 38.



وتمثل سلوكيات طوعية تنمو الاهتمام السياسي، بحيث يحرك هذا الأخير بوادها ويحدد موضوعها وتوقيتها، وأدواتها والغاية المتوخاة منها، وتعدد أنماط هذا السلوك بين ما هو عمل سياسي ومشروع، وذلك وفقا لطبيعة القضية المثارة للجدل، بعد أن أغلقت في وجهه جميع أوجه المشاركة الشرعية التي تفي بغاياته، حيث تبدأ باستخدام وسائل الاتصال المتاحة كالاحتجاج عن الطعام، إلى الإضراب العام وعقد المؤتمرات، إن سمح ذلك قانونيا، وصولا إلى أساليب العنف السياسي والوسائل الغير مشروعة،<sup>1</sup> ففي الأنظمة الديمقراطية تعتبر كوسائل تبليغ وتنتمي على خزانة الحريات العامة التي تعرف بها الدولة لأفرادها أما في الدول غير الديمقراطية ما هي غلا وسائل عنف تستعمل لإثارة الفوضى والمساس بالأمن.<sup>2</sup>

### 9/ المشاركة السياسية عن طريق الأحزاب السياسية:

يعتبر التكوين الأحزاب والانضمام عليه من صميم المشاركة السياسية بل وحق من الحقوق السياسية التي يتمتع بها المواطن، فالأحزاب هي قنوات للتعبير وتشكل أدوات ووسائل التمثيل والمشاركة وهي هيئة للتمثيل الشعبي، تقوم بالتعبير عن مطالب اجتماعية محددة، فهي تعم<sup>°</sup> على توسيع النشاط السياسي والمشاركة الجماهيرية من خلال تنمية علاقاتها بالناخبين، كما تعد حلقة وصل بين الناخبين والمنتخبين، كما أن الشيء المتعارف عليه أن على الحزب الذي يريد ضمان بقاءه يجب أن يكون برنامجه السياسي معبرا عن مصالح المجتمع مما يعزز قاعدته ويضمن بقاءه فإن

<sup>1</sup> عزيزة ضميري، الفواعل السياسية ودورها في صنع السياسة العامة في الجزائر ( رسالة ماجستير في العلوم

السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر، باتنة 2008) ص 28.

<sup>2</sup> شريفة مشاطي، مرجع سابق، ص 165.

وجود الأحزاب السياسية مؤثر من مؤشرات المشاركة السياسية بشرط أن يكون عملها على أساس المنافسة السياسية السليمة مما يساهم في توعية الشعب، كما انها أداة لمراقبة أعمال الحكومة.<sup>1</sup>

وعند طرح بعض من صور المشاركة السياسية، سوف نتطرق إلى أهم صور هذه الأخيرة وهو الانتخاب، فهو وسيلة لصنع الخيارات السياسية بالإضافة إلا أنه بسمح بفرصة مشاركة المواطنين فهو أساس النظم الديمقراطية.

### المطلب الثالث: الانتخاب

الانتخاب يتمتع بأهمية بالغة تتمثل أهمها في أنه أساس للديمقراطية حيث يعطي حرية للمواطن في اختيار حكاهم أي حكم الشعب نفسه بنفسه.

#### 1- مفهوم الانتخاب:

اختلف الباحثون حول موضوع الانتخاب ومحاولة تقديم تعريفات، وكونه آلية من آليات الديمقراطية والمشاركة السياسية، لقد تعددت المفاهيم واختلفت حسب توجه كل باحث سواء كان سياسيا أو قانونيا، سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تعريف الانتخاب وأهميته وطرق الانتخاب.

#### تعريف الانتخاب لغة:

ورد في معاجم اللغة العربية إن الانتخاب هو اسم فعله انتخب، وهذا الفعل مزيد، أصله نخب فيقال نخب ينخب نخباً، فهو ناخب: بمعنى أخذ نخبة الشيء، أي أحسنه وأفضله والنخبة، ما اختاره منه، ونخبة القوم خيارهم، ونخبته أنخبه إذا نزعته، والنخب: النزع والانتخاب: الانتزاع، قال الأصمعي: يقال هم نخبة القوم يقال جاء في نخب أصحابه أي في خيارهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسيبة غارو، دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة، دراسة حالة، الجزائر 1997 2007 (رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية (جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012) ص 35.

<sup>2</sup> ابن منظور جمال محمد بن كرم الانصاري، الإتصال لسان العرب، المجلد الاول، بيروت، لبنان، دار الصادر احمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، القاهرة: عالم الكتب 2008 0 8 752.

كما يقال: انتخب ينتخب انتخاباً، فهو منتخب، والمفعول منتخب وانتخب الشيء بمعنى اختاره وانتقاه، وانتخب فلان: صوت لصالحه، اختاره بإعطائه صوته في الانتخاب والانتخاب: الاختيار والمنتخب أو الناخب من له حق التصويت في الانتخاب والمنتخب: من أعطي الصوت في الانتخاب أو من نال أكثر الأصوات في الانتخاب فكان هو المختار.<sup>1</sup>

### التعريف الإصطلاحي:

ورد في القاموس السياسي تعريف الانتخاب بأنه: هو اختيار شخص بين عدد من المرشحين ليمون نائباً يمثل الجماعة التي ينتمي إليها، وكثيراً ما يطلق على الانتخاب اسم الإقتراع<sup>2</sup> - أي الاقتراع على اسم معين - يوضح هذا التعريف بأن الانتخاب أداة تعطي الحاكم صفة الشرعية ورضى المواطنين يتأكد ويثبت ذلك بعد فوزه في الانتخابات.<sup>3</sup>

فالانتخاب السياسي يتجلى في فكرة المواطنة ويتميز عن كل الانتخابات الأخرى التي يعدم فيها عنصر السيادة الوطنية وكذا صفة عمومية، كالانتخابات المتعلقة بالجمعيات على اختلاف أهدافها والانتخابات النقابية.

ويعرف الانتخاب بأنه: قيام المواطنين المؤهلين باختيار البعض منهم، شريطة أن يكونوا ذوي كفاءة كافية لسير أجهزة سياسية وإدارية محضّة، وذلك من خلال القيام بعملية التصويت.

<sup>1</sup> حسن مصطفى البحري، الانتخاب كوسيلة لإسناد السلطة في النظام الديمقراطي (جامعة دمشق: كلية الحقوق، ط 1 2014 4 0 4).

<sup>2</sup> \* الإقتراع: يراد به تلك العملية التي تبدأ بإدلاء الناخب لصوته لاختيار من يمثله بدءاً من تقديمه بطاقته الانتخابية: وما يثبت شخصيته إلى رئيس لجنة الانتخابات مروراً بتسلمه بطاقة الاختيار وانتهاءً بإدلائه بصوته في سرية لاختيار أحد المرشحين أو العدد المطلوب منهم وإيداع هذه البطاقة صندوق الانتخاب ثم فرز الأصوات لإعلان نتيجة بما يطابق إرادة الناخبين.

الانتخاب: ويتصدر هذه الوسائل الانتخاب أو التصويت باعتباره المحور الرئيسي لمبادئ الديمقراطية.  
<sup>3</sup> مورييس ديفرجي، الأحزاب السياسية، ترجمة: علي مقلد عبد المحسن، (بيروت، دار النهار للنشر والتوزيع، ط 9: 1980) ص 386.

مهما اختلفت التعريف ذات الصلة بالانتخاب ومهما اختلف الباحثون، غير أنها تركز على مبدأ واحد أن الانتخاب شكل من أشكال المشاركة السياسية التي تمكن المواطنين من اختيار ممثليهم وكذلك تحديد مصالحهم.

#### أ/ حق شخصي:

بمعنى يحق لكل فرد في المجتمع بالانتخاب على هذا الحق تطبيق مبدأ الاقتراع العام أي المساهمة جميع لأفراد المجتمع البالغين لسن الانتخاب ويجب الإشارة أن اعتبار الانتخاب حق شخصي يمثل حرية الأفراد في ممارسة هذا الحق بمعنى لا يوجد إلزام في ممارسة حق الانتخاب وهذا المبدأ ينسجم مع السيادة الشعبية.

#### ب/ الانتخاب وظيفة اجتماعية:

وظهر هذا المبدأ بعد سيادة الأمة يدل السيادة الشعبية وذلك بعد قيام الثورة الفرنسية ويفيد هذا المبدأ إلى إن الأفراد يؤدون وظيفة اجتماعية من خلال ممارستهم لحق الانتخاب وهم لا يحصلون على هذا الحق في تأدية الوظيفة إلا من خلال القوانين والدستور.<sup>1</sup>

#### ج/ الانتخابات سلطة قانونية:

يرى العديد من الباحثين أن الانتخاب هو سلطة قانونية يؤسسها وينظم قواعدها الدستور ويوضح آليات تطبيقها لأجل ضمان مشاركة المواطنين في اختيار الحكام ذلك أن مبدأ الانتخاب العام هو مبدأ راسخ في الفكر السياسي.

<sup>1</sup> حسن مصطفى البحري، المرجع السابق، ص 28.

## 3- طرق الانتخاب:

تتميز طرق التي بموجبها يتم اختيار الناخبين لنوابهم وذلك بحسب الاستحقاق الانتخابي ونذكر هذه الطرق في النقاط التالية:

## 1/ الانتخاب المباشر والانتخاب غير مباشر:

وينقسم بدوره إلى شكلين مختلفين ويمكن توضيحهما فيما يلي:

## أ\* الانتخاب المباشر:

يقصد بالانتخاب المباشر قيام الناخبون باختيار نوابهم ممثلهم في البرلمان أو باختيار رئيس الجمهورية بدون وساطة، وبذلك يكون الانتخاب مباشر إذ يتم ذلك على درجة واحدة، وهو الأقرب لمبدأ الديمقراطية ولكن هذا النوع من الانتخاب يمكن أن يخدم شعوب دون أخرى، وهذا لنقص درجة الوعي لدى الناخبين وأنهم غير مؤهلين لاختيار مرشحين<sup>1</sup>.

## ب/ نظام الانتخاب غير مباشر:

الانتخاب غير مباشر هو انتخاب يتم على درجتين أو أكثر، حيث يقوم الناخبون باختيار مندوبين عنهم يكونون في مجموعتهم ما يسمى بـ "هيئة المندوبين أو المجمع الانتخابي" يتولون مهمة اختيار رئيس الجمهورية أو أعضاء البرلمان<sup>2</sup>، وهو يتم على مرحلتين أو أكثر حيث يتم اختيار مندوبين عنهم يتولون مهمة اختيار مرشحهم.

## 2/ الانتخاب الفردي والانتخاب بالقائمة:

هناك شكلين آخرين في الانتخاب وهما:

## 1\* الانتخاب الفردي:

<sup>1</sup> حسن مصطفى البحري، مرجع سابق، ص 52.

<sup>2</sup> سعاد الشراوي، النظم السياسية في العالم المعاصر (القاهرة: دار النهضة، 2008) 8 151 0.

يتم العمل بهذه الطريقة حينما تقسم الدولة إلى دوائر صغيرة تمثل بنائي واحد، فما على الناخبين سوى التصويت على المرشح واحد، فهذه الطريقة نسهل للناخب اقتناء المرشح الذي يراه مناسباً<sup>1</sup>. حيث يحدد لكل دائرة مقعداً واحداً، أي أن لكل منطقة الحق في انتخاب مرشح واحد لا غير.

#### الانتخاب بالقائمة:

يتم الانتخاب بالقائمة إذا اختص الناخب في كل دائرة انتخابية بانتخاب عدد معين من النواب وهذا العدد تحدده قوانين الانتخاب عادة، ولذلك فإن على الناخب أن يقدم قائمة يضمنها أسماء عدة من المرشحين الذين يفضلهم يساوي عدد المقاعد المخصصة للدائرة الانتخابية التي يتبعها. ويأخذ نظام الانتخاب بالقائمة ثلاثة أشكال وهي:

#### أ- الانتخاب بالقائمة المغلقة:

وفي هذه الحالة يختار الناخب إحدى القوائم المعروضة عليه بأكملها ولا يجوز له أن يختار من بين المرشحين الموجودين في القائمة ولا يضع ترتيباً أو التغيير أو إضافة المرشحين في القائمة فهو أمام خيار واحد وهو اختيار قائمة دون أخرى.

#### ب- الانتخاب بالقائمة المفتوحة:

وهي التي توسع من حرية الاختيار لدى الناخب، حيث تسمح له بعد اختيار قائمة ما أن يغير في ترتيب أسماء المرشحين التي تتضمنها القائمة وفقاً لوجهة نظره الشخصية إزاء المرشحين، وليس طبقاً للترتيب الذي وصفه الحزب صاحب القائمة.

#### ث- الانتخاب بالقائمة المختلطة:

<sup>1</sup> سعيد بوشعير، المرجع السابق، ص 110.

هناك تكون حرية الناخب كبيرة فهو يمزج بين الانتخاب بالقائمة المغلقة والانتخاب بالقائمة المفتوحة، إذ لا يعطي الحق للناخب في اختيار الذي يريده بكل حرية، فإمكانه الحذف والتبديل في اسم المرشح حسب رغبته وذلك بالاستعانة بباقي القوائم الانتخابية المعروضة في سبيل وضع قائمة انتخابية يفضلها الناخب للفوز وبالترتيب الذي يراه.<sup>1</sup>

### 3/ شروط الانتخاب:

للانتخاب شروط وجب الأخذ بها وهي تتمثل في:

#### 3-1/ شروط الجنسية

وهي رابطة الانتماء للدولة باعتبارها الفرد مواطناً وجزء من شعبها ومن الطبيعي أن تشترط الدولة الجنسية للتمييز بين المواطن وغيره والتمييز بين المواطنين الأصليين والمحليين، حيث ان معظم الدول تشترط ضرورة انقضاء مدة معينة للسماح للمنتخبين بممارسة الحقوق السياسية وتكون عادة 5 سنوات حتى تتحقق الدولة من ولائهم والاستقرار في جنسيتهم.

#### 3-2/ شروط السن

حيث تحدده جميع الدساتير والقوانين الانتخابية سنا معينة للمرشد السياسي، أي السن الذي يصبح للفرد فيه الحق ممارسة حقوقه السياسية ومنها حق الانتخاب.<sup>2</sup>

#### 3-3/ شروط التمتع بالحقوق المدنية والسياسية

حيث أن الدولة يسمح لها الدستور بحرمان فئة معينة من المواطنين من الانتخاب يمكن حصرها في:

<sup>1</sup> حسان نعمان شفيق العاني، الأنظمة السياسية (العراق: مطبعة جامعة بغداد، 1980) ص 50.

<sup>2</sup> بوكر إدريس، الوجيز في القانون الدستوري والمؤسسات السياسية (الجزائر: دار الفتیان الحديث، 2000) ص 159.

الأهلية العقلية: حيث يجب ان يكون الناخب متمتعاً بكامل قواه العقلية ويجب أن يثبت ذلك بحكم قضائي سابق ليوم الانتخاب.

الأشخاص المحكوم عليهم: القوانين تنص على حرمان مرتكبي الجرائم المخلة بالشرف من الانتخاب ولذلك يجب تحديد الجرائم المانعة تجنباً لتعسف الإدارة كأن يكون المخالف لسياسة الحكومة بمثابة جريمة مانعة للانتخاب.

أعضاء الجيش: هناك بعض الدول تمتع أفراد الجيش من الانتخاب مثل الجمهورية الفرنسية الثالثة يدعون إبعاد الجيش عن التدخل في الأمور السياسية واقتصار دوره في الدفاع عن الدولة، أو تحدد لهم شروط صارمة إذا سمحت لهم بالانتخاب.<sup>1</sup>

#### 4/ أهمية الانتخاب:

نظراً لارتباط الانتخاب بالديمقراطية أصبح يمثل الأداة والوسيلة الأساسية لإسناد السلطة بواسطة الإرادة الشعبية وهي كذلك أداة التي تسمح للشعب في صنع القرار السياسي وعليه تتمتع بأهمية كبيرة ويمكن إيجازها كالتالي:

- يعتبر الانتخاب أساس الديمقراطية أي سيادة لشعب حكم الشعب بنفسه، فالانتخابات تمثل أساساً للديمقراطية فهي لا تعبر حياة الديمقراطية فقط بل إنهاء الديكتاتورية والتحد من الشمولية إلى الديمقراطية وهذا ما أكده صامويل هنتغتون الاعتدال السياسي فالانتخابات الديمقراطية هي السبيل الوحيد لإرساء الشرعية لنظام والانتقال السياسي للسلطة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سعيد بوشعير، المرجع السابق، ص 105.

<sup>2</sup> صامويل هنتغتون، الموجة الثالثة التحول الديمقراطي في آخر القرن العشرين، ترجمة: عبد الوهاب علوي، (الكويت: دار الصباح، 1993) ص 284.



- وتكمن أهمية الانتخاب في حرية الاختيار حيث تعطي فرصة اختيار من يرويه مناسب لإدارة الشؤون العامة والمراقبة والمتابعة حيث تمكن المواطنين من مراقبة ومتابعة الهيئات المنتخبة والتأكد من تطبيقهم للأفكار التي عرضوها.<sup>1</sup>
- توفر المشاركة حيث تقدم الفرصة أمام أكبر نسبة من المواطنين لممارسة السلطة السياسية وتكمن هذه المشاركة في شعور الناخب بمدى تأثير صوته الانتخابي في العملية الانتخابية.
- احترام حقوق الإنسان فالمبادئ التي يقوم عليها النظام الانتخابي تعد معيار لمدى تقدم النظام السياسي وتحلفه، وكذلك احترام وكفالة الحقوق والحريات الفردية والجماعية.
- إن الشرعية والسلطة تكون حقيقية، ما إذا كان الشعب هو صاحب هذه السيادة ففي الحضارة اليونانية كان الشعب هو من يمارس لوحده، وهذا لقلّة عدده ومع زيادة عددهم أصبح ذلك غير ممكناً فبإمكانهم تفويض وتوكيل يدعون بالنواب أو الممثلين.<sup>2</sup>

### المبحث الثالث: المجتمع المحلي

إن التنمية المحلية أصبح أمر حتمي في المجتمع المحلي يؤدي إلى إحداث تغييرات هامة فيه فهي جزء من التنمية المجتمعية الشاملة. المجتمع المحلي يغير ارتباط بشري قائم على الإدارة الطبيعية التي تقوم على القرابة والصداقة، كما تؤدي هذه العلاقات وظيفتها من خلال التضامن والعادات

<sup>1</sup> رابع لعروسي، الهندسة الانتخابية الفعالة مدخل حقيقي للتطوير الانتخابي، مجلة دفاتر سياسية القانونية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2012 02 62.

<sup>2</sup> موريس ديفيرجي، المؤسسات السياسية والقانونية الدستوري، الانظمة السياسية الكبرى، ترجمة: جورج سعد، بيروت:

المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، ط 1 (1992) ص 57.

الشعبية والسنن والدين والعلاقات الأولية ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى مفهوم المجتمع المحلي ومكوناته وتنمية المجتمع المحلي.

### المطلب الأول: مفهوم المجتمع المحلي

المجتمع لغة: جاء في لسان العرب جمع الشيء عن تفرقة يجمعه جمعا وجمعه وأجمعه فاجتمع واجتمع وهي مضارعة، وكذلك تجمع واستجمع والمجموع: الذي جمع من هنا وإن لم يجعل كالشيء الواحد واستجمع السيل، اجتمع ن كل موضع وجمعت الشيء إذا جئت ههنا، وتجمع القوم: اجتمعوا أيضا من ههنا، والجماعة والجميع والمجمعة: كالجمع وقد استعملوا ذلك في غير الناس حتى قالوا جماعة الشجر وجماعة النبات<sup>1</sup>.

يمثل مفهوم المجتمع أهم المصطلحات المحورية التي حولها موضوعات وقضايا التميز المخطط، ويرجع تطور استعماله بالضرورة إلى ميدانيين العلوم الاجتماعية وهما علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، وبالرغم من أن علماء الاجتماع يدرسون أجزاء كبيرة ولطبيعة العلاقات بين أجزائه<sup>2</sup> إلا أنه يعتبر أكبر وحدة اجتماعية فالمجتمع نموذجيا هو الأكمل والوحدة الرئيسية في التحليل السوسيولوجي.

يدل مصطلح المجتمع على كل: تجمع إنساني يضم أفراد تجمعهم نفس الممارسات والتاريخ واللغة المشتركة: وتضبطهم قوانين وقواعد واضحة.

كما يشير مفهوم المجتمع إلى: مجموعة من الناس الذين يقيمون غالب على رقعة من الأرض وتربطهم علاقات دائمة نسبيا وليست من النوع العارض المؤقت، ولهم نشاط منظم وفق قواعد وأساليب وأنماط متعارف عليها وتسود بينهم روح جمعية تستعرضهم بأن كلا منهم ينتمي لهذا المجتمع.

<sup>1</sup> عبد الكريم بن عبد الرحمن الصالح، جهود المؤسسات الخيرية المانحة في التنمية المجتمعية المحلي (شهادة الماجستير) قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية 2011 ص23. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

من خلال هذا التعريف يضم المجتمع مجموعة من العناصر هي: مجموعة أفراد وموقع جغرافي، وتفاعل وقوانين وضوابط مشتركة.

ارتبط مفهوم المجتمع المحلي شأنه معظم المفاهيم السيولوجي المشتقة من الحياة اليومية بمعاني كثيرة ومتعددة، حيث نجد من المحاولات المبكرة لاستخدام المفهوم في علم الاجتماع محاولة روبرت ماكيفر B-Macirver الذي نظر المجتمع المحلي على أنه وحدة اجتماعية تجمع بين أعضائها من المصالح المشتركة وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالانتماء بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية لحياة مشتركة.

إن هذا التعريف يتضمن فكرة مجتمع المصلحة الذي يعبر عن اشتراك مجموعة من الأفراد في المصلحة ووجهات النظر كما يكشف التصور السيوسولوجي المفهوم عن تأثيره الواضح بتفكير رواد دراسة شيكاغو ممن أكدوا عامل المكان كأساس عام لقيام المجتمع المحلي.

حيث نجد روبرت بارك Park- يعرف المجتمع المحلي بقوله أن المجتمع المحلي في أوسع معاني المفهوم يشير إلى دلالات وارتباطات مكانية جغرافية<sup>1</sup>.

ويعرف معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، المجتمع المحلي بأنه مجموعة من الناس الذين يقيمون عادة على رقعة معينة من الأرض وتربطهم علاقات دائمة نسبياً وليست من النوع العارض المؤقت لهم نشاط منظم وفق قواعد وأساليب وأنماط متعارف عليها وتسود بينهم حمية تشعرهم بأن كلا منهم ينتمي لهذا المجتمع.

ويهتم علماء الاجتماع بدراسة المجتمع المحلي باعتباره نسقا للعلاقات والجماعات والنظم الاجتماعية وباعتباره يعد أحد الوحدات الأساسية للتنظيم الاجتماعي للمجتمع العام<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> تويمير بلقاسم، مرجع سابق، ص 19.

<sup>2</sup> عبد الكريم بن عبد الرحمن الصالح، مرجع سابق، ص 23.

ويعرف رونالد أرون: أن مصطلح المجتمع المحلي يتضمن بعدا سيكولوجيا وآخر جغرافي وثالث سوسيولوجي فهو من الناحية السوسيولوجية يتضمن المصالح المشتركة والخصائص المميزة للأفراد والروابط المشتركة بينهم كما هو الحال بالنسبة لمجتمع المصلحة، كما أنه من الناحية الجغرافية كثير منطقة يحشد فيها جماعات من الأفراد ومن وجهة النظر السوسيولوجية يرتبط البلدان السيكولوجي والجغرافي معا يشير مصطلح إلى المصالح المشتركة وإلى أنماط متميزة من السلوك يختص بها جماعات يعينها الأفراد نظرا لاشتراكهم في نفس المنطقة أو المكان<sup>1</sup>.

وقد ذهب مبردوك Mirdoek إلى أن مصطلح المجتمع المحلي يتضمن غالبية الجماعات التي تقيم إقامة مشتركة وترتبط بينهما علاقات المواجهة المباشرة، وبالرغم من أن ماكفير وييج R Maciver برافقات على فكرة الأساس الإقليمي للمجتمعات المحلية، إلا أنها يطبقان المصطلح على وحدات مختلفة، فهو يطلق على القرابة والمدينة والقبيلة، والأمة<sup>2</sup>.

ويهتم علماء الاجتماع بدراسة المجتمع المحلي باعتباره نسقا للعلاقات والجماعات والنظم الاجتماعية وباعتباره يعد أحد الوحدات الأساسية للتنظيم الاجتماعي للمجتمع العام.

وعلى الرغم من الاختلاف بين علماء الاجتماع حيث تعريف المجتمع المحلي، إلا أن هناك شبه اتفاق على أن هناك ثلاثة عناصر أساسية لا بد من توافرها حتى يمكن لنا الحديث عن مجتمع محلي وهي:

(أ) الناس. (ب) المكان (ج) التفاعل.

يشير مصطلح المجتمع المحلي في علم الاجتماع إلى الجماعة الثابتة نسبيا من الأشخاص من الذين يحتلون بقعة مكانية معينة. ويتفاعلون مع بعضهم من خلال مجموعة من الأدوار النظامية

<sup>1</sup> Peter songan. The impact of local communities social and lehavioral sciece 2014 P 60.

<sup>2</sup> غني ناصر حسين القرشي، مفاهيم المجتمع المحلي والمجتمع.

وغير النظامية، ويشعرون بالتوحد مع الجماعة،<sup>1</sup> وبالتالي فإن المجتمع المحلي يشير إلى تلك يكون المجتمع المحلي الوحدة الأساسية الأولى من وحدات التنظيم التي تستوعب حياة الفرد كلها ولها القدرة على إشباع حاجاته الاجتماعية والنفسية والفيزيولوجية مما يعني أن تحليل المجتمع المحلي بوصفه نسقا اجتماعيا أصغر من النسق الاجتماعي الأكبر، يشتمل بناؤه على أنساق المكانة والأدوار وميكانيزمات للتفاعل وأخرى للضبط ونسق قيمي، يعتبر مدخلا مناسباً لدراسة المجتمع.

ويمكن التعبير عن مفهوم المجتمع المحلي بأنه ارتباط بشريا قائم على الإدارة الطبيعية، تقوم العلاقات الشخصية فيه على القرابة والصداقة والجوار. كما يؤدي هذه العلاقات وظيفتها من خلال التضامن والعادات الشعبية والسنن والدين، فمفهوم المجتمع المحلي، على أن هذا الأساس من التضامن التقليدي والترابط القائم على الإدارة الطبيعية بين أفرادهِ وهو ما يميزه عن مفهوم المجتمع بما يمثله من إدارة تعاقدية لتسود علاقات أفرادهِ.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: مكونات المجتمع المحلي

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن للمجتمع المحلي عناصر وشروط يجب أن تتوفر

فيه والتي منها:

#### 1- المكان والإقليم:

أي أنه تجمع أفراد يعيشون داخل منطقة جغرافية ذات خصائص معينة فريدة ومتميزة عن غيرها تتوافق بالضرورة مع ما يطرده المجتمع، وتأثيره المكان وطبيعة الجغرافية على أشكال الانسجام بين الأفراد المجلس من جهة أو بينهم وبين البيئة المحيطة بهم من جهة أخرى.

#### 2- السكان:

<sup>1</sup> عبد الكريم بن عبد الرحمن الصالح، مرجع سابق، ص 24.

<sup>2</sup> تومير قاسم، مرجع سابق، ص 19.

إن السكان يمثلوا مكونا أساسيا لقيام المجتمع المحلي، إلا أنه لا بد من توفر شرط التوحد النفسي للسكان بالحدود الجغرافية التي يقطنون بها، مما ينتج بينهم تفاعلا بصورة مستمرة، وفي إطار أي مجتمع محلي توجد أوضاع ومسببات مختلفة لتمايز بين شأنه منها: الطبقات الاجتماعية، الوضع الاجتماعي المكانة والدور الاجتماعي<sup>1</sup>.

### 3- عنصر الاستقلال والاكتفاء الذاتي:

يعتمد المجتمع المحلي عن أفراد يتم التعاون فيما بينهم ضمن العديد من الأطر الاجتماعية الوطنية المهنية، كما ترتبط الأهداف الجماعية والنشاطات الفردية بتنوع واسع من الاحتياجات والمصالح التي يمكن للمؤسسة أو تنظيم يعينه أن يواجهها<sup>2</sup>.

### 4- عنصر الوعي الذاتي:

يقصد بالوعي الذاتي المجتمعي، المعرفة الجمعية بين الأفراد بطبيعة الخصائص المجتمعية التي تربطهم، ويمكن قياس هذا الوعي بمراقبة اتجاهات الأفراد ومدى شعورهم بالانتماء إلى مجتمعهم والإيمان بضرورة حمايته والدفاع عنه. والعمل من أجل تطويره، وفي بعض الأحيان قد تعيق هذه الاتجاهات التواصل بين المجتمعات المحلية المتجاورة.

### 5- القيم المشتركة:

<sup>1</sup> غازي سلطان فلاح القبلان، تنمية المجتمع المحلي (عمان: دار الخليج، ط11 2014)

<sup>2</sup> Matheu Horne, Society and culture, board of studus, sydney, Autralia 2013, p37.

تعتبر القيم المشتركة من أهم ما يميز المجتمع المحلي عن التجمعات الاجتماعية الأخرى وهي التي تحدد طبيعة المجتمع، وماهية الصلات التي تربط الأفراد فيه، ولا يمكن غالباً التخلي عن تلك القيم وتبديلها، وهي ثلاث أقسام:

**القيم الإنسانية:** كالمحبة والتعاطف، والتعاون.

**القيم الوطنية:** كالفخر، والانتماء.

**القيم الدينية** التي تحددها الأديان السائدة في كل المجتمع<sup>1</sup>.

#### 6- العلاقات والنظم الاجتماعية:

تتوفر في المجتمع المحلي عدد من النظم كالأسرة والمؤسسات الاقتصادية والمؤسسات التعليمية والمؤسسات الدينية، المؤسسات الإدارية حيث أن وجودها ضروري لمقومات ومكونات المجتمع.

#### 7- الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع:

إن الاشتراك في القيم والسلوكيات بالإضافة إلى عامل المكان والسكان يقوي الشعور بالولاء والانتماء للمجتمع المحلي ولذلك يعمل هذا الأخير على زرع ثقافته ونشرها بين أفرادها من خلال التنشئة الاجتماعية والثقافية التي يمارسها.

#### 8- التفاعل الاجتماعي بين جماعات المجتمع:

<sup>1</sup> أنظر في هذا المجال إلى الموقع الإلكتروني: [www.mawdo3.com](http://www.mawdo3.com)

إن التفاعل بين أفراد المجتمع من شأنه إتاحة الفرصة لظهور القادة ويسمح بتحديد الأدوار الاجتماعية للأعضاء والجماعات المكونة للمجتمع المحلي ومن خلال التفاعل الاجتماعي أن يتوصل سكان المجتمع

إلى تكوين تنظيمات ومنظمات يتحركون من خلالها لإشباع حاجاتهم وحل مشاكلهم<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: تنمية المجتمع المحلي

تتلخص التنمية المحلية في كونها تعالج المجتمعات المحلية وذلك بمراعاة خصوصيات المجتمعات المحلية والعمل على فكرة إعادة الاستخدام واحترام التقسيم الطبيعية للعمل بين مختلف الوحدات في إطار الإقليم الواحد.

### تعريف التنمية المحلية:

يعرف ماري روس **Mary Ross** تنمية المجتمع المحلي بأنها التي يتمكن من خلالها أفراد المجتمع المحلي من تحديد الحاجات والأهداف وترتيبها وفقاً لأولوياتهم وهو ما يشجع روح التعاون والتضامن في المجتمع<sup>2</sup>.

ومن الهيئات التي عرفت تنمية المجتمع هيئة التنمية الدولية للولايات المتحدة الأمريكية إلى أنها عملية للعمل الاجتماعي ينظم فيها أهل المجتمع أنفسهم للقيام بعمليات التخطيط والتنفيذ فيجددون حاجاتهم الجماعية والفردية، ويتعرفون على مشاكل حياتهم، كما يقومون بوضع الخطط الكفيلة لسد هذه الاحتياجات، وعلاج تلك المشكلات، ثم يقومون بتنفيذ هذه الخطط الكفيلة بسد هذه الاحتياجات وعلاج تلك المشكلات، ثم يقومون بتنفيذ هذه الخطط معتمدين في أغلب الأحوال على

<sup>1</sup>Mathew Horne Ibid1 Cit p38.

<sup>2</sup> لبنى كنز، مرجع سابق، ص 27.



موارد الهيئة المحلية وإذا اقتضى الأمر فإنهم يستكملون هذه موارد وخدمات من الهيئات الحكومية خارج نطاق المجتمع المحلي<sup>1</sup>.

ولقد عرفت التنمية المحلية بأنها عملية تشجيع المجتمع المحلي على اتخاذ الخطوات التي تجعل حياتهم المادية والروحية أكثر غنى، معتمدين في ذلك على أنفسهم فجوهر التنمية هو الذي يعالج المجتمع مشكلاته<sup>2</sup>.

كما أن تنمية المجتمع المحلي تستهدف تحسين الأحوال والظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهذا لا يعني أن هذا المستوى من التنمية يتجه نحو كافة مكونات البناء الاجتماعي في المجتمع، أي لا يركز على جانب دون آخر. وبهذا المدخل تكون تنمية المجتمع المحلي تنمية متكاملة، ولا يمكن النظر إلى عملية التنمية في المجتمع على أنها عملية تامة بحد ذاتها بل هي جزء من خطة قومية عامة تستهدف رفاهية المواطنين على المستويات المحلية والقومية<sup>3</sup>.

كما أنها تمثل الخطوة الأخيرة في عملية تنمية المجتمع المحلي في محاولة استفادة المشروعات من بعضها البعض، بمعنى إذا حققت أحد البرامج نجاحا فإن ذلك النجاح اقتصاديا أو اجتماعيا ينبغي أن يستعمل في برامج مجتمعية أخرى<sup>4</sup>.

## 2- مراحل تنمية المجتمع المحلي:

تتطوي مراحل المجتمع المحلي على هدف وهو حصر الموارد والإمكانات في المنطقة موضوع التنمية سواء كانت طبيعية أو بشرية أو مالية أو فنية أو تنظيمية ويمكن إيجازها في:

<sup>1</sup> عبد الكريم بن عبد الرحمن الصالح، مرجع سابق، ص24.

<sup>2</sup> رشاد أحمد عبد اللطيف، أساليب التخطيط للتنمية (الإسكندرية: المكتبة الجامعية، 2002) ص21.

<sup>3</sup> مثال عبد المعطي صالح القدسي، دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي (أطروحة لاستكمال درجة الماجستير التخطيط الحضري والإقليمي، جامعة النجاح الوطني، كلية الدراسات العليا، 2005) ص23.

<sup>4</sup> عبد الرحمان محمد الحسن، دور البيانات الوطنية في التنمية المحلية، محلية الباحث، العدد13 . 117.

1- عملية الاتصال: يعد الاتصال بأبناء المجتمع المحلي في كل خطوة من خطوات التنمية أمراً حاسماً يطرح تبادل الآراء بشأن الموارد والاحتياجات وأولوياتها وسبل تلبيتها. وذلك برؤية احتياجات الأفراد، وما سوف تقدمه برامج تنمية المجتمع المحلي المقترحة، ويتبع ذلك دعوة أبناء المجتمع المحلي إلى الإدلاء بأرائهم ومقترحاتهم بخصوص البرامج المقدمة، ومدى تجاوبهم مع البرنامج المقترح.

## 2- التنظيم الرئيسي:

يتطلب الأشغال بتنمية المجتمع المحلي وجود تنظيم رئيسي يتولى القيام بعمليات هذه التنمية وتحقيق أهدافها التخطيطية والتنسيقية والتنفيذية<sup>1</sup> وقد تكون نواة هذا التنظيم موجودة فعلاً ومتمثلة بمجلس إدارة التعاونية أو مجلس البلدية أو مجلس إدارة جمعية تنمية المجتمع.

## أ- المرحلة التخطيطية:

تستهدف المرحلة التخطيطية وضع خطة لتنمية المجتمع المحلي تخفف تطلعات أبنائه. وتوضع الخطة بكافة تفاصيلها الغنية ببرمجيتها الزمنية، وتوزع أدوارها على المنظمات والأفراد للمشاركة في تنفيذها وتشمل المرحلة بلورة قائمة متفق عليها لاحتياجات المجتمع المحلي والمشكلات والمعوقات التي تواجه تنمية وترتيب أولويات المشكلات وفقاً للإمكانيات الذاتية المحلية لمواجهةها، وترتيب الحاجات حسب أهميتها بنظر المجتمع المحلي وتحديد طبيعة المشروعات التنموية التي يمكن اقتراحها للتغلب على المشكلات وفق أولوياتها وتحديد جدوى كل مشروع يقترح أدراجه في خطة تنمية المجتمع المحلي<sup>2</sup>.

## ب- مرحلة التنفيذ:

الحبيب كشيرة الدرويش، القيادة وتنمية المجتمعات المحلية، جامعة الملك فيصل، 1434 ? 22F. <sup>1</sup>

<sup>2</sup> الحبيب كشيرة الدرويش، مرجع سابق، ص 23.

تأتي مرحلة التنفيذ بعد المرحلة التخطيطية وتهدف هذه المرحلة إلى ترجمة خطة تنمية المجتمع المحلي ومشروعاتها إلى واقع عملي من خلال قيام كل منظمة وفرد بمهامها وأدوارها حسب الخطة ووفق تتابعها الزمني، وتتناول المرحلة التنفيذية العمليات التالية:

- اختيار الأجهزة اللازمة والمناسبة لعملية التنفيذ والعمل على اشتراك القادة المجلسين وتدريبهم التدريب المناسب لأداء مسؤولياتهم في عملية التنفيذ.
- تشجيع أبناء المجتمع المحلي على المشاركة الايجابية والتعاون في التنفيذ ووضع المشروعات موضع التنفيذ وأحداث التغيير.
- العمل على تثبيت التغيير الحاصل عن طريق توعية أعضاء المجتمع المحلي وإشعارهم بأهمية التغيير وما سوف يترتب عليه من نتائج وانعكاسات في حياتهم.
- يجب أن يكون المبدأ العام الذي يحكم تنفيذ المشروعات المختلفة التعاون والتشاركية بين مختلف الأطراف المشتركة في عملية تنمية المجتمع المحلي أو ذات المصلحة في نجاح مشروعات خطة التنمية سواء كان ذلك من ناحية التمويل أو تقديم الخبرات الفنية أو تهيئة الظروف الملائمة للعمل.

#### المرحلة التقييمية بعد مرحلة التنفيذ:

وتستهدف هذه المرحلة قياس وتقدير كمية ونوعية ما ينجز من أهداف خطة تنمية المجتمع المحلي ويجري في هذه المرحلة الوقوف على بعد، ومعرفة ما إذا كان التنفيذ ليسير طبقاً للخطة المرسومة، ومدى تحقيق المشروعات لأهدافها، وماهي الصعوبات التي اعترضت عملية التنفيذ ومسبباتها والحلول المناسبة لها، ونوع التغييرات التي طرأت على الناس والمجتمع المحلي.

إن الاهتمام بالتنمية المحلية يعد من الأمور الاجتماعية القديمة والتي حرصت أغلب دول العالم على متابعتها، والتأكد من تطبيقها بشكل صحيح لذلك قامت العديد من الحكومات بإنشاء مديريات خاصة بالتنمية المحلية. تتبع لوزارات تعمل في مجال التنمية، والشؤون الاجتماعية من أجل متابعة طبيعية حياة الأفراد والوقوف عند السلبيات أو المشكلات المجتمعية والعمل على اقتراح حلول لها.<sup>1</sup>

### المبحث الرابع: الإدارة المحلية

تمثل دراسة أنظمة الإدارة المحلية مكانا هاما لدى المفكرين وكذلك بالنسبة للتقدم العلمي وزيادة العبء على الدولة وضمان أدائها لواجباتها على مستوى كافة إقليمها.

### المطلب الأول: تعريف الإدارة المحلية

<sup>1</sup> الحبيب كشيرة الدرويش، مرجع سابق، ص23.

باعتبار الإدارة المحلية نمط من أنماط التنظيم الإداري مرتبطا أساسا باللامركزية الإدارية وذلك باعتبار أنها توزيع للوظيفة الإدارية بين السلطة المركزية وهيئات منتخبة محلية تباشر اختصاصاتها تحت إشراف السلطة اللامركزية ورقابتها، فهي عملية مرتبطة بالتنظيم الإداري المحلي وذلك بسبب صعوبة قيام الحكومة المركزية بتسيير جميع الأقاليم في الدولة وتلبية لحاجيات سكانها. وعلى هذا الأساس سوف نقدم مجموعة من التعريفات، حيث أن هناك عدة اتجاهات عرفت الإدارة المحلية حسب مفهومها، وذلك لتعدد تعريفات المفكرين ومنهم:

تعريف الكاتب الفرنسي "والين" « **walin** » بأنها: "نقل سلطة إصدار قرارات إدارية إلى مجالس منتخبة بحرية من المعينين".

وعرفها الفقيه "جون شرك" « **johncherk** » بأنها: "ذلك الجزء من الدولة الذي يختص بالمسائل التي تهتم سكان منطقة معينة، بالإضافة إلى الأمور التي يرى البرلمان أنه من الملائم أن تديرها سلطات محلية منتخبة تكمل الحكومة المركزية".<sup>1</sup>

ركز هذا التعريف على أن الإدارة المحلية تعتبر أسلوب إداري يراد به توزيع الوظيفة الإدارية بين السلطة المركزية وبين الهيئات الإدارية المتخصصة الإقليمية.

كما عرفها الفقيه "أر شابييس" « **R Chapus** » بأنها: "تعني نقل بعض الصلاحيات من السلطة المركزية إلى الهيئات الإقليمية أو المرفقية والتي هي متميزة قانونا عنها ومتمتعة تحت رقابة الدولة باستقلالية في التسيير".

<sup>1</sup> فؤاد غضبان، التنمية المحلية ممارسات وفاعلون (عمان: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع ط101 2015)) ص64.

ويعرفها الكاتب البريطاني "مودي كرام" « **Modie Gram** » بأنها: "مجلس منتخب تتركز فيه الوحدة المحلية، ويكون عرضة للمسؤولية السياسية أمام الناخبين بشأن الوحدة المحلية، ويعتبر مكملاً لأجهزة الدولة."

ويعرفها "فؤاد العطار" بأنها: "توزيع الوظيفة الإدارية بين الحكومة المركزية وهيئات منتخبة أو محلية تباشر اختصاصاتها تحت إشراف الحكومة ورقابتها."<sup>1</sup>

ويعرفها "الشيخلي" بأنها: "أسلوب من أساليب التنظيم الإداري للدولة تقوم على فكرة توزيع النشاطات والواجبات بين الأجهزة المركزية والمحلية، وذلك لغرض أن تتفرغ الأولى لرسم السياسة العامة للدولة، إضافة إلى إدارة المرافق القومية في البلاد وأن تتمكن الأجهزة المحلية من تسيير مرافقها بكفاءة وتحقيق أغراضها المشروعة."

ويعرفها "محمد محمود الطعمانة" بأنها: جزء من النظام العام للدولة، منحها الحكومة المركزية شخصية معنوية، وجدت من أجل تلبية احتياجات مجتمعها المحلي ممثلة بهيئة منتخبة."<sup>2</sup>

ويعرفها الدكتور "أحمد شرف الدين" بأنها: "توزيع الوظيفة الإدارية بين الأجهزة المركزية والمحلية لما من شأنه تمكين هذه الأجهزة من إدارة مرافقها في النطاق المرسوم لها قانوناً."

كما يعرفها الأستاذ "يوسف الحسن" بأنها مجموعة من الوحدات والأجهزة التنفيذية والإدارية التي تعمل في إطار الدولة وبصورة مختلفة وبمستوى أدنى من الحكومة المركزية وينشط بموجب سلطات محلية محددة لها عن طريق التفويض أو التحديد أو نقل الاختصاصات وتمكينها من إدارة

<sup>1</sup> فؤاد العطار، مبادئ في القانون الإداري (القاهرة: دار الفكر العربي، 1955) : 176.

<sup>2</sup> محمد محمود الطعمانة، نظم الإدارة المفهوم و الفلسفة و الاهداف ، الملتقى العربي الاول نظم الإدارة المحلية في الوطن العربي، عمان 18\_20 أوت .

الشؤون والخدمات ذات الطابع المحلي وفق الدستور والقانون واللوائح التنفيذية والتي تحددها السياسة العامة<sup>1</sup>.

لقد نظر هذا التعريف إلى الإدارة المحلية على أنها نظام هيكلي محل إقليم جمع منها بين الإدارة اللامركزية الإقليمية والإدارة الرخيصة باقتطاع جزء من الوظيفة الإدارية المركزية عن طريق التصويت أو النقل لاختصاصاتها بموجب قوانين ولوائح...الخ. وهذا التعريف يرى فيه البعض بأنه يتضمن جوانب أساسية من جوانب الإدارة المحلية.

ونأخذ كتعريف إجرائي للإدارة المحلية ذلك الذي قدمه "حميد علي نجيب" في المجلة العربية للإدارة بأنها: "نظام إداري اللامركزي يقوم على أسس منح الوحدات المحلية الشخصية المعنوية وإيجاد مجالس محلية منتخبة تتولى الإشراف على أداء الخدمات وإنتاج السلع ذات الصلة المحلية وفق السياسة العامة للدولة ورقابتها".<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: أسباب ظهور الإدارة المحلية

ترجع نشأة نظام الإدارة المحلية إلى أسباب متعددة حفزت الدول المختلفة إلى أخذ بهذا النظام ثم التوسع فيه. سنذكر فيما يلي بعض هذه الأسباب:

#### 1. ازدياد وظائف الدولة:

كانت وظيفة الدولة مقتصرة فقط على الأمن والدفاع والقضاء أو ما يعرف بالدولة الحارسة، أما في الوقت الحاضر فقد اتسعت وظائف الدولة وأصبحت تتدخل تحت تأثير المبادئ الاشتراكية في ميادين كثيرة تحقيقاً للأهداف الاجتماعية والاقتصادية ولرخاء ورفاهية المواطنين، و من هنا ظهرت

<sup>1</sup> جميل أحمد الجويد، مسار تنمية الإدارة المحلية و معوقاتهما في الجمهورية اليمنية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2004) 55.

<sup>2</sup> باديس بن جدة، الاتجاهات الحديثة لتطوير الإدارة المحلية في الوطن العربي (مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصد مرباح، ورقلة، سنة 2011) 24 0 1.

فكرة هيئات محلية تتولى بعض هذه الوظائف في نطاق الوحدات الجغرافية مما يخفف من المهام التي تقوم بها الدولة. بالإضافة إلى ذلك ظهرت فكرة تقسيم العمل إذ أصبحت هناك خدمات تقوم بها الحكومة المركزية -خدمات قومية- وهناك خدمات محلية تتولاها الإدارة المحلية.<sup>1</sup> وهذا ما فرض عليها إنشاء هياكل لمساعدتها في الدول المنوط بها خاصة مع اتساع رقعة البلاد وعلى رأس هذه الهياكل تأتي الإدارة المحلية.

## 2. الأسباب السياسية:

هي تحقيق مشاركة السكان المحليين للسلطة المركزية إذ يلتزم المواطن بتحقيق الأهداف وإنجازها فلا يضطر للجوء إلى ممارسة العنف أو خلق الاضطرابات بالإضافة إلى إرساء قواعد الديمقراطية بين المواطنين لأن عملية الترشيح والانتخاب واحترام الرأي الآخر تعتبر تدريبا على ممارسة العمل السياسي واحترامه.

إبراز قيادات محلية قادرة على الإدارة الكفوة تتفوق في ممارسة أعمالها سواء في المجالس المحلية أو النيابية في الدولة.

تترسخ مفهوم الرقابة الشعبية إذ يمارس السكان في الوحدة المحلية الرقابة على المجلس المحلي للتأكد من قيام الأعضاء بأعمالهم بكفاءة وفاعلية، وتختلف صور هذه الرقابة باختلاف نظم الإدارة المحلية المطبقة في الدول. فقد يكون لسكان الوحدة المحلية الحق في قبول أو رفض بعض قرارات المجلس المحلي قبل تنفيذها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الرزاق الشخلي، الإدارة المحلية دراسة مقارنة ( عمان: دار المسير للنشر والتوزيع ° 2010 II ص21.

<sup>2</sup> أيمن عودة المعاني، الإدارة المحلية (الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع 2010) 01 20.



تجسيد الديمقراطية حيث تعتبر الإدارة المحلية التسيير الذاتي وسيلة فعالة لاشتراك المنتخبين من الشعب في ممارسة السلطة، وهي علامة من علامات الديمقراطية في نظام الحكم، فكلما استعانت السلطة المركزية بالإدارة المحلية ومجالسها المنتخبة، فإن ذلك مؤشر على الديمقراطية.<sup>1</sup>

كما أصبحت الإدارة المحلية أمر محتم كمنهج ديمقراطي تتبناه الدول، إذ أن المسؤولية الديمقراطية تطورت لدى الشعوب من ديمقراطية المؤسسات السياسية إلى ديمقراطية المؤسسات الإدارية، وممر ذلك الاعتقاد بأن الأسلوب اللامركزي هو سمة ديمقراطية الحكم.<sup>2</sup>

### 3. الأسباب الاقتصادية والتنموية:

إن اتخاذ القرارات محليا بدلا من صدورها عن الإدارة المركزية يوفر الوقت والكلفة والاتفاق ويحسن انجاز العمل وكذلك توفير التمويل المحلي يساهم في سد جزء من تكلفة المشروعات والأعمال المحلية، ويدعم الدولة ولا يتقل الخزينة المركزية.

إشراك المواطنين والهيئات المحلية في تقدير الحاجات ورسم الخطط وتنفيذها باعتبار أن الإدارة المحلية هي وسيلة المجتمع إلى التنمية ليسهم في تسارع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.<sup>3</sup>

وكذلك فالاعتماد على الإدارة المركزية لا يؤدي إلى تحقيق العدالة في توزيع الأعباء المالية بالنسبة لدافعي الضرائب، وهذا ما يؤثر على مداخل الإدارة المحلية، أما في حال تبني الإدارة المحلية بمعناها الحقيقي، فإن توزيع المال سيتم بموافقة الوحدات الإدارية إضافة إلى ما يدفعه أهالي الوحدة الإدارية من الضرائب المحلية لموافقته، وهو ما يعني تحقيق لمبدأ العدالة الاجتماعية.

<sup>1</sup> عمار عوابدي، القانون الإداري، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002) w 322.

<sup>2</sup> بوعزاوة بوجمعة، الإدارة المحلية، (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية 2005) 2 1493.

<sup>3</sup> أيمن عودة المعاني، المرجع السابق، ص 21.

4. الأسباب الاجتماعية: نذكر منها:

- ✓ مراعات رغبات واحتياجات السكان المحليين من الخدمات الصحية بما يتفق مع ظروفهم وأولوياتهم، حيث أن وجود مجلس محلي في رقة جغرافية محددة يشعر بمسؤولية اجتماعية اتجاه المواطنين، بالإضافة إلى شعور الفرد داخل المجتمعات المحلية بأهمية التأثير على صناعة وتنفيذ القرارات المحلية وارتفاع مستوى الصحة والتعليم والحد من التلوث البيئي والحصول على جميع الخدمات المحلية بسهولة.<sup>1</sup>
- ✓ تنمية القيم الاجتماعية والثقافية، وذلك باستحداث مشروعات تساهم في النهوض الثقافي والاجتماعي للمدينة، مثل استحداث المسارح والمتاحف والمكتبات ومؤسسات رعاية الشباب وغيرها.
- ✓ التخفيف من آثار العزلة التي تفرضها المدينة الحديثة على الأفراد بعد اتساع نطاق التنظيمات الحديثة، حيث يفقد الاحساس بالمجتمع في الوحدات الكبيرة التي تضم مجموعات غير متجانسة.
- ✓ حماية حياة الإنسان من كل ما يغيرها وبخاصة الآفات التي تصاحب التقدم الاقتصادي والتكنولوجي في هذا العصر.<sup>2</sup>

**المطلب الثالث: خصائص ومقومات الإدارة المحلية**

**خصائص الإدارة المحلية:** تتميز الإدارة المحلية بعدة خصائص تتمثل أساساً فيما يلي:

- 1- الانطلاق من اجتذاب الكوادر القيادية، والتأكيد على ضرورة إيجاد أسلوب موضوعي يتم بموجب اختيارها وتدرجها ومكافئتها، بالإضافة إلى ضرورة القيام بتعبئة الكوادر الإدارية والفنية وتهيئتها من أجل القيام بدورها الاستراتيجي في قيادة عملية التنمية، وذلك بالتركيز على الأعداد والتحفيز والارتفاع يحسن المسؤولية المهنية في ظل الانتماء والولاء المجتمعي.

<sup>1</sup> محمد محمود الطعمنة و سمير محمد عبد الوهاب، الحكم المحلي في الوطن العربي واتجاهات التطوير، (الأردن:

المنظمة العربية للتنمية الإدارية، سنة 2005) 5 0 43.

<sup>2</sup> أيمن عودة المعاني، مرجع سابق، ص 22.

2- القدرة على وضع إستراتيجية طويلة المدى للنشاط أو القطاع أو المجتمع الذي تقوم بإدارة نشاطه ومن ثم توفير متطلبات العمل بموجب تلك الإستراتيجية .

3- إيجاد القدرة الفنية للقيام بالتخطيط الاستراتيجي والاضطلاع بمهام التوجيه والتنفيذ والمتابعة والتقييم.

4- المساهمة في بناء قاعدة وطنية للعلم والتقنية التي تسمح بتنمية القدرة الذاتية على استيعاب المعرفة أو امتلاك المهارة اللازمة واختيار الملائم من الجهات المختصة.

5- العمل الجاد من أجل خلق الحالة الذهنية التي تسمح باستيعاب فلسفة التنمية من قبل أفراد المجتمع الذين تقع مهمات إدارته على عاتقهم أو يتأثر عملهم به أو يؤثر عليها.<sup>1</sup>

6- التأكد على أهمية إيجاد وتكثيف نظام إيجابي من أجل توجيه الجهود وفقا لمقتضيات أداء الدور التنموي المطلوب من الإدارة المحلية وانجازه بالقدر الذي يؤكد التزام الوحدة والقطاع والمجتمع بأداء الوظيفة الاجتماعية.

**مقومات الإدارة المحلية:** تعد الإدارة المحلية تنظيماً إدارياً يقوم على توزيع الوظيفة الإدارية فيما بين الحكومة المركزية وبين الهيئات المحلية المنتخبة، وتمارس اختصاصاتها تحت رقابة الحكومة المركزية وإشرافها وترتكز على ثلاث أسس:

**أ) وحدات محلية تتمتع بالشخصية المعنوية:**

تنقسم الدولة هنا إدارياً إلى عدد من الوحدات المحلية، وفقاً لظروفها الخاصة مراعية أن تكون مناسبة من حيث المساحة وعدد السكان ومدى تجانسهم، والموارد المالية والاقتصادية، وتتمتع هذه الوحدات بالشخصية المعنوية.

<sup>1</sup> لمير عبد القادر، الضرائب المحلية و دورها في تمويل الجماعات المحلية (شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وإدارة أعمال جامعة وهران ، 2014) 4 0 33.

إن اعتراف المشرع للوحدات بالشخصية المعنوية العامة يترتب عليه ما يلي:

(1) **الاستقلال المالي:** ويعني أن الوحدة المحلية لها مواردها المالية التي تستطيع تكوينها ثم اختيار الأسلوب الذي يلائم استقلالها، ومن أوجه هذا الاستقلال حقها في أن تضع ميزانية الدولة العامة ولها الحق في الاقتراض من البنوك التجارية، ويحق لها ترحيل فائض إيراداتها إن وجدت للسنة التالية من أجل تغطية احتياجاتها المستقبلية الطارئة أو تحسين الخدمات الخاصة التي تطلع بأعبائها.

(2) **الأهلية القانونية:** وتعني قدرة الوحدة المحلية على اكتساب الحقوق وتحمل الالتزامات فلها أهلية التعاقد وقبول الهبات والوصايا والقيام بالتصرفات القانونية التي لا تتعارض مع أهدافها في إدارة شؤونها المحلية.

(3) **الحق في التقاضي:** يترتب على منح الوحدة المحلية شخصية معنوية حقها في التقاضي وذلك بقيام ممثليها برفع الدعاوى باسمها بهدف استرداد حقوقها أو استبقائها ممن يرفض أداءها، وكذلك تلقي الدعاوى المرفوعة ضدها كونها مستقلة في تحمل مسؤوليتها وحدها، من منطلق أن من استقل بالتصرف استغل بحمل مسؤوليتها ونتائج لوحده بعد ممارسة هذا التصرف.

(4) **المرفق المستقل:** وهو الإطار الجغرافي الذي يحدد الوحدة الإدارية، وتمارس المجالس المحلية اختصاصها ضمن الحدود إضافة إلى أن المجالس لها مركز خاص كمقر لإدارتها ترسل منه وإليه مراسلاتها وتعقد فيه اجتماعاتها، وتتخذ فيه قراراتها.<sup>1</sup>

(5) **الممثل الشخصي الوحدة المحلية:** يتوجب لكل شخص معنوي شخص طبيعي يعبر عن إرادته ويدير شؤونه ويعتبر المجلس المحلي الشخص الطبيعي الذي يمثل الوحدة المحلية ويدير شؤونها ويترأس هذا المجلس رئيس يتحدث باسمه وينوب عنه بالتصرف حسب القانون.

<sup>1</sup>أيمن عودة المعاني، مرجع سابق، ص 47.48.

**(ب) قيام هيئات محلية منتخبة تؤمن المصالح المحلية:**

إن اعتراف المشرع بوجود مصالح محلية متميزة تختلف عن المصالح القومية يستلزم أن تتولاها هيئات محلية منتخبة تنوب عن السكان المحليين في إدارتها باعتبار هؤلاء الممثلين من أبناء المنطقة المحلية الذين يطلبون خدمات وحل مشكلاتها.

**(ج) إشراف ورقابة السلطة المركزية:**

يعتبر استقلال الهيئات المحلية وعدم تبعيتها للسلطة المركزية من الأركان الأساسية التي تقوم عليها الإدارة المحلية، ولكن الاستقلال التام امر غير قائم لأنه يسبب للدولة العديد من المشكلات كنشوء الكيانات السياسية التي تطالب بالانفصال عن الدولة، فكما لا يمكن تصور وجود المركزية المطلقة لا يمكن أيضا تصور وجود اللامركزية مطلقة، ولضمان الاستقلال والحد من عيوبه ولتحقيق متطلبات إدارة جيدة، وضعت الهيئات المحلية تحت إشراف ورقابة خاصة تدعى الرقابة الإدارية أو الوصاية الإدارية تمارسها السلطة المركزية وفق الحدود التي يرسمها القانون. تتعرض الجماعات المحلية لوسائل اتصالية متعددة بتعدد المنافسين السياسيين، ومن ثمة يجب على الأحزاب السياسية أن تحدد أهم هذه الجماعات وتتعرف على اهتماماتها ودوافعها للمشاركة السياسية، وإن نأخذها بعين الاعتبار تصميم السياسية وحملاتها الاتصالية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أيمن عودة المعاني، مرجع سابق، ص 49.

## خلاصة واستنتاجات:

يمكن القول بأن السياسيين قد قبلوا بأن التسويق نشاط يمكن للسياسيين أن يضمونه في اختيارهم وأنه مفيد في الحملات السياسية فهو يركز على إشباع احتياجات ورغبات المستهلك السياسي.

وهذا الإشباع يعد مطلباً أساسياً لنجاح الأحزاب والمرشحين في البيئة السياسية التنافسية، وذلك من خلال المشاركة السياسية للمواطنين في الحياة السياسية بصورة عامة وهذا الدور يتجلى في كل نشاط يقوم به الفرد سواء في اختيار ممثليه، أو المساهمة بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال مظاهر المشاركة السياسية في الانتخاب فهو يعد أداة لديمقراطية من خلال التداول السلمي على السلطة.

إن أي مجتمع يعيش في إطار منظومة من القواعد والعادات والتقاليد التي يسلم بها وبعدها إطاراً مرجعياً لعمليات التفاعل التي تحدث بين أفرادها. كما أن المجتمع البشري يتألف من عناصر مختلفة، ويعيشون ضمن جماعة منظمة ومتفاوتة في بقعة جغرافية معينة تتكلف بمصالحهم وشؤونهم المحلية للإدارة المحلية التي توفر لهم احتياجاتهم ومتطلباتهم.



الفصل الثاني:

رق السياسي في الجزا ر

إن الإنسان بطبعه اجتماعي يميل إلى العيش والتواجد والعمل في الجماعات هذه الأخيرة تختلف مميزات ومظاهرها في بعضها البعض وذلك باختلاف النظم السياسية فيها وذلك بتأثير الثقافة السياسية التي هي بمثابة المادة الخام التي تشكل الوعي السياسي الذي يساعدهم على بلورة اتجاهاتهم السياسية فهذه المجتمعات تتميز بقوة الشعور بالولاء الوطني وذلك توفير في مسار الانتخاب في الجزائر خاصة بما يعرف بالزبونية السياسية وسوق الترشيحات والمنافع السياسية من أجل مصالحهم وذلك في ظل التعددية الديمقراطية "السوق الانتخابي في الجزائر" فالانتخابات أصبحت سوق تتبادل فيها المناصب السياسية والمقرات.

إذ يجب التطرق إلى مفهوم السوق السياسي والزبونية السياسية وعلاقتها بالانتخابات من خلال الثقافة السياسية والتنشئة السياسية.

إن الحقل السياسي في جزائر التعددية يعطي صورة واضحة عن عمل النظام السياسي واعتماده في ممارسة للسلطة على الثقافة السياسية السائدة في المجتمع سواء كان ذلك من خلال صور تجنيد وتجديد النخب أو الأخذ بالمركزية كآلية تسيير للشأن العام، ويمكن للعارف بالشأن الجزائري أن يتتبع مجموعة من المظاهر التي تطبع تلك الثقافة حتى في ظل الأخذ الرسمي بالتعددية.



## المبحث الأول: السوق السياسي

يعد مفهوم السوق السياسي مفهوماً جديداً لتباين مكوناته، ولقصور البحوث في هذا المجال، مما خلق صعوبة بالغة في صياغة تعريف محدد للسوق السياسي، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تعريف السوق السياسي وكذلك التعرف على خصائص وسمات السوق السياسي والفواعل الأساسية في السوق السياسي.

### المطلب الأول: تعريف السوق السياسي

يعتبر السوق السياسي مفهوم حديث في العلوم السياسية وقد انتقل من الحقل الاقتصادي. السوق السياسي يلتقي فيه عارضوا عوامل الإنتاج المختلفة، وكذا المنتجون من جهة طالبي مختلف العوامل والمنتجات من جهة أخرى، والعارضون قد يكونون مؤسسات أو أفراد. ويعني السوق مجموعة الجماهير المستهلكين أفراد، منظمات، مؤسسات أو أجهزة التي بإمكانها أن تؤثر على مبيعات المنتج المعين أو على نشاطات المؤسسة. فهو يمثل مجموع المشتريين من هذه الأصناف المذكورة أو مجموعة الأشخاص القادرين والراغبين تملك منتج أو خدمة معينة بمعنى أن تتوفر الرغبة في الشراء والقدرة على الشراء.<sup>1</sup>

والسوق طبقاً للمفهوم الاقتصادي هو: "نقطة البداية الطبيعية لأي نشاط اقتصادي، وقد يعبر السوق عن المكان أو الوقت الذي يلتقي فيه البائع والمشتري، وتصنف الأسواق في تلك الحالة وفقاً لعدة أسس منها: المكان، الزمان، وتوعية المنتجات والخدمات وموضوع التبادل سلع أو خدمات أو أفكار.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نصيب رجب، دراسة سوق الجزائر (الجزائر: دار العلوم للنشر و التوزيع، 2004) 13.

<sup>2</sup> دراسة السوق، مدخل دراسة السوق. الرابط: [www.ssnpsudents.com](http://www.ssnpsudents.com)

ويعرفها "وليام سطاون" « w. Staton » على أنها: "عبارة عن أفراد عندهم حاجات تتطلب

الإشباع تقود الإنفاق والرغبة في فعل ذلك.<sup>1</sup>

كما عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق على أنه: "مجموع الشروط التي في ضوئها يتخذ

المشترون والبائعون قرارات ينتج عنها انتقال السلع والخدمات" أو أنها: "الطلب الكلي للمشتريين المحتملين لمنتج ما سلعة أو خدمة"<sup>2</sup>.

بقي مصطلح السوق السياسي يستخدم على نطاق واسع باعتباره وصف لمجموعة

من التغيرات التي جرت في الممارسة السياسية، وتتمثل إحدى صعوبات الباحثين في موضوع السياسي

في رصد درجة الاهتمام به في الواقع، بحيث لا يوجد تعريف متفق عليه لمصطلح السوق السياسي

إذ أنه يوفر نقطة انطلاق للتحليل وتسويق الأفكار والآراء التي تتعلق بالقضايا العامة

أو السياسية أو مرشحين معينين، فقد وضع السوق السياسي للتأثير في أصوات الناس في الانتخابات

حيث يتم تسويق مفاهيم المنتجات أو الخدمات ويكون ذلك بالحديث عن الاتصال السياسي الذي تحدثنا

عنه سالفًا فهو الرابط الأساسي بين السوق والاتصال والسياسة، فالسوق يساهم في تحسين الاتصال بين

السياسيين وكذلك الناخبين وصولاً إلى تعزيز استجابة أكبر في العملية السياسية.

يعرفها "كوتلر" السوق السياسية بأنها: "جميع العملاء الماليين والمرتقين الذين تتوفر لديهم الحاجة

ثم الرغبة والقدرة على التعامل مع المؤسسات السياسية.

هذا التعريف ركز على تأثير الأفراد الذين لديهم الرغبة بالتغيير والتعامل مع المؤسسات السياسية بجميع

أشكالها.

<sup>1</sup> صلاح الشتواتي، الإدارة التسويقية المفهوم والاستراتيجية (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة و النشر، 1973)

ص 55.

<sup>2</sup> علاء الرميلي، التسويق السياسي مكتبة المعارف، ص 55، من الموقع الإلكتروني: <https://Mbooks.google.com>.

في حين عرفها "راسم الجمال وخبرت العياد من خلال التركيز على الأسواق السياسية في فترات الانتخابية بأنها": الناخبون والمجموعات المختلفة في المجتمع، التي يمكنها التأثير في القرار التصويتي للناخب" أو أنها: "المواطنين أو الناخبون الذين تسعى المؤسسة أو القيادة إلى الحصول على تأييدهم".

وقسم "محمد محمد إبراهيم" السوق السياسية إلى قسمين:

الأول سوق المؤسسات السياسية وعرفها على أنها: "جميع العملاء الحاليين أو المرتقنين الذين تتوفر لديهم الحاجة ثم الرغبة والقدرة على التعامل مع تلك المؤسسات السياسية. أما القسم الثاني فهو الأسواق السياسية التي تنشأ للانتخابات، وأشار إليها بالسوق السياسية للانتخابات وهي: الأفراد الحاليين الذين يشاركون بالفعل بالعمل السياسي،<sup>1</sup> والعملاء المرتقبون الذين تتوفر لديهم الشروط القانونية لمزاولة العمل السياسي ولديهم الحاجة، للمشاركة السياسية والقدرة على تحمل نفقات المشاركة سواء كانت مادية أم معنوية والوقت الكافي للعملية الانتخابية.

كما يعرف السوق السياسي على أنه: مجموعة من العمليات والأنشطة التي تؤدي إلى نجاح المرشح في الانتخابات السياسية أو هو نظام متكامل تتفاعل فيه مجموعة من الأنشطة التي تعمل فيه بهدف تخطيط وتسعير المرشح من أجل الفوز في الانتخابات التي يطمح إليها.

وعرفها البعض بأنها: "تمثل مجموعة من المؤسسات السياسية (أحزابا أو مترشحين) تتوفر فيهم شروط معينة وترغب في بيع أو نشر أفكارها ومبادئها وبرامجها السياسية إلى الجماهير بمختلف قطاعاتهم أو إلى فئة معينة من الجمهور التي لديها استعداد لتقبل هذه الأفكار أو المبادئ أو البرامج في محاولة للتأثير عليهم لاعتناق هذه الأفكار والمبادئ والبرامج السياسية.

ويركز هذا التعريف على العناصر المكونة له كالتالي:

- توفر الساحة السياسية التي تمكن المؤسسات السياسية أن تزاول أنشطتها السياسية المختلفة.

<sup>1</sup> علاء الرميلى، مرجع سابق، ص56.

- توفر الرغبة لدى المؤسسات السياسية نشر أو بيع أفكارها ومبادئها وبرامجها السياسية إلى مختلف شرائح المجتمع أو إلى فئة معينة منه.

- سعي المؤسسات السياسية أو المرشحين في حالة الأحزاب للتأثير على الجمهور بمختلف الوسائل وحثهم واقتناعهم لاعتناق هذه الأفكار أو المبادئ أو البرامج السياسية في تأييد المرشح أو ذلك.

- وجود استعداد لدى الجمهور أو قطاع مهتم لتلقي أو لتبني هذه الأفكار والمبادئ السياسية المختلفة.<sup>1</sup>

ومن ثمة تعدد البضاعة الأساسية في السوق السياسية في الأنظمة الديمقراطية أو شبه ديمقراطية هي المزايا الخاصة في إدارة شؤون الجماعة وحياسة قسط من السلطة وما يروجه الفاعلون السياسيون ويوزعونه هي: حزم الخطب والبرنامج، الوعود والآمال والخدمات الإدارية التي يبيعها معظم الفاعلين السياسيين -أحزابا أو أفرادا - لعموم الجمهور مع أهمية التمييز بين البضاعة الرمزية (الأفكار والمبادئ والإيديولوجيات) والبضاعة العينية (خدمات ووساطات وحماية...إلخ).<sup>2</sup>

ويقول "بير بو" في السوق السياسي: إن التوزيع المتفاوت لأدوات إنتاج العالم الاجتماعي والمعبر عنه بوضوح، هو ما يجعل ممكنا وصف الحياة السياسية بمنطق العرض والطلب، الحقل السياسي هو المكان حيث تتوالد ضمن التنافس بين الفاعلين الذين يجدون أنفسهم متورطين فيه منتجات ومشاكل، برامج، تحليلات، تعليقات [مفاهيم، أحداث].<sup>3</sup>

وهناك من يرى أن هناك أربع ساحات للسوق السياسي هي:

- الساحة البرلمانية.

- الساحة الداخلية للحزب.

- وسائل الإعلام.

<sup>1</sup> علاء الرميلي، مرجع سابق، ص57.

<sup>2</sup> محمد سيلا، السياسة في الترشيح السياسي (الدار البيضاء: افريقيا الشرق، 2000) . . 29.

<sup>3</sup> بير بوريدو، التمثيل السياسي، ترجمة رشيد شقير، مجلة الفكر العربي، العدد 59، بيروت، 1990 9 0 171.

- الساحة الانتخابية.

والبعض يصنفها إلى ثلاث ساحات رئيسة في السوق هي:

- التنظيم السياسي الذي يتضمن جماعات المصالح، والحكومتين المركزية والمحلية، والأحزاب السياسية والبرلمانات الوطنية والمحلية والمؤسسات العامة.

- وسائل التكتل الإعلامية.

- ساحة الناخبين المجزأة والمستهدفة.

وبشكل عام تتكون الأسواق السياسية من الناخبين وموارد المرشحين، وتشمل التزامات المرشح السياسي في تقديم خدمة، وهو في الواقع أحد مزودي الخدمة، حيث يعرض أفكاره وقيمه للناخب باعتباره المستهلك في السوق السياسية.<sup>1</sup>

وعموما يعرف السوق السياسي على أنه الفضاء الذي يتم فيه تبادل أصوات مقابل وعود بتقديم خدمات والتدخل لدى الهيئات العمومية، حيث يظهر فيه جليا عند تطبيق التحليل الاقتصادي تحول للحقل السياسي إلى مجال تبادل المنافع والولاءات السياسية. إن مفهوم السوق يساهم في اعطاء شمل جديد للتمثيل على مستوى المؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، كما يمكن أن نعرفه على أنه سوق الترشيحات السياسية خصوصا للمناصب النيابية ولتبادل المنافع السياسية والمادية.

إن استعارة المنطق الاقتصادي للسوق الواردة أعلاه يسمح لنا برسم صورة تجريدية للقضاء السياسي كسوق للفواعل المتنافسة فيه على السياسة التي تحاول تبادل المنافع النيابية مقابل ولاءات ودعم سياسي مباشر أو غير مباشر والسمة الأساسية لهذا السوق تجعل من ممارسي السياسة

<sup>1</sup> عبد ربه عبد القادر، المرجع السابق، ص59.

وموظفي الهيئات العمومية ومنتمي الجمعيات الأهلية، عوامل انتاج المنافع المادية والمعنوية التي تنتجها الدولة.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: خصائص السوق السياسي

هناك عدة خصائص وسمات تميز السوق السياسية، وأهم هذه السمات تلك التي أوردها العالمان "بيلتر وكالين" « Bitler, Collins » في دراستهما المعنوية بـ « political Marketing, Structure and process » والتي يمكن اجمالها في:

#### (1) البعد الإيديولوجي:

يقصد بالبعد الإيديولوجي في السوق السياسية تلك "الأفكار والمعتقدات التي يؤمن بها الأفراد وتقودهم إلى تأييد مؤسسة سياسية أو حزب أو قيادة تحمل نفس أفكارهم ومعتقداتهم، ويختلف البعد الإيديولوجي في الديمقراطيات الغربية عنه في الديمقراطيات الناشئة فالأفراد في المجتمع الديمقراطي يعبرون عن معتقداتهم وأفكارهم ويصوتون لمن يرون أنه يحمل معتقدات وأفكار مماثلة" وتشير الدراسات الحديثة إلى انحصار البعد الإيديولوجي كعامل مهم في قرار الناخب خصوصا في المجتمعات العربية والعالم ثالث، وعلى الرغم من ذلك، فإن نتائج الانتخابات في كثير من الأحيان مازالت تؤكد أهمية الإنشاء الحزبي في هذا القرار.<sup>2</sup>

في حين يختلف هذا الوضع بالنسبة للديمقراطيات الناشئة، التي مازالت حديثة العهد بالانتخابات مثل " دول أوروبا الشرقية أو الديمقراطيات المقيدة السائدة في العديد من دول العالم الثالث التي تنظر إلى الانتخابات فيها على أنها مجرد ممارسة شكلية أكثر منها تعبيرا عن ممارسة ديمقراطية حقيقية ففي الديمقراطيات الشكلية عادة ما تفوق أهمية حق التصويت مسألة رضا الناخب أو عدم رضاه

<sup>1</sup> عبد ربه عبد القادر، المرجع السابق 60.

<sup>2</sup> علاء الرميلي، مرجع سابق، ص88.

عن العملية السياسية ومخرجاتها، وهنا يكون للبعد الإيديولوجي دور مهم في قرار المستهلك السياسي ويصبح على المسوق السياسي أن يتعامل مع الناخبين والجماعات الموجودة في المجتمع في ضوء الأفكار التي يحملونها والانتماءات التي يعبرون عنها.<sup>1</sup>

## (2) البعد الاجتماعي والثقافي:

تزداد أهمية البعدين الاجتماعي والثقافي في السوق السياسية، خاصة في أوقات الانتخابات حيث يؤثر في السلوك التصويتي للناخب، فالإدلاء بالصوت في الانتخابات لا يعبر فقط عن دعم أو تأييد لمرشح أو حزب في مقابل إشباع حاجات أو رغبات أو وعود، وإنما يعبر بدرجة أكبر عن قيم ورموز ومعان ذات دلالة اجتماعية وثقافية.

## (3) المستهلك المعتاد أو التصويت المضاد:

قد لا يهتم بعض الناخبين بدعم مرشحهم أو حزبهم المفضل للفوز بالانتخابات بقدر اهتمامهم بمنح حزب أو مرشح آخر من الفوز، فدافع الناخب للتصويت لمنع نتيجة معينة للانتخابات، وعادة ما يستفيد أحزاب الأقلية من هذه السمة على حساب أحزاب الأقلية، فقد أشارت دراسات عديدة إلى أن الناخب قد لا يهتم بدعم مرشح أو حزب معين للفوز بالانتخابات بقدر اهتمامه بمنع مرشح آخر من الفوز.<sup>2</sup>

## (4) الصورة الذهنية والسمعة

بعد أن كان التركيز منصبا على دراسة عوامل مثل الانتماء الحزبي، وإدراك ومتابعة القضايا السياسية، وتقويم المستهلك السياسي للقيادات الحزبية والسياسية اتجه الاهتمام في السنوات الماضية

<sup>1</sup> سامي السيد عبد العزيز، التسويق الاجتماعي و السياسي منطلقات نظرية و تطبيقات محلية وعالمية (مصر: دار

النهضة للنشر، بدون سنة النشر)) ص 256.

<sup>2</sup> سامي السيد عبد العزيز، مرجع سابق 6 2572.

إلى دراسة الصورة الذهنية للمؤسسة السياسية وقيادتها كأحد العوامل المهمة في بناء الثقة بين هذه المؤسسة والناخبين.

وثمة تأكيد على بناء الصورة الذهنية للحزب السياسي يعد أحد مرتكزات بقائه واستمراره، وهو ما يشير بدورها في توجيه الرأي العام إلى العلاقة الحتمية بين المؤسسات ووسائل الإعلام فتعامل هذه المؤسسات مع وسائل الإعلام لا ينطلق من كونها وسائل نشر فقط، وإنما كأحد أهم العناصر المؤثرة في السوق السياسي.

فتعمل وسائل الإعلام بدرجة كبيرة على تدعيم الاتجاهات القائمة لدى المتلقي أكثر من قدرتها على تغييرها. إن وسائل الإعلام سواء المطبوعة أو المسموعة أو المرئية من خلال عرضها للمواضيع السياسية قد لا تتجح دائما في دفع الأفراد إلى القيام بسلوك سياسي معين لأن الأفراد المتلقين وفي حالات كثيرة يستخدمون هذه الوسائل كوسائط للحصول على المعرفة فقط، وفي بعض الأحيان قد يمهّد التعرض لهذه الوسائل للقيام بسلوك سياسي معين.<sup>1</sup>

وترى "بولدنج" « **Bolding** » في تحليلها للواقع السياسي أن الاتصال لا يؤثر بشكل مباشر على السلوك الظاهري، لكنه يعمل على تكوين الصورة الذهنية للمتلقي عن البيئة المحيطة به، مما يؤدي إلى التأثير على الطريقة التي يتصرف بها هؤلاء الأفراد ويلاحظ من خلال هذا التحليل الذي قدمته "بولدنج" « **Bolding** » أن الصورة التي تتركها وسائل الإعلام في أذهان الجمهور هي التي تمارس تأثيرا في الحث على المشاركة السياسية أو الامتناع عنها فالتأثيرات الرئيسية لهذه الوسائل يصعب ملاحظتها مباشرة لكنها تقع على الصورة التي يشكلها الفرد في ذهنه، والتي تؤثر فيما بعد على سلوكه الظاهري.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علاء الرميلي، مرجع سابق، ص158.

<sup>2</sup> حاج يصرف، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي ( مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، جامعة وهران 2007 ) ص90.



يعد الرأي العام من أهم مكونات تكوين الصورة الذهنية لدى الجماهير ويمثل هذا الرأي في صفة المجتمع من القادة والمفكرين وعلماء السياسة وهم الذين يقودون المجتمع ولا يتأثرون بوسائل الإعلام بقدر ما يؤثر بدرجة واضحة في مضمون وسائل الإعلام بما لديهم من آراء وأفكار ومقترحات قابلة للافتتاح من جانب الجمهور.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: الفواعل في السوق السياسي

للسوق السياسي عدة فواعل لها أدوار مختلفة في العملية السياسية التي يمكن إبراز أهم هذه

العوامل في:

#### (1) العارضين:

هم منتجي المنافع "الغلل" العامة الموجهة للمقايضة بمنافع أخرى شخصية وسياسية وينتظرون مقابلها لهاته الخدمات التي يقدمونها ويتمثلون في<sup>2</sup>:

(أ) ممارسي السياسة: المصطلح عليهم عند استعارة اللغة الاقتصادية بمقاولي السياسة الذين يعملون على زيادة حظوظهم الانتخابية من خلال انتاجهم أو تقديمهم الوعود بإنتاج المنافع العامة المرغوبة أو المطلوبة والتي لم تكن موجهة للاستهلاك العمومي وإنما لجزء من الشعب (يمثله مسلي الصوت الانتخابي)<sup>3</sup>. لكن ذلك لا يعني حصر الممارسات السياسية في البعد التسويقي للعود الانتخابية فرجال السياسة أولاً بحاجة إلى معرفة العملية السياسية بالإضافة إلى الإلمام بالأدوات التي تشكل في التفاعل السياسي كالدعاية السياسية والتخطيط الاستراتيجي.. الخ<sup>4</sup> فهم أشخاص لا يقدر على تحقيق

<sup>1</sup> شاهناز طلعت، الرأي العام ( القاهرة: مكتبة الأنجلو، 1983) 102.

<sup>2</sup> ماكس فيبر رجل العلم ورجل السياسة ترجمة: ذكرى نادر (بيروت: دار الحقيقة، 1982).

<sup>3</sup> جاسم سلطان، قواعد في الممارسة السياسية 2 9 69.

<sup>4</sup> [www.4nahda.com/dooks/political.book](http://www.4nahda.com/dooks/political.book).

غاياتهم السياسية إلا إذا وصلوا إلى السلطة واستطاعوا الاستمرار فيها بنجاحهم في الحفاظ على دعم وعائهم الانتخابي.

(ب) الإدارة: مجسدة في موظفيها الممكن اعتبارهم فواعل إضافية لإنتاج المنافع خصوصا إذا علمنا أن أي قرار سياسي لن يتم بالشكل الجيد، إلا إذا استعمل من قبل الإدارة، إن اعتبار الموظفين عارضين للمنافع في السوق السياسي يؤسس على مبرراتهم فمنهم من يعمل على الحصول على ترقية مهنية والانتفاع من المركز الاجتماعي ومنهم من يبحث عن التمتع بالسلطة التي يخولها له منصبه دون إقصاء فئة وإن كانت قليلة.

### المستهلكين:

يمثلهم طالبي خدمات الفئة الأولى والباحثين عن المنافع المعروضة في السوق السياسية وفي هذا الصدد يشير "ألان والفلسبيرجر" « **alainwolfelsperger** » إلى أن النظرة التقليدية لمفهوم الدولة والديمقراطية والتي تقتصر على صورة الفرد صاحب السلوك الانتخابي كانت وراء زيادة شيوع دور السوق السياسي وهما فئتان<sup>1</sup>:

**1- المواطنون:** الذين يعبرون للسلطة العمومية (أو من سيترشح لتمثيلها) عن خياراتهم وحاجاتهم مستخدمين آليات متعددة فإذا أدرك المتمسكين بزمام السلطة هذه الإشارات فذلك سيؤدي لا محالة إلى تبادل ضمني للطرفين، تبادل بتقديم المقابل إما في شكل صوت انتخابي أو من وقته الذي يخصصه للنضال السياسي مثل المشاركة في الحملة الانتخابية للمرشح الراهب، وهذا الضرب من التبادل قد يكون جماعيا مؤسسيا من خلال عملية مقايضة المنافع والخدمات بالأصوات الانتخابية

<sup>1</sup> Ezra Sulaiman , **les hauts fonctionnaires et la politique**, France ,édition le seuil, 1978, p11.

والنضال التي تتم بين المترشحين (الأحزاب التي يمثلونها) وبين مؤسسات أخرى مثل جماعات المصالح وحتى أحزاب سياسية... إلخ.

**2- الموظفون:** هم الذين سبق وأن رأينا على أنهم يلعبون دور العارض الراهب للخدمة أو المنفعة (امتداد بشري للإدارة التي تنفذ القرار السياسي) لكنهم في نفس الوقت مستهلكين طالبين عليها فهم أفراد بأشخاصهم وذواتهم وميولاتهم وولاءاتهم لا يكتفون بتسليح أصواتهم الانتخابية بل ينتظرون المنة من السلطة أو المترشحين إليها وهنا يجب أن نفرق بين الميكانيزمات العقلانية للسوق السياسي وبين تحيز الإدارة وتزويدها للعملية الانتخابية حتى وإن كان الفرق بينها خيط رفيع الذي يحدد الديمقراطية التي تتجزم في السوق بالمنافسة الشريفة على التعبئة والاستقطاب.

**3- المؤسسات السياسية:** يلعب بعض من هذه المؤسسات دور الطالب والبعض دور العارض في هذا الصدد يمكن تفسير الائتلاف الحكومي، أما في وضع الجزائر فإن الإشارة إلى هذا النوع من المستهلكين في السوق السياسي صريح من خلال تصنيف أحزاب السلطة بأحزاب الموالاة وهي الصفة المتداولة صراحة من قبل الأحزاب المعنية وما ينطبق على الأحزاب يمكن إسقاطه على جل المؤسسات الرسمية أو غير الرسمية.<sup>1</sup>

### المنتج:

يعرف المنتج على أنه عبارة عن مجموعة عناصر مادية وغير مادية، ويملك وظائف للاستعمال والتقييم التي يرغب فيها المستهلك لإشباع رغباته وحاجياته، ومهما كان تعريف المنتج فما هو إلا انعكاس للسوق والناجاة عنه مباشرة، وذلك بهدف تلبية أو خلق حاجة.

ويعد المنتج السياسي مزيجا من بعض الخصائص الشخصية للمرشح والإطار الإيكولوجي والمنتج في السياسة يتمثل في السياسات وصورة المرشح المؤهلة للنجاح، وتطوير حملة تسويقيه الانتخابي

<sup>1</sup>Mancur Olson, *logique de l'acyion collective*, trad Mario Lévi, France, puf, 1978, p23.

والسياسي مع الإشارة إلى أن المنتج يتأثر في هذا السياق بالكثير من المصادر بما في ذلك المرشح نفسه، والتأسيس في منظماتهم أو الحزب والناخبون، فبعد تطوير الحملة هناك قنوات يمكن للمرشح الترويج لنفسه من خلالها.<sup>1</sup> فإن المنتج المستهدف يأخذ ثلاثة أشكال حيث نجد:

في البداية أفكار المرشح: حيث تتدرج فيها كلا من الخلفية الفكرية للمرشح ومرجعياته المختلفة وتصوراته للأشياء وطريقته في معالجة القضايا المجتمعة السياسية، الاقتصادية والاجتماعية.

ثم نجد انتماء المترشح: سواء تعلق الأمر بالانتماء العائلي أو السياسي.

ثم نجد المترشح نفسه: وما يتصف به من صفات سلوكية، خطابية أي كل ما يتعلق بشخصيته

الكاريزمية وقدراته الشخصية في مجالات عدة.<sup>2</sup>

### إشكاليات المنتج السياسي:

يمكن القول بوجود ثلاث إشكاليات ترتبط بالمنتج السياسي:

الأولى: تعدد مكوناته.

والثانية: درجة ولاء الناخبين التي تعد من أهم الإشكاليات الخاصة بالمنتج السياسي.

أما الثالثة: تتعلق بعنصر التغيير في المنتج وهي كالاتي:

#### 1- تعدد مكوناته:

وتتكون مكونات المنتج السياسي<sup>3</sup> وخاصة في الحملات السياسية الانتخابية، وهي: المرشح

السياسي والحزب أو الحركة التي ينسب إليها وفكره أو أيديولوجيته فاختيار مرشحي الحزب يثير عدة

قضايا منها قدراتهم الشخصية والمالية وكفاءتهم، وما يمكن أن يقدموه للحزب والمجتمع، ودرجة استقلالهم

بالخط السياسي للحزب، أما فيما يخص إشكالية التناقض كإحدى سمات المنتج السياسي فالناخب

<sup>1</sup> عبد ربه عبد القادر، مرجع سابق، ص 60.

<sup>2</sup> بن ثامر كلثوم، مرجع سابق، ص 21.

<sup>3</sup> علاء الرميلى، مرجع سابق، ص 99.

قد يدعم المرشح الوحيد للحزب الذي ينتمي إليه أو يفضله، بالرغم من عدم اقتناعه بقدرات هذا المرشح الشخصية أو ثقته به وقد يؤيد الناخب مرشحا معينا على قاعدة برنامجه اتجاه القضايا المحلية، على الرغم من عدم رعيته بفزه في الانتخابات أو في وصول الحزب الذي ينتمي إليه للسلطة فالتناقض هنا في بعض مكونات المنتج السياسي يعود إلى تباين رغبات ومطالب مكونات السوق السياسية ذاتها.

## 2- درجة الولاء:

تسعى المؤسسات السياسية لاسيما الأحزاب السياسية إلى الوصول إلى تحقيق مستوى مرتفع في ولاء الناخبين لها على المدى البعيد، ويكمن الولاء للحزب في الانتخابات الرئاسية والتشريعية على المستوى الوطني أهمية كبيرة. أما على المستوى المحلي فتتيح درجة الولاء للحزب ومنتجه السياسي ديناميكية كبيرة لمخططي حملات التسويق السياسية في إمكانية تعديل السياسات. وما يطرحه الحزب من قضايا في الحملة الانتخابية.

## 3- قابلية للتغيير:

من الخصائص المرتبطة بالمنتج السياسي أن المستهلك أو الناخب يمكنه أن يحول قراره بعد عملية الشراء بمعنى أن يتراجع في إقناعه بالمنتج السياسي المقدم وخصوصا المنتجات السياسية للأحزاب التي تتنافس من أجل الدخول في ائتلاف لتشكيل الحكومة، فعلى الرغم من أن هذه التحالفات تتشكل قبل اجراء الانتخابات إلا أن الناخب لو لم يصوت لحزب معين في هذا الائتلاف، حتى ولو فاز الحزب بالانتخابات.<sup>1</sup>

قدم " " و " كروفت" « Croft » et « Dean » نموذجا للفاعلين في السوق السياسي يقسم هذه السوق إلى أسواق داخلية، يمكن للمؤسسة السيطرة عليها وأسواق خارجية يصعب السيطرة

<sup>1</sup> علاء الرميلي، مرجع سابق، ص100.

عليها، وأسواق للمؤسسة السياسية أو الحزب سيطرة جزئية، وشرح كيفية تعامل المؤسسات السياسية خاصة الأحزاب في هذه الأسواق وهذا بحسب النموذج التالي:

### 1- السوق الداخلية:

يقصد بالسوق الداخلية للمؤسسة: الموظفون وأعضاء المؤسسة العاملين بها والذين هم أقدر على تسويق أفكارها، وفي حالة الأحزاب السياسية تمثل السوق الداخلية الكوادر التنظيمية للحزب في مستوياته المختلفة، وممثلي الحزب في المجالس التشريعية والمحلية أو البلدية أو مجالس المقاطعات وهي كالتالي:

#### (أ) التنظيم الداخلي للمؤسسة السياسية:

هو أعضاء الحزب أو العاملين بالمؤسسات السياسية أو الأعضاء التنظيميين أو الكوادر الحزبية التي تتولى مهام تنظيمية على المستويات المختلفة، ورغم أن السوق الداخلية للمؤسسة السياسية تتدرج في إطار الأسواق التي يمكن للمؤسسة المعنية بالتسويق السيطرة عليها تماما، إلا أن هذه السوق تمثل إشكالية لقياداتها في حالة الأحزاب السياسية، فالحزب السياسي لا يتبع نمطا اداريا تقليديا، ويتصف أعضائه بدرجة من الاستقلالية، ويمكن أن يحدث تعارضا بين سياسا وتوجهات الحزب السياسي وممارسات ممثليه في الأقاليم والمقاطعات الإدارية للدولة، كما أن شرعية الحزب وقيادته تتوقف بدرجة كبيرة على نمط الإدارة فيه ويكون التحدي الذي يواجه الحزب السياسي هو الحفاظ على وحدته وضمان صدور رسالة موحدة أو على الأقل غير متناقضة عنه كمؤسسة سياسية.<sup>1</sup>

#### • وسائل الإعلام:

تعتمد العلاقة بين الأحزاب السياسية ووسائل الإعلام على المصلحة المتبادلة، فإذا كانت وسائل الاتصال تفيد الأحزاب في عرض منتجها السياسي للناخبين، فإن القيادات السياسية لهذه الأحزاب وخاصة

<sup>1</sup> علاء الرميلى، مرجع سابق، ص 63.

الأحزاب الحاكمة تمثل أحد المصادر الأساسية لمادة الرأي العام فيها، ولذلك يجب أن تسعى الأحزاب السياسية لبناء علاقات إستراتيجية مع وسائل الإعلام تقوم على الثقة المتبادلة واستجابة كل طرف وفهمه للطرف الآخر.

الأحزاب السياسية تكون إطار الرأي العام في فترة الحملة الانتخابية فمهمتها تقديم البدائل المتعددة لمجموع الناخبين واحتضان اتجاهاتهم بإضافة إلى مهمة رفع المستوى الثقافي والسياسي لجماعات المصلحة عند هذه الفئة، لكن هذا يتطلب منها خططا تقدمها لوسائل الإعلام فالحزب يقوم بدور تثقيفي ووسائل الإعلام هي التي تروج أفكارها.

#### • اتحادات العمال ورجال الأعمال:

تمثل كل من اتحادات العمال ورجال الأعمال شبكة اتصال في حد ذاتها لها قنواتها وتكتيكاتها في السوق السياسي، ومن جانب آخر تعد ذات أهمية للسياسيين الذين يسعون إلى تسويق منتجهم السياسي للناخبين، ويتطلب بناء علاقات إستراتيجية مع هذه السوق إتباع إستراتيجية الحوار بين الطرفين تقوم على ضرورة وجود اتصال متوازن لخلق درجة من الثقة والتفاهم والوصول لحلول للمشكلات التي تواجههم فاتحادات العمال ورجال الأعمال لديهم آليات إدارة علاقات جيدة مع وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم وتسعى بهم هذه الوسائل في التعليق والتعقيب على الأحداث الجارية وسلوكيات الأحزاب السياسية. فالعلاقات العامة تبرمج لهم الخطب وتعلن برامجه وتعمل كحلقة وصل بينه وبين جماهير الناخبين، ويستقطب تأييدهم وتحمل إرادتهم وطموحاتهم السياسية.<sup>1</sup>

#### • الجماعات المؤثرة:

توجد في المجتمع مجموعات مؤثرة لها اهتماماتها ومصالحها مثل الجماعات ذات البعد الديني أو الإثني، وهذه الجماعات لها قياداتها التي تمثل إلى حد بعيد بعض قادة الرأي في المجتمع ويكون

<sup>1</sup> علاء الرميلى، المرجع السابق، ص63.

لهذه الجماعات تأثير كبير على الناخبين وعلى وجه الخصوص الذين يتأخرون في اتخاذ قرارهم التصويتي أو غير المهتمين بالعملية السياسية.<sup>1</sup>

وقد أشارت نتائج بحوث عديدة إلى أن تناقض رسالة الحزب ومنتجه السياسي بين المستوى المركزي والمستويات الأدنى التي تمثله في الأقاليم والمقاطعات، يقود إلى تقوية سمعته على المدى البعيد وابتعاد الناخبين عنه إلى المدى القصير فالناخبون يعاقبون الأحزاب المنقسمة.

### ب) ممثلو المؤسسة السياسية:

لعل أهم القيادات التي تعتمد عليها المؤسسات السياسية، وبصفة خاصة الأحزاب لأنها تمثل جسور مرور للمؤسسات السياسية اتجاه الرأي العام (الناخب/ المستهلك) في تسويق منتجاتها ممثوها في المجالس التشريعية أو النقابات أو غير ذلك، فهؤلاء أقدر أعضاء المؤسسة على الحديث عنها وتسويق أفكارها، فممثلو الحزب على سبيل المثال في المجالس التشريعية يسوقون سياسات الحزب ولا يتحدثون في اتجاه معاكس للاتجاه الحزبي الملتزمين به، إنها تمثل جسور مرور للمؤسسات السياسية اتجاه الرأي العام (الناخب/ المستهلك).

### 2) السوق الخارجية:

يمكن تقسيم السوق الخارجية التي تتعامل معها المؤسسة المعنية بالتسويق السياسية إلى أسواق خارجية يصعب السيطرة عليها مثل: جماعات المصالح والضغط والجماعات المؤثرة بالسوق السياسي وأسواق تكون للمؤسسة السياسية سيطرة جزئية عليها مثل: الهيئة الناخبة أو الناخبين وسائل الإعلام.

<sup>1</sup> لفصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم علوم إعلام و اتصال، جامعة منتوري (قسنطينة، 2007) ( 116).



## (أ) الناخبون:

في أوقات الانتخابات تتعامل المؤسسة السياسية مع مجموعات متنوعة من الناخبين لكل منها احتياجاتها ومطالبها، وتعد هذه السوق من الأسواق التي لا يمكن تحقيق السيطرة الكاملة عليها،<sup>1</sup> فهناك مؤسسات أخرى تنافسية تسعى للتأثير على نفس الناخبين وضمان دعمهم، وهنا يحتاج الحزب في هذا الإطار إلى تطوير استراتيجية تركز على تباين وتنوع المجموعات الناخبة وتستخدم تكتيكات الاتصال المباشر الذي يضيف والأهمية على الرسالة الاتصالية، فعندما يتعامل المرشح مع الناخبين فإنه يتعامل مع أنماط مختلفة من البشر لكل منهم نمط خاص.

<sup>1</sup> علاء الرميلي، مرجع سابق، ص 64. 65.

## المبحث الثاني: الزبونية السياسية في الجزائر

إن مجتمعاتنا العربية تشهد حياة اجتماعية سياسية واقتصادية في إطار سلسلة مترابطة من علاقات التسلط والرضوخ بين الأب والأبناء، الإخوة والأخوات الكبير والصغير، الرئيس والمرؤوس. وهكذا إلى أن تصل إلى العلاقة بين الحاكم والمحكومين<sup>1</sup> والمجتمع الجزائري من تلك المجتمعات التي لها علاقة قوية بالعصبيات التقليدية سواء تعلق الأمر بالعائلة أو القبيلة أو العشيرة، بالإضافة إلى تأثير هذه الممارسة على الانتخاب هي تأثير عموماً على الحقل السياسي وعلى الانتخابات بوجه الخصوص، وهذه الممارسة أصبحت تشكل شكل سلبي على الديمقراطية وهذا ما سوف نعرضه من خلال المبحث بتعريف لهذه الممارسة وهي الزبونية السياسية بالإضافة إلى أركان التي يقوم عليها وكيف تؤثر في المجتمع الجزائري.

## المطلب الأول: تعريف الزبونية السياسية

مصطلح الزبونية ذو أصل لاتيني مشتق من كلمة « **cluere** » والتي تعني السمع والطاعة<sup>2</sup> لغويا الزبونية في صيغة المفرد زبون والزبانية في صيغة الجمع، فالزبونية كلمة مشتقة من "الزبون" جمع "زبن" المشتري من البائع المتعامل مع التاجر، الزبون جمع زين والزبونات المشتري<sup>3</sup>. ويعرفها "جيمس سكوت" « **Jeams Scott** » على أنها علاقة مادية (أي مبنية على المصالح) من خلالها يستعمل الشخص ذو المكانة السوسيو-اقتصادية العالية تأثيره وموارده ليزيد من حمايته الشخصية أو أرباحه أو هما معا، يوظفها لصالحه على حساب الشخص ذو المكانة الدونية (الزبون) من خلال تقديم الدعم العام والمساعدة المتضمنة لتلك الخدمات الشخصية المقدمة للراعي.

<sup>1</sup> محمد زاهي بشير المغربي، بحوث في نظافة الديمقراطية و النظام العربي، ليبيا مجلة أبحاث اليرموك، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلة 10، العدد 01 الأردن 1994 é 92.

<sup>2</sup> بوشتي بوي، مفهوم الزبونية و قياسها، الحوار المتمدن، العدد 121، أبريل 2006، من الموقع: [www.ahewar.org](http://www.ahewar.org)

<sup>3</sup> أمل عبد العزيز محمود، القاموس العربي الشامل، بيروت دار الرتب الجامعية، ط 01 1 2611.

ففي روما القديمة كان الزبون هو ذلك الشخص الذي كان لديه محميا ينوب عنه في جلسة المحاكمة، وهذا المعنى مازال موجودا حتى اليوم في المحكمة، فالزبونية هي مجموعة من الأشخاص الذين كان لديهم من يتحدث نيابة عنهم أمام العموم وأمام (رب العمل) حيث كان الزبناء في علاقة تبعية لأحد الأرسقراطيين، سواء كانت هذه العلاقة مرتبطة بقوانين أخلاقية مقدسة أو سلوكية لقد كان يعرضون على الزبناء عملا مقابل الدعم السياسي من خلال توفير الحماية والوظائف وحتى أراضي للعمل.

أما في لسان العرب لابن منظور الزبونية، الصرف والدافع والمخاطرة وبيع الثمار أي بيع المخاطرة والمجازفة ويقال: اخذت زين من الطعام.<sup>1</sup>

ويشار إلى مفهوم الزبونية في اللغة العربية لكلمات أخرى لعل أهمها التي أوردها الباحث "حافظ عبد الرحيم" في بحثه الزبونية السياسية في المجتمع العربي: إضافة إلى مفردة الزبونية السياسية يستعمل أيضا كمرادف لها كلمة الاستلزام والتغريب تتكون العلاقة الزبونية من طرفين أساسيين هما: الزليم **client** والمغرب **patron**، الاستلزام مرادف لـ **clientélisme** والتغريب مرادفا لـ **patronage** الاستلزام هي نمط من العلاقات التبعية الشخصية التي تربط الزليم بالمغرب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أمل عبد العزيز محمود، مرجع سابق، ص 261.

<sup>2</sup> دريس نوري الممارسات الربيعية الزبونية السياسية واشكالية تشكل المجتمع المدني في الجزائر المعاصرة مقاربة سوسيولوجية لعلاقة الدولة و المجتمع (رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علم الاجتماع تخصص ادارة الموارد البشرية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2016) ص173.

وتشير الزبونية كفعل سياسي واجتماعي إلى تلك الروابط الشخصية المعقدة بين الرعاة الرؤساء وأتباعهم زبائهم التي تتأسس على تبادل منافع مادية، إذ يوفر الراعي الموارد المستبعدة للمعالين والمتواطئين موارد لا تكون في متناولهم ويتمكنوا من الحصول عليها في مقابل دعمهم وتعاونهم.<sup>1</sup>

وترى كل من "جون لوكا Jean leca" و"ايف شمائي yvesshmeil" العلاقة الزبونية على أنها تحالف عمودي بين أشخاص يمتلكون مكانة سلطة وموارد غير متكافئة حيث كل واحد من الطرفين يرى أنه من المفيد امتلاك كفاء في المكانة الأعلى أو في المكانة الأسفل.

إذ أن الحديث عن المكانة الأعلى والمكانة الأسفل يجعلنا مباشرة على علاقات السلطة السياسية في مستوى الأول، وثقافة مجتمع دولة في مستوى ثان، وفي مستوى ثالث العلاقات الهرارشية داخل الجهاز البيروقراطي للدولة الذي ينسج فيه الأفراد علاقات ذهاب وإياب نزول وصعود لتبادل المنافع والخدمات، حسب الظروف والاحتياجات تفترض جون لوكا Jean leca و ايف شمائي yues shmeil وجود ثلاث مكونات رئيسية للعلاقات الزبونية التبادلية للتقارب اللاتكافئي.<sup>2</sup>

من خلال التعاريف المقدمة عن الزبونية السياسية التي انتقلت من الحقل الاقتصادي إلى الحقل السياسي لكن لا ننسى مشاركة الكثير من رجال الأعمال في السياسة والعكس صحيح، فأصبح مفهوم الزبونية السياسية مرادف لمفهوم المحسوبية وهذا لطابع التبادلي في هذه العلاقة.

<sup>1</sup>Drick w. Brinkerhoff, Arthur A, oldsmith « **Good governaceclientelism and patrimonialism : New prespectives on old problems** », international public management journal,volf No2,2004,p164.

<sup>2</sup> دريس نوري، المرجع سابق، ص 174.

أما الفرنسي المختص في دراسة الدولة الإفريقية "جون فرنسوا ميدار Jean françois Medart" فإنه ينظر إلى الزبونية من تصوراته حول الدولة الباترومونالية يميز بين الزبونية كتبادل اجتماعي والزبونية كتبادل سياسي، وقد جاء اهتمامه بهذا المفهوم في سياق اهتمامه بالفساد السياسي<sup>1</sup>.

عندما ينتقل هذا السلوك الفردي القائم في المجال الاجتماعي العائلي إلى المجال السياسي من حيث الممارسات فإنه يتسرب عنه أن يصبح الفرد يقبل بمكانة في النظام السياسي القائم كله بخطى بجزء من المنافع والهبات المادية أو المعنوية، تقديم الزبونية السياسية على أنها تعبير تحول الفساد إلى منظومة حكم في الدولة الباترومونالية، أي أنها بمثابة شبكة التوزيع السياسي والاجتماعي لمختلف السلع والخدمات والمنافع التي تبادلها أطراف الفساد المتوقعة سياسيا، لأن الدولة الباترومونالية وللحفاظ على سلطتها السياسية تقوم بتوزيع قسط من مداخنها بطريقة غير قانونية على حلفاءها في العمق الاجتماعي، مقابل الولاء والمساندة في مختلف الاستحقاقات.

الزبونية بالمعنى الفيبري من خلال المنظور التقليدي حيث يتم تحديد بناء على الأدوار التقليدية للقوة، فالخدم يقدمون الطاعة انطلاقا من قناعاتهم الذاتية بسبب القيم التقليدية، يستعمل فيبر weber الزبونية: " هي تلك العلاقة التي تتدرج فيها تلك الأدوار التقليدية التي تعبر عنها بالباتريموونالية الجديدة" كنوع دخيل على اعتبار أن دور التراث التقليدي بالموازاة مع عناصر البيروقراطية العقلانية القانونية في الزبونية عنصر مركزي في تراث الدولة.<sup>2</sup>

حيث يركز فيبر على علاقة السلطة والخضوع والتبعية ونظام الولاء في العلاقات الاجتماعية فهي تقوم على التسلط وعلى تهيئة الفرد للخضوع فهذا الأخير يجعل الفرد متعودا على سلوك معين

<sup>1</sup>دريس نوري، مرجع سابق، ص 177.

<sup>2</sup>بوشتي بوي، موقع الكتروني سابق الذكر.

معنوي بطريقة آلية بعيدا عن استخدام العقل وحصر " أولفر رها Olivier roha " الزبونية معرفيا في أنماط ثلاث وهي:

- الشبكة المعاونة التي تتشكل حول رجل يتمتع بسلطة ما والتي تزول بزوال السلطة.
- العصبية التقليدية المتمثلة في العشيرة والقبيلة والقرية والأسرة الممتدة.
- العصبيات الحديثة الاجتماعية والسياسية النقابات، الأحزاب، الجمعيات الأهلية.

يقدر بعدها بأن العلاقة بين النمطين الأخيرين المتعلقين بالعصبية علاقة قوية كما تعني ذلك النوع من العلاقات القائمة بين طرفين أو أكثر موضوعه تبادل للسلع والخدمات في فضاء زمني ومكاني خاص بذلك يسمى السوق السياسي مما يعني وجود طرف أول يمثله بائع تلك السلع والخدمات وآخر يسمى المشتري لها، وتتم عملية نقل ملكية تلك السلع والخدمات بين طرفين مقابل ثمن يسمى السعر (الولاء والتبعية) يكون غالبا متفق عليه مسبقا.

فالفردي يتجه إلى التعبير عن ولائه للعائلة والقبيلة، حيث يكون مستوى الانتماء للمنظمات السياسية سواء كانت أحزاب أو نقابات أو مجتمع مدني أقل وذلك التزاما بالمفاهيم التقليدية العشائرية والقبلية.

يرى كل من كيتشيلت وويلكسون **Kitshelt. Wilkinson** أن الزبونية هي تلك العلاقة الرئيسية بالزبون كالعلاقة التي تربط السياسي بالدوائر الانتخابية، فالسياسيون هنا يعتبرون زبناء وبطريقة أخرى تقلب هذه العلاقة الاجتماعية التي تجمع بين الراعي وزبائنه،<sup>1</sup> لكن مقارنة الزبون الراعي هي وصف جيد للعلاقة التي تجمع بين الراعي والوسيط على اعتبار الراعي هو من يعطي التعليمات للوسيط وأن هذا الأخير هو من يرفع شؤون الراعي، هذه العلاقة الثلاثية يمكن أن تغطي عدد من مستويات التي نتجت عن هرم المصالح باعتبار هذا الهرم نظام الشبكات التراثية غير أنه في هذه الشبكة لا تجمع بين الزبناء علاقة لكنه من الممكن أن تجمع علاقة قرابة بين الزبون والراعي.

<sup>1</sup> بوشتى ب □ موقع الكتروني سابق الذكر.

يمكننا حصر المحاور التي تشترك في تكوين الزبانية كمعنى أنثروبولوجي وسياسي عالمي تبعا

لـ"ألكونتد Alczntud" إلى:

1- تبادل الخبرات.

2- العلاقات الأسرية والجهوية، بحيث يعوض محدد الإقليم محدد القرابة.

3- تبادل رمزي بدافع إيديولوجي.

4- الحياة السياسية المحلية.

5- العلاقة مع الدولة على المستوى القطري عن طريق الأحزاب والديمقراطية أساسا.<sup>1</sup>

ويعرف "هانتيجتون huntington" العلاقة الزبونية بأنها: علاقة تنتشر في المجتمعات التقليدية

حيث توفر أدوات لتعبئة النخبة للأشخاص الأقل مكانة (فقراء وغير متعلمين) حيث يقوم الشخص

بالتصويت مقابل منافع مادته مختلفة.

إن الزبونية أو الزبانية عبارة عن نسق يقتضي أن يعمل المترشح هو شخصا أو بواسطة وسطاء

أو حلفاء ووكلاء (أنظر للوكيل الاجتماعي) على مبادلة الخدمات الاقتصادية والصحية والإدارية بالولاء

السياسي والدعم من طرف المتعزبين أو الأتباع. وتتخلص هذه المعادلة في ولاء، خدمات تصويت

وسلطة يجب على المرشح لكي يتمكن من تجسيد هذه المعادلة أن يتمتع بنفوذ واسع في الحقل السياسي

والإداري والاقتصادي والاجتماعي والديني والطائفي إلى جانب الاستقطاب العائلي والعشائري والمنطقة

الجغرافية.

<sup>1</sup> فضيل دليو، مرجع سابق، ص 174.

## المطلب الثاني: أركان الزبونية السياسية

في البداية قلنا بأن الزبونية تعرف على أنها نمط العلاقات التبعية التي تربط الزليمن **clien** بالمعزب **patron** ومرادف لـ **clientélisme** هو استئزام و **clienéliste** هو استئزامي وذلك لأن الزلمنة في اللغة العربية الرجل الشبيه بالعبد من دون أن يكون المقطوع لزعيم، ولا يحصل إلا على القليل من الطعام، ويقال زلم الرجل أي اقتطعه لنفسه ليمتع على غيره في تقديم الخدمة وبموجب الولاء الشخصي يحكم مصلحة متبادلة ليتحول الولاء لاحتواء كامل استنادا إلى ضرورة الطاعة المطلقة بحثا عن مرتبه ووجاهة جديدة وصعود اجتماعي.

إن مفهوم الزبونية السياسية يحتوي على مجموعة من الفاعلين الأساسيين في العملية السياسية والتي تأثر في السوق السياسية، نذكرها كآلاتي:

1- **المعزب**: وهو مالك الامتيازات يشغل مكانة أعلى في السلم الإداري للجهاز البيروقراطي للدولة أي لديه منصبا سياسيا أو إداريا متقدما ويحوز على صلاحيات واسعة، وفي السياق الاجتماعي والسياسي تنتشر ظاهرة الزبونية السياسية تكون المهمة الرئيسية لولي الثقة (المعزب) وهي الوساطة الزبونية والحماية،<sup>1</sup> فأما الوساطة الزبونية فهي تلك الوظيفة التي يشغلها مسؤول ما بطريقة غير رسمية بين الإدارة المركزية والجماعات أو الأفراد الذين يعرفونه أو يمثلهم بشكل من الأشكال التمثيلية الشكلية المنتشرة في دول الجنوب، إنه يستغل سلطته وشبكة علاقاته مع السلطة ليتوسط لأفراد وجماعات لقضاء حاجاتهم بسهولة أو بألوية.

أما المهمة الثانية فهي الحماية الزبونية وتأخذ أشكالا مختلفة، بحيث يقوم المعزب بأخذ أراضي التي رهنها له مقابل ضمان قرضه، وعادة ما ينظر إلى الحماية الزبونية على أنها علاقة سلطة

<sup>1</sup> دريس نوري، المرجع السابق، ص 176.177.



غير شرعية يفرضها الأعيان المحليون، حيث يقومون بمبادلة حمايتهم بديون يمكن أن تفضي في نهاية المطاف إلى الاستيلاء على ملكيات الأراضي التابعة في حالة العجز عن الدفع.

2- **الزليم:** بمعنى استلزام أو استلزامي، فهو طالب للامتياز في مقابل سلطة تملكها مصلحة أو خدمة يقدمها له المعزب، إن الزليم يطلب الخدمة مقابل توفير شرعية للسلطة، إذ أن العلاقات الشخصية القائمة على التبعية مازالت تمارس بشكل واضح في الفعل السياسي، إن صنع القرار السياسي في البلدان تحكمها محددات اجتماعية وثقافية محكومة بعوامل الانحدار الاجتماعي والعائلي وعلاقات التبعية الشخصية مع الأطراف الفاعلة من أجل تحقيق الصعود يحدد الشرعية، وهنا تتجلى أهمية التحليل الزبائني حيث يسمح لنا بالوقوف على ظواهر سياسية وخصائص تجاهلها البعض رغم أهميتها في تحديد معالم الحقل السياسي، فخلال الممارسة السياسية تظهر عوامل الانتماء الجهوي والانحدار العائلي وأيضاً نظام القرابة في نظام الحكم والسلوك السياسي والاجتماعي<sup>1</sup>.

فهو قائم على استعداد مسبق للأفراد للولاء الشخصي وتقديم خدمات سياسية مقابل خدمات ومنافع وترقيات.

3- **التعزيب:** يميز **حافظ عبد الرحيم** بين التعزيب ذو التوجه الأبوي والتعزيب السياسي إلا أنه لا ينفي إمكانية امتداد التعزيب الأبوي إلى الحقل السياسي، حيث أن التنشئة الاجتماعية للنخب ساهمة بشكل كبير في هيمنة العلاقات الزبونية في الحقل السياسي، حيث العلاقات الشخصية تغلب على العلاقات الرسمية القانونية وحيث الجهاز البيروقراطي للدولة يمنع عدد غير محدد من الحواجز

<sup>1</sup> حافظ عبد الرحيم، الزبونية السياسية في المجتمع العربي، قراءة اجتماعية سياسية في تحضير البناء الوطني التونسي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط202 2006) 6 0 26

والمتاهات أمام الأفراد والجماعات الباحثة عن الاستفادة من امتيازات يتحدث عنها القانون بتحول من الآلاف من الباحثين عن يفسح لهم الطريق للوصول إلى هذه الامتيازات<sup>1</sup>.

لكن يبقى أساس هذه الظاهرة التبعية الشخصية التي لا تقتصر على معيار واحد تقوم عليه مثل القرابة والنسب والمنفعة المادية والرمزية، بل تتعدد معاييرها وتتوزع بين مجالات مختلفة<sup>2</sup>.

ويقترح "برنكهوف وجولد سميث Brinkehoff. Goldsmith" الزبونية عندما يحصل تفاعل بسبب السياسيين والمواطنين الناخبين، وعندما يتفاعل الإداريون داخل الإدارة وفي أحيان أخرى يتفاعل الإداريون مع السياسيين بتوظيف مصطلحات مختلفة بشكل كبير أو قليل في نفس الظاهرة يحتم علينا العمل بشكل كثيف على دراسة التقاليد والانتماءات الجهوية أي المنظور الفيبري الذي تحدثنا عنه سابقا<sup>3</sup>.

4- الاستلزام: إن تبادل الامتيازات بين شخصين أي طرفين هما المعزب والزليم تحكمهما مصالح غير متكافئة حيث يكون الأول مالكا، والثاني طالبا لها في مقابل سلعة تمثلها المصلحة المرجوة من الأول توفيرها للثاني، ولعل أهم ما يميز عملية التبادل هذه لا عقلانيتها، تستند على المعايير الشخصية العاطفية لإجرائها مما يحولها إلى علاقة تبعية ذات نية أفقية بالنظر إلى المنفعة المتبادلة ولا يرتكز الاستلزام للعلاقة على العامل الشعوري كعامل محرك في إقامة العلاقات التبعية بل يرتكز أساسا على العامل الذاتي أي المنفعة المتبادلة والمحقة بين الطرفين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>دريس نوري، المرجع السابق، ص 177

<sup>2</sup> illes paquet et Jean pierre wallot. Patronage et pouvoir dans le bas. Canada. 1794-1812. Un essai d'économie historique Montreal, les presses de l'université du uebec. 1973,p21.

<sup>3</sup>بوشتي بوي، مرجع سابق.

<sup>4</sup>محمد خداوي، القبيلة الأحزاب و الانتخابات في ظل التعددية في الجزائر (شهادة دكتوراه ، كلية العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية، قسم التاريخ و علم الآثار جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2014) ص 600.

إن العلاقة التي تجمع ما بين الراعي والزبون دائما ما تكون علاقة غير متكافئة ناتجة عن علاقة رأسية أو هرمية، فنظرية الزبون الراعي تصر على عدم التكافؤ في المعلومة من أجل تغيير المشكلات في هذه العلاقة بحيث الراعي ليس وكيلا للزبون والزبون ليس العميل الرئيسي للراعي لم تسجل العلاقة على أنها فقط التوزيع الغير عادل للمعلومة إنما التوزيع الغير المتكافئ للموارد، للسلطة، للسلع، للمكانة... الخ. الراعي يتحكم في الموارد المادية وغير مادية عكس الزبون.

فقد أكد كل من " ميديا وستوكس Media. Stokes " في حالة الاحتكار قد توجد في المناطق الريفية لكن مناقصة لحالة الاحتكار الموجودة في المجال الحضري التي تتمثل في احتكار القلة لأجزاء متعددة، بحيث نجد فيها الرعاة يحتقرون السلطة والتحكم غير أنه في بعض الأحيان ينافسون لصالح الزبائن<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: الزبونية السياسية في السوق السياسي في الجزائر

إن المشكلة الأساسية للشخص في بلدان العالم الثالث ليست في أنه مستقلا ولكن في كونه أيضا مهدادا، ولو ضمنا، من طرف المضاربين السياسيين والحكام فالبحث عن منصب إدارة في السلم السلطوي يقابله انشغال للحصول على الثروات من طرف الفاعل السياسي ونقصد به المسؤول بصفة عامة، في مقابل أن يمنح زبائنه ( العائلة والأصدقاء) بعض الامتيازات.

اتخذت الزبونية السياسية قبل استقلال الجزائر أشكالا مختلفة عن تلك التي عرفتها الجزائر المستقلة، حيث كانت استراتيجيات السلطة الزبونية تمثلت في منع تطور كل أشكال التضامن الأفقي حتى وإن كان ذلك بتفتيت القوة الاجتماعية على غرار الفئات العمالية، مقابل تبادل بعض المزايا والمصالح وتوزيع الموارد التي يمكن الاستغناء عنها متى استدعى الأمر ذلك.

<sup>1</sup> بوشتي بوي، موقع الكتروني سابق الذكر.

الزبونية كظاهرة لم تكن وليدة سنوات الخمسينيات بل كل تحتل داخل العمق الاجتماعي قبل ذلك بكثير تميزت العلاقة بين السلطات الاستعمارية والسكان المحليين في الأرياف والقرى بأهمية العلاقة الزبونية التي تتجسد في الوسيط الزبوني (القايد) والأعيان، كان الأعيان شيوخ الزوايا وبعض القبائل والقيادة بمثابة وسطاء زبونيين ساهموا إلى حد كبير في الحفاظ على خضوع الجزائريين سنوات طويلة من خلال سياسة العصى والجزرة يتوسط الوسيط الزبوني للسكان أمام الإدارة لقضاء حاجياتهم ومصالحهم على منصب عمل للحصول على عفو قضائي.

أما بعد الاستقلال لم يكن حزب جبهة التحرير الوطني تنظيما سياسيا متجانسا ايدولوجيا بل كان عبارة عن اتحاد مجموعات سياسية وايدولوجية تحت غطاء مطلب تحقيق الاستقلال، وكذلك لتعطيل العمل بالمؤسسات والقوانين أو في أحسن الأحوال تحييدا واقرائها من جوهرها وصلحياتها<sup>1</sup>. لذلك لا غرابة أن يشترى الاستلزام أو التعزيب المجسدين في الفعل السياسي في الجزائر، اللذان ليسا ولا يمكن أن يكون بمعزل عن مجتمع تخترقه في أسسه الأولية (العائلة، العرش الدوائر القبلية أو الجهة).

فمنصب الوزير على سبيل المثال يحول إلى منية يتفضل بها الرئيس على من ولاة شخصيا يجعل المتولي مدينا له بهذا الفضل طوال حياته المهنية فهو لا يشعر بالأمان على منصبه وليس له ضمانات في الحفاظ عليه سوى إقامة تلك العلاقة والاعتراف بفضل الرئيس، إذ أنه لا يشعر بأنه مرتبط به بعلاقة مهنية وظيفية أي علاقة قانونية وعقلانية، بل يشعر بأنه مرتبط به بعلاقة شخصية تقضي بتبادل المحاباة والحضور مقابل الولاء بين الطرفين من حيث هي علاقة غير متكافئة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> دريس نوري، مرجع سابق، ص 185.

<sup>2</sup> بريتان بادي، الدولتان السلطة والمجتمع في الغرب وبلاد الإسلام، ترجمة لطيف فرح، (القاهرة: باريس دار الفكر، 1992: ص125).

وهذا من خلال اتخاذ مجموعة من القرارات الخاصة بتعديل سلوكيات وسياسات المرشح السياسي في ضوء تحليل استجابات المؤيدين المحتملين له، التي تستطيع أن تبني علاقات طويلة المدى بين المرشحين والناخبين من خلال الولاء المباشر ومن حيث المنطلقات العملية واستراتيجيات العمل، يمكن الزبونية أن تكون مفروضة عليهم من طرف الجماعة المعينة بالعملية السياسية<sup>1</sup>.

خاضت الجزائر تجربة التحديث والتعددية السياسية وانتهاج الديمقراطية كانت له ثغرات لا تعود إلى دواع سياسية أو إيديولوجية أو قانونية، وإنما تعود إلى مستوى أعمق يمثل البناء الاجتماعي من حيث هو هيكل عام يتبع ويعيد إنتاج الظاهرة السياسية في بعدها الكلي.

هنا الأفراد مجبورين لإبداء الطاعة والولاء للحكام لأنهم يشتغلون عندهم ويتحكمون في مصيرهم. إن العملية الانتخابية في الجزائر أخذت بالديمقراطية الصورية تتمحور في ثقافة السوق وهذا يحكم البناء القبلي الاجتماعي حيث تتحول إلى صفة تتم بين الوكلاء والتكوينات الاجتماعية خاصة على مستوى المجتمع المحلي، حيث تتحول المصلحة العامة إلى مجرد خطاب ترويجي يستخدم قنوات الأجهزة الانتخابية ويكون فيه الفاعلين الأساسيين المرشحين، الوسطاء، والسماسة والهيئات الرسمية والغير رسمية<sup>2</sup>.

وفي هذه الحالة تظهر المحسوبية في أوضح تجلياتها إذ تستعمل منذ البداية ذلك المرشح للمنصب خيوطه، علاقاته، وشيكاته، ولا يتردد من أجل فرض ترشحه وانتخابه من توظيفها وهكذا فهو بالنسبة إلى جهاز الحزب الذي يمثله عبارة عن وعد يقيم جماعة قبلية أو اقليمية، بينما هو بالنسبة لهذه الجماعة عبارة عن التزام بتحقيق الأغلفة المالية الضخمة المخصصة لهذه المشاريع

<sup>1</sup> محمد حشماوي، التمثيل السياسي في الجزائر بين علاقة الزبونية 1997-2002 مجلة النقد، العدد 20 1 6 19.

<sup>2</sup> حافظ عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 229.

مثل أكبر الامتيازات التي تسابق للحصول على نصيب منها المقاولون والذي تحول جزء منهم إلى حقل التمثيل السياسي<sup>1</sup>.

والمنتبع للشأن السياسي الجزائري يلاحظ ذلك التحول ليس في الطبيعة ولكن في الدرجة والمستوى لمنندى رؤساء المؤسسات FCE إلى درجة يمكننا القول بتحوله إلى فاعل في السوق السياسية الجزائرية غير رسمي.

وبغض النظر عن ما يعمل الخطاب الرسمي للنظام أو الأحزاب السياسية لازالت المؤسسة العسكرية تلعب دور الفاعل الأساسي في توزيع الأدوار في هذا السوق والتي تستثمر إرثها الماضي كونها تعتبر نفسها سائلة جيش التحرير والمحافظة على الأمن، إن هذا التوزيع الاستثماري يؤكد أن الرأسمال السياسي أدرك درجة من التجميع قصوى تدل على أن نظام العلاقات المحقق للامتيازات وخطوط الصعود التي تقوم بين محترفي السياسة وأعيان المال والجاه والوجاهة من ذوي السند المحلي عروشي أو جهوي هي مساندة سياسية قبل أن تكون اجتماعية، فتفاعل العلاقات بين هؤلاء المستثمرين حول السوق السياسي الجزائري إلى لعبة غامضة القواعد حيث يقدم محترفو السياسة مصلحتهم الخاصة على مصلحة الآخرين في ظل نموذج استلزامي يعمل التمثيل السياسي فيه على تأمين مصلحة المحترف في الحقل السياسي بالشكل الذي يتوافق مع موقع يحدد لموكليه في الحقل الاجتماعي والاقتصادي<sup>2</sup>.

حيث يتميز بعد وضوح مركز السلطة الفعلي أحيانا يوجد سلطتين في الجزائر سلطة ظاهرة وسلطة خفية، فأما الظاهرة تلك السلطة التي يشغل المناصب فيها رجال مدنيون في الوزارات والولاية بل حتى رئيس الجمهورية، يتم اختيارهم أو على الأقل تركيبتهم من قبل السلطة التي تتحكم في كل القرارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إذ أن السلطة الفعلية هي الجيش، ويمكن تغيير هذا

<sup>1</sup> محمد خداوي، مرجع سابق، ص 603.

<sup>2</sup> Purte Bourdieu. **Raisons Pratiques :sur la théorie de l'action**, Paris le seuil, 1994 p28.

الغموض وهذه الثنائية والتعددية يسعى العسكر إلى المحافظة على هيمنتهم ورقابتهم اللصيقة على أنماط توزيع الريع بطبيعة قانونية وغير قانونية.<sup>1</sup>

ويجد السوق السياسي في الجزائر في الانتخابات أجل تعابيره، إذ أن اللعبة الانتخابية تعني في هذه الحالة الصفقة التي تتم في السوق السياسي بين الوكلاء والتكوينات الاجتماعية والأجهزة الادارية الانتخابية والأحزاب والمرشحين والوسطاء والسماسة والجمعيات الأهلية والهيئات الشكلية والغير شكلية للسلطة خصوصا على المستوى المحلي حول العرض الانتخابي، إن الشفقة التي تتم بين أطراف اللعبة السياسية في التزكية لمناصب التمثيل وتسيير الشأن العام مع ما يكونها من علاقات زبونية في حقيقة الأمر مقاوله لها سوقها.

إن منطلق الصفقة السياسية يقدم لنا آلية تفسير لهذا الوضع من منطلق علاقات التبعية التي تنظم في إطارها الزبائنية في الجزائر، إذ يسجل السوق السياسي أثناء الاستحقاقات الانتخابية عدد هام من الصفقات لتبادل الموارد والخدمات، تحتوي كل صفقة على سلسلة من صفقات الأصغر تبدأ بصفقة الحزب مع المترشح تأخذ شكل وساطة سياسية من خلال تسليح الترشيح على القائمة، تليها صفقة المترشح مع محيطه حيث تلعب الرأسمال الاجتماعي والرأسمال المادي والرمزي دور قاعدة البيان من منطلق تسليح الصوت الانتخابي.

تنتظر كثير من المميزات والخصائص التي تلعب الدور الهام في العملية الزبونية وبالتالي القبلي والعائلي خاصة المجتمعات المحلية، كما توظف الانتخابات الإقليمية، فالزعامات التقليدية لا تتعدى في كثير من الأحيان هاذين الانتماءين، كما تتعلق الزبونية بحقل آخر وهو الحقل المالي والاقتصادي حيث أصبحت الزعامة العائلية والانتماء القبلي تبحث عن التحالف مع التجار والمقاولين، وذوي الثروات الفلاحية الواسعة مما أعطى فرصة لظهور الرشوة السياسية، والضغط الاقتصادي الممارس على الناخبين

<sup>1</sup> دريس نوري، المرجع السابق، ص 186.

وكذا مظهر شراء الأصوات من خلال تأمين خدمات شخصية عينية للناخب أو من خلال نظام ما يسمى بالمفاتيح الانتخابية الذين يلتزمون بتأمين عدد من الأصوات مقابل مبلغ من المال.<sup>1</sup>

كما أن الإطار العام لممارسة كلا العمليتين التسويق السياسي أو الانتخابي هو السوق السياسي الذي يتكون من:

مجموعة من الناخبين، الأحزاب، المرشحين، حركية القرارات والتمويل، المنافسة وهي الركيزة مواقع ممارسة الحكم جماعات الضغط.

يسبق البدء في عملية التسويق الانتخابي مرحلة على درجة من الأهمية وهي مرحلة اتخاذ القرار الترشيح أصلا الذي يفترض أن يتخذ عقلانيا بعد جمع البيانات غير رسمية تتناول موقع المرشح من مجتمعه المحلي وحزبه أو جماعته وإمكانياته للمنافسة<sup>2</sup>، ومعرفة كيفية تحقيق التواصل السياسي بأدق السبل وأكثرها تأثيرا واستمرارية بحيث يتحقق التالي:

- الاقتناع السياسي.
- توضيح الأهداف والغايات السياسية.
- الاستخدام الفعال والإعلان السياسي.

ويبرز هنا دور العلاقات العامة حيث تقدم بنقل مختلف المعلومات والأخبار للجمهور عن الاتصال بهم باستخدام وسائل مختلفة وفي المقابل تعمل على نقل متطلبات واحتياجات الجمهور بصورة صادقة وتبرز دورها في المجال السياسي من خلال العمل على تنمية الشعور الوطني للجماهير

<sup>1</sup> منصور مرقوقة، المجتمع المدني و الثقافة المحلية في الجزائر، بين الواقع و النظرية univ-ourgla. dz .

<sup>2</sup> رشا القصبى، مرجع سابق، ص 107.



ومحاربة الإشاعات والدعاية المغرضة، وكذا نقد الأخطاء والسلبيات وتقديم نصائح للمسؤولين وكذلك تعبئة الجماهير وتهيئتها للتغيير.<sup>1</sup>

ومن الضروري أن توجد وظيفة أساسية للعلاقات العامة في السوق السياسي للحزب أو المرشح السياسي وهو الاتصال الفعال مع المجتمع ومنظماته وهيئاته وخلق الصورة الذهنية الممتازة والانطباع الايجابي لدى الأفراد والمنظمات في المجتمع لتعبئة الجماهير للتغيرات من أجل كسب ثقة الجمهور وخلق التفاهم المتبادل.

وقد اهتمت الدراسات السياسية والاعلامية بصورة القيادات السياسية في بعض الشعوب وتأثيرها على صورة الشعب الذي تنتمي إليه من ناحية، وتأثيرها على السلوك الجماهيري إزاء هذه القيادات داخل شعوبها من ناحية ثانية.<sup>2</sup>

من الآثار المباشرة التي خلفتها العشرية السوداء بعث ذلك التوجه الإحيائي للإسلام التقليدي<sup>3</sup> وفضائله حيث استثمر رأسمال الرمزي الذي مثله الماضي الحافل ببطولات المجاهدين وشرعيتهم التاريخية، واستثمر رأسمال الرمزي الديني من خلال توظيف الانتماء إلى الزوايا التي تمت هيكلتها في الجزائر بإنشاء الجمعية الوطنية للزوايا وأعيد إحياء نشاطها.

ارتبط السوق السياسي في الجزائر بمسار الخصومة والانفتاح الذي بدأت الجزائر في انتهاجه تحت ضغط جملة من الظروف الداخلية يشكل شح الموارد الحالية للدولة والخارجية تمثلها المديونية الخارجية الثقيلة على عاتقها والتي فرضت اتفاق مع المؤسسات "بوتن وودز" في تبلور السوق السياسي

<sup>1</sup> عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن و ابداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة (بيروت: دار التسيير، ط101 2001 01 37).

<sup>2</sup> السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة (القاهرة: ايتراك النشر و التوزيع، ط2001 02) ص 79.

<sup>3</sup> محمد خداوي، مرجع سابق، ص 602.

فالتوجه نحو نزع الدولة الاقتصادية لصالح القطاع الخاص رفع من درجة الاستلزام بعد عجز النموذج الدولي في التحكم في مسار الالتزام التحديثي، وفي المقابل إرساء خصوصية على وجهها الأكمل بما يحقق الجدوى الاقتصادية، وبالتالي الاستقرار السياسي ويدل من ذلك حول الحقل السياسي إلى سوق يتم فيه توظيف الرأسمال من قبل الفاعلين السياسيين سواء الرسميين منهم وغير الرسميين واستثمارهم رأسمالهم المعرفي والعلمي و ثم تكوينهم عبر شبكات أصبحت تشكل قنوات تنشأ خلال عمليات تنفيذ المهام اليومية الادارية والرقابية والاقتصادية والأمنية التي أرسيت ممارسة بيروقراطية ونشرتها مع اقترانها بالشخصية، وتحولت الطبقة البيروقراطية الادارية والفنية إلى واهب للامتيازات ومعزب وفي نفس الوقت زليم الدولة السلطة التي تحصل على امتيازات منها، وزادت العشرية الأولى من الألفية الثانية من تعميق هذا النوع من العلاقات بعد أن زادت مداخيل الدولة جراء الارتفاع الكبير لأسعار النفط في الأسواق العالمية فقد سمح ذلك بإطلاق مشاريع كبيرة في قطاع البناء والأشغال العمومية (برامج المليون سكن والطريق شرق-غرب وغيرها من المشاريع) وبرامج الدعم الفلاحي FND وبرامج تشغيل الشباب ANSEJ- CNAS والتي وبغض النظر عن النوايا الحسنة لصانعي قرارها، إلا أن من بين الانتقادات التي وجهت إلى استعمال الربيع البترولي كان محاولته بهذه البرامج شراء السلم الاجتماعي مع العلم أن بعض المصالح لأفرادها، بل وبالوصول على مراكز في أجهزة الدولة وكل ذلك يتم على أساس شبكة الولاء والنقود والتضامن وإعادة تشكيل للعصب.<sup>1</sup>

لذلك يبدو الحقل السياسي في الجزائر على شكل إقطاعيات ومراكز للنقود موزعة بين الأقارب والحاشية والزبائن، تستعملهم النخبة الحاكمة في إستراتيجية عامة هدفها المحافظة على السلطة والامتيازات المرتبطة بممارستها.

<sup>1</sup> محمد خداوي، مرجع سابق، ص 603.

وهذه الولاءات العشائرية التي تتمثل في البنى الاجتماعية التي تفصل في العلاقة بين الزبونية السياسية في السوق السياسي بالجزائر،<sup>1</sup> بحيث ظهر السوق السياسي في الجزائر بعد تبني الديمقراطية بعد دستور 1989 في التعددية السياسية الذي جعل الأحزاب السياسية تتنافس في المناسبات الانتخابية المحلية أو التشريعية فسوق الولاءات وتبادل المنافع كان واقعا منذ تأسيس الدولة الوطنية للزراعة كما يقول " عبد الله حمودي".

فهناك العديد من العوامل التي ساعدت على بروز مثل هذه الأسواق:

- بروز عدد من الأحزاب نتيجة لإقرار التعددية السياسية التي كانت نتيجة لظروف سياسي واجتماعية، فجاءت التعددية الحزبية في الجزائر شكلية ضعيفة الأداء السياسي محاطة بجملة من القيود دفعت إلى تصنيفها في خانة التعددية الموجهة والتي تعبر عن نهج ديمقراطي وحولت اللعبة الانتخابية هذه المؤسسات السياسية الهامة في الممارسة الديمقراطية التي من المفروض أن تتم على أساس الخط الإيديولوجي والبرامج السلبية لطالبي المنافع والامتيازات تم من خلالها تسليع الصوت الانتخابي في السوق السياسي، إن التنافس على نيل خطوة المنافع السياسية والامتيازات المادية والاجتماعية أدى إلى بروز ممارسات بدأت جديدة، وما لبث أن سقطت في المجال العام والمتمثلة في الحركات التصحيحية عرفتة تقريبا أغلبية الأحزاب الفاعلة في الحقل السياسي الجزائري بغض النظر عن تيارها الإيديولوجي.<sup>2</sup>

- كان من نتائج الحراك الاجتماعي والسياسي الذي عرفته الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988 والعشرية السوداء الانفتاح الذي أقره النظام السياسي دون أن يكون آنذاك مطلبا شعبيا، فمن حيث العدد شهدت الجزائر في ظرف قياسي لم يتجاوز البضع سنوات من زمن الممارسة الديمقراطية.

<sup>1</sup> محمد خداوي، مرجع سابق، ص 604.

<sup>2</sup> عبد الله حمودي، الشيخ والمريد النسق الثقافي للسلطة في المجتمعات العربية الحديثة، ترجمة عبد المجيد جنة (المغرب، دار طريقال، ط404 2010) ص195.

## المبحث الثالث: واقع المشاركة السياسية في الجزائر

تعتبر الثقافة السياسية جزءا من ثقافة المجتمعات. فهي التي تحدد القواعد الأساسية التي تحكم السلوك السياسي وتؤثر على تفاعل القوى السياسية في المجتمع من خلال المشاركة في العملية السياسية وذلك بفضل التنشئة السياسية، وسنعالج في هذا المبحث الثقافة السياسية.

### المطلب الأول: الثقافة السياسية

يعد مفهوم الثقافة السياسية من المفاهيم الحديثة نسبيا في عالم السياسة، إذ أن ظهوره يرجع إلى عام 1956 عندما استخدمه " غابريا لألموند G.Almond " كبعد من أبعاد تحليل النظام السياسي، فكل نظام سياسي يترسخ حول أنماط محددة من التوجهات التي تضبط التفاعلات التي يتضمنها النظام الاجتماعي، وبالمثل تكون الثقافة السياسية بمثابة التنظيم الغير مقنن للتفاعلات السياسية، وهي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، وإن كانت تتسم بشيء من الاستقلالية داخلها والقيم التي تحويها الثقافة السياسية للمجتمع، تنتقل عبر عملية التنشئة السياسية، وهي العملية التي يتم بواسطتها إدخال القيم الثقافية لسنق القيم لدى أفراد المجتمع وتمثل الثقافة السياسية محصلة تفاعل الخبرة التاريخية والوضع الجغرافي والمعتقدات الدينية والظروف الاجتماعية والاقتصادية وهي تتأثر بالرأي العام.<sup>1</sup> فالثقافة السياسية هي جزء من الثقافة الكلية للمجتمع بمعنى أنها ثقافة فرعية تتأثر بالثقافة الكلية.

أما "دارسو Darsot" فيركز على اعتبارها منظمة القيم والأفكار والمعتقدات المرتبطة بظاهرة السلطة في المجتمع.<sup>2</sup> ما يضيف عليها دور كبير في الحياة السياسية فهي مرتبطة بالسلطة أي أنها تؤدي إلى الديمقراطية تؤكد على حماية حقوق وحرية الأفراد.

<sup>1</sup> زين العابدين معو،، دور الثقافة السياسية في ترسيخ الديمقراطية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد5 2016 15w.  
<sup>2</sup> جبرائيل الموندو بويل بنجام ومندت روبرت، السياسة المقارنة اطار نظري، ترجمة: محمد زاهي بشير المغربي، (ليبيا: منشورات جامعة، قرينوس، 1996) ص102.

كما يعرفها " مورييس دوفرجييه **M. duverger**" بأنها الجوانب السامية للثقافة باعتبار أنها تشكل في حد ذاتها مجموعة منظمة، ويؤكد على ضرورة تحديد الجوانب السياسية للثقافة.<sup>1</sup> فهي جملة من المعارف والاتجاهات الخاصة بالمجتمع اتجاء الشؤون السياسية والسلطة. ويعرفها "كمال المنوفي" على أنها: " مجموعة القيم المستقرة التي تتعلق بنظرة المواطن إلى السلطة. والتي تعد مسؤولية إلى حد بعيد عن درجة شرعية النظام القائم، فالثقافة السياسية تؤثر على علاقة المواطن بالسلطة من حيث تحديد الأدوار والأنشطة المتوقعة من السلطة، ومن حيث طبيعة الواجبات التي يتعين على المواطن القيام بها، كما أن الثقافة السياسية تتضمن التفصيل الخاصة بهوية الفرد والجماعة.<sup>2</sup>

ويعرفها "ستيفن ويسبي **Steven wisi**" بأنها توجه او طريقة في النظر للأشياء، أما عامة في طبيعتها أو مذكرة على جانب محدد منها ومجموع وجهات النظر هذه تصبح ثقافة سياسية، ذلك أنها تتعلق بما يعتقد الشعب إزاء ذلك البنى والمؤسسات السياسية كما ينظر إليها على أنها تلك التوجهات السياسية الجماهيرية عبر النظام السياسي كليا، وهناك من ربطها بالمذهب السلوكي خصوصا طرح غابريال ألموند حيث ركز على اتجاهات ومواقف الأفراد السياسية تحدد مقومات السياسية للثقافة السياسية في التوجهات نحو النظام السياسي والتوجهات نحو الآخرين في النظام السياسي، أي كيف ينظر الفرد إلى مؤسسات النظام السياسي والتوجهات نحو الآخرين في النظام السياسي، ويعني ذلك نظرته في الاختلاف السياسي في الرأي وفي الصراع والتنافس وفي الأحزاب

<sup>1</sup> عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الأجماع السياسي النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة (بيروت: دار النهضة العربية 2001) ص 436.

<sup>2</sup> رواحي رزيقة، أثر الثقافة السياسية على أداء النظام السياسي دراسة حالة الجزائر 200-2014 (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية تخصص دراسات سياسية مقارنة جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014) ص 23.

والتوجهات وأخيرا نحو النشاط السياسي الذي يقوم به الفرد ذاته أو ينطوي ذلك على نظرتة في السياسة ذاتها وفي إسهامه نحوها.<sup>1</sup>

فالثقافة السياسية هي جزء من الثقافة العامة للمجتمع، وتتحصر في القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف السياسية، فهي نظام من القيم والمعتقدات يرتبط بأفراد المجتمع معين يتعرضون لخبرات تنشئة مختلفة إلى حد ما، ولا بد أن تنطوي الثقافة السياسية لأي مجتمع على قدر من التجانس، وتشمل أي ثقافة سياسية على عدد من الثقافات الفرعية.<sup>2</sup>

وعرفها "فليب برود P. Baroud" على أنها: تتكون الثقافة السياسية من مجموعة معارف ومعتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقاتهم بالسلطة التي تحكمهم كما تسمح لكل منهم بتحديد موقعه في مجاله السياسي المركب وذلك من خلال تعبئة حد أدنى من المظاهر الواعية أو الغير واعية التي ترشده في سلوكه كمواطن على سبيل المثال، أو في سلوكه كناخب، أو مكلف بدفع ضريبته... إلخ.<sup>3</sup>

الثقافة السياسية حسب تعريف "فليب برود" تشكل القيم والآراء والمعتقدات والمشاعر والسلوك لدى الأفراد وتكون توجهاتهم نحو نظامهم السياسي.

وعرفت في معجم المصطلحات السياسية على أنها: "مجموعة المعتقدات التي تخص الحكم والسياسة. وهي نتاج للتجربة التاريخية للمجتمع ككل من جهة وخبرات التنشئة التي تعرض لها الأفراد من جهة أخرى".

<sup>1</sup> رواحي رزيقة، نفس المرجع، ص 23

<sup>2</sup> إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية: عربي انجليزي (الاسكندرية:مركز الاسكندرية للكتاب 2005) ص 166.

<sup>3</sup> مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي (ليبيا: جامعة السابع من أبريل، ط 01/2007) ص 183.

إنها تتأثر بالمفاهيم الأخرى وتغييراتها للإحداث والظواهر السياسية والثقافية فهي نتيجة عوامل متعددة خاصة تاريخ المجتمع.<sup>1</sup>

عرف "غابريال ألموند وسيدني فيربا **G.A et Verba**" الثقافة السياسية على أنها تكرار لأنواع مختلفة من التوجيهات الإدراكية والعاطفية والتقويمية نحو النظام السياسي بشكل عام، جوانب مدخلاته ومخرجاته، نحو ذات التفاعل السياسي، ويشير التوجه إلى جوانب التداخلية للأشياء والعلاقات ويتضمن:

**(1) التوجه المعرفي أو الإدراكي:** هو معرفة أو اعتقاد حول النظام السياسي وأدواره وشاغلي هذه الأدوار ومدخلاته ومخرجاته، أي كل ما يعرف الفرد ويعتقد أنه يعرف عن المؤسسات والأحزاب ورجال السياسة وهي المعرفة والإدراك العام، فيإدراك الأفراد لنظامهم السياسي ومكوناته ومدخلاته ومخرجاته ووسائل الاتصال معه يشكل البعد الإدراكي.

**(2) التوجه العاطفي:** هي المشاعر اتجاه النظام السياسي وأدواره وموظفيه وانجازاته وقد تتراوح هذه المشاعر بين الانجذاب والاشمئزاز، فالعناصر العاطفية أو الشعورية إذن تشكل الإحساس والمشاعر تجاه النظام السياسي.

**(3) التوجه التقويمي:** هي أحكام وآراء حول المواضع السياسية التي تتضمن مثاليا جمع من أنماط ومعايير القيم مع المعلومات والمشاعر، فالعناصر التقويمية هي عملية تقييم لمخرجات ومدخلات النظام السياسي لوسائل الاتصال وقنواته معه، وذلك بالإحساس بالانتماء من أهم المعتقدات السياسية ذلك أن شعور الأفراد بالولاء للنظام السياسي يساعد على إضفاء الشرعية على النظام.

ونظر علماء الثقافة السياسية بطرق مختلفة، فقد عرف العالم "بيير **Beer**" على سبيل المثال الثقافة السياسية بأنها تتكون من "جوانب الثقافة العامة للمجتمع المتعلقة حول كيف يجب أن تدار الحكومة؟ وماذا يجب أن تحاول أن تفعل؟ والقيم والمعتقدات، والمواقف العاطفية التي تشكل عناصر

<sup>1</sup> سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم ( القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر و التوزيع، 2004)ص42.

أساسية للثقافة السياسية، يتضمن تعريف "بيير" جوانب عديدة ومهمة للثقافة السياسية التي يجب أن تؤخذ في نظر الاعتبار في أي دراسة للمفهوم وذلك للأسباب التالية:

- لأنها تتضمن فهم الربط بين الثقافة السياسية والثقافة العامة للدولة القومية وأكثر تحديدا تأثير الثقافة العامة في السلوك السياسي، الذي يعد ذو أهمية حاسمة في أي دراسة للموضوع.
  - لأنه إذ الثقافة السياسية هي جزء من الثقافة العامة، فإن التغيرات هي بطيئة جدا ما لم عرضت بواسطة أحداث مفاجئة وعنيفة مثل: الانهيارات الأساسية للهياكل الاجتماعية القائمة.
  - لأن الثقافة تعكس رأي الأفراد حول كيف يجدر أن تدار الحكومة، فإن التغيرات في الثقافة السياسية لا يمكن أن تفرض من الأعلى إلى الأسفل، ولكن يجب أن تأتي من الأسفل إلى الأعلى".
- كما تعرف على أنها مجموعة المعارف والآراء والاتجاهات نحو شؤون السياسية والحكم والدولة والسلطة والولاء والانتماء، الشرعية والمشاركة، كما تعني منظومة المعتقدات والرموز والقيم المحددة للكيفية التي يرى بها المجتمع الدور المناسب للحكومة وضوابط هذا الدور، والعلاقة المناسبة بين الحاكم والمحكوم.

فالثقافة السياسية هي مجموعة الاتجاهات والمعارف السياسية التي تشكلها التنشئة السياسية وتتناقلها من جيل لآخر، بالإضافة إلى المعلومات السياسية المتاحة عن النظام السياسي والمؤسسات السياسية والدولة ومجريات الأحداث السياسية.<sup>1</sup>

ويمكن تحديد عناصر مفهوم الثقافة السياسية على النحو التالي:

- (1) تمثل الثقافة السياسية مجموعة القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف السياسية لأفراد المجتمع.
- (2) الثقافة السياسية ثقافة فرعية، فهي جزء من الثقافة العامة للمجتمع تؤثر فيه وتتأثر به، ولكنها لا تستطيع أن تنشأ عن ذلك الإطار العام لثقافة المجتمع.

<sup>1</sup> رعد حافظ سالم، مبادئ الثقافة السياسية (الأردن: زمزم ناشرون و موزعون، ط101 2012) ص 39.35.



(3) تتميز الثقافة السياسية بأنها متغيرة فهي لا تعرف الثبات المعلق ويتوقف حجم ومدى التغيير على عدة عوامل منها: مدى ومعدل التغيير في الأبنية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ودرجة اهتمام النخبة الحاكمة بقضية التغيير الثقافي وحجم الاهتمام الذي توليه وتخصه الدولة لإحداث التغيير في ثقافة المجتمع.<sup>1</sup>

وتعرف الثقافة السياسية أنها حلقة مرتبط بالقيم والمعايير وطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع والتي تتميز بالفردانية والعلمانية والتعاقدية، أو على العكس قد تتميز بالجماعية والقدسية واللاتعاقدية، ومن ثمة فإن السلوك الاجتماعي عامة والسياسي على وجه الخصوص لا يمكن فهمه إلا في ضوء القيم والمعايير التي تمنحه معناه ومدلولاته والنظم التي تحدد وسائل تحقيقه.<sup>2</sup>

#### 1- تصنيف أنماط الثقافة السياسية:

اختلفت تصنيفات الثقافة السياسية من أبرزها تصنيف غابريال ألموند وسيدني فيريرا ثلاثة أنماط أساسية تعتمد على مدى استجابة المواطن في دولة معينة بشكل إيجابي وهي:

##### أ. الثقافة الرعوية أو الضيقة:

وهي ثقافة تستوعب الثقافة المحلية القائمة على القرابة والعرف والدين وتسودها العلاقات القرابية والعشائرية والطائفية التي تحدد أساسها الولاءات الانتمائية السياسية. هذا النوع من الثقافات نجده في المجتمعات القديمة أو المجتمعات الجديدة غير متجانسة والتي تفتقر إلى آليات التكامل الأساسي ولهذا يستبعد أن تنشأ عنها ثقافة سياسية وطنية، فالمجتمعات التي تسودها قيمة الثقافة المحلية فالفرديتها يتجه بولائه إلى أسرته أو قبيلته أو جماعة الدينية أو العرقية أو اللغوية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد سعد أبو عامود وآخرون، السياسة بين التنمية و المحاكاة ( الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث (2004) ص 190.189.

<sup>2</sup> صبحي محمد قنوص، دراسات في علم الاجتماع (بيروت: دار النهضة العربية، ط101 2000) 273 0 0.

<sup>3</sup> مولود زايد الطيب، مرجع نفسه

أما أفراد هذه المجتمعات فيتميزون بجهلهم للأهداف والغايات السياسية، كما أنهم لا يستطيعون الحكم على مجريات الحياة السياسية ولا حتى تقديم أي نوع من التأييد أو المعارضة للقادة أو الزعماء السياسيين في النسق السياسي. وفي هذا الصدد من المحتمل أن تكون الرعوية في الأنظمة السياسية الرعوية الأكثر تمايزا عاطفية وتقويمية أكثر من أن تكون إدراكية، فقد يكون للفرد ادراك ضعيف لو 00 نظام الحكم السياسي المركزي، ولكن هذه المشاعر قد تكون غير أكيدة أو سلبية يتشرب الفرد بأي معايير لتنظيم علاقاته مع نظام الحكم المركزي

### ب. الثقافة السياسية الخاضعة:

تعمل في ظل الثقافة السياسية الخاضعة التوجهات نحو نظام سياسي متميز واتجاه مخرجاته إلى الواحد، ولكن تعمل التوجهات نحو مواضيع المدخلات على وجه الخصوص ونحو الذات كمشارك فعال إلى الصفر.

هذا النوع من الثقافة السياسية يكون في ظلها المواطن واعيا على نحو قوي بالنظام السياسي وما يصدر عنه من أعمال، ولكن ليس له إلا شعور ضئيل تجاه تطور المؤسسات التي تأخذ على عاتقها تحقيق المطالب الاجتماعية مجرد بفعاليتها السياسية الشخصية وتكون المؤسسات في مثل هذه الثقافة ضئيلة الاستجابة لحاجات الأفراد، ومنه ثقافة الخضوع في نظام ممرز وسلطوي، لذا فإنه يخضع للقرارات التي تتخذها ويعتبرها إلزامية، ويفسر على أنه قبول للسلطة ولقراراتها المختلفة دون تحدها أي محاولة لتغييرها، سواء كان راضيا عنها أم غير راضيا ويرى أنه ليس لديه القدرة على فعل أي شيء اتجاهها وأنه مجرد تابع أو رعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 439.

## ج. ثقافة المشاركة:

تتميز هذه الثقافة بجوانب معرفية وحسية عالية اتجاه النظام ورموزه، إلا أن الفرق بينها وبين الثقافات السابقة في الفاعلية والإيجابية التي يتميز بها أصحابها هي أنهم يعتقدون بإمكانية المشاركة في الحياة السياسية وبحيازتهم على قدرات التدخل في النشاطات والعمليات السياسية والتعديل فيها عن طريق الممارسات والوسائل المتعددة المتاحة للأفراد والهيئات والتنظيمات المختلفة كالانتخابات والاتصالات السياسية والمظاهرات إلى غير ذلك من أشكال وسبل المشاركة التي لا توجد في الواقع إلا في ظل الأنظمة الديمقراطية.

وتتميز هذه الثقافة السياسية بالتأثر بالعلاقات المتبادلة والمستمرة بين النظام والمواطنين أو بين المركز السياسي وأطرافه، فليس هناك فصل حاد بينهما بل انفتاح لكل واحد على الآخر ومشاركة كل طرف في مجرى الأمور لدى الطرف الآخر، فالمواطنون يشاركون في عملية اتخاذ القرار بواسطة العمل السياسي والضغط الموجهة إلى المركز ومن الممكن أن نستنتج أن مميزات هذه الثقافة توفر بعض الشروط اللازمة لنشوء المجتمع والنظام الديمقراطي.

ولفهم الثقافة السياسية فهما صحيحا لابد من التمحيص في مورد عناصرها الثقافية، إنها ترد إلى عملية على غاية من الأهمية وهي التنشئة السياسية وارتباطها والتأثير بها.

## التنشئة السياسية:

هي تلك العملية التي يكتسب الفرد من خلالها معلوماته وحقائقه وقيمه مثل السياسية ويكون بواسطتها موافقة واتجاهاته الفكرية أو الايديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارسته اليومية وتحدد درجة تضحيته وفاعليته السياسية في المجتمع وتساعد على بقاء وديمومة واستقرار النظام السياسي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>مولود زايد الطيب، المرجع السابق، ص 159.

وتعتبر كذلك جزء من عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد لا يمكن أن تتم بوجه واحد أو بأسلوب واحد، وباعتبار هذه العملية تبدأ مع الفرد منذ ولادته وتستمر معه، فإن الفرد خلال ذلك يأخذ من المصادر والقنوات التي قد تختلف في أساليبها ولكنها في النهاية تتجه نحو هدف واحد وهو تنشئة الفرد تنشئة اجتماعية وسياسية يكون من خلالها عضوا فاعلا في المجتمع الذي يعيش فيه.

ونعني بالتنشئة عملية نقل ثقافة المجتمع عبر الأجيال عن طريق وسائل متعددة منها الأسرة والمدرسة والإعلام ودور العبادة والأحزاب والجيش وغيرهم.

وعرفها " فاجن Fagen" بأنها عملية غرس المعلومات والقيم والممارسات الثورية سواء كانت رسمية أو غير رسمية، بأسلوب مخطط له أو غي مخطط له لخلق أنواع من المواطنين ضرورية لبقاء ونمو المجتمع.

وأشار إليها "هايمان Hyman" بأنها عملية تعليم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة، والتي تساعد على أن يتعايش سلوكيا معها.

ويعرفها "ريتشارد دواسين Rechar. D" التنشئة السياسية على المستوى الفردي بأنها: تعني ببساطة العمليات التي يكتسب الفرد من خلالها توجهاته السياسية الخاصة، ومعارفه ومشاعره وتقييماته البيئية ومحيطه السياسي، كما أن التنشئة السياسية تعتبر عملية تطويرية يتمكن المواطن من خلالها من النضوج سياسيا، وخلال هذه العملية يكتسب الفرد معلومات ومشاعر ومعتقدات متنوعة لتساعده على فهم وتقييم والارتباط بالبيئة السياسية المحيطة به، وتعتبر توجهات الفرد السياسية جزءا من توجهاته الاجتماعية العامة، فالمشاعر اتجاه الحياة السياسية ترتبط في الغالب بتوجهات النظر الاقتصادية والثقافية والدينية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد بن سعود، مرجع سابق، ص124.125.

يعرف "أتكن Atkin" و"جانترز Gantz" بأنها عملية تطويرية يكتسب من خلالها الأطفال والناشئة معلومات ومواقف و سلوك من البيئة السياسية المحيطة بهم".

ويعرف "شينكوف sheinkoof" بأنها: "عملية انتقال السلوك والتقاليد السياسية من جيل لآخر".

وقد قدم "كمال المنوفي" في تعريفه للتنشئة السياسية إلى التمييز بين اتجاهين رئيسيين بصدد تعريفه لها.

الاتجاه الأول: هي عملية يتم بمقتضاها تلقين المرء مجموعة من القيم والمعايير السلوكية المستقرة في ضمير المجتمع بما يضمن بقاءها واستمرارها عبر الزمن.

أما الاتجاه الثاني: فيشير إلى أنها عملية يكتسب المرء من خلالها هويته الشخصية التي تسمح له بالتعبير عن ذاته ويرتبط هذا الاتجاه بالنظر إلى التنشئة السياسية كوسيلة لتعديل الثقافة السياسية السائدة في المجتمع أو لخلق ثقافة جديدة تراها النخبة الحاكمة ضرورية للعبور بالمجتمع في حالة التخلف إلى التقدم.

عندما يطرح التزام ذلك الفرد وولائه للوطن والدور الذي يجب أن يقوم به في النظام السياسي فإنه يمكن تعريفها على أنها: "عملية توصيل الثقافة السياسية وبالتالي تكون تبعيتها الطبيعية وجود مجموعة من الاتجاهات والمدارك والمعايير للقيم والأحاسيس اتجاه النظام السياسي وأدواره المختلفة وشاغلي هذه الأدوار، كما أنها تتضمن الإلمام بالقيم المؤثرة والمشاعر اتجاه مدخلات المطالب إلى النظام ومخرجاته السلطوية.<sup>1</sup>

فهي عملية يتشكل بموجبها السلوك الإنساني من خلال مواقف اجتماعية معينة تعمل على دعم أو التغيير في سياسات معينة.

<sup>1</sup> عامر مصباح، معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية (الجزائر: المكتبة الجزائرية بوداود) : 63.

ويعتبرها غابريال ألموند G.Almond أنها العملية التي تشكل بها الثقافة السياسية وتتغير ولدى كل نظام سياسي هياكل أساسية تتولاها، ولتلقين المبادئ السياسية التي تحتوي على قيم سياسية وتوجه المهارات السياسية للمواطن والنخب السياسية.<sup>1</sup>

إن فإن التنشئة السياسية، تعد عملية من عمليات التنشئة الاجتماعية، التي تقوم فيها قنوات ومصادر التنشئة السياسية بزرع القيم والمبادئ الأساسية في المجتمع، ولذلك فإن التنشئة السياسية تختلف من مجتمع لآخر تبعا للبيئة السياسية لتلك المجتمعات، وتبعا للإيديولوجية السائدة التي يعتمدها النظام السياسي لتنظيم الحياة السياسية لأفراد المجتمع، وبذلك تقوم التنشئة السياسية بالعمل على استمرارية النظام السياسي.

وهذا لا يكون إلا بواسطة مؤسسات التنشئة السياسية، فإن هذه المؤسسات تزرع القيم السياسية لدى أفراد المجتمع، وتربيتهم سياسيا تربية علمية وعملية تساعدهم في توجيه سلوكهم بما يخدم مصلحة المجتمع من بين هذه المؤسسات الرسمية وأخرى غير رسمية، نذكر ما يلي:

### (1) الأسرة:

هي أولى المؤسسات البنوية التي تؤثر في أفكار ومواقف وسلوكيات وأخلاقيات الفرد، فهي تهتم بتنشئة الطفل أخلاقيا واجتماعيا ووطنيا، إذ تزرع عنده منذ البداية الخصال الأخلاقية التي يقرها المجتمع ويعترف بها، وتصب في عروقه النظام القيمي والديني للمجتمع، وتوجه سلوكه وتصرفاته في خط معين يتماشى مع مثل ومقاييس المجتمع.<sup>2</sup>

فالأُسرة بالنسبة للإنسان الفرد أهم من الدولة وأنها هي مهده ومنشأه ومظلتها الاجتماعية فالمجتمع المزدهر هو الذي ينمو في الفر في الأسرة نموا طبيعيا.

<sup>1</sup> عبدالباري محمد □□ التنشئة السياسية للطفل (الاسكندرية: مطبعة الجلال، ط101 2005) 1 31.

<sup>2</sup> مولود زايد طيب، علم الاجتماع السياسي، المرجع السابق، ص 166.

إن أول مرحلة من مراحل التنشئة تقوم بها الأسرة أو جماعة الأقران، ومن هذه المرحلة يبدأ الطفل في تعلم اللغة وبعض انماط السلوك ومن خلال هذه العملية الأولية تأخذ التنشئة السياسية مكانها في سلوك الطفل بل إن ما يتعلمه الطفل في تلك الفترة قد يتحول إلى ما هو سياسي أو قد يندمج فيه على الأقل ولكن تأثير الأسرة يبدو واضحا بصفة عامة في كل المجتمعات التقليدية والمجتمعات المركزية والمتشابكة.<sup>1</sup>

ويرى "هابرتهايمان H.Hyman" أن الأسرة تحتل المرتبة الأولى في التنشئة السياسية نظرا لما لوحظ من تشابه بين الآباء والأبناء في المعرفة السياسية والاختيار الحزبي، وما تشير إليه نتائج البحوث الحديثة إلى وجود تشابه بين الآباء والأبناء في الانتماء الحزبي والالتزام بالقضايا والآراء السياسية.<sup>2</sup>

## (2) المدرسة:

ونقصد بالمدرسة تلك المؤسسة التي يقيمها المجتمع بغرض التربية والتعليم ويقضي بها الطفل طفولته المتأخرة ومرحلة المراهقة والتي هي من بين أخطر مراحل تكوين الشخصية لدى الفرد كما يقول علماء النفس والاجتماع، فإننا نعرف مدى خطورة الدور الذي تلعبه في بناء الشخصية وزرع القيم والمفاهيم ونقل الخبرات المختلفة والقيام بالدور التربوي الذي يريده المجتمع.<sup>3</sup>

وقد أدرك الباحثون في العلوم السياسية والاجتماعية دور المدرسة في التنشئة السياسية، فأولها الاهتمام بالدراسة، ويرى بعضهم أن تأثيرها يكون رسميا وغير رسمي، الغير رسمي فيتحدد بطبيعة البيئة الاجتماعية والبيئة المدرسية ونشاطاتها وباعتبارها المدرسة قناة تمرر التوجيهات الوطنية والفكرية

<sup>1</sup> مولود زايد طيب، التنشئة السياسية، المرجع السابق، ص 77.

<sup>2</sup> هبة عبد الرؤوف غزت، المرأة والعمل السياسي رؤية إسلامية (الجزائر: دار المعرفة، 1999) □ □ 207.

<sup>3</sup> شعبان الطاهر الأسود، علم الاجتماع السياسي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1 1999) 141.

والاجتماعية والسياسية، عن طريق المناهج والمقررات المدرسية، فإنها إلى جانب ذلك أيضا تمارس دورا وجهدا عميقا متجسدا في ذلك في ممارسة السلطة في المدرسة ذاتها.

### (3) وسائل الإعلام:

تمثل مصدرا مهما من مصادر التنشئة السياسية للفرد، فهي تؤثر في عملية التنشئة السياسية تأثيرا غير مباشر، إذ يكون من خلال عوامل وسيطة أخرى، مثل: الجماعات الصغيرة المحيطة وقادة الرأي العام: أما أهمية الأثر المباشر الذي تحدثه هذه الوسائل في تكوين الفرد سياسيا واجتماعيا، فالإعلام ينقسم في عملية التنشئة السياسية إلى ثلاث أنواع:

أ. **التأثير المعرفي:** ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية.

ب. **التأثير العاطفي:** ويقصد به مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الناشئة تجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية.

ج. **التأثير السلوكي:** ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركات الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية

وهناك مؤسسات تساهم في عملية التنشئة السياسية كالأحزاب السياسية والتي تسعى إلى نقل قيمها ومبادئها إلى الأجيال الأخرى حتى تتسع قاعدتها الشعبية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني التي أصبحت من الأهمية بمكان في التأثير في الحياة السياسية، كما أن هناك مؤسسات أخرى كالجيش والبرلمان، الأجهزة الشعبية، المؤسسات الدينية، الزوايا والمساجد والتي تتدخل هي الأخرى في ترسيخ ونقل واندثار قيم ومعتقدات المواطن.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد بين سعود البشر، مرجع سابق، ص 182.168.



## الثقافة والتنشئة السياسية في الجزائر

تؤثر الثقافة السياسية على إرساء القيم والآراء والاتجاهات عبر التنشئة السياسية فهي بدورها تعد المادة الخام في تشكيل الوعي السياسي كونها تترك أثرا واضحا على مستوى الفعل والممارسة وهي تأثير البنى التقليدية على تشكل الثقافة السياسية وانعكاسها على الممارسة السياسية في الجزائر بالإضافة إلى التركيبة السوسيو- ثقافية للمجتمع الجزائري من ثقافات الولاء والانتماء والجهوية وهذا بفضل التنشئة السياسية التي تساهم في نقل الثقافة السياسية من جيل لآخر.

لا يخرج المجتمع الجزائري مثله مثل جل المجتمعات العربية مع بعض الاختلافات عن المصادر العامة المشكلة لثقافة السياسة السائدة بين أفراد ومجموعاته والتي تحمل مجموعة من القيم السياسية المرتبطة من جهة بالواقع اليومي الجزائري.

وكذلك بموروثه الثقافي الذي يشكل نسق العادات والتقاليد والمقدس، ومن جهة أخرى أثر النظام السياسي المباشر وغير مباشر في توجيه سلوكيات الأفراد، فثقافة السياسة السائدة في المجتمع الجزائري تتصف بمجموعة من الصفات نذكر منها:

- جو الريبة المحيطة بالسلطة التي تمثل عند الجزائري الآخر، فثقافة الشعب الجزائري تأثرت بالموروث السياسي الاستعماري على الأقل على المستوى السيكولوجي الذي لطالما استغله وأصبحت السلطة حتى في ظل الدولة الوطنية تمثل في اللاشعور الجماعي المستقل والمستأثر والمستفيد من كل شيء.<sup>1</sup>

- اخفاقات الدولة الوطنية المتكررة أثر في زيادة عدم ثقة المواطن الجزائري وشكهم السياسي مع ما يصاحب ذلك من تأثير على نفسيته مما يزيد من إثارة المخاوف وعدم الأمان إلى درجة اعتباره الشعارات والوعود السياسية خاصة في الحملات الانتخابية وسيلة للسيطرة عليه.

<sup>1</sup> محمد خداوي، المرجع السابق، ص521.

- تشييع الثقافة السياسية عند الأوساط الشعبية الجزائرية بالمعتقدات الدينية والغيبيات وقوى ما وراء الطبيعة، واختلاط المقدس فيها بالسياسي، وتحول المسجد إلى منبر سياسي وتحول المنابر السياسية إلى مصادر لتغذية ثقافة العنف والصراع بجميع أشكاله وهذا ما قد فسر الاجتياح الانتخابي للجهة المنحلة في انتخابات 1991.

بعد إقرار التعددية في دستور 1989 اتجهت الجزائر إلى خيار اقتصادي حر واضطرت لإعادة هيكلة اقتصادها، لكن الأزمة الأمنية والسياسية طغت على هذا التحول، وبرزت التعددية الحزبية وأحزاب جديدة وجمعيات كثيرة لكن النظام الجزائري فشل في الاختبار الديمقراطي التعددي في سنة 1992 وذلك بعد فوز حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ المعارضة وإيقاف المسار الانتخابي ودخلت البلاد في مرحلة عنف واقتتال دامي حتى سنة 2000، عادت الجزائر إلى المسار السياسي الدستوري وتعزيز الديمقراطية لبناء دولة القانون.<sup>1</sup>

إن الثقافة السياسية مرتبطة بسمات الشخصية الجزائرية وطبيعة مكونات البناء الاجتماعي لتكون القيم الموروثة التي أصبحت توجه سلوكهم واختيارهم ونذكر منها:

- العصبية السياسية: إن ارتباط الجزائري ليكون أولا لجماعته القرابية ويعتبر نسق قيمها متفوق على كل أنساق الأخرى، فهو مثله مثل أي مواطن عربي يعتبر الولاء للعائلة والعرش والجهة قيمة تفضيلية وشيئا طبيعيا فهي يعلي من شأن قيم الطاعة والولاء والتوحد باعتبار أن التنوع يؤدي إلى التفرقة.<sup>2</sup>

فولاءه لعرشه ومنطقته طبيعي وهذا ما يآثر في السوق السياسي الذي يصبح تسليع الصوت الانتخابي على حساب الولاءات والعروشية سواء كان ذلك بمقبل أو بغير مقابل. لكنها أيضا رغبة

<sup>1</sup> محمد خداوي، المرجع السابق، ص 30.

<sup>2</sup> زين العابدين معو، مرجع سابق ص 20.

لا شعورية في الحفاظ على تماسك العائلي والاعتداد بالعصبية الأسرية، هذه سمة أساسية في المجتمع المحلي حتى وإن قلت في المراكز الحضرية الكبرى.

- **عدم الثقة في الإطار القانوني:** ليس هناك ثقة بين الفرد الجزائري والنصوص القانونية لأسباب متعلقة بفساد النظام القضائي الجزائري، وكذلك كثرة التعديلات في النصوص القانونية وعدم الاستقرار في منظومتها رغم وجود ترسانة قانونية قوية في الجزائر غير أن الثغرات الموجودة فيها تسمح للفساد بالانتشار وذلك يسم أيضا السوق السياسي الموجود في الانتخابات التشريعية، فنجد حزبا له أموال وزملاءه يدعمونه بأصواتهم ووصلهم إلى المناصب التشريعية بشراء ذمم وأصوات فالقانون لا يمنع نواب البرلمان من اقتراح مشاريع قوانين على الحكومة، وهذا ما يجعل الفرد لا يثق في المنظومة القانونية ووجود فجوة بينهما حيث بصورة احتكار أقلية سياسية أو حزبية أو قرابية أو نخوية للسلطة واستخدامها وسيلة لحماية مصالحهم.

إن استعمال القانون يدل على الإرساء في دولة القانون وممارسة التسيير ضد الفئات الاجتماعية أو التعارض مع الدستور يدفع الجزائر إلى احتفاء بعصبية يدل القانون.<sup>1</sup>

بحيث يستند الفرد قيمته ويحصل على امتيازات يخدم موقعه في عشيرته وموقع عشيرته في شبكة العلاقات الزبونية، فهو يطمح للوصول إلى مناصب عليا في الدولة لخدمة أفراد عشيرته بالدرجة الأولى.

- **الوعي السياسي:** يعد الوعي السياسي أحد أهم العوامل المؤثرة في واقع المجتمع الجزائري فهو أن يكون الفرد على قدر من المعرفة السياسية والمعلومات السياسية التي تمكنه من المقدر على الاختيار بين مجموعة من المرشحين أسس معينة. فالوعي السياسي بهذا التصور هو نتاج

<sup>1</sup> محمد خداوي، مرجع سابق، 527.

ما تحصل عليه الفرد من معلومات وأفكار ومعتقدات وقيم من عملية التنشئة السياسية وما ترسخه الثقافة السياسية لديه، بالإضافة إلى ما يتم نشره وإيداعه خلال الحملات الانتخابية .

لكن واقع الجزائر مرتبط أكثر بمحيطه العائلي والقروبي لذلك فإن وعيه بحاجاتهم وما ينتظرونه منه أكثر من حسه بالمصلحة العامة والانتماء الأوسع، وهو إن يفعل ذلك إنما يعيد إنتاج قيمه العائلية والعروشية والجهوية بتحكيماها والتموقع من خلاله، فالمحيط العائلي القروبي هو الذي يبدأ بعملية صقل الوعي السياسي الجزائري.<sup>1</sup>

وإن التنشئة السياسية لا تختلف عن الثقافة السياسية في الجزائر فطبيعة البناء التقليدي لأغلبية التكوينات الاجتماعية في المجتمع المحلي في الجزائر فالمدن الجزائرية بحداتها لا تعطي صورة حقيقية عن المجتمع المحلي وذلك من خلال الأسباب التالية:

- استمرار انتشار الأمية في الأرياف الجزائرية وانتشار الجهل.
- ضعف مستوى المعيشة لدى فئات هامة من المجتمع الجزائري فالجائع والعامل لا تهمة المشاركة السياسية واحساسه بالاغتراب السياسي.

### الفضاءات السياسية:

إذا كانت الدول الغربية تعتمد مجموعة من الفضاءات منها ما هو حديث، أين تساهم مقرات الأحزاب والندوات والأنشطة المختلفة وفضاءات النقاش على الانترنت دورا حيويا.

غالبا ما تكون الفضاء الأول للنقاشات السياسية بين أعضائها خصوصا ما تعلق بالشؤون الداخلية، وكذلك دور المقصي أساسيا إذ يتحول إلى فضاء سياسي تتنافس فيه القضايا الداخلية سواء رياضية أو اقتصادية أو سياسية والاجتماعية وتتحول الطاولات إلى مكتب للسماسرة والمقاولين والتجار

<sup>1</sup> محمد خداوي، مرجع سابق 530.

وغيرهم لعقد الصفقات، دون أن تتناسى دور المسجد والمجتمع والجامعة كفضاءات سياسية تلجأ لها بعض المجموعات السياسية المعادية للنظام الرسمي.

### المطلب الثاني: الانتخاب في الجزائر

تعتبر الانتخابات مرحلة هامة وجوهرية تؤدي إلى ديمقراطية المجتمعات وتجسيد حق المشاركة في تسيير الشؤون العامة المنصوص عليه في الدستور والمواثيق الدولية، كما أن لكل انتخابات خصائصها ومميزاتها التي تحملها حيث تجسدت أهم الخطوات المؤسسية للنظام السياسي الجزائري خلال انتقاله إلى التعددية السياسية، نتيجة أزمة السياسية واتساع القطيعة بين الدولة والمواطن وأحداث أخرى جعلت الجزائر تدخل مرحلة جديدة من المشاركة السياسية، بدأتها بتغيير نسبي لدستور 1989 وظهر الأحزاب والانتخابات المحلية التعددية أكدت التوجه الرسمي في دستور 1996 والتعديل الأخير.

تختلف درجة الاقتبال على الانتخابات باختلاف مستواها بين المحلية والتشريعية ورئاسية

وسنعرض نسب المشاركة في هذه المستويات في الجزائر في الجدول التالي:

الانتخابات الرئاسية 1995		الانتخابات التشريعية 1991		الانتخابات المحلية 1990		
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
-	1521731	-	13258554	-	12841769	المسجلون
%75.35	11500209	% 59	7822625	%65.15	8366760	المقترعون

الجدول 01: يوضح الكتلة الانتخابية ونسبة المشاركة في الانتخابات في الجزائر 1990-1995.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رشيد بوب، دليل الجزائر السياسي 2002 (الجزائر: المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والاشهار، 2001) 0 1501.

الانتخابات التشريعية 1997		الانتخابات المحلية 1997		الانتخابات الرئاسية 1999		
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
167667309	-	15817306	-	17512726	-	المسجلون
10999139	65.60%	10700813	65.21%	14890895	65.06%	المقترعون
<b>الوئام المدني 1999</b>						
				العدد	النسبة %	
				17512726		المسجلون
				14890895	65.06%	المقترعون

الجدول 02: يوضح الكتلة الانتخابية ونفسية المشاركة في الانتخابات ما بين 1997-1999.<sup>1</sup>

الانتخابات التشريعية 2002		الانتخابات الرئاسية 2004		الانتخابات الوطنية		
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
17981042	-	18097255	-	18313594	-	المسجلون
8287340	46.09%	10508777	50.07%	14906344	79.76%	المقترعون

الجدول 03: الكتلة الانتخابية ونسبة المشاركة في الانتخابات ما بين 2002-2006.<sup>2</sup>

مما يلاحظ من هذه الأرقام أنه رغم التهديدات الإرهابية والظروف الاقتصادية الحادة والمتدهورة إلا أن الناخب الجزائري شارك بقوة لتفوق هذه الانتخابات نسبة المشاركة في انتخابات 1991. رغم أنه

<sup>1</sup> نعيمة ولد عامر، المشاركة السياسية في الجزائر. (رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2003)، 1 771.

<sup>2</sup> نعيمة ولد عامر، المرجع نفسه 1 781.

تردد في انتخابات 1995. مفادها أنه لا يمكن استخراج وثائق إدارية أو الحصول على الحقوق الاجتماعية بدون بطاقة الناخب.

وفي ظل هذه الظروف السياسية والأمنية العصبية التي مرت بها الجزائر في التسعينات فإن شعور المواطن عن المشاركة الجادة تجاوز التناقضات في المجال السياسي عدم احترام السلطة السياسية السابقة للإجراءات والالتزامات الواردة في دساتير سابقة، خاصة عندما يتعلق الأمر بمسائل جوهرية مثل التعديل، ما أدى إلى تعميق الهوة بين المواطن والمؤسسات السياسية التي تمثله.<sup>1</sup>

ما يميز هذه المرحلة كذلك اتساع الهوة بين المؤسسة العسكرية ومؤسسة الرئاسة على إثر نهج الرئيس زروال في تنفيذ برنامجه الإصلاحية وتحديد المؤسسة العسكرية وتصاعد الصراع بين المؤسستين.

وبعد سنة 2000 اختار الجيش عبد العزيز بوتفليقة ليكون رئيسا للجزائر وتواجد إلى جانبه ستة مترشحين، إلا أنه ومع بدء اللعبة الانتخابية انسحب المرشحون الستة وبذلك تحولت الانتخابات التعددية إلى استفتاء على المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي حصل على 73.79% من الأصوات من نسب مشاركة بلغت 60.25% وهو ما اعتبر كافيا ليكون هو رئيسا شرعيا.<sup>2</sup>

وفي الفترة الممتدة ما بين 2002 و2004 استمرت حالة وجود حزب مهيمن لصالح الرئيس وهو حزب جبهة التحرير الوطني، وهنا وقع خلل في مجال تطبيق برنامج الحزب في حالة فوزه الذي تخلى عنه لصالح برنامج الرئيس وكان لذلك وقع سلبي على العملية السياسية وبين السلطة

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الأحد 03 04 1416. الموافق لـ 26 نوفمبر 1995. السنة 32 العدد 72 ص04.

<sup>2</sup> ميلود ديدان، مباحث في النظم السياسية والقانون الدستوري (الجزائر: دار بلقيس، 2009) 365 0 9.

الحاكمة وبين المعارضة من جانب آخر لإحساسها بالتهميش والسيطرة على العملية السياسية من قبل السلطة سواء المدعومة بحزب أو أحزاب فائزة في الانتخابات.

وانتشرت قضايا الفساد بشكل لافت في الجزائر خلال الانتخابات الرئاسية في أبريل 2014 حيث برزت قضية سوناطراك مثلما عرفت بذلك إعلاميا بعد أن فجر القضاء الإيطالي قضية رشوة للظفر بمناقصات دولية قدمتها شركات تنسيق أجنبية لإطارات عليا في الدولة كما تعرض المجمع الغازي تيفنتورين إلى اعتداء إرهابي خلف خسائر بشرية ومادية أجبرته على التوقف عن الإنتاج لمدة كما أن الحدود الجزائرية الليبية تهددها اختراقات لتهرب السلاح والمواد المحظورة.

لكن الرئيس ترشح لعهدة رابعة، وقد أعلن ترشحه الرسمي في 03 مارس 2014 ويرى أغلب المحللين والمتابعين للشأن السياسي الجزائري وبعد إجراء حملة انتخابية هي الأولى من نوعها في الجزائر اتسمت بغياب الرئيس المرشح عن تنظيم التجمعات الشعبية للترويج لبرنامج الانتخابي الذي كان تحت شعار " تجديد العهدة مع الجزائر " وقد ناب عنه ممثلوه من وزراء وقادة أحزاب الموالاتة وأمناء عدة تنظيمات جمعاعوية وشخصيات وطنية في تنشيط التجمعات الشعبية عبر ولايات الوطن وفي أماكن تواجد الجالية الجزائرية في الخارج، وبعد إجراء الاقتراع الرئاسي فاز المرشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 81.71% فيما تحصل علي بن فليس على نسبة 12.18% من الأصوات، فيما بلغت نسبة المشاركة الوطنية 50.70% في هذه الانتخابات الرئاسية.<sup>1</sup>

يعتبر المجتمع الجزائري مجتمع يثمن الولاء رغم غياب الوعي لديه، حيث أن العرش والقبيلة لها دور كبير في اختيارات الناخب خاصة في الانتخابات التشريعية المحلية، إذا كان المترشح ينتمي إلى نفس العرش وهذا ما يتعلق في إطار الزبونية السياسية والسوق السياسي، بحيث نجد مثل هذه

<sup>1</sup> روايحي رزيقة، مرجع سابق، ص 148.



السلوكيات في الانتخابات التشريعية في الجزائر فقد تتحصل الأحزاب على نسب مرتفعة وهذا راجع لجهوية بعض الأحزاب حيث تتأثر بالعلاقات الأولية، وقد عملت هذه الأحزاب السياسية على إعادة دور الولاءات الأولية والرجوع إلى الأشياخ والقبائل وإلى الزوايا والمساجد وتحويلها إلى تنظيم سياسي.

الانتخابات الرئاسية 2012		الانتخابات التشريعية 2012		الانتخابات المحلية 2012		
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
-	22.880.678	-	21.664.348	-	21.445.625	المسجلون
%51.7	10.220.029	% 44.38		%42.92	9.204.543	المقترعون

الجدول 04: يوضح الكتلة الانتخابية ونسبة في الانتخابات ما بين 2012-2014.<sup>1</sup>

بعد سنوات من الانتخابات التي ادعت الأحزاب المعارضة وبعض الصحافة الجزائرية وسواها من الحراقين المهمين بأنها تعرضت لأعمال تزوير وتلاعبت الحكومة بمجرياتهما أقر البرلمان الجزائري قانون الانتخابات 2012.

### المطلب الثالث: ثقافة الانتخاب في الجزائر

لثقافة السياسية دورا هاما في التأثير على العملية الانتخابية في النظم الديمقراطية المختلفة من خلال الدفع بها نحو الإصلاح وتطوير أدائها، كما أن تأثير الثقافة السياسية يمتد لتوسيع المشاركة السياسية وزيادة الوعي السياسي كما تؤثر أيضا على نوع الهيكل التنظيمي للمؤسسات والعمليات السياسية في الجزائر، من خلال القيادة واتخاذ القرارات.

<sup>1</sup> وزارة الداخلية والجماعات المحلية، من الموقع: [www.interieur.gov.dz](http://www.interieur.gov.dz)

بحيث تكون الانتخابات عبارة عن القاعدة الآلية لتطوير الانساق السياسية المفتوحة لاختيار من هو الأفضل للقيادة معتمدة في تحقيق ذلك على قدرات مالية وإعلامية، فيفتح الباب لذوي القدرات العالية والشخصية والقناعة السياسية والقاعدة الحزبية التي تمكنه من أن يسخر لنفسه أدوات الإعلام والتعبئة.<sup>1</sup>

تحمل الظاهرة الانتخابية دلالات ثقافية خاصة في المجتمع الجزائري وتبرزه سماتها الأساسية خاصة في الانتخابات التشريعية والمحلية، بحيث لتلك البنى دورا فعالا ليس فقط في توجيه السلوك الانتخابي للأفراد بل وفي تحديد قواعد ونجاح أي حزب.

لأن الفرد يتأثر بالبيئة الاجتماعية التي ينشأ فيها ويتعامل معها كونها متدينة تقابلها نشأة اجتماعية على ما تربي عليه وتطبع به، إذ أن الدين بذلك يصبح وسيلة من وسائل التوافق الاجتماعي.<sup>2</sup>

وأیضا تعتمد التعبئة والدعاية للمرشحين للانتخابات على الدور النشط للأحزاب الفاعلة سياسيا من خلال عرض هذه الأخيرة لبرامجها بهدف إقناع الناخبين لكن يبقى ذلك شكليا فقط لا تأثر خاصته في المجتمع الجزائري بل يعود ذلك إلى التعبئة والتنشئة السياسية والولاء الأولي والمتأثرة بالعادات والتقاليد التي يجب احترامها وتطبيقها للخضوع لها، فالدعية الحقيقية للأحزاب السياسية تمولها شبكة العلاقات القرابية والمناطقية والشخصية، أين يصبح الولاء واجبا والتضامن السياسي حقا مقدسا ينتظم في نمط للتبادل الاجتماعي.

<sup>1</sup> أحمد زاير وعروس الزبير، النخب الاجتماعية حالة مصر و الجزائر (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008) °166.

<sup>2</sup> محمد داود، الانعكاسات النفسية و الاجتماعية و المادية لانحراف الطفل، مجلة التواصل ، العدد06، عنابة، جوان

بالإضافة إلى اقتراح القضايا وأهمية البرامج الانتخابية في تفعيل الحملة الانتخابية لكن في الأخير فإن الناخبين يرضخون للحملات الانتخابية الضخمة والملازمة لهم خاصة في ظل الوعود الانتخابية والرهانات الانتخابية.

لذلك إذا كان المرشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أين العرش أو الجهة فهذه الولاءات تلتقي في عنصر التضامن العسبوي والمصلحة، وقد لاحظنا تتبعاً للانتخابات المحلية التي جرت منذ أقرار التعددية الحزبية، تقمص المرشح لغطاء حزبي معين، وأن إلقاء أفراد التكوين الاجتماعي العرش أو القبيلة أو الجهة كان لصالح المرشح وليس الحزب هذا ما يعتبر أيضاً تحدياً " التجوال السياسي" إلى شيء عادي عند الفواعل السياسية في الجزائر، مع أن النضال الحزبي يمثل المعيار الأساسي في الترشح في الدول الديمقراطية الغربية.<sup>1</sup> فإذا كانت البيئة السياسية في الديمقراطيات الغربية أكثر حداثة وخاصة ما يعرف بالاهتمام بالقضايا الحساسة الذي يستلزم أن يعرفوا مواقف الحزب أو المرشح من القضية ويؤدي اقتراح القضايا إلى تراجع الاقتراع الحزبي.<sup>2</sup>

ويلخصها الباحث الأمريكي " غراهام فولر G.Fuller" في التعليم واستخدام الحل ونشر خطاب واضح في استعمال الوسائل الاعلامية العصرية وتقنيات الحملة الانتخابية العصرية وتوظيف شبكات دعم واسعة من الأنصار رغم ذلك فإن البناء السياسي في الجزائر لا يخرج عن قاعدة الأنظمة العربية حيث يسجل طغياناً للتقليدي على العصري حتى وإن كان الخطاب الرسمي للجميع يقول بغير ذلك أن طابع التقليدي الحاضرة بقوة في الحقل السياسي الجزائري تترجمه السلوكيات السياسية التي تشكل الانتخاب نواتها الأساسية إن الطبيعة التقليدية للنسق السياسي الجزائري مضافاً إليه عدم الاقتناع

<sup>1</sup> محمد خداوي، المرجع السابق، ص 560.

<sup>2</sup> رسل جيه دالنون، دور المواطن السياسي في الديمقراطيات الغربية، ترجمة: أحمد يعقوب المجذوبية ومحفوظ الجبوري، (الأردن: دار النشر والتوزيع 1996)) ص 223.

بدور المؤسسات التربوية المدارس والمعاهد والجامعات والمراكز الثقافية ووسائل الاتصال في عملية التنقيف السياسي خصوصا وأن الأحزاب في الجزائر لا تقوم بدورها المتعارف عليه فجهدها مقتصر فقط على الصراعات الداخلية ومواجهة الانتشاقات وخدمة مصاح النخب فيها لتترك المهمة لدور الأسرة والعرش والجماعات المصلحية والعلاقات الزبونية.

ويقدم "مالك بن نبي" تحليلا علميا للوضع الثقافي المعاش في الجزائر فيصفه بالخصائص

التالية:

- التغطية الجوفاء مع غياب منطق الفعل، لأن ما يهم هو توفير الوعي بالمعني وليس التركيز على صورته.
- النخوة والحنين إلى الماضي من دون تقدير حقيقي ووضعه في المستوى الحاضر.
- المدح والتبرير باللجوء إلى الاستعمال المفرط للوسائل التقديرية بغية الدفاع.
- تشيع الثقافة السياسية للمواطن الجزائري بقدمية الأعراف والتقاليد والعادات العروشية وخضوعه لها واحترامه لمبادئها خصوصا في المناطق الداخلية الصحراوية من الجزائر والتزامه بتعاليم الأعراف العشائرية التي تطالبه بالتضامن الاجتماعي الذي يظهر في الحقل السياسي بصورة جلية.
- إذا كان ادراك المواطن أن قيام ثقافة صحيحة خاصة في مسائل الثقافية والاعلام الناجح يمكن من ترسيخ مفهوم المصادقية، التي تشكل بدورها ثقافة سياسية واعية تؤهله أن يساهم ويشارك الدولة بشكل وفاعل في مصالح كل القضايا التي تمس حياته.
- إن الثقافة السائدة في المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات العربية أفرزتها التجربة التاريخية والتي كانت ترى في العنف الثوري وسيلتها لاقتلاع الظاهرة الاستعمارية. هذا الاتجاه الثوري تبلور

بعد الاستقلال، وطور خطابا معاديا للحزبية والانتخابات، وقد ساهمت المنظومة التعليمية ووسائل الإعلام الرسمية في إعادة انتاج هذه الصورة وتوسيعها.<sup>1</sup>

- رفض قيم الثقافة السياسية السائدة في المجتمع لقيم التنافس بين الأفراد والمجموعات على أساس الكفاءة، فالترقية الاجتماعية والحصول على امتيازات مادية اقتصادية واجتماعية لا بد أن يكون جماعيا في اطار مبدأ العطاء ورد العطاء المتحور إلى الزبونية وتبادل الولاء فلقد ساهمت عشوائية التسيير السياسي وضيق نظرته، وأسلوب فرز النخب والعلاقات التي تقيمها فيما بينى وضعف الدولة الوطنية مؤسسيا وسرعة فقدانها لشرعيتها التي كانت ضعيفة أصلا وطبيعة العلاقات في حقل المنافسة السياسية في تدعيم الثقافة السياسية التي تستمدتها من الولادات الأولية، وتحولت العلاقة القرابية والجهوية إلى معيار مساندا للتواجد في المراكز المادية والاجتماعية للسلطة وزاد تدعيم دور تلك الولاءات التي عوضت الفراغ السياسي الحزبي للدولة والنخب.

كذلك البعد الاقتصادي الاجتماعي الذي يؤثر في ثقافة المجتمع الجزائري السياسة تأثيره على النظام السياسي ككل، فنهج الاشتراكي الذي تبنت بعد الاستقلال فقد منح للدولة حق الرعاية التامة للمجتمع فهي التي تخطط للاحتياجات الاجتماعية وتعلقت إشباعها وتؤسس لنمط التعبير وتحدد شروط الوعي الذاتي دون القيام ببحث الشروط الحقيقية للتغيرات الثقافية والحضارية المتواصلة.<sup>2</sup>

- التكديس وذلك من خلال الاكتفاء ببعدي الشيء والشخص وافتقار بعد الفكرة مما يعطي لثقافتنا

طابع الاستهلاك والمتعة أو الطابع الفولكلوري.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد خداوي، مرجع سابق ص 523.524.

<sup>2</sup> رواحي رزيقة، مرجع سابق، ص 30.

<sup>3</sup> إسماعيل قيرة وآخرون، مستقبل الديمقراطية في الجزائر (بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2002) 2 . 4 182.

2 4 1541 بلدية بالجزائر ريفية الطابع تعرف بتمسك أفراد بعصبيتهم القروية فالقروي يجد الاطمئنان النفسي والاجتماعي في التمسك بعصبيته لكون أن هذا النوع من المجتمعات المحلية محدود ومنغلق حتى وإن تبادر للغير انفتاحه يرجع في الغالب إلى أصل واحد، بحيث تربطه أعضائه صلة الدم/ أو صلة النسب والمصاهرة وهذا النوع من الصلات تكون الأفراد بصفة غير ظاهرة وغير رسمية.<sup>1</sup>

إن الانتخاب في صورته الحديثة نتاجا غريبا، والجزائر على غرار جميع دول العالم وإن استوردته وطبقت تقنياته وعملت على تجسيد شكله الغربي في الممارسة السياسية لكنها لم تستطع تحقيق نتائج وذلك بسبب طبيعة مجتمعه الأصلي والبناء الاجتماعي الجزائري والثقافة السياسية السائدة لديه فالجزائر بتقريرها النظام الانتخابي من خلال قانون عضوي يحدد نوعه وعدد الدوائر الانتخابية ويفتح المجال أمام الأحزاب السياسية المعتمدة لخوضه وتعد ماديًا للعملية لا تصل إلى نفس نتائج التمثيل الديمقراطي ولا تستطيع فرض نفس الأشكال ومظاهر الدعاية الانتخابية للمترشحين وأحزابهم مثل ما يحدث في الدول الديمقراطية الغربية التي تستعمل فيها الاجتماعات وتوزيع المنشورات والملصقات والومضات الإشهارية في مختلف وسائل الإعلام... الخ لشرح برامج الحزب وتقديم مرشحيه.

وهذا يعطينا طابعها الحداثي لكن مرشحيهم لا يتأثرون بها بالقدر الذي يتأثر فيه على علاقاتهم الاجتماعية وقدراتهم المادية إلى عائدات صارت متوارثة يضمنون من خلالها ولاء التصويت مثل: الزردة والوليمة والوعود... الخ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي أحمد عيسى، المجتمع العربي (القاهرة: دار المعارف، 1961) ص 62.

<sup>2</sup> نور الدين طرابلسي، الدين والطقوس والتغيرات، ترجمة: وحيد البعيني، (بيروت، منشورات عويدات، 1998). ص 123.

إذا كانت الثقافة الانتخابية التي تعد جزء من لثقافة السياسية والتي قد تعني في الوهلة الأولى أنها تتمثل في حمل المواطن لبطاقة الانتخاب ومشاركته في عملية الاقتراع، إلا أنها تعد أشمل من ذلك لأنها تشمل الوعي والمعرفة والادراكات والقناعات السياسية التي تمكن الناخب من الاختيار العقلاني الحر، بعيدا عن أي ترغيب أو ترهيب من أطراف داخل العملية السياسية أو خارجها، أي التحرر الكامل من الضغوط السياسية والاقتصادية وحتى الاجتماعية الجهوية والانتماء والولاءات القبلية والعشائرية وغيرها عند إدلاء الناخب بصوته وهذا يعني أن الثقافة الانتخابية لا تكفي بالقبول بالوجود الآخر المختلف فكريا وسياسيا وتنظيميا فحسب.

وعند الحديث عن المشاركة الانتخابية فإنه لن يتم الخروج عن مفهوم الثقافة السياسية ودورها في تحديد السلوك الانتخابي باعتبار الانتخاب عملية مهمة في الدول الديمقراطية فهي تمثل التعبير الرمزي الأهم عن ديمقراطية المجتمع وعن مدى نضج ثقافة السياسية، فتدني المعرفة السياسية لدى المواطن يشكل عائقا أمام عمليتي المشاركة والتنمية السياسية، فالفروق السياسي مثلا هو نتيجة مجموعة من الاتجاهات والقيم والمعتقدات السياسية السلبية التي تم توارثها من جيل إلى جيل.

وفي المقابل يجب أن نعترف بحجم الصعوبات والعوائق المنهجية والعملية التي تعترض البحوث السياسية الانتخابية في هذا المجال وخاصة المجتمع الجزائري حيث تبدي العينات المدروسة مهما كان مستواها الثقافي تكتما حول المعلومات التي بحوزتها وتعبيرها من الخصوصيات خاصة إذا ما تعلق الأمر بالميولات والاتجاهات الحزبية أو القرار الانتخابي، أو الظروف الاجتماعية والاقتصادية، ورغم هذه العوائق وغيرها فإن الملاحظ في العملية لسلوك الناخبين والدراسة الميدانية للعوامل المحيطة والمؤثرة

بهم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نور الدين طوالي، المرجع السابق، ص 124.

## خلاصة و استنتاجات:

إن السوق السياسي في الجزائر خاصة في الانتخابات عرف الانتشار العام لظاهرة الفساد المالي والسياسي والاجتماعي إذ يعتبر صفقة بين المترشح والمواطن وهذا على أساس تسليع الصوت الانتخابي مقابل منافع والمواد، وارتباط هذه الممارسة بثقافة الانتخاب السائدة في المجتمع من خلال مرجعيتهم إلى العرش والقبيلة والجهة والمنطقة تحت إطار الولاءات الذي لم يستطع الحقل السياسي الرسمي ونصوصه القانونية منع تلك الممارسات الزبونية وسعيه لتحويل الولاء القبلي إلى ولاء سياسي. فاللعبه الانتخابية في المجتمع الجزائري تعمل على تحسين العلاقات الشخصية من خلال بحث الأحزاب السياسية على دعم قوائمها بمرشحين ذو انتماء قبلي قوي يضمن لهم التعبئة الانتخابية بحشد أكبر عدد ممكن من الأصوات الانتخابية.





الفصل الثالث:

السوق السياسي المحلي في

ولاية عيدة

إن طبيعة ممارسة السياسة في الجزائر تعتمد على العادات والتقاليد والولاءات الأولية وهذا ما يؤثر في السوق السياسي المحلي بصفة خاصة بحيث يعتبر أهم عنصر في هذا الأخير، المنتج الذي تتنافس عليه الأحزاب السياسية في الانتخابات المحلية أو التشريعية، بحيث أصبحت الانتخابات بمثابة سوق الترشيحات والمنافع وتبادل السلعة والمناصب السياسية ومن خلال دراسة الميدانية أخذنا الانتخابات التشريعية 2012 2017 كنموذج من خلال توظيف الموروث التاريخي والعادات والتقاليد والزيونية في تسيير الشأن العام المحلي ورفع من عجلة تنمية الجماعات المحلية من خلال أن يكون المرشح حامل لبرنامج سياسي حقيقي وفعلي.

## المبحث الأول: ولاية سعيدة

قبل التطرق إلى السوق السياسي المحلي بولاية سعيدة باعتبارها الجماعة المحلية محل الدراسة سوف نقدم ولاية سعيدة تطورها التاريخي و خصائصها إضافة لتنمية السياسية التي يقوم بها المجلس الشعبي الولائي.

## المطلب الأول: التعريف بولاية سعيدة

## 1\_ الموقع:

تقع ولاية سعيدة في منطقة إستراتيجية في الغرب الجزائري وسط الهضاب العليا في محور مركزي ضمن الكتلة المتكونة من الولايات التالية: تسميلت، تيارت، النعام، البيض، تقع الولاية بين نهايتي جبال العناية من الشمال وناحية الهضاب العليا من الجنوب، في الأطلس التلي الذي يقطعها من الناحية الغربية تقدر مساحتها ب 6613 كلم<sup>2</sup> تقدر مساحة الغابات فيها ب 156101 هكتار أي نسبة 23,5 من المساحة الكلية للولاية.

سميت سابقا بمدينة العقبان، وسمها الأمير عبد القادر بسعيدة وحسب التقسيم الإداري لسنة 1985 يحد ولاية سعيدة من الناحية الشمالية ولاية معسكر ومن الناحية الغربية ولاية سيدي بلعباس ومن الجنوب ولاية البيض ومن الشرق ولاية تيارت.

تتميز الولاية بطابع رعوي فلامي ومنطقة صناعية وكذلك منطقة صناعية وكذلك منطقة عبور بحيث تشكل بداية الصحراء.

## 2\_ لمحة تاريخية:

ما قبل التاريخ يعود تاريخها إلى العصور الغابرة وحسب بعض المؤرخين كانت منطقة رعوية مملونة جماعيا.

في القرن الميلادي 3م احتلت من طرف الرومان وواجهوا العرب المسلمين مقاومة شرسة من الإحتلال الرومان إذ بقيت سلطة مركزية إلى غاية سنة 508 قبل الميلاد استولى الملك مسيلسيا على هذه المنطقة، حتى مجيأ الأتراك حيث وصنعوا حد للمقومات الشعبية التي كانت آنذاك حيث وبعدها أصبحت للمنطقة تحت سلطة معسكر.

أما في الإحتلال الفرنسي ساعدت منطقة ولاية سعيدة مقاومة الأمير عبد القادر حيث تنق لها وأسس قاعدته العسكرية بغابة العقبان vieux saida وفي 22 أكتوبر 1841 دخل الفرنسيون سعيدة وفي هذه الفترة عرفت المنطقة العديد من المعارك ضد المحتل مثل معركة جيدة جوان 1843 ومعركة عين المانعة في 1843 ومعركتي تيرسن وسيدي يوسف كما كانت هناك العديد من المعارك جنوب المنطقة بقيادة الشيخ بوعمامة، استقر المعمرين في المنطقة خصوصا بعد 1870، الذين استولوا على أملاك الفلاحين العرب وفي عام 1881 تمت مبايعة الشيخ بوعمامة، وفي سنة 1886 استقرت في المنطقة الفرق العسكرية الأمنية la légion étrangère، وشهدت المنطقة العديد من الأحداث أهمها: مظاهرات بمدينة سعيدة في 08 ماي 1945، وأعمال عنف تمثلت في حرق مقر البلدية ومستودع الفحم وقطع الأسلاك الهاتفية 18 ماي 1945، نشأة أول نادي في المنطقة "نادي مولودية سعيدة" في 27 جويلية 1947، إمتداد الثورة إلى المنطقة في مارس 1956 وفي التنظيم العسكري والسياسي لمؤتمر الصومام تم تقسيم ولاية سعيدة بين المنطقتين 6 و8 للولاية الخامسة. ووقع العديد من العمليات المسلحة حتى إستقلال الجزائر.

3\_ الإداري:

تتقسم ولاية سعيدة إلى 16 بلدية وهي على النحو التالي:

الدوائر	البلدية
سعيدة	سعيدة
عين الحجر	عين الحجر، مولاي العربي، سيدي أحمد
سيدي بوبكر	سيدي بوبكر، أولاد خالد، سيدي أعمر، هونت.
الحساسنة	الحساسنة، سخونة، المعمورة
أولاد ابراهيم	أولاد ابراهيم، تيرسيت، عين السلطان.
يوب	يوب، ذوي ثابت

السياحة الإيكولوجية:

تتميز بمناطق ومناظر طبيعية تساهم في السياحة الإيكولوجية وأهم هذه المناطق:

\_ منطقة تيفريت تقع المنطقة شرق منطقة مدينة سعيدة بحوالي 30 كلم وتتميز بمغاراتها ومياها المتدفقة

في شكل شلال، فهي قبلة للسياح من داخل وخارج الولاية.

\_ منطقة سعيدة القديمة vieux saida تقع في المخرج الجنوبي للمدينة تتميز للمنطقة بغايتها وأجرافها

ويعيونها العذبة الذي يمر عبرها.<sup>1</sup>

\_ منطقة المرجة تبعد المنطقة عن ولاية سعيدة بحوالي 19 كلم باتجاه ولاية سيدي بلعباس، تتميز

بغاباتها الكثيفة على مساحة تقدر بـ 768 هكتار مما يجعلها مقصد للتخييم والعبيد للسياح.

<sup>1</sup> مديرية السياحة لولاية سعيدة.

\_ منطقة هونت تقع بالشمال الغربي لمدينة سعيدة على بعد 50 كلم، تتميز بغاباتها وواديها الذي سميت منه المنطقة وهو واد هونت كما توجد بها بقايا حضارات قديمة من الأثار الرومانية.<sup>1</sup>

### الفلاحة:

تتميز ولاية سعيدة بطابع الرعوي الفلاحي، بحيث تعتبر المنطقة السهلية أكبر جزء من الجنوب لغطاء نباتي يصل إلى 30,000 هكتار، تتكون من نبات الحلفاء، تزخر الولاية بعدة أنواع من النباتات منها، الصنوبر الحلبي، البلوط، الزعتر، الشيح...إلخ.

تقدر المساحات الزراعية الأراضي الفلاحية 173'670 هكتار منها 308,206 هكتار أي 46%

أراضي زراعية مستغلة.<sup>2</sup>

### \_ الثروة المعدنية:

تحتوي الولاية على عدة معادن تستغل في الصناعة من أهمها:

\_ مصانع الجبس بذو ثابت وسيدي بويكر.

\_ مصانع الإسمنت بالحساسنة.

\_ مصانع القرميد الأحمر بسيدنا عيسى وسعيدة.

\_ صناعة القرانيت تيفريت.

وغيرها من المعادن مثل الذهب والنحاس لكن ليست مستغلة.

### الحالة الديمغرافية:

يبلغ سكان ولاية سعيدة حوالي 350766 نسمة حيث تبلغ الكثافة السكانية 200 ساكن/كلم<sup>2</sup>.

تقدر نسبة السكان البالغ سنهم أقل من 15 سنة بـ 25% من مجموع سكان الولاية.

<sup>1</sup> مديرية السياحة لولاية سعيدة.

<sup>2</sup> مديرية الفلاحة لولاية سعيدة، تقرير حول قيم وتجديد أفاق القطاع الفلاحي، جوان، 2013.

## المناخ:

تتميز ولاية سعيدة بمناخ شبه جاف حار صيف وبارد شتاء سقوط الأمطار غير منتظمة سواء طيلة الفصل حيث تقدر نسبة تساقط الأمطار 348مم/ للسنة تتراوح الحرارة ما بين 7م° في شهر ديسمبر و46م° في شهر جويلية.<sup>1</sup>

## البنية التحتية:

لولاية سعيدة شبكة من الطرقات الهامة تتمثل في:

\_ 372 كم طريق وطني.

\_ 645 كم طريق ولائي.

\_ 433 كم طريق بلدي.

## الطرق الوطنية:

\_ الطريق رقم 06 من الشمال إلى الجنوب.

\_ الطريق 92 من سعيدة نحو الشرق.

\_ الطريق 94 من سعيدة نحو الغرب.

## السكة الحديدية:

تشمل الولاية على طريق السكة الحديدية حيث يقطعها من الشمال إلى الجنوب.<sup>2</sup>

## منابع المياه:

تحتوي على احتياطي يبلغ 109م<sup>3</sup> منها 79 م<sup>3</sup> مياه جوفية.

<sup>1</sup> الوكالة الوطنية الوسيطة في التسوية العقارية (منوغرافيا، ولاية سعيدة، 24 جويلية، 2011) 05 0 1.

<sup>2</sup> من الموقع على الساعة 10:28: <http://www.andi.dz/pdf> 11/09/2014:

أهم المنابع المائية:

سعيدة 350 لتر/ثا.

تيفرت 200 لتر/ثا.

تاخمارت 350 لتر/ثا.

زراقت 900 لتر/ثا.

الحمية الزاوية 100 لتر/ثا.

فيض الرمل 100 لترا.ثا.

واد بريور 50 لتر/ثا.

المياه الجوفية 250 لتر/ثا.

حمام ربي 03 لتر/ثا.

حمام سيدي عيسى 07 لتر/ثا.

حمام عين السخونة 500 لتر/ثا.

التربية والتكوين:

\_ التعليم الإبتدائي 204 تحتوي على 1664 قائمة للتدريس تستقبل 54365 تلميذ.

\_ التعليم المتوسط 56 متوسطة تحتوي على 841 قائمة للتدريس وتستقبل 28842 تلميذ.

\_ التعليم الثانوي 20 ثانوية تحتوي على 420 قاعة للتدريس وتستقبل 11457 تلميذ.

\_ التكوين المهني 02 معاهد لتكوين المهني و 10 مراكز للتكوين المهني تستقبل 3200 طالب.

\_ التعليم العالي تحتوي جامعة سعيدة على 4 كليات تحتوي على 61 قاعة للتدريب وتستقبل 10481

طالب و 4 أحياء جامعية.



## القطاع الصحي:

هناك تغطية صحية للسكان بواسطة:

01 مستشفى بـ 475 سرير .

06 عيادات متعددة الخدمات.

01 مؤسسة إستشفائية للولادة بـ 180 سرير .

01 معهد تكوين شبه طبي.

50 صيدلية.

01 عيادة متخصصة حديثة.<sup>1</sup>

## القطاع السياسي والإيكولوجي:

تتميز ولاية سعيدة بالسياحة الحموية والإيكولوجية، وهذا ما يجعلها منطقة لجذب السياح في إطار السياحة المحلية وكذلك السياح الزجانب، خاصة وأن الولاية لقد نقطة عبور رئيسي للصحراء كونها تضم الطريق الوطني رقم 6 الذي يربط وهران بشار إلى تندوف بالإضافة إلى الحمامات المعدنية، حيث تضم 3 حمامات معدنية أهمها:

\_ **المحطة الحموية " حمام ربي "** :يقع شمال مدينة سعيدة على بعد 11 كلم حيث يوفر لزائريه العلاج بالمياه المعدنية وجناح طبي يسهر عليهمختصون، ويحتوي الحمام على أماكن للإقامة مثل المرتب السياحي الذي يحتوي على شالبهات وبقالوهات، فندق "المياه المعدنية" والذي يتوفر على طاقة استيعاب قدرها 111 سرير .

\_ **المحطة الحموية "حمام سيدي عيسى"**: يقع على بعد 13 كلم شمال مدينة سعيدة ويحتوي هذا الحمام على 56 غرفة استحمام تقليدية والذي يتميز بمياهه الساخنة، يختص بمعالجة الأمراض الجلدية

<sup>1</sup> من الموقع: [www://www.andi.dz/pdf](http://www.andi.dz/pdf)

الأمراض التنفسية وأمراض الروماتيزم، تقدر درجة الحرارة به ب 49° وينصح به التداوي من الأمراض الجلدية.

\_ المنطقة الحموية "حمام عين سخونة": يبعد عن ولاية سعيدة ب 90 كلم بالجنوب الشرقي على الفريق الوطني رقم 92 بالحدود مع ولاية تيارت، وهذا الحمام المعدني يختص بمعالجة الأمراض الجلدية التنفسية وأمراض الروماتيزم تقدر درجة الحرارة ب 30° وبالتالي تمثل عين السخونة منطقة 5 سياحية بإمتهياز. للولاية 5 فنادق من بينها 3 للخواص، تستوعب 527 سرير.<sup>1</sup>

### جدول يمثل عدد السكان والكثافة السكانية من سنة 1998 إلى غاية 2016 لولاية سعيدة

الرمز	البلديات	PH 1998	الكثافة (ساكن/كم <sup>2</sup> )	عدد السكان 31/12/2016	PH 2008	المساحة (km <sup>2</sup> )
2001	سعيدة	115166	1973,88	149620	128 431	75,80
2002	ذوي ثابت	4315	27,16	5891	5158	216,90
2003	عين الحجر	21 493	86,45	36 075	29 023	417,30
2004	اولاد خالد	19 368	181 ,70	37 648	30 485	207,20
2005	مولاي العربي	10 426	29,83	12 639	11 066	423,70
2006	يوب	15 314	44,32	19 640	17 354	443 ,10
2007	هونت	4097	30 ,91	5443	4765	176,10
2008	سيدي اعمر	7715	61,32	10 289	8991	167,80
2009	سيدي بويكر	17 131	87,10	21 401	19 282	245,70
2010	الحساسنة	10 448	25 ,72	14 905	13 294	579,50
2011	معمورة	5342	6,37	7744	7082	1216,50

<sup>1</sup> سعيدة قطب يراهن عليه في السياحة الحموية والايكولوجية، من الموقع:

1257,30	14 592	16 034	12,75	12 205	سيدي احمد	2012
404,40	7 129	8142	20,13	5725	عين السخونة	2013
253 ,50	19 711	22 534	88,89	18 406	اولاد ابراهيم	2014
421,40	7377	8425	19 ,99	6 307	تيرسين	2015
259,20	6919	7768	29,97	6068	عين السلطان	2016
6765,40	330 641	384 200	56,79	279	الولاية	20
				526		

## المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لولاية سعيدة

يتكون الهيكل الإداري للولاية من الوالي، الديوان، الأمانة العامة، بالإضافة إلى المجلس الولائي، والمجلس الشعبي الولائي.

## 1\_ الوالي:

هو ممثل الدولة مندوب الحكومة على مستوى الولاية، فإنه ينفذ قرارات الحكومة زيادة على التعليمات التي يتلقاها من كل وزير من وزراء الحكومة الولائي وبصفة هيئة تنفيذية بالولاية، ينفذ القرارات التي تسفر عن داولات المجلس الولائي ويقدم عند كل دورة عادية للمجلس تقرير حول آلية المداولات، كما يطلع سنويا على نشاط مصالح الولاية.

طبقا لأحكام القانون 07\_12 المؤرخ ولا سيما المادة الأولى "الولاية" هي جماعات عمومية إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي وتشكل مقاطعة إدارية للدولة، وتنشأ هذه الأخيرة بموجب قانوننا، ولها المهام الآتية:

\_ يسهر على ممارسة مهامه في حدود اختصاصه على حماية حقوق المواطنين وحررياتهم حسب الأشكال والشروط المنصوص عليها في القانون.

\_ الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والمعيشة العامة.

\_ يسهر الوالي على إقامة وحسن تسيير مصالح الولاية ومؤسساتها العمومية ويتولى أعمالها ومراقبتها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول لها.

\_ يمثل الوالي الولاية أمام القضاء سواء كان مدعيا أو مدعى عليه ما دامت الحالات التي يكون فيها طرفا نزاع الدولة والجماعات المحلية.

\_ يعد الوالي المستوى النقابي المشروع الميزانية ويتولى تنفيذها بعد مصادقة المجلس الشعبي الولائي عليها، وهو الأمر بالصرف.

- \_ توضع تحت تصرف الوالي مصالح الأمن لتطبيق القرارات المتخذة في إطار المهام المنصوص عليها.
- \_ يجب على الوالي أن يقيم في عاصمة الولاية.<sup>1</sup>

## 2\_ الديوان:

- هو هيئة تحت إشراف الوالي، وتحت رئيس الديوان الذي يساعد الوالي في ممارسة وتنفيذ مهامه بالولاية وفي هذا الإطار مكلف بمايلي:
- \_ العلاقات الخارجية والبروتكولات.
- \_ العلاقات مع أجهزة الإعلام والصحافة.
- \_ أنشطة مصلحة الإتصالات السلكية واللاسكية والشفرة.
- وبساعده 15 ملحقين بالديوان ويتم توظيفها بناء على قرار وزاري مشترك بين وزير المالية المكلف بالداخلية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية، رئيس الديوان وفي حدود صلاحياته ويتلقى تعليمات من الوالي وينبثق عن الديوان كل من:

### أ\_ الخلايا:

- \_ خلية الإعلام والإتصال.
- \_ خلية المشاريع الكبرى.
- \_ خلية التنمية البشرية.
- \_ خلية التنمية الريفية.
- \_ خلية التضامن والتشغيل.
- \_ خلية البيئة ونوعية الحياة.
- \_ خلية السكان والإطار المعيشي.

<sup>1</sup> مصلحة التنشيط، مديرية الإدارة المحلية، ولاية سعيدة.

\_ خلية التخليص والإشراف.

\_ خلية النشاط الإقتصادي.

هي مصلحة بالديوان مكلفة بالعلاقات مع الصحافة وأجهزة الإعلام على مستوى الولاية.

### ب\_ مكتب الوسيط الإداري:

ملحق بالديوان وهو بمثابة الوسيط بين المواطن والديوان.

### ج\_ مكتب التنظيم:

ملحق بالديوان وهو مكلف بنشاط مصلحة الإتصال والأرقام، ويساهم في التنظيم على مستوى الولاية.

### الأمانة العامة:

هي تحت إشراف الوالي، لأن الأمانة العامة الجهاز الأكثر حيوية في إدارة الولاية، ولكن تنظيم

هياكلها في مصلحة واحدة أو مصلحتين أو ثلاث مصالح، تضم كل واحدة منها ثلاثة مكاتب

على الأكثر.

وحسب المادة 05 من المرسوم التنفيذي 215/94 المؤرخ في 1999/07/23، تتمثل مهمة

الأمين العام في:

\_ السهر على ضمان استمرارية العمل الإداري.

\_ متابعة عمل مصالح الدولة الموجودة على مستوى الولاية.

\_ تنسيق أعمال المديرين في الولاية.

\_ تنشيط على الهياكل المكلفة بالتوثيق والأرشيف والترتيب والتنسيق فيما بينها،

\_ متابعة عمل أجهزة الولاية وهياكلها مع تنشيط الهياكل المكلفة بالبريد ومراقبتها وعلى هذا الأساس فهو

مكلف بالاجتماع عند الضرورة مع عضو أو عدة أعضاء من مجلس الولاية للدراسة الوسائل الخاصة

والتي تدخل في إطار تنفيذ برامج مجلس الولاية، مع إعلام الوالي بسير الأشغال.

\_ تنشيط مجموع برامج التجهيز والاستثمار في الولاية ويسهر على تنفيذها كذلك متابعة مداوات المجلس الشعبي الولائي والقرارات التي يتخذها مجلس الولاية.  
فتكون الأمانة العامة من ثلاث مكاتب وهي:

### 1\_ مصلحة التلخيص:

هي مصلحة تشرف على التنمية المحلية على مستوى الولاية ابتداء من فكرة المشروع إلى غاية التجسيد الفعلي من طرف مصلحة التلخيص، وذلك عن طريق متابعة دورية ودقيقة للمشروع في كل سنة ترسم الولاية برنامج عمل تضع فيه كل احتياجات الولاية التنموية في جميع القطاعات بدون استثناء ولها الحق في اقتراح تنمية لقطاعاتها سواء كان ذلك ضمن المخططات القطاعية للتنمية PSP أو المخططات التنموية البلدية P.S.D.

تقوم بمتابعة دوريا على مستوى الولاية ابتداء من فكرة المشروع لفائدة قطاع ما أو بلدية ما، ولا يكون المتابعة الدورية إلا بعد توفر المراحل التالية:

\_ اقتراح المشروع (تحفيز البطاقة التقنية، المبلغ التقديري...).

\_ عند قبول تسجيل المشروع تتم المرحلة الثانية وهي دراسة المشروع.

\_ الانطلاق في انجاز المشروع والذي بدوره يمر بعد مراحل تحفيزية ومتابعة المشروع بدقة.

\_ ومصلحة التلخيص بدورها تتكون من ثلاثة مكاتب وهي:

### 1\_ مكتب الصفقات العمومية:

يقوم بتحفيز ومتابعة أعمال لجنة السوق العمومية للولاية ويقدم تقارير الأمانة العامة.

**2\_ مكتب التنسيق:**

يقوم بمتابعة قرارات الحكومة المتعلقة بالولاية وضمان تنظيم ومتابعة أعمال اللجان التابعة للوالي

أو الأمين العام للولاية عبر مديريات الحكومة.

**3\_ مكتب التنظيم:**

يقوم بدراسة وتقديم اقتراحات من أجل سير الأفضل للمديريات وتسهيل طرق العمل.

**\_ مصلحة التوثيق:**

تتكون هذه المصلحة من مكتبين:

**1\_ مكتب التوثيق وبنك المعلومات:**

هو المكتب الذي بجمع ونشر واستغلال كل وثيقة إدارية نشرية والتي بإمكانها أن تقدم منفعة إلى

مديريات التنفيذية الولاية.

- تكوين وتسيير القاعدة الوثائقية للولاية.

- تحضير وانجاز ونشر المجلات ونشرية إعلامية داخلية للولاية.

- انجاز دلائل احصائية monographie اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية حول الولاية والعمل

على تحليلها.

**2\_ مكتب التلخيص:**

يقوم هذا المكتب بالجمع والتحليل لغرض التنسيق بين البرامج والنشاطات السنوية للمديريات

الولاية وتنظيم سير المعلومات وكذلك جمع التقارير وحصائل النشاطات السنوية وتحليلها.



**\_ مصلحة الأرشيف والمحفوظات:**

تتكون المصلحة من مكتبين:

**أ\_ مكتب الإعلام والمساعدة:**

يقوم ببث ونشر القواعد المطبقة في الموارد المطبقة في الموارد المحلية وحفظ الأرشيف ومساعدة مديريات الولاية حول الوثائق الخاصة بهم، وذلك بتقديم وثيقة جدول دفع الوثائق.

**2\_ مكتب الحفظ:**

يقوم بحفظ العقود، الملصقات، المنشورات الرسمية من طرف مديريات الولاية، فهو المشرف المباشر على قاعات الأرشيف حيث يقوم بتنظيم الأرشيف لتسهيل إمكانيات البحث والدراسة.

**\_ المنتشية العامة:**

يتعين موظفيها بمرسوم رئاسي حيث تتولى سلطة الوالي مهمة عامة ودائمة لتقويم نشاط الأجهزة الهياكل والمؤسسات بسرهما مفتش يساعد مفتشان من نفس المرسوم، وحسب المادة 6 من المرسوم التنفيذي السابق نصت لها المهام التالية:

- تسهر على الاحترام الدائم للتشريع والتنظيم المعمول بهما والمطبقين على مهام أعمال الهياكل والأجهزة والمؤسسات.

- تقوم باستمرار عمل الهياكل والأجهزة والمؤسسات قصد النقائص واقتراح التصحيحات اللازمة.

- تتدخل المنتشية العامة في الولاية على أساس برنامج سنويا يتدرج في إطار مخطط أعمال يقره الوالي.

- ترفع إلى الوالي تقارير المفتشين التي يقرونها عقب إنهاء مهامهم ويرسل ملخص منها دوريا إلى وزارة الداخلية والجماعات المحلية.

## مصلحة الميزانية والممتلكات:

وهي كل ما يتعلق بالثقافات التابعة لهذه المصلحة وهي بدورها تنقسم إلى ثلاثة مكاتب هي:

## 1- مكتب ميزانية الدولة:

يقوم بتحفيز ميزانية الولاية وتقسيمها على القطاعات المعنية به، وتكون هذه الميزانية مخصصة من وزارة الداخلية والجماعات المحلية سنويا تقوم بتوزيعها على مختلف ولايات الجزائر من بينها ولاية سعيدة، وتقوم بدورها بتوزيع على قطاعات معينة مثلا نفقات خاصة بشير الولاية، أحور الموظفين...إلخ.

## 2- مكتب ميزانية الولاية:

تتمثل في ميزانية خاصة بالولاية مثل، شراء آلية لحراس الأمن: للولاية نفقات متعلقة بتسيير الولاية تابعة لميزانية الولاية بالنسبة للموظفين الغير مرسمين، بناء طرقات ومستشفيات...إلخ.

## \_ مكتب الممتلكات:

وهي التي تخص جميع ممتلكات الولاية، تتكلف بالميزانية ودوائرها وبلدياتها، فيما يتعلق بصيانة المباني الخاصة بالإطارات في الولاية حاضرة السيارات...إلخ.

## لمحة التنشيط المحلي:

تقوم هذه المصلحة بمتابعة حركة البلديات، أي الإشراف على الدوائر والبلديات التابعة للولاية والإشراف على مستوى الولاية نفسها عن طريق مراقبة مصالحها وأموالها ودراسة الميزانية ومراقبتها إلى غاية تنفيذها، أي كل أملاك البلديات تسيير من طرف المصلحة من حيث الجانب المالي وجانب الأملاك (العقارية، المنقولة).

بالإضافة إلى مراقبة ومتابعة الصفقات التابعة للولاية التي تهتم بالقطاعات الداخلية والجماعات المحلية والاتفاقيات المبرمة من طرف البلديات مثلا إنجاز والتوريد، وتتكون المصلح بدورها من مكتبين:

**1\_ مكتب ميزانية وممتلكات:**

وهي خاصة بكل ما يتعلق بالميزانية والممتلكات العقارية والمنقولة للبلدية.

**2\_ مكتب الصفقات والبرامج:**

وينقسم إلى قسمين:

\_ صفقات تابعة للولاية ( أي مسجلة في قطاع الداخلية أو ميزانية الولاية).

\_ مراقبة الصفقات التي تبرمها الولاية في جميع النشاطات إذا كانت مطابقة للقوانين المعمول بها أولا:

**مصلحة المستخدمين في الولاية:**

هي التي تتكف بتوظيف المستخدمين التابعين للولاية والموظفين التابعين لوزارة الداخلية على

مستوى المحلي، تتكون بدورها من مكتبين:

**1\_ مكتب تكوين وتسيير موظفي الولاية:**

وهو المكلف بتوظيف أول إجراء من الإعلان عن التوظيف، ومتابعة المسابقات الخاصة

بالتوظيف، وتقديمها للتأشير بالإضافة إلى توظيف في الولاية يقوم هذا المكتب بمتابعتهم عن طريق

التكوين والترقية في الدرجة وفي الرتبة، وهذا ويتم عن طريق اللجنة المتساوية للأعضاء.

**2\_ مكتب تكوين وتسيير موظفي البلديات:**

تقوم الولاية في هذه الحالة بالقيام بسلطة الوصاية والرقابة عن طريق توجيهات وتعليمات، توجه

لمسيرة الموظفين على مستوى البلديات، وكذلك تبلى لهم كل النصوص والتعليمات الخاصة بتسيير الموارد

البشرية.

**\_ مديرية التنظيم والشؤون العامة:**

تم إنشاء مديرية التنظيم والشؤون العامة وفق الهيكل والصلاحيات الموجودة حاليا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 265\_95 المؤرخ في 06 سبتمبر 1995 المحدد لقواعد التنظيم وسير مصالح الشؤون العامة والإدارة المحلية وهي مسؤولة على:

✓ ضمان تنفيذ وتطبيق القواعد القانونية العامة.

✓ ضمان المراقبة على شرعية التدابير التنظيمية المعتمدة محليا (مداولات المجلس الشعبي الولائي والمجال من الشعبية البلدية).

✓ ضمان تقديم التقارير ودراسة الأعمال الإدارية للولاية والبلديات التابعة لها.

✓ التكفل بمتابعة الإجراءات الخاصة نزع الملكية ووضعها تحت تصرف الدولة لأجل المنفعة العامة

قصد انجاز مشاريع اقتصادية واجتماعية وتربوية ورياضية في إطار مختلف برامج التنمية المحلية وكذلك برامج التنمية القطاعية.

**مصلحة التنظيم العام:****1\_ مكتب المؤسسات المصنفة:**

يتكلف بملفات إنشاء المؤسسات المصنفة مثل المخازن والمرشات العامة وكذلك المؤسسات المصنفة من درجة أعلى مثل تربية الحيوانات، حيث تخضع هذه المؤسسات إلى تقديم ملفات لتمكين أصحابها من ممارسة نشاطاتهم وفقا لما ينص عليه التنظيم الخاص بهذه المؤسسات المصنفة.

**2\_ مكتب الانتخابات والجمعيات:**

ويتكفل هذا المكتب بتنظيم مختلف الانتخابات على مستوى الولاية من انتخاب أعضاء البرلمان بغرفتيه المجلس الشعبي الوطني ومجلس الأمة وكذلك الانتخابات المحلية للمجالس الشعبية البلدية والمجلس الشعبي الولائي كما يتكفل بتسيير المنتخبين لكل هذه المجالس من خلال العهدة التي يقومون

بها وهذا بمتابعة ملفاتهم الإدارية وكل ما تتضمن من عقوبات إدارية المسلطة على المنتخبين لا سيما أعضاء المجلس الشعبي الولائي وأعضاء المجالس الشعبية البلدية.

كما أن هذا المكتب يقسم بسير جمعيات المجتمع المدني والجمعيات الدينية والخيرية والثقافية المعتمدة ويتابع كذلك بتجديدها دوريا.

### مكتب حركة السيارات:

يتكفل بملفات ترقية السيارات وانجاز البطاقات الرمادية للسيارات والمركبات كما يقوم بإنجاز بطاقات المراقبة للسيارات التي تباع عن الولاية إلى ولايات أخرى كما يقوم بإنجاز البطاقات الرمادية بعد حصوله على شهادات التأكيد من الولايات التي قدمت منها السيارات المباعة إلى الولاية مقر سكن الشاري.

### مصلحة تنقل الأشخاص:

وهي مصلحة تتكفل بتسيير الحالة المدنية والخدمة الوطنية والأجانب وتنقل المواطنين وتتكون من ثلاث مكاتب وهي كالتالي:

#### 1\_ مكتب الحالة المدنية والخدمة الوطنية:

ويهتم تسيير الحالة المدنية للبلديات ومتابعتها وهذا يتلقيه للإحصائيات الخاصة بالبلديات لكل ثلاثة أشهر ميلاد، زواج، وفاة ويقوم بإرسالها دوريا لوزارة الداخلية والجماعات المحلية كما يقوم بجلب وثائق الحالة المدنية وهي 28 مطبوعة تضاف إليها مطبوعة شهادة الميلاد رقم 12 خ التي توزعها على البلديات حسب الطلبات المقدمة والاحتياجات لكل بلدية من هذه الوثائق، بالإضافة إلى ذلك يقوم هذا المكتب بتنظيم عملية تسجيل شباب الخدمة الوطنية، حيث يقوم بإحصاء الدفعات خلال شهري جانفي وفيفري في كل سنة ويضبط القوائم الإسمية في سندات ورقية وسند قرص مضغوط وتحويلها إلى مكتب الخدمة الوطنية بالناحية العسكرية الأولى في شهر مارس من كل سنة.

**2\_ مكتب تنقل المواطنين:**

بشكل بوثائق الهوية والسفر لفائدة المواطنين من جوازات السفر وبطاقات التعريف الوطنية حيث يقوم بصفة مستمرة منتظمة بمتابعة إحصائيات لوزارة الداخلية والجماعات المحلية، يقوم كذلك بجلب حصص الولاية من جوازات السفر وبطاقة التعريف الوطنية من المطبعة الرسمية بالجزائر وتوزيعها على الدوائر حسب الاحتياجات والطلبات المقدمة بصفة منتظمة من هذه الوثائق والمطبوعات البيومترية التي رافقت هذه الوثائق عند انطلاق عملية انجاز بطاقات التعريف الوطنية وجوازات السفر البيومترية.

يتكفل المكتب أيضا بملف التسجيل للحج وتستقبل الملفات الناجحين في القرعة كافة البلديات الولاية 64 بلدية، ويقوم بملاً دفاتر الحج لكل مرسوم وإرسالها لوزارة الداخلية والجماعات المحلية للحصول على التأشيرات اللازمة من سفارة المملكة العربية السعودية قصد أداء مناسك الحج.

**مكتب تنقل الأجانب:**

يتكفل هذا المكتب بتنقل الأجانب وإقامتهم وكذا ممارستهم لمختلف النشاطات الاستثمارية والتجارية حيث يقوم بالتنسيق مع مصالح أمن الولاية بإنجاز بطاقات الإقامة للأجانب.

ويتكفل أيضا بعملية الزواج المختلف بين جزائري بأجنبية أو العكس.

**مصلحة الشؤون القانونية والمنازعات:**

وتكفل هذه المصلحة بالشؤون القانونية والمنازعات للولاية والمديريات المجلس الولائي، حيث تقوم بمراقبة مشاريع القرارات التي تقدمها مديريات المجلس الولائي ويتم إمضائها من طرف الوالي أو الكاتب العام للولاية كون أن هذا الأخير له سلطة التفويض الاختصاص في المجالات التي تخص صلاحيات الوالي ويتكون هذه المصلحة من ثلاث مكاتب وهي:

**1\_ مكتب نزع الملكية والمنازعات:**

يقوم بالإجراءات الخاصة بنزع الملكية من أجل المنفعة العامة مع مديريات المجلس الولائي التي يتبعها المشرع كالفلاحة والطرق ومجالات أخرى كالصحة والتجارة وأملاك الدولة وغيرها، وكذلك دراسة ومتابعة المنازعات التي تكون بين الولاية والمواطنين مصلحة بينهم وبين مديريات المجلس الولائي.

**2\_ مكتب العقود الإدارية والمداوات الولائية:**

يتكفل بمتابعة العقود الإدارية المتمثلة في القرارات التي يصدرها الوالي قائدة الولاية وكل مديريات المجلس الولائي وهذا لأجل تنفيذها كما يتابع المداوات الصادرة عن المجلس الشعبي الولائي والتي يتم تجسيدها بواسطة قرارات ولائية تتعلق بكافة النشاطات التنموية في جميع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وغيرها المتعلقة بفائدة المصلحة العامة.

**3\_ مكتب العقود الإدارية والمداوات البلدية:**

يقوم هذا المكتب بمتابعة العقود الإدارية البلدية المتمثلة في القرارات التي تصدرها البلديات في جميع مجالات التنمية المحلية وكذلك مداوات البلديات ومدى تطبيقها وتجسيدها وتخص هذه المداوات التنمية المحلية في جميع المجالات المتعلقة بالمصلحة العامة.

**المجلس الولائي:**

هو تحت إشراف الوالي ويقوم بتنفيذ قرارات الحكومة و يقوم المجلس وفي إطار القوانين والتنظيمات السارية المفعول بتفحص كل المسائل المعروفة عليه من طرف الوالي أو أحد أعضائه. وحسب المادة 22 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر يجتمع مجلس الولاية في دورة عادية مرة واحدة في الأسبوع برئاسة الوالي، وإذا وقع له مانع يخلفه الكاتب العام، كما أن المجلس إن يعقد اجتماعات غير عادية باستدعاء من الوالي عندما يتطلب الوضع ذلك، ويكلف بما يلي:

\_ برمجة وتنشيط ومراقبة عمل المصالح والأسلاك المهنية التي هي تحت إشرافه.

\_ اعداد ودراسة المشاريع والتقديرات الخاصة بالتنمية القطاعات المولاية وهذا بالتنسيق مع الهياكل المعنية.

\_ إعطاء آرائه حول المشاريع المسطرة على مستوى الولاية.

\_ المجلس الشعبي الولائي:

1\_ المكتب الدائم للمجلس:

رئيس المجلس الشعبي البلدي:

يرأس رئيس المجلس الشعبي، المجلس وبهذه الصفة يستدعيه ويرأس اجتماعاته ويطلع على

حالة تنفيذ مداولاته ويمثله في الاحتفالات التشريعية والتظاهرات الرسمية.

\_ نواب الرئيس:

يختار رئيس المجلس الشعبي الولائي خلال 08 أيام التي تلي تصيبه نواب من بين أعضاء

المجلس ويعرضهم للمصادقة من قبل المجلس الشعبي الولائي ويتراوح عددهم ما بين نائبان و06 نواب

حسب عدد أعضاء المجلس عدد نواب رئيس المجلس الشعبي الولائي لولاية سعيدة 02 على اعتبار أن

المجلس يهتم 39 عضوا.



## المطلب الثالث: دور المجلس الشعبي الولائي في التنمية السياسية

إن المجلس الشعبي الولائي هو مجلس منتخب عن طريق الإقتراع العام، وهو هيئة التداول على مستوى الولاية، يساهم في تقديم المقترحات وتسجيل المشاريع ومتابعة تجسيدها على أرض الواقع إذ أن مهام التداول والرقابة تعدان من صلب المهام المنوطة بهذه الهيئة.

## المجلس الشعبي الولائي:

إن مجلس الشعبي الولائي هو جهاز مداولة على مستوى الولاية ويعتبر الأسلوب الأمثل للقيادة الجماعية والصورة الحقيقية التي بموجبها يمارس سكان الإقليم حقهم في تسيير والسهر على شؤونه ورعايته مصالحه.

المجلس الشعبي الولائي يمارس التمثيل الشعبي كهيئة منتخبة وفي أحكام العلة في القانون 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 من المادة الأولى للولاية جماعة اقليمية وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية وحسب المادة 12 هناك مجلس الشعبي ولائي منتخب عن طريق الاقتراع العام.

## تشكيل المجلس الشعبي الولائي:

طبقا للمادة 82 من القانون العضوي رقم 12\_01 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير

2012 المتعلق بالانتخابات فإن عدد مقاعد المجلس الشعبي الولائي تكون بالشكل التالي:<sup>1</sup>

\_ 35 عضوا في الولايات التي يقل عدد سكانها عن 250,000 نسمة.

\_ 39 عضوا في الولايات التي يتراوح عدد سكانها بين 1250,001 و 650,000 نسمة.

\_ 43 عضوا في الولايات التي يتراوح عدد سكانها بين 650,001 و 950,000 نسمة.

<sup>1</sup> القانون العضوي رقم 12\_01 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 المتعلق بالانتخابات.

- قانون الولاية رقم 07/12 المؤرخ في 2012/02/21 الجريدة الرسمية، العدد 12 ، المؤرخة في 2012/02/29.

\_ 47 عضوا في الولايات التي يتراوح عدد سكانها بين 950,001 و 150,000 نسمة.

\_ 51 عضوا في الولايات التي يتراوح عدد سكانها بين 159,000 و 250,000 نسمة.

\_ 55 عضوا في الولايات التي يفوق عدد سكانها بين 125000 نسمة.

إلا انه يجب أن تكون كل دائرة انتخابية ممثلة بعضو واحد على الأقل.

**دور المجلس الشعبي الولائي لولاية سعيدة في التنمية السياسية:**

يتكون المجلس الشعبي الولائي لولاية سعيدة من تشكيلات سياسية حيث أفرزت نتائج الانتخابات

المجلس التي جرت يوم 29 نوفمبر 2012 عن تزكية جديدة للمجلس، متكونة 39 عضو حسب القانون

01/12 المتعلق بالانتخابات وعدد سكان الولاية الموزعين كما يلي:

\_ حزب جبهة التحرير الوطني 13 عضو.

\_ حزب التجمع الوطني الديمقراطي 10 عضو.

\_ حزب المستقبل 06 أعضاء.

\_ الحركة الشعبية الجزائرية 05 أعضاء.

\_ حزب جبهة القرن الشعبية 05 أعضاء.

**لجان المجلس:**

عزل قانون الولاية للمجلس الشعبي الولائي، بموجب المادة 33 سنة تشكيل لجان متخصصة

لدراسة المسائل التي لهم الولاية سواء كانت مؤقتة أو دائمة.

للمجلس الشعبي الولائي، هياكل تسيير بموجبها نشاطاته وتسمى لجانا وهي 09 لجان دائمة وفق قانون الولاية تشكل هذه اللجان من بين أعضاء المجلس عن طريق المداولة والتي تحدد كيفية انتخاب رئيس لها.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى نواب الرئيس المحدد عددهم بـ 02 في المجالس التي يكون عدد أعضائها من 35 و 39 مثلما هو الأمر في ولاية سعيدة.

خلال العهدة الانتخابية من 2012\_2017 يتغير بعض رؤساء اللجان انتماءاتهم يعده المجلس وفق قانون الولاية ويصادق عليه بالأغلبية ويعتمد من طرف وزارة الداخلية والجماعات المحلية بعد إحداث بعد إعداد المداولة النظام الداخلي: نظام الدائرة وكذلك تغيير الهيكل.

\_ عملية انتخاب رئيس اللجنة: يستقر في منصبه، يتغير. وفقا للمادة 33 ينتخب رئيس اللجنة من طرف أعضائها ويصادق عليه من طرف المجلس.

في يوم 26 ديسمبر جرى انعقاد دورة استثنائية للمصادقة على تشكيله المجلس والمصادقة على النظام الداخلي وهي كالتالي:

\_ لجنة التربية والتعليم العالي والتكوين المهني برئاسة حزب المستقبل.

\_ لجنة الاقتصاد والمالية برئاسة حزب جبهة التحرير الوطني.

\_ لجنة الاتصال والتكنولوجيا الإعلام برئاسة حزب جبهة التحرير الوطني.

\_ لجنة التعمير والسكن برئاسة التجمع الوطني الديمقراطي.

\_ لجنة تهيئة الإقليم والنقل برئاسة التجمع الوطني الديمقراطي.

\_ لجنة التنمية المحلية والتجهيز والاستثمار برئاسة جبهة التحرير الوطني.

\_ لجنة الصحة والنظافة وحماية البيئة برئاسة حزب جبهة القرن الإشتراكي.

<sup>1</sup> المجلس الشعبي الولائي لولاية سعيدة.

\_ لجنة الري والفلاحة والغابات والسياحة برئاسة الحركة الشعبية الجزائرية.

\_ لجنة الشؤون الاجتماعية الثقافية الشؤون الدينية، للأوقاف والشباب والرياضية برئاسة حزب جبهة القرن

الإشتركية.<sup>1</sup>

\_ المجلس الشعبي الولائي كهيئة من هيأت الولاية تحضر دوراته عن طريق اللجان فيبدأ التحضيرات

المسبق لجدول الأعمال للدورة المبرمجة قبل أشهر من انعقادها وبالتساؤل مع الهيأت التنفيذية وعلى

رأسها:<sup>2</sup> والي الولاية، الذي بدوره يباشر تنسيق العمل بين أعضاء اللجان بالمجلس وباقي الهيئات

التنفيذية، رؤساء الدوائر والبلديات.

\_ تقوم اللجان المجلس الشعبي الولائي في حدود نشاط كل لجنة برمجة دورة من خلال مكتب المجلس

الشعبي الولائي الذي يصادف على جدول أعمال لمنافسة ملف خاص بمهام اللجنة.

يتم عرض هذا الملف خلال دورة عادية أو غير عادية للمجلس الشعبي الولائي وينافس من طرف

اللجنة وأعضاء المجلس الشعبي الولائي ويقدم من خلاله توصيات واقتراحات من الهيئة التنفيذية بفرض

الدراسة والتنفيذ كما تقوم اللجنة باستدعاء الهيئات التنفيذية الفاصلة معها والوقوف عن الانشغالات الراهنة

وأحيانا المستعجلة والخروج بتوصيات قصد التنفيذ.

إلى جانب المهام المنوطة بأعضاء المجلس الشعبي الولائي كمحرك فعال للتنمية المحلية يؤدون

وظائف سياسية من خلال ممارستهم اليومية لنشاطهم الوظيفي الانتخابي الذي يسمح به القانون، وذلك

خلال فتح الأحزاب أمام المواطنين، والاستجابة للبعض من مطالبهم وانشغالاتهم والسعي لإيجاد حلول

لها، والتي تنعكس إيجاب على فعالية المنتخب في حد ذاته وإعطائه صورة ايجابية للتجاوب

مع المواطنين وبالتالي تقديم صورة جيدة عن الحزب السياسي الذي ينتمي إليه المنتخب المحلي.

<sup>1</sup> مديرية الإدارة المحلية لولاية سعيدة نتائج الانتخابات الولائية.

<sup>2</sup> محمد الصغير بعلي الإدارة المحلية الجزائرية (عنابة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2013) 3 0 110.

كما يساعد المنتخب على تحقيق الاستقرار الاجتماعي والفعالية السياسية للأحزاب وذلك كله يصب في وثيقة التوجه العام للدولة التي تحرص في خطوط سياستها العريضة على تلبية أكبر قدر ممكن من متطلبات المواطنين من خلال مؤسساتها المحلية ومن بينها المجلس الشعبي الولائي، المؤسسة الدستورية.

الرقم	اللجان الدائمة	الترتيب	مكونات اللجنة	الانتماء السياسي
01	التربية التعليم العالي والتكوين المهني	1	عريش بومدين	ND<F N
02	الاقتصاد والمالية	1	عمارى نصيرة	F N
03	الاتصال	1	حسين بلحبيب	F N
04	الصحة	1	مخطاري أعر	ND<FFS
05	التعمير والسكن	1	مخلوف محمد	ND
06	الري والفلاحة	1	جلولي حمزة	ND< FM
07	الشؤون الاجتماعية	1	بلخير الطيب	ND<FFS
08	التنمية المحلية والاستثمار	1	راس مال محمد	F N
09	تهيئة الإقليم والنقل	1	خوجة قويدر	ND

من خلال هذا الجدول نستنتج صعوبة تحديد معالم السوق السياسي المحلي، بالنظر إلى نقشي ظاهرة التجوال السياسي في المجلس الشعبي الولائي وتغيير رؤساء اللجان انتماهم الحزبي، وقياسا على ذلك أن المادة 117 من إصلاحات الدستور سنة 2016 من الدستور كرست مبدأ جديد يجرّد عضو البرلمان من عهده البرلمانية عندما يغير الانتماء السياسي الذي تم انتخابه على أساسه، وهنا يقصد المؤسس الدستوري التجريد من الصفة النيابية للعضو الذي للعضو الذي عن تشكيله السياسية التي تم انتخابه على أساسها وانتقال إلى تيار سياسي آخر، ذلك لتعزيز المصداقية في العمل، البرلمان وضمان التواصل الدائم بين الناخب والمنتخب، وحماية المواطنين وتقادي كل الإشكالات التي أفرزتها الممارسة البرلمانية وهذا ما يجب تطبيقه كذلك على المجالس الشعبية.

## المبحث الثاني: الانتخابات التشريعية 2012\_2017 لولاية سعيدة

تتقدم في هذا المبحث تشريعات ولاية سعيدة 2012 ونتائجها بالإضافة الى تشريعات 2017 ونتائجها ومعرفة السوق السياسي المحلي و تأثيره على العملية الانتخابية فيها.

## المطلب الأول: الانتخابات التشريعية 2012

جرت في ماي 2012 سنعرض من خلال هذا المطلب كل الأمور المتعلقة بتشريعات 2012 لولاية سعيدة.

إنشاء خلية مكلفة بالإعلام ومتابعة عملية سحب الوثائق وإيداع ملفات، حيث باشرت هذه الخلية أعمالها يوم 12 فيفري حيث تم سحب إلى غاية 26 مارس 2012.

## 1\_ الترشيحات:

## أ\_ السحب:

تم إنشاء خلية مكلفة بالإعلام ومتابعة عملية سحب الوثائق وإيداع ملفات الترشيح، باشرت هذه الخلية أعمالها يوم 12 ماي 2012، حيث تم السحب إلى غاية 26 مارس 2012.

الجدول رقم 06: يوضع القوائم الانتخابية 2012

الرقم التسلسلي	الإسم ولقب القائم بالسحب	إسم القائمة
01	خرياش بوحوص	الحزب الوطني للتضامن والتنمية (P.N.S.D)
02	عيساوي العربي	حركة الوفاق الوطني (M.EN)
03	هشاوي حسين	قائمة الأحرار (الوفاء والاستمرارية)
04	بلقاسم كريم	الحركة الوطنية من أجل الطبيعة والنمو (M.N.N.D)
05	هيدور بلقاسم	قائمة الأحرار (الوفاء)
06	أمباركي لخضر	قائمة الأحرار (النصر)
07	عمارة مكي	الجبهة الوطنية الديمقراطية (F.N.D)
08	توهامي مصطفى	قائمة الأحرار (التأصيل)
09	مسكين لخضر	حزب عهد (54)
10	غرماح عبد القادر	الجبهة الوطنية الجزائرية (F.N.A)
11	بن لعوم نادية	قائمة الأحرار (شباب المستقبل الحر).
12	زواية محمد	قائمة الأحرار (وئام ومصالحه)
13	زاوي قادة	قائمة الأحرار (من أجل السلم الاجتماعي)
14	مير حليلة	قائمة الأحرار (فحول سعيدة)
15	مسعودي سالم	التجمع الجزائري ( .A )
16	معطى جمال الدين	قائمة الأحرار (الأمل)
17	مباركي عبد الناصر	حركة الشبيبة والديمقراطية (M.J.D)
18	بوعناني عبد الكريم	قائمة الأحرار (الثقة)
19	بوجمعة هوارى بومدين	قائمة الأحرار (الشباب والوطن)
20	طرشي محمد	التجمع الوطني الجمهوري ( .P. )
21	شوروري العربي	الحركة الشعبية الجزائرية (M.P.A)
22	صحراوي مراد	الحزب الجمهوري التقدمي ( P. .P )
23	قرار بوسماحة	الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية (F.N.I.S)
24	بومدين قادة	جبهة القوى الاشتراكية (F.F.S)
25	عمروش أمحمد	حركة الإنفتاح (M .E)

26	قادم قادة	جبهة الجزائر الجديدة (F.A.N)
27	بوكفوسة الهواري	جبهة التغيير (F.C)
28	بوكفوسة نور الدين	حزب جبهة التحرير الوطني (F. .N)
29	دراقوي نور الدين	حزب العمال (P.T)
30	جفال زواوي	قائمة الأحرار (التحدي)
31	برقون أحمد	قائمة الأحرار (التحدي)
32	قوراري عبد الكريم	قائمة الأحرار (شباب التغيير الأحرار)
33	بوخليفة عبد القادر	حزب الفجر الجديد ( PA TI E FEDJ E JADID )
34	مجدري بوعلام	حزب الكرامة ( PA TIE E KA AMA )
35	جلالي بومدين	جبهة العدالة والتنمية (E ADA A )
36	شامخة محمد	حزب الحرية والعدالة (P. .J)
37	مداني مصطفى	جبهة المستقبل (F ONT E MOUSTAKBA )
38	قداش مختار	حزب التجديد الجزائري (P. .A)
39	مسعودي علال	الحركة الوطنية للأمل (M.N.E)
40	دين أحمد	القائمة الحرة (الوسيط السياسي)
41	شليخي ميلود	التجمع الوطني الديمقراطي ( .N.D )
42	حاكم محمد	حركة مجتمع السلم (H.M.S)
43	بن ورس مصطفى	حركة المواطنين الأحرار (M.C. )
44	سلام يوسفية	جيل جديد (JI JADID )
45	نجاوي محمد	الحزب الوطني الحر (P.P. )
46	بوزيان بركة	حزب الشباب الديمقراطي (P.I.D)
47	طرشي محمد	الجبهة الوطنية للأحرار من أجل الوئام (F.N.I.C)
48	حمايدي محمد	حركة النهضة (M.N)
49	ميموني عبد المرمن	P.J حزب الشباب
50	حمداوي مريم	الحزب الديمقراطي الجزائري (P.N.A)
51	عبد الحكمي عبد الكريم	اتحاد القوى الديمقراطية الاجتماعية "الاتحاد"
52	منقور معمر	حزب العدل والبيان (P.E.P)
53	بن سلطان ليلي	حركة الوطنيين الأحرار (M.N. )
54	بوعزة محمد	جبهة الحكم الراشد (F.B. )



ب\_ الإبداع:

تم إيداع (46) ملف ترشح من طرف (38) حزب سياسي و(01) كتلة حزبية (حركة الإصلاح، حركة النهضة وحركة مجتمع السلم) و(07) فوائم أحرار.

الجدول 07: يوضع الحصيلة النهائية إبداع ملفات الترشيح لإنتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني

رقم	إسم ولقب ودع الملف	الانتماء السياسي	تسمية القائمة
01	بوزار بوسماحة	الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية (F.N.J.S)	/
02	مجنوبي بوعلام	حزب الكرامة (E KA AMA)	/
03	بن ورس مصطفى	حركة المواطنين الأحرار (M.C.)	/
04	نجاوي محمد	الحركة الوطنية للأمل (M.N.E)	/
05	عيسى حاج	الجبهة الوطنية الديمقراطية (F.N.D)	/
06	عمارة مكي	جبهة العدالة والتنمية (E ADA A)	/
07	جلالي بومدين	حزب الحرية والعدالة (P. J.)	/
08	شامخة محمد	حزب الحرية والعدالة (P. J.)	/
09	رحماني سعيد	جبهة الجزائر الجديدة (F.A.N)	/
10	مداني مصطفى	جبهة المستقبل (F.M)	/
11	توهامي مصطفى	/	قائمة حرة التأسيس
12	منقور معمر	حزب العدل والبيان (P.E.P)	/
13	شيخي ميلود	التجمع الوطني الديمقراطي (N.D.)	/
14	بوستة نور الدين	عهد 54 (AHD)	/
15	معصب عبد الله	الحزب الوطني للتضامن والتنمية (P.N.S.D)	/
16	قداش مختار	حزب التجديد الجزائري (P. A.)	/
17	حميدي نور الدين	الجبهة الوطنية الجزائرية (F.N.A)	/
18	مباركي لخضر	/	/
19	معطي جمال الدين	التجمع الجزائري (A.)	/
20	طرشي محمد	الجبهة الوطنية الجزائرية (F.N.I.C)	/
21	صحراوي مصطفى	الجبهة الوطنية للحريات F.N.	/
22	بن عامر بومدين	تكتل الجزائر الخضراء	/

23	خداوي معمر	حزب العمال (P.T)	/
24	بوشيخي عبد الكريم	جبهة القوى الاشتراكية (F.F.S)	/
25	باشي أحمد	الحزب الوطني الجزائري (P.N.A)	/
26	براقة بوزيان	الحزب الوطني الجزائري (P.J.D)	/
27	سلام بوسفية	الجيل الجديد (JI JADID)	/
28	هشماوي حسين	/	قائمة حرة "الوفاء والاستمرارية"
29	بلقاسم كريم	الحركة الوطنية من أجل الطبيعة والنمو (M.N.N.D)	/
30	خلفاوي فريحة	جبهة التغيير (F.C)	/
31	ميموني عبد المؤمن	حزب الشباب (P.I)	/
32	عمروش عمر	حركة الانفتاح (M.E)	/
33	دبداوي بن عبد الله	حزب الفجر الجديد (P.F.J)	/
34	عميان بو عناني	اتحاد القوى الديمقراطية الاجتماعية ( E ) (ITTIHAD)	/
35	دين أحمد	حركة الشعبية الديمقراطية (M.J.D)	/
36	بيدرو بلقاسم	/	قائمة حرة الوفاء
37	بن سلطان لياس	حركة الوطنيين الأحرار ( M.N. )	/
38	بوعزة محمد	جبهة الحكم الراشد ( F.B. )	/
39	بولرياق بوشنافة	حركة الوفاق الوطني (M.E.N)	/
40	مباركي عبد القادر	الحزب الديمقراطي التقدمي ( P. .P )	/
41	بوجمعة هواري بومدين	/	قائمة حرة "الشباب والوطن"
43	بن مداح أحمد	جبهة التحرير الوطني (F. .N)	/
44	لربيكي مكّي	الحركة الشعبية الجزائرية (M."P.A)	/
45	مير حلّيمة	/	قائمة الأحرار (فحول سعيدة)
46	زواية محمد	/	قائمة الأحرار (وئام ومصالحة)

## مجموع الترشيحات المرفوضة

رقم	الإسم القائمة	أسباب الرفض
01	جبهة الحكم الراشد	المرشح رقم (03) داودي عبد الرحمن غير مقيد بالقائمة الانتخابية المتمثلة في ولاية سعيدة طبقا للمادة 90 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات.
02	الحزب الجمهوري التقدمي	المرشح رقم (06) بن سليمان عامر غير مقيد بالقائمة الانتخابية المتمثلة في ولاية سعيدة طبقا للمادة 90 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات.
03	حزب الجبل الجديد	المرشح رقم (07) طرياقو سمير غير مقيد بالقائمة الانتخابية المتمثلة في ولاية سعيدة طبقا للمادة 90 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات.
04	حركة	المرشح رقم (01) عمروش عمر غير مقيد بالقائمة الانتخابية المتمثلة في ولاية سعيدة طبقا للمادة 90 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات.
05	حزب جبهة التحرير الوطني	المرشح رقم (03) هاشمي قويدر غير مقيد بالقائمة الانتخابية المتمثلة في ولاية سعيدة طبقا للمادة 90 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات.
06	القائمة الحرة "النصر"	المرشح رقم (06) ثاني يوسف عبد القادر غير مقيد بالقائمة الانتخابية المتمثلة في ولاية سعيدة طبقا للمادة 90 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات.

## مجموع القوائم المرفوضة

<p>القائمة لم تستوفي على الشروط المنصوص عليها في المادة 92 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات حسب محضر المسلم من طرف اللجنة الانتخابية الولائية بتاريخ 26 مارس 2012.</p>	<p>01 القائمة الحرة فحول سعيدة</p>	
<p>القائمة لم تستوفي على الشروط المنصوص عليها في المادة 92 من القانون العضوي رقم 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بنظام الانتخابات حسب محضر المسلم من طرف اللجنة الانتخابية الولائية بتاريخ 26 مارس 2012.</p>	<p>02 القائمة الحرة " الوئام والمصالحة"</p>	

## المطلب الثاني: نتائج الانتخابات التشريعية 2012

قامت الانتخابات التشريعية في 4 ماي 2012، حيث شملت على 133 مركزا للتصويت و596

للتصويت ولاية سعيدة حسب الجدول التالي:

الجدول 09: عدد مراكز ومكاتب التصويت على مستوى الولاية

البلديات	عدد مراكز التصويت			عدد مكاتب التصويت			
	رجال	نساء	مختلط	مجموع	رجال	نساء	مجموع
السعيدة	05	05	19	29	111	112	223
عين الحجر	05	05	/	10	25	22	47
سيدي أحمد	02	02	06	10	18	13	31
مولاي العربي	02	02	02	06	13	11	24
الحساسنة	02	02	/	04	11	09	20
المعمورة	02	02	/	04	07	06	13
عين السخونة	02	02	/	04	07	06	13
أولاد ابراهيم	02	02	04	08	17	14	31
تيرسين	03	03	02	08	09	08	17
عين السلطان	02	02	04	08	08	08	16
سيدي بوبكر	02	02	03	07	18	16	34
سيدي أعمار	02	02	04	08	11	10	21
هونت	01	01	02	04	06	05	11
ولاد خالد	03	03	04	10	25	22	47
PARIL	02	02	03	07	18	16	34
ذوي ثابت	03	03	/	06	08	06	14

الجدول 10: يوضح مجموع الأصوات والنسبة التي تحصلت كل قائمة (حسب العد التنازلي)

القائمة	عدد الأصوات المتحصل عليها	النسبة
حزب جبهة التحرير الوطني	13272	14,44
عهد 54	6584	7,16
حزب الفجر الجديد	5540	6,03
النصر	3996	4,35
الوفاء والاستمرارية	3277	3,57
التجمع الوطني الديمقراطي	3253	3,54
الحزب الوطني الحر	3137	3,41
حركة الوفاق الوطني	2830	3,08
التأصيل	2751	2,99
الوفاء	2729	2,97
حزب الشباب التجمع	2636	2,87
التجمع الوطني الجمهوري	2429	2,64
حزب التجديد الجزائري	1997	2,17
الجبهة الوطنية الجزائرية	1952	2,12
جبهة التغيير	1897	2,06
جبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية	1885	2,05
جبهة الوطنية للحريات	1799	1,96
تكتل الجزائر الخضراء	1745	1,90
حزب العدل والبيان	1718	1,87
حزب العمال	1652	1,80
حركة الشبيبة والديمقراطية	1548	1,68
الشباب والوطن	1522	1,66
حزب العدالة والحرية	1468	1,60
حزب الانفتاح	1452	1,58
جبهة المستقبل	1371	1,49

1,46	1345	جبهة العدالة والتنمية
1,46	1341	الجيل الجديد
1,37	1257	الحركة الشعبية الجزائرية
1,35	1245	حزب الكرامة
1,33	1221	حزب الوطني للتضامن والتنمية
1,27	1169	الحركة الوطنية للأمل
1,18	1080	جبهة الجزائر الجديدة
1,10	1012	الحركة الوطنية من أجل الطبيعة والنمو
1,04	958	اتحاد القوى الديمقراطية والاجتماعية
0,98	901	حزب الشباب الديمقراطي
0,95	872	حزب جمهوري التقدمي
0,92	847	الجبهة الوطنية للأحرار من أجل الوثام
0,89	815	جبهة الحكم الراشد
0,78	716	حزب الوطني الجزائري
0,76	698	الجبهة الوطنية الديمقراطية
0,76	695	التجمع الجزائري
0,60	547	حركة الوطنيين الأحرار
0,48	440	حركة المواطنين الأحرار
0,34	311	جبهة القوى الاشتراكية

إحصائيات تشريعات 10 ماي 2012:

الهيئة الناخبة:

عدد المسجلين (الهيئة الناخبة) في ولاية سعيدة سنة 2011 بلغ 222190 ناخب بعد المراجعة

الاستثنائية للقوائم الانتخابية التي حدثت قبل الانتخابات التشريعية تم شطب 3965 ناخب وتسجيل

7511 ناخب جديد ليصبح بالتالي عدد الناخبين 225736 ناخب.

مراكز ومكاتب التصويت:

عدد المراكز 133 منها 40 رجال، 40 نساء و53 مختلطة .

عدد المكاتب 596 منها 312 رجال و284 نساء.

نتائج اقتراع يوم 10 ماي 2012:

عدد الناخبين 255736.

عدد المصوتين 111581.

عدد الأصوات المعبر عنها 91900.

عدد الأصوات الملغاة 19279.

عدد الممتنعين عن التصويت أي الغائبين 114557.

نسبة المشاركة 49243%<sup>1</sup>.

الجدول 11 يوضح مجموع الأصوات والنسبة التي تحصلت عليها كل قائمة حسب العد التنزلي:

المقاعد	النسبة	الأصوات	القائمة
3	%1424	13272	حزب جبهة التحرير الوطني FN
1	%7016	6584	عهد 54 ( AHDE )
1	%6003	5540	حزب الفجر الجديد PFJ

<sup>1</sup> الادارة المحلية، مديرية التنظيم الشؤون العامة لولاية سعيدة.



إن حزب جبهة التحرير الوطني F N قد فاز في الانتخابات التشريعية 2012 بولاية سعيدة وتحصل على نسبة 14.44% أي بـ3 مقاعد وعهد 54.54 AHD بنسبة 7.16% أي مقعد واحد، حزب الفجر الجديد PFJ بنسبة 6.003% أي بمقعد واحد، ويكون مجموع مقاعد في ولاية سعيدة 5 مقاعد.<sup>1</sup>

إذا أخذنا بعين الاعتبار حزب جبهة التحرير الوطني F N كفاعل أساسي في السوق السياسي المحلي من خلال انتخابات التشريعية 2012 لولاية سعيدة فإننا نلاحظ من استقراء النتائج أن جبهة التحرير الوطني خلال حملة الترشيحات والحملة الانتخابية قامت بتوظيف الرأسمال الاجتماعي الذي تمثله شبكة العلاقات التبعية الشخصية التي تتجلى خاصة في إطار التضامانات غير الرسمية، والتي تكون العلاقات داخلها غير متكافئة بين القادة وباقي الأفراد ليزيد تعميق التبعية، ودرجة الولاء للتضامانات على حساب الولاء للدولة، بالإضافة إلى توظيف الرأسمال الرمزي الذي يمثل الشهرة الوجيهة التي يتمتع بها والمالي لما تملكه من مؤسسات وتوسع في الوطن، واستخدامها الرأسمال السياسي من خلال الشرعية الثورية التي تحملها فهذه الرساميل ساعدت على نجاح جبهة التحرير الوطني، أما باقي الفائزين فهم من رجال المال والإعمال لكل من عهد 52 وحزب الفجر الجديد.

<sup>1</sup> تقرير رسمي لنتائج المحلية، مديرية التنظيم والشؤون العامة، ولاية سعيدة.

الجدول رقم 12 يوضح دراسة مقارنة بين القانون رقم 12-01 المؤرخ في 12 يناير 2012

والقانون رقم 16-10 المؤرخ في 15 أوت 2016 المتعلقين بنظام الانتخابات:

القانون رقم 16-10 المؤرخ في 25 أوت 2016	القانون رقم 12-01 المؤرخ في 12 يناير 2012	أوجه المقارنة
<p><b>المادة 94:</b> <u>بالنسبة للأحزاب السياسية:</u> هناك حالتين: الحالة 01: إذا كان الحزب قد تحصل في تشريعات 2012 على أكثر من 4% من الأصوات المعبر عنها في الولاية أو يتوفر على 10 منتخبين على الأقل في المجالس المنتخبة للولاية (16 مجلس شعبي بلدي+المجلس الشعبي الولائي) هنا تودع قائمة الترشح حسب عدد المقاعد مرفوقة بشهادة التزكية من الأمين الوطني للحزب. الحالة 02: إذا لم يتوفر الشرطان أعلاه أو كان الحزب السياسي يشارك لأول مرة هنا تودع قائمة الترشح حسب عدد المقاعد مرفوقة بـ250 توقيع من ناخبي الدائرة الانتخابية. مثال: ولاية سعيدة باعتبارها هي الدائرة الانتخابية لها 5 مقاعد وعليه يشترط تقديم 1250 استمارة توقيع (5*250). بالنسبة للقوائم الحرة: تودع قائمة الترشح حسب عدد المقاعد مرفوقة بـ250 توقيع من ناخبي الدائرة الانتخابية. مثال: ولاية سعيدة باعتبارها هي الدائرة الانتخابية لها 5 مقاعد وعليه يشترط تقديم 1250 استمارة (5*250).</p>	<p><b>المادة 92:</b> <u>بالنسبة للأحزاب السياسية:</u> تودع قائمة الترشح حسب عدد المقاعد مرفوقة بشهادة التزكية من الأمين الوطني للحزب. مثال: في ولاية سعيدة تتكون قائمة الترشح من 4 أعضاء أساسيين من بينهم امرأة+3 أعضاء إضافيين. بالنسبة للقائمة الحرة: تودع قائمة الترشح حسب المقاعد مرفوقة بـ400 توقيع من ناخبي الدائرة الانتخابية. مثال: ولاية سعيدة باعتبارها هي الدائرة الانتخابية لها 5 مقاعد وعليه يشترط تقديم 2000 استمارة توقيع (5*400). المادة.</p>	<p>شروط إيداع قائمة الترشح</p>

<p><b>المادة 194 من الدستور</b></p> <p>أستحدث هيئة دستورية جديدة تسمى الهيئة العليا المستقلة لمراقبة الانتخابات ينظمها القانون العضوي رقم 16-10 المؤرخ في 25 أوت 2016، تتكون بالتساوي من قضاة يعينون من قبل رئيس الجمهورية وكفاءات من المجتمع المدني ولها مداومات على مستوى الولايات وكذا الجالية الوطنية بالخارج.</p>	<p><b>المواد من 168 إلى 187</b></p> <p>تحدث هذا القانون على لجتين:  <b>الأولى:</b> هي اللجنة الوطنية للإشراف على الانتخابات تتشكل حصريا من القضاة يعينون من قبل رئيس الجمهورية.  <b>الثانية:</b> هي اللجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات تتشكل من الكفاءات الوطنية، ممثلي الأحزاب والقوائم الحرة المشاركة في الانتخابات، ولها فروع محلية على مستوى الولايات والبلديات.</p>	<p><b>آليات الإشراف والمراقبة</b></p>
--	---	---------------------------------------

## ملاحظة هامة:

إن المشروع الجزائري في القانون العضوي الجديد رقم 16-10 المتعلق بنظام الانتخابات أضاف بعض الأحكام الجديدة لاسيما شروط إيداع قوائم الترشيحات بالنسبة للأحزاب السياسية خاصة تلك التي لم تحصل في تشريعات 2012 على أكثر من 4% من الأصوات المعبر عنها في الولاية أو يتوفر على 10 منتخبين على الأقل في المجالس المنتخبة للولاية (16 مجلس شعبي بلدي+ المجلس الشعبي الولائي) أو كان الحزب السياسي يشارك لأول مرة في الانتخابات.<sup>1</sup>

هذه الشروط المستحدثة كان لها التأثير الواضح في نقصان عدد القوائم المشاركة في تشريعات 2017 المقدر بـ17 قائمة مقارنة بتشريعات 2012 التي وصل عددها إلى 43 قائمة. إن هذا النقصان يبين لنا مدى توافر الوعاء الانتخابي للأحزاب السياسية والقوائم الحرة التي استطاعت جمع عدد من استمارات اكتتاب التوقيعات الفردية المقدر بـ1250 استمارة باعتبار أن الأحزاب السياسية تقاس بمدى ملكيتها للوعاء الانتخابي في القاعدة الشعبية.

<sup>1</sup> القانون رقم 16-10 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 أوت 2016 المتعلق بالانتخابات.

الجدول رقم 13 يمثل قائمة الأحزاب السياسية والقوائم الحرة المشاركة في الانتخابات التشريعية

المقررة ليوم 04 ماي 2017 على مستوى ولاية سعيدة

الترتيب	تسمية الحزب السياسي أو القائمة الحرة
01	جبهة التحرير الوطني Front de liberation Nationale
02	التجمع الوطني الديمقراطي assement National Démocratique
03	الحركة الشعبية الجزائرية Mouvement Populaire Algétien
04	جبهة القوى الاشتراكية Front des Forces Socialistes
05	الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية Front National pour la Justice Sociale
06	التحالف الوطني الجمهوري Alliance Nationale republicaine
07	الاتحاد من أجل النهضة والعدل والبناء NAHDA_ADA A_BINA
08	حزب الحرية والعدالة Parti de la liberte et de la Justice
09	عهد AHD54-54
10	تكتل حركة مجتمع السلم HMS
11	جبهة المستقبل Front el Moustakbla
12	تجمع أمل الجزائر -تاج- Tajamoua amel el djazair _TAJ_
13	حزب العمال Parti des Travailleurs
14	حزب الفجر الجديد PA TI E FADJI E JADID
15	القائمة الحرة "الكفاءة والمصداقية"
16	القائمة الحرة "الضروري"
17	قائمة حرة "الأمل"

المرشحون الإضافيون	المرشحين الأساسيون	الحزب السياسي أو القائمة الحرة	الرقم
شرفي خلف الله عمار نصيرة إدريس خوجة محمد	1. مرابط علي 2. درقاوي نور الدين 3. بلقاسم خيرة 4. حسين عبد الرحمن 5. بن عليوة بلقاسم النورين	جبهة التحرير الوطني F L N	01
قديدش محمد صغير محمد بليل محمد	1. حاجي أحمد 2. جلولي سعيد بوقبرين 3. صالح مريم 4. كروش جمال 5. بوعزة عائشة	التجمع الوطني الديمقراطي R N D	02
ولد قادة عبد الغاني حطراف لخضر عيبوط بوبكر	1. بوسنة نور الدين 2. بوزايدة محمد 3. بو طالب كريمة 4. قندوز عبد القادر 5. محمدي سعيد	الحركة الشعبية الجزائرية M P A I	03
حوشي جلول شارف قدور ملوكي خيرة	1. ملوكي عبد القادر 2. حاجي بو علام 3. بلال سعاد 4. بعوش صادق 5. طلحة سليمان	جبهة القوى الاشتراكية F F S	04
لعباني ماما زروقي محمد حسين محمد	1. مذكور عبد القادر 2. بوزار بو سماحة 3. جرداوي ضيف الله 4. كافي نور الدين 5. بوزار أم الجيلالي	الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية F N J S	05
حاج سليح بن يمنية فاطمي محمد	1. كافي بوعلام 2. سعدي مخطار	التحالف الوطني الجمهوري	06

عقون بو علام	3. محمدي براهيم 4. عزاز بركان 5. بهلول سعاد	A N R	
بن يمينة عبد الرحمان بقذور بغداد فريد رحماني بن عثمان	1. بوزيدي علي 2. كريم مختار 3. تيجيني كريمة 4. زيني مصطفى 5. بلهادي أم الجبلاي	الاتحاد من أجل النهضة والعدال والبناء NAHDA_ADALA _BINA	07
بتن زردة عبد العزيز نصر الله صادق يحياوي هجيرة	1. عيساوي نور السدات 2. رحماني بلقاسم 3. مخبي نضري بدر الدين 4. مير مخطار 5. علام رابحة	حزب الحرية والعدالة P L J	08
حميدات سعاد عمام موارد عريش إيمان	1. غوث أحمد 2. لعبان أمحمد 3. ديدي زقاي 4. حيمر حاج 5. زواري فاطيمة زهرة	عهد 54 AHD54	09
مداح عدنان مزوز قاسم مقدم خولة	1. فيلالي مصطفى 2. مهدي محمد 3. شريف أمينة 4. سهلي ميلود 5. بودية عربي	تكتل حركة مجتمع السلم HMS	10
بن شيخ لطيفة مخلفي عبد الحميد	1. قروج كريم 2. بصغير براهيم	جبهة المستقبل F M	11

حميدي حكيم	3. رفاقة فوزية 4. حدي عبد القادر 5. معطي سميرة		
بورزق خديجة قوني سليمان عيساني بو علام	1. شريقي مختار 2. بطيشة حبيب 3. رزقاني أحمد 4. تميمون محمد عبد الكريم 5. قادم مختارية	تجمع أمل الجزائر - تاج- _AJ_	12
غالي قادة مقري مختار خلدوني عبد الكريم	1. خلدوني برزوق 2. عامر فوزية 3. ضراب بن عبد الله 4. عافية زقير 5. جفال عبد الكريم	حزب العمال P	13
عائشة حمداوي مسعودة زايد كريمة بوشكوة	1. بن براهيم بلحجار 2. محمد لقام 3. عبد الكريم صدوق 4. بختة بلقاندي 5. محمد قرندي	حزب الفجر الجديد P F J	14
مداحي أحمد ويسي مسعود منصوري كريمة	1. عبد الهادي محمد 2. بوغناني عبد الكريم 3. بن ويس عبد الحفيظ 4. مغربي مصطفى 5. بربار نجاة	القائمة الحرة "الكفاءة والمصداقية"	15
مصطفاي أحمد مقدم قويدر منصوري عبد الجبار	1. قوادري قادة 2. عيساوي عبد القادر 3. طيبي أحمد 4. سليمان فتيحة أمال 5. ماجي محمد	القائمة الحرة " الضروري"	16

17	قائمة حرة "الأمل"	1. رباحي عبد الرحمان 2. شريفي عبد الحميد 3. لريد محمد أحمد 4. بن يمينة فتيحة 5. تامي محمد	بلهادي عبد القادر بوري ناصر كرفوف أحمد
----	-------------------	---	--

القوائم الانتخابية 2017:

تصدر القائمة حزب جبهة التحرير الوطني FN التي عاد إلى المرابط علي الأمين الولائي الأمين للإتحاد العام للعمال الجزائريين، والبرلماني الأسبق بالمجلس الشعبي الوطني، والمرتبة الثانية للمحافظ السابق للأفان درقاوي نور الدين، وفي المرتبة الخامسة رئيس بلدية سعيدة بن عليوة بإضافة إلى أسماء المترشحون الإضافيين.

\_ حزب التجمع الديمقراطي الوطني ND كان على رأس القائمة حاجي أحمد عضو مجلس الشعبي الولائي.

\_ متصدر قائمة الحرية الشعبية الجزائرية MPA نور الدين بوسنة البرلماني السابق.

\_ حزب جبهة القوى الاشتراكية FFS تصدر القائمة ملوكي عبد القادر المتقاعد من اتصالات الجزائر وأحد النشطاء بجمعية أصدقاء سعيدة.

\_ حزب الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية FNJS تصدر القائمة مذكور عبد القادر رئيس بلدية عين الحجر.

\_ حزب التحالف الوطني الجمهوري AN كافي بوعلام مقاول.

\_ حزب الحرية والعدالة P J تصدر القائمة عيساوي نور السدات مقتصد .

\_ عهد54\_ AHD54- تصدر القائمة غوث أحمد جامعي تاجر.



\_ تكتل حركة مجتمع السلم وجبهة التغيير على تصدر القائمة الموحدة للحزبين فيلالي مصطفى صاحب مؤسسة صناعة أغذية الانعام.

\_ حزب جبهة المستقبل FM تصدر القائمة قروج كريم أستاذ التعليم الثانوي.

\_ تجمع أمل الجزائر تاج تصدر القائمة شريفي مختار ليسانس علوم اقتصادية نقود ومالية اطار بشركة طاسيلي للطيران، البيض .

\_ حزب العمال PT تصدر القائمة خلدوني برزوق صاحب مدرسة تعليم السياقة.

\_ حزب الفجر الجديد PFJ تصدر القائمة بن إبراهيم بلحجار تاجر.

\_ القوائم الحرة:

-الكفاءة والمصداقية عبد الهادي محمد طبيب بالمؤسسة حمدان بختة.

- الضروري قوادي قادة ماستر علم اجتماع سياسي متقاعد من الجيش الوطني الشعبي.

- الأمل رياحي عبد الرحمان استاذ التعليم الثانوي.

الجدول 14: يوضح عدد مراكز ومكاتب التصويت 2017

البلديات	عدد المسجلين	عدد الاجمالي للمراكز	رجال	نساء	مختلط	رجال	نساء	عدد الاجمالي للمكاتب
السعيدة	88615	29	05	05	19	111	112	223
عين الحجر	21615	10	05	05	00	25	22	47
سيدي أحمد	10375	10	02	02	06	18	13	31
مولاي العربي	8438	06	02	02	02	13	11	24
الحساسنة	8368	04	02	02	00	11	09	20
المعمورة	4985	04	02	02	00	07	06	13
عين السخونة	5772	04	02	02	00	07	06	13
أولاد ابراهيم	14419	08	02	02	04	17	14	31
تيرسن	5234	08	03	03	02	09	08	17
عين السلطان	4152	08	02	02	04	08	08	16
سيدي بوبكر	12954	07	02	02	03	18	16	34
سيدي أعمار	7710	08	02	02	04	11	10	21
هونت	4053	04	01	01	02	06	05	11
ولاد خالد	19374	10	03	03	04	25	22	47
Allianc	14248	07	02	02	03	18	16	34
ذوي ثابت	5036	06	03	03	00	08	06	14
المجموع	235348	135	39	39	57	320	290	610

## إحصائيات تشريعات 04 ماي 2017

## الهيئة الناخبة :

عدد المسجلين (الهيئة الناخبة) في ولاية سعيدة سنة 2016 بلغ 237724 ناخب

بعد المراجعة الاستثنائية للقوائم الانتخابية التي حدثت قبل الانتخابات التشريعية تم شطب

8577 ناخب وتسجيل 6201 ناخب جديد ليصبح بالتالي عدد الناخبين 235 348 ناخب .

## مراكز ومكاتب التصويت :

عدد المراكز 135 منه 39 رجال ، 39 نساء و 57 مختلطة

عدد المكاتب 610 منها 320 رجال و 290 نساء.

## نتائج إقتراع يوم 04 ماي 2017

عدد الناخبين 235 348

عدد المصوتين 96 518

عدد الأصوات المعبر عنها 76 475

عدد الأصوات الملغاة 20 043

عدد الأصوات المطعون والمعترض ضدها 547

عدد الممتنعين عن التصويت أي الغائبين 138 830

نسبة المشاركة 41,01%

جدول رقم 13 يمثل نتائج الانتخابات التشريعية 2017 بولاية سعيدة

الترتيب	تسمية الحزب السياسي أو القائمة الحرة	عدد الأصوات	النسبة المئوية %	عدد المقاعد
01	جبهة التحرير الوطني Front de Liberation Nationale	14868	19,44	01
02	التجمع الوطني الديمقراطي	8196	10,72	01
03	القائمة الحرة . أ . " الكفاءة والمصداقية "	7799	10,20	01
04	الجبهة الوطنية للعدالة الإجتماعية Front National pour la Justice Sociale	6305	08,24	01
05	القائمة الحرة . ب . " الضروري "	5681	07,43	01
06	القائمة الحرة . ج . " الأمل "	4588	06,00	/
07	التحالف الوطني الجمهوري Alliance Nationale Repuplicaine	4386	05,74	/
08	تكتل حركة مجتمع السلم HMS	4302	05,63	/
09	جبهة المستقبل Front el Moustakbal	3788	04,95	/
10	الحركة الشعبية الجزائرية Mouvement Populaire Algérien	3257	04,26	/
11	عهد 54 AHD 54	2999	03,92	/
12	جبهة القوى الاشتراكية Front des Forces Socialistes	2387	03,12	/
13	حزب الفجر الجديد Parti el Fadjr el Jadid	2260	02,96	/

/	02,24	1716	تجمع أمل الجزائر - تاج - Tajamoua amel el djazair - AJ -	14
/	01,87	1433	الإتحاد من أجل النهضة والعدالة والبناء NAHDA - ADA A - BINA	15
/	01,76	1349	حزب العمال Parti des ravaillieurs	16
/	01,52	1161	حزب الحرية والعدالة Parti de la Liberte et de la Justice	17

الترتيب	تسمية الحزب السياسي أو القائمة الحرة	عدد الأصوات	النسبة المئوية %	عدد المقاعد
01	جبهة التحرير الوطني	14868	19,44	01
02	التجمع الوطني الديمقراطي	8196	10,72	01
03	القائمة الحرة . أ . " الكفاءة والمصداقية "	7799	10,20	01
04	الجبهة الوطنية للعدالة الإجتماعية	6305	08,24	01
05	القائمة الحرة . ب . " الضروري "	5681	07,43	01

نجد حسب قانون الانتخابات 10/16 في مادته 89 أنه يتم توزيع المقاعد على المترشحين وفقا للترتيب الوارد في كل قائمة مع مراعاة أحكام القانون المعنوي رقم 03/12 المؤرخ في 12 يناير 2012. نستنتج أن فوز حزب جبهة التحرير الوطني كان مفروغا منه وذلك لما له كما تحدثنا سابقا الرساميل التي تؤثر في الانتخابات حيث حصل على 19,40 أي بمقعد واحد وحصل حزب التجمع الوطني الديمقراطي على نسبة 10.72 كذلك بمقعد واحد و تصدرت بالنسبة للقوائم الحرة القائمة الحرة أ الكفاءة والمصداقية على نسبة 10.20 بمقعد واحد يليها حزب الجبهة الوطنية للعدالة الاجتماعية 08.24 بمقعد واحد والقائمة الحرة ب الضروري بنسبة 07.43 بمقعد واحد لتتحصل ولاية سعيدة على 5 مقاعد في البرلمان.

## المبحث الثالث: تشخيص السوق السياسي المحلي ومستقبله

من خلال المعلومات الموضحة للانتخابات التشريعية 2012 2017 وكذا خصوصيات المجتمع المحلي في ولاية سعيدة وكغيرها من الولايات المجاورة تغلب عليها الزبونية السياسية، العصبية السياسية وخاصة بروزها في الانتخابات، دون الاهتمام على المشروع التحديثي المقدم من طرف النخب المتنافسة فتأقلم السلوك السياسي للجزائري المشدود لاستطلاعاته الأولية، فتكون الثقافة السياسية تستمد الوسط التقليدي وتجسده في سلوكه الانتخابي.

## المطلب الأول: الرساميل والسوق السياسي

وعليه سنحاول أن نبين العناصر المؤثرة في السوق السياسي المحلي والتي تحدد مصير العملية الانتخابية حتى وإن كان الخطاب الرسمي لأفراد المجتمع باختبار المترشحين على أساس الانتماء الحزبي والبرنامج السياسي.

يمكن القول وخاصة في مجال السوق السياسي، أن العديد من الأحزاب السياسية والقوائم الانتخابية غير معترف بها في الخطاب الرسمي، لأن باعتباره أن هذا المصطلح ليس له أساس من الصحة واعتباره مصطلح ذو قيمة سلبية يحمل في طياته الفساد السياسي وعدم شفافية ومصادقية الانتخابات، ومن خلال مقابلتنا مع العديد من السياسيين المشاركين في الانتخابات التشريعية 2017 فالجميع نفى وجود هذه الممارسات القائمة في السوق السياسي والمبنية على تسليع الصوت الانتخابي وتقديم وعود ومنافع وإعطائها معنى آخر وهو التركيز على الجانب الديني والجانب المالي والرمزي في الانتخابات والاكتفاء فقط بالتسويق السياسي وهي الترويج للمحلات الانتخابية وذلك باستعداد رجال الأعمال في الانتخابات، من بين الأساليب التي ينتهجها رجال الأعمال للحصول على ثقة الناخبين واكتساب شعبية داخل المجتمع والاستثمار في الجمعيات الخيرية والنوادي الرياضية والجلوس في المقاهي

الشعبية وتكثيف زيارة الزوايا وحضور في المساجد أصبحت ظاهرة ترافق طموح أصحابها في التنافس على الانتخابات البرلمانية.

ترسخ رجال المال والأعمال على القوائم الانتخابية وتوظيف رأس المال المادي والمسمى في الخطاب الإعلامي "الشكارة" أدى إلى الفساد الإداري والسياسي من 1939 إلى غاية 2017 وتأثيره في الاقتصاد الوطني.

بصفة عامة والمحلي بصفة خاصة، كذلك الفساد الإداري في الانتخابات بالنسبة للمجتمع المحلي هو نهب أموال الشعب بطريقة يتصورها الناهب أنها حق له كما يقول حاجي عبد الناصر: الدولة الناهبة المنهوبة والشعب الناهب المنهوب.

إن وجود القوة لأصحاب المال والأعمال كقواب داخل البرلمان والمجالس المحلية في ظل التعددية السياسية ونظام الممارسة الانتخابية على المستويين الوطني والمحلي حيث تعطي نخب المال والأعمال مساحة تمثيلية متميزة للتأثير في العملية التشريعية وما يتصل بها، هذه دوائر نخب المال والأعمال والنخب الفنية بينهما وبين الأحزاب السياسية الأخرى المؤثرة في نخب الحكم وتمايز مصالحها وصراعاتها المستمرة على الموارد تتمشى مع مصالحهم.

ويقول الدكتور ناجي عبد النور: في مقال تحت عنوان أزمة المشاركة السياسية في الجزائر تحليلية للانتخابات التشريعية 2017.

لعب المال في الانتخابات البرلمانية الجزائرية دورا أساسيا في التأثير سلبا على العمليات الانتخابية سواء من حيث تقديم رشاي لرؤساء مكاتب الأحزاب السياسية من طرف بعض رجال المال والأعمال حتى يكونوا في الانتخابات أو لشراء الأصوات أثناء عملية التصويت.

من وجهة نظر الدكتور أن المال يؤثر في العملية الانتخابية سلبا فقط لكن نحن من خلال دراستنا لسنا ضد المال في الانتخابات فهو أساسي في العملية الانتخابية، فهو ليس نقمة بل يصبح نقمة

من خلال المال الفاسد في الانتخابات الذي بلغ المال التدخل في السياسة، وأية ألية تهيمن على الحملة الانتخابية. تتميز عملية ضبط القوائم بحضور العامل التقليدي (النزعة القبلية، العروش) في انتقاء المرشحين للترشح للانتخابات التشريعية.

إن الأحزاب السياسية في الجزائر بصفة عامة تلجأ لممارسات تأخذ طابعا طقسيا الهدف الأساسي من ورائها إصغاء هالة مقدسة يضمنون من خلالها ولاء التصويت، سواء ارتبطت هذه الممارسات بتوظيف الديني أو لمناسبات الاجتماعية مثل الزردة و الوعدة أو الوليمة. ويصاحب هذا في الحملات الانتخابية في المجتمع الحلي وعلا بالمثل القائم "أطعم البطن تستحي العين" عددا هاما من الولايم الغرض منها ليس فقط اطعام المدعويين وإنما جمع الأصوات وتأكيد الولاء للمرشحين، فالزردة إنها احتفال جماعي غالبا ما تقترن فيه لوليمة بقبيلة أو عرش معين وقيمة دينية فيها إكراما لولي صالحا جعل منه تدينه وسيطا بينهم وبين الله في التمثيلات الشعبية وفي وضع الحملة الانتخابية تصبح الزردة إثارة لسلوكات تقليدية.

والوعدة كونها وليمة تعتمد كآلية لتأكيد الولاء والتضامن الاجتماعي وكأداة دعائية أثناء الحملات الانتخابية.

العلاقات الاجتماعية التي تعد المصدر الأولي لرأس المال الاجتماعي، باعتبار الجماعات والمجتمعات بنى علاقية ومنظومات رمزية، ولكن رأس المال الاجتماعي ينتج من علاقة الذات بالآخر. فالسوق السياسي جعل من الانتماء الاجتماعي رأسمال مجتمعي قابل للاستثمار لتحقيق الخطوة والصعود في سلم الترابية وهذا الصنف من السلوكات نلاحظ في كل العلاقات الاجتماعية، إن التبادل الاجتماعي يقع في أعلى العملية الاجتماعية وأسفلها ويتعلق أساسيا يتبادل الامتيازات والخدمات وتوفير الحماية مقابل أشكال دعم سياسي وأصوات انتخابية. إن مبدأ الالتزام الأخلاقي وطبيعة البنية الاجتماعية العائلية القبلية والمناطقية للمجتمع الجزائري تجسد وتتمثل في أن واحد العطاء ورد العطاء في مختلف المستويات



أهمها المستوى السياسي من خلال الانتخابات فالعرش يسعى إلى دعم مرشحه بغض النظر عن الحزب السياسي الذي ينتمي إليه.

ومن هنا ما قد يدفع إلى القول بقبيلته(الحياة) السياسية وتبنى التكوينات الأولية للأحزاب، وكذلك التزكية التي يحصل عليها من النظام القائم فانتماءه القبلي يأخذ الأسبقية ويقدم له جميع أشكال الدعم السياسي والأصوات الانتخابية التي يقدر على تعبئتها، وفي المقابل تطالب وكيله بالحصول على الحماية وعلى مناصب الشغل والسكن للموكل والحصول على اعتمادات وامتيازات.

كما قال مارسال موس Marcel Mauss في العملية الاجتماعية يعد جميع الفاعلين إلى وضع مصالحهم نصب أعينهم، وإلى افتراض وجود تبادل اجتماعي غير واضح لذلك تعتبر الدخول في هذه العملية تفاعل لجدلية الأخذ والعطاء<sup>1</sup>.

وإلى جانب لرأس المال الاجتماعي يكون هناك الرأس المال المادي حيث تستثمر انتماءاتها الأولية العائلية والقبلية والجهوية كذلك استمر رأس المال الرمزي الديني من خلال توظيف الانتماء إلى الزوايا التي تمت هيكلتها في الجزائر.

فالانتخابات التشريعية أصبحت تركز على الزوايا والمساجد لكسب التصويت ولعدم ثقة النظام في الشعب وذلك بسبب الانتخابي.

دور المؤسسة العسكرية كفاعل أساسي في توزيع الأدوار هذا السوق، لأنه يرى في نفسه مجسد للشرعية الثورية وورائها معتمدا على المقولة: الجيش الوطني الشعبي سليل جيش التحرير وبالتالي التدخل المباشر أو المصنع للمجتمع بكل مكوناته وتنظيماته وإخضاعه والتلاعب به عبر أدوات الشرطة السياسية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> إلى: أنظر Marcel Mauss essai sur le don. Alger, ENc éditions 1989 p21

<sup>2</sup> دريس نوري، مرجع سابق الذكر، ص187.

إن هذا التوزيع الاستثماري يؤكد أن الرأس المال السياسي أدرك درجة ن التجميع تدل على أن نظام العلاقات لمحقق للامتيازات وحظوظ الصعود التي تقوم بين محترفي السياسة وأعين المال والجاه ومن ذوي السند المحلي عروشي أو جهوي فهي تعتبر مساندة سياسية قبل أن تكون اجتماعية، فتفاعل العلاقات بين هؤلاء المستثمرين حول السوق السياسي بحيث يقدم محترفوا السياسة مصلحتهم خاصة على مصلحة الآخرين في ظل نموذج استراتيجي حيث يقود التمثيل السياسي على تأمين مصلحة المحترف الحقل السياسي بالشكل الذي يتوافق مع موقع يحدد لموكليه في الحقل الاجتماعي والاقتصادي<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: التمثيل السياسي والتسيير العمومي في الجماعات المحلية

يعتبر التسيير العمومي التسيير العمومي الوسيلة الأساسية للوصول إلى الأهداف، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو السياسي محلية كانت أو مركزية، في حين أن التمثيل السياسي التي تسعى إليه الأحزاب السياسية من أجل تجميع أكبر عدد من المواطنين في كل موعد انتخابي وكسب تأييدهم لإقناعهم بأحقية مرشحهم في تمثيلهم في مجالس المنتخبة<sup>2</sup>.

ونظرا للخصوصية النظام السياسي الجزائري وكذلك، الإصلاحات في القوانين العضوية كان لها أثر في إعادة رسم خريطة التمثيل السياسي للأحزاب داخل المجالس المنتخبة، وأن التمثيل السياسي يسعى إلى التحول إلى التمثيل إداري وبالتالي تسيير الشأن العام خاصة في الجماعات المحلية. وسنتطرق إلى المفاهيم الأساسية في هذا المطلب.

تعرف الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية كمفهوم اجتماعي ذي أبعاد نفسية ورمزية، ينسجم مع نسبة كل الظواهر الاجتماعية التي تتداخل فيه الأبعاد والمكونات والأهداف، ذلك أن هناك عدة متغيرات تحدد تمثيل المجموعة عن طريق الزعيم أو القائد، وأحد هذه المتغيرات هو التركيبة الاجتماعية

<sup>1</sup> Pierre Bourdieu, Raisons Pratiques sur la théorie de l'action, Paris, le seuil, 1994, P28.

<sup>2</sup> محمد خداوي، تنمية الجماعات المحلية في الجزائر، الملتقى الوطني العاشر حول تسيير الإدارة المحلية بين الثوابت والمتغيرات الدولية والوطنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعيدة 10 أفريل 2017 ص 13.

للمجموعة ومواقفها اتجاه الشخصيات والقضايا العامة، وعليه يتحدد التمثيل السياسي بالعلاقة بين شخصين أو طرفين أحدهما ممثل والآخر ناخب وعادة ما يتحمل ممثل السلطة صلاحية القيام بعدة أعمال استنادا إلى اتفاق مع الناخب.

وبشير موريس ديفرجيه MDurverger في تأريخه المفهوم، والذي قرن ظهوره بانقراض الديمقراطيات المباشرة في القرن السابع عشر حيث كانت الدولة صغيرة في ظل الدولة العصرية فيستحيل تطبيق الديمقراطية المباشرة، وهو ما فرض ايجاد آليات بديلة تسمح بتوفير فرص لمشاركة المواطنين، وهكذا اعتمد على نظرية الوكالة المدنية والتي تعرف على أن يوكل شخص ما (الموكل إليه) حق التصرف باسمه مع تحمل الطرف الأول لجميع تبعات الأعمال التي يقوم بها الطرف الثاني<sup>1</sup>.

يعرف فوزي جيز التسيير العمومي على أنه: مجموعة نشاطات وأعمال منظمة تقوم بأدائها قوى بشرية تعينها السلطات الرسمية العامة وتوفر لها الامكانيات المالية اللازمة، بهدف تنفيذ الخطط الموضوعة وبالتالي تحقيق الأهداف العامة المرسومة لها، بأكبر كفاية انتاجية وأقصر وقت وأقل تكلفك. كما يعد التسيير العمومي أداة لتحقيق وظائف الدولة من خلال مؤسساتها التي تعكس السياسات العامة للدولة إلى أهداف قابلة للتنفيذ ومن هنا كان التلازم بين السلطة السياسية والتسيير العمومي أي بين سلطة الحكم وأداة التنفيذ<sup>2</sup>.

### الديمقراطية التشاركية:

عرف الأمريكي جون ديوي John Dewey الديمقراطية التشاركية وباعتبارها مشاركة كل من يتأثر بالمؤسسات الاجتماعية حيث يشارك الفرد في رسم وإنتاج هذه المؤسسات السياسية التي تنتج عنها.

<sup>1</sup> سمير بارة، التمثيل السياسي الحزبي في الجزائر بين تحديات الواقع واستراتيجيات التفعيل، من المواقع الالكترونية: <http://www.caus-o.net>.

<sup>2</sup> ابراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، دراسة في مفهوم التنمية ومؤشراتها، القاهرة: دار الشروق 2003 870.

كما عرفها صالح زياني على أن: مفهوم المشاركة أو التشاركية مفهوم مرتبط بالمجتمع المفتوح الديمقراطي، وهو مكون أساسي من مكونات التنمية البشرية وتعني بشكل مبسط أن يكون للمواطنين دوراً ورأياً في صناعة القرارات التي تؤثر في حياتهم سواء بشكل مباشر أو من خلال مؤسسات شرعية وبسيطة تمثل مصالحهم، ويقوم هذا النوع من المشاركة الواسعة على حرية التنظيم وحرية التعبير، وأيضاً على قدرات المشاركة البناءة.

ويعرفها الدكتور الأمين شريط بأنها: هي شكل أو صورة جديدة للديمقراطية، تتمثل في مشاركة المواطنين مباشرة في مناقشة الشؤون العمومية واتخاذ القرارات المتعلقة بهم... كما تعرف بأنها توسيع ممارسة السلطة إلى المواطنين عن طريق اشتراكهم في الحوار والنقاش العمومي واتخاذ القرار السياسي المترتب عن ذلك<sup>1</sup>.

فمفهوم الديمقراطية التشاركية يقوم على تخلي السلطة عن دورها المركزي عبر التخفيف من عبئ الوصاية السياسية والإدارية لصالح السلطة المنتخبة محلياً والمساهمة في تحديث الجماعات المحلية.

ويتم توظيف الديمقراطية التشاركية وإدماجها في صياغة السياسة العامة المحلية بغرض دعم اختيار البدائل للقرارات الإدارية التي تتخذها مجالس الجماعات المحلية على الصعيد المحلي لتسيير شؤون المحلية وتحريك عجلة التنمية<sup>2</sup>.

وتعتبر المجالس المنتخبة عموماً والمحلية منها على الخصوص الإطار الطبيعي لمشاركة المواطنين في إدارة الشأن العام، وترجمة لشعار الدولة الجزائرية "بالشعب وللشعب" وتسعى السلطات

<sup>1</sup> حميدي مريم، دور الجماعات المحلية في تكريس الديمقراطية التشاركية في التشريع الجزائري " (شهادة لنيل الماجستير جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، 2005) ص 37°36.

<sup>2</sup> الجمعي نوي، الديمقراطية التشاركية: الآلية المثلى لمحاربة الفساد في الجزائر مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 21، مارس 2011.

الجزائرية على ترسيخ الديمقراطية، ادراكا منها بأنها مفهوم هذه الديمقراطية لا يزل مفهوما مفروغا من محتواه وحبرا على ورق وشعارات براقية في ظل غياب الشفافية واستشراء مظاهر الفساد وطغيان التسيير المركزي وصعوبة الحصول على المعلومات في وقتها المناسب.

إن الدول المتقدمة نجحت للكثير من الأسباب في تقريب التمثيل السياسي في تسيير الشأن العام بالتمثيل الإداري خصوصا على المستوى المحلي وجعلت الانتخابات تنافس لمشاريع مجتمع يختار بينهما المواطن ما يراه أحسن ويعاقب كل تخاذل لممثليه في الالتزام بوعودهم في المواعيد الانتخابية اللاحقة وما يجعل السوق السياسي فيها فضاء يتفاعل فيه جميع الفاعلون ويتم فيه فعلا تبادل الأصوات الانتخابية بوعود تمثلها برامج المترشحين بتقديم خدمات ترقى بحياة المواطنين في إطار مبدئي المساواة والعدالة الاجتماعية وما كان التقدم الذي حققته هذه الدول إلا نتيجة لزمية مجتمعاتها المحلية والظفرات التي حققتها هذه الأخيرة في المجالات الاقتصادية والتقنية والاجتماعية في إطار المفهوم الاقتصادي للحرية حدد تقدم الدولة على المستوى الماكرو وعكس نفسه على رفاه الأفراد، لذلك لا غرابة أن نقول أن اختيار المرشحين للتمثيل السياسي في هذه المجتمعات ارتبط بمدى عقلانية وفاعلية وواقعية البرامج التي يقدمونها للمصوتين مستعملين في سبيل ذلك تقنيات التسويق السياسي وموظفين العلاقات العامة في تقريب نظرهم إلى المواطن المصوت وفي حال نجاحهم يسعون إلى تطبيق البرامج على أرض الواقع<sup>1</sup>.

إن واقع التعددية الحزبية في الجزائر حصيلة جملة من الدوافع السياسية والاستراتيجيات التي جعلت الكثير من الأحزاب تقدم على ترسيم خروجها إلى الساحة السياسية بدل أن تكون نتاج تطور طبيعي لقوى المجتمع المعبرة عن حاجاته، وانشغالاته في ظل احترام اختلاف فئاته كما حدث في أوروبا ونتيجة لفقرها الاجتماعي والسياسي لم تستطع تحقيق انطلاقة سياسية للقدر الكافي لإحداث توازنات الضرورية للتغيير وكرست أكثر في أغلبيتها أسبابا لإبقاء على النظام فجاءت التعددية الحزبية في الجزائر

<sup>1</sup> الجمعي نوي، المرجع السابق .188.

شكالية ضعيفة الأداء السياسي محاطة بجملة من القيود دفعت إلى تصنيفها في خانة التعددية الموجهة والتي تعتبر عن منهج ديمقراطي صوري. وحولت اللعبة الانتخابية هذه المؤسسات السياسية الهامة في الممارسة الديمقراطية التي من المفروض أن تتم على أساس الخط الأيديولوجي والبرامج السياسية لطالبي المنافع والامتيازات تم من خلالها تسليع الصوت الانتخابي في السوق السياسي، إن التنافس على نيل خطوة المنافع السياسية والامتيازات المادية والاجتماعية أدى إلى بروز ممارسات بدأت جديدة وما لبث أن سقطت في المجال العام والمنتظمة الحركات التصحيحية.

فضعف قدرة الأحزاب السياسية في الجزائر على تحقيق التعبئة والحشد الجماهيري بالمقارنة مع الحركات الاجتماعية<sup>1</sup> يكفي أن نتابع الأحزاب السياسية في المواعيد الانتخابية التشريعية والمحلية إذ يلاحظ على أن أغلب الأحزاب تختار مرشحيها من بين العروش والتكوينات الاجتماعية الفاعلة على المستوى المحلي أو ذوي القدرات المالية، واعتمادها على هؤلاء المرشحين أنفسهم من أجل تحقيق التعبئة الجماهيرية فتقترن قوة الحزب المرشحين خصوصا الاجتماعية.<sup>1</sup>

ذلك يعني أن الأخذ بالديمقراطية والتعددية ارتبط أكثر بالصور والشكل منه بالمضمون الحقيقي ما جعل التمثيل السياسي خصوصا على المستوى المحلي مرتبط بالرأسمال الرمزي والاجتماعي والسياسي والمادي منه منافسة بين مشاريع حقيقية للمترشحين والاعتماد على علاقة الوجه للوجه واللوات الأولية وعلاقات التبعية وتبادل المنافع وتوزيع المكاسب للوصول إلى السلطة وتسيير الشأن العام محليا، إن ذلك جعل من الساعين إلى التمثيل السياسي على المستوى المحلي عبارة عن الوسطاء والوكلاء كمقاولون سياسيون بالعرض الانتخابي وقيمون له المزايدات التي تعلن فيها طبيعية ونوعية وكمية الموارد التي يتيح التمثيل السياسي الوصول إليها وبتيح للولاء كمقابل الوصول إليها، فتقدم عروض الشراء (شراء الأصوات

<sup>1</sup> محمد خداوي، تنمية الجماعات المحلية في الجزائر، المرجع السابق ص 16.

الانتخابية) ويقدمون على المفاضلة بين الأحزاب والسلطة والقبائل والجهويات من خلال نظام رعاية ذلك في إعداد قوائم المرشحين.

وهذه الطبيعة وخصوصية المجتمع رغم الجهود التي تقوم بها الدولة الوطنية من خلال التحديث السياسي لكن لم يؤثر على ديناميكية البنى الاجتماعية التقليدية التي استمرت بتوجيه سلوك الأفراد، وبقاء الممارسات السياسية للمجتمع المحلي محافظة جدا في توجيهها، وذلك لغياب أحزاب فعلية أصبحت هذه البنى المنتمية لمختلف التيارات السياسية واختلاط التقليدي بالتحديث.

### المطلب الثالث : مستقبل التمثيل السياسي المحلي

إن النظام السياسي سواء في طبعة الأحادية الحزبية أو التعددية يزداد تأزمه الناجم عن انتقاء الشرعية الفعلية، وذلك وفق ما سماه "عبد الله العروي" باستراتيجيات إعادة نشر تقليدية متجلية من خلال طرق تعيين وعزل الوزراء والتي يضيف عليها دستور الجزائر طابع الشرعية، فالأغلبية البرلمانية لا تشكل الحكومة وكبار المسؤولين .. لكن الإختيار والتعيين يتمثل في علاقات التبعية الشخصية التي يقيمها الفاعل رئيسا أو وزيرا .

إن التبعية السياسية في الجزائر إن كانت تستعمل الدعاية الحديثة التسويق السياسي إلا أنها تعتمد أكثر على طبيعة الثقافة السياسية السائدة في المجتمع الجزائري التي تثمن الإنتماءات الأولية المتمثلة في العروشية والجهوية والزبونية، المدعمة بالقوة المادية الإقتصادية، هذا لا يمنع من وجود سوق سياسي حقيقي في الدول المقاربة مثلها، مثل الدول المتقدمة والتي يستمر فيها السوق السياسي حتى بعد العملية الإنتخابية لتطبيق برنامجه ومن أجل كسب حشد وتعبئة من أجل الإستحقاقات المقبلة، لكن يجب الأخذ بعين الإعتبار النقاط التالية :

- إن التنافس حول النفوذ السياسي يدفع أفراد النخبة إلى توسيع شبكات التحالفات، متجاوزين بذلك المجال الجغرافي المحلي، فكلما اتسعت شبكات الزبونية لدى الفاعل السياسي المحلي كلما تمكن

- من الحفظ على موقعه ضمن الفئات القيادية، بل كثيرا ما يؤدي إلى الاستثمار الجيد لمثل تلك العلاقات إلى صعود بعض الأفراد في سلم الهرم الاجتماعي، وتمكنهم من اختراق دوائر القرار جهويا ووطنيا، مما يساهم في تشكيل تراتبية داخل دوائر النخبة المحلية نفسها، ويقوي من أدوار الوساطة .
- فتح المجال أمام مؤسسات المجتمع المدني لكي تساهم في تحقيق الديمقراطية وليس التأثير على سلوك مؤسسات المجتمع المدني لمساندتها ودعمه عند الحاجة إليه مما يجعل المجتمع المدني أمام خيارين: إما تزكية وتأييد فتبعية وولاء، وإما معارضة والتعرض لمضايقات .
- إن النظام السياسي الجزائري بنخبه يعمل على تشكيل \* السوق الديمقراطية من خلال تبني التعددية ويسمح له بإعادة دمج الأحزاب المعارضة في هذه السوق، فكانت تعددية متأرجحة بين تعددية سياسية خاضعة لمراقبته وتعددية سياسية موظفة، وحول المشاركة في الحقل السياسي إلى صفقة بالنسبة لتجميع الحوار والعلاقات التي يعاد توظيفها من قبل الفاعلين بعد أن أصبح رأس المال يستثمر في التبادل الاجتماعي والرمزي، والإمتيازات والحماية مقابل أصوات انتخابية وأشكال الدعم السياسي .
- الممارسة الديمقراطية وآليات تطوير الأداء السياسي من خلال اعتماد على مبدأ التداول على السلطة وإشراك المواطن في الحياة السياسية عن طريق تنظيم انتخابات يراد لها أن تكون حرة، نزيهة وتعددية .
- تركز سياسية اللامركزية على توزيع الصلاحيات والمهام حسب تقسيم منطقي، لكن المهم أن يكون والي الولاية منتخب مثل البلدية 1541 بلدية رئيس المجلس الشعبي البلدي منتخب، 48 ولاية يكون الوالي من أبناء المنطقة فهو يعرف خصوصية المجتمع المحلي .





الخاتمة :

تمحورت دراستنا حول السوق السياسي المحلي في الجزائر من خلال دراسة حالة والإنتخابات التشريعية 2012-2017 وكان الهدف هو محاولة تبني كيفية تأثير السوق السياسي على العملية الإنتخابية من خلال إبراز صوره المتمثلة في الحملة الإنتخابية، وتم التوصل إلى :

1- إن تطبيق التسويق في المجال السياسي من خلال تسويق الأفكار والآراء التي تتعلق بالقضايا العامة والسياسة أو المرشحين بشكل عام، فقد تم تصميم التسويق السياسي للتأثير في أصوات الناس في الانتخابات وذلك باستخدام وسائل الاتصال السياسي التي تستخدمها الأحزاب السياسية والحكومات لكي يتقبل الرأي العام إيديولوجياتهم، فيتمكنوا من الفوز في الانتخابات وبعدها الاستجابة لاحتياجات ورغبات اختارها الناس والجماعات في المجتمع.

2- كما أن انتشار الفقر قد يدفع المواطنين إلى فقدان الثقة في الطبقة الحاكمة في مؤسسات الدولة مما يؤدي إلى مقاطعة الإنتخابات والعزوف عن المشاركة السياسية، وهذا ما يفتح الباب أمام أرباب المال للتحكم في العملية الإنتخابية، فالمؤسسات الكبرى ورؤوس الأموال هم الممولون الرئيسيون للأحزاب السياسية ومختلف الحملات الإنتخابية والتأثير على نتائجها، وتجدر الإشارة إلى أنه وفي الوقت الحالي أصبحت العلاقة وثيقة بين الحال الفاسد والإنتخابات حيث أن الأقوى ماديا واقتصاديا يتحكم في مصير المعارك الإنتخابية.

3- الإطار القانوني الذي جاءت ضمنه الإنتخابات التشريعية 2012 وما حمله من إصلاحات خاصة القانون 01/12 المتعلق بالأحزاب والذي فتح المجال أمام العديد من الأحزاب للدخول في الإنتخابات فهو يخدم مصالح التحالفات .

4- تقوم حملات التسويق السياسي على أساس فكرة دراسة السوق السياسي بغرض معرفة رغبات واحتياجات الناخبين لبناء وتعديل برنامج انتخابي وسلوك المرشح ليتناسب معها ليتحقق أعلى تأييد ومن ثمة الفرز بالانتخابات. تحولت التنمية المحلية بآليات الديمقراطية التشاركية إلى عملية تفاعلية مستديمة، تنطلق من إطار إشراك الجماعة المحلية في عملية اتخاذ القرار .

5- إن منطق الصفقة السياسية يقدم لنا آلية تفسير لهذا الوضع من منطلق علاقات تبعية التي تنظم في إطارها الزبائنية السياسية في الجزائر، إذ يسجل الحقل السياسي أثناء الاستحقاقات الانتخابية عدد هام من الصفقات لتبادل اموارد والخدمات تحتوي كل صفقة على سلسلة من الصفقات تبدأ الأولى بصفة الحزب بصفقة الحزب مع المرشح تأخذ شكل وساطة سياسية من خلال تسليح الترشح على القائمة، تليها صفقة المرشح مع محيطه أي الولاءات الأولية لها دور من منطلق تسليح الصوت الانتخابي، تليها مجموعة أخرى من الصفقات في حالة نجاح المرشح في الإنتخابات.

- لقد تأكدت التعددية بالجزائر على أن التغيير في السلطة حتى لو كان ثوريا لا يغير بين عشية وضحاها السلوك السياسي الجزائري ذلك أنه كفرد لا يقرر عن وعي إلا بعدد محدود، ويبقى الجزء الأكيد مستمدا من انتماءاته وتنشئته وثقافته ومحيطه الاجتماعي، لذلك لم تحقق الجزائر في العملية الانتخابية تحسين وترشيد تسيير الشأن العام بمجرد خطاب عن الديمقراطية في المراسيم السياسية والترسيم للتعدد الحزبي ووجود عدد هام من الأحزاب، ومن هذا فالجزائري لا يصوت على أساس الإختيارات الإيديولوجية والبرامج السياسية للأحزاب والتقييد في الإختيار بمعيار الصالح العام، بل يعتمد في تصويته على معايير ولاءه ويسمح إلى لا شعوره الثقافي وحسه الاجتماعي عند الإقبال على المشاركة الانتخابية خصوصا على المستوى المحلي.



### قائمة المصادر والمراجع

#### أولاً: المصادر

#### القوانين

- 'الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الأحد 03 1416. الموافق لـ 26 نوفمبر 1995. السنة 32 العدد 72 ص 04.
- القانون العضوي للانتخابات 01/12 المؤرخ في 12 يناير 2012 ، الجريدة الرسمية، العدد 01 المؤرخة بتاريخ 14 جانفي 2012.
- قانون الولاية رقم 07/12 المؤرخ في 2012/02/21 الجريدة الرسمية العدد 12 ، المؤرخة في 2012/02/29.

#### المعاجم والقواميس

- ابن منظور جمال محمد بن كرم الانصاري، الإتصال لسان العرب، المجلد الاول، بيروت، لبنان، دار الصادر احمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، القاهرة: عالم الكتب 2008 8 0 752.
- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية :عربي انجليزي:(الاسكندرية:مركز الاسكندرية للكتاب 2005 ))ص 166.
- عامر مصباح، معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية- (الجزائر:المكتبة الجزائرية بوداود).
- قاموس المصطلحات السياسية، بوابة فلسطين القانونية.

ثانيا: المراجع

### 1- الكتب

#### أ - باللغة العربية

- ابراهيم العيسوي، التنمية في عالم متغير، دراسة في مفهوم التنمية ومؤشراتها، القاهرة: دار الشروق 2003 1 872.
- إبراهيم برش، علم الاجتماع السياسي (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1- 1998).
- أحمد زاير وعروس الزبير، النخب الاجتماعية حالة مصر و الجزائر (القاهرة: مكتبة مدبولي، 2008).
- إسماعيل قيرة وآخرون، مستقبل الديمقراطية في الجزائر ( بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2002).
- أيمن عودة المعاني، الإدارة المحلية- (الأردن: دار وائل للنشر و التوزيع، ، 2010).
- برتران بادبي، الدولتان السلطة والمجتمع في الغرب وبلاد الإسلام، ترجمة لطيف فرح،(القاهرة: باريس دار الفكر، 1992).
- بوعزاوة بوجمعة، الإدارة المحلية،( القاهرة المنظمة العربية للتنمية، ، سنة 2005).
- بوبكر إدريس، الوجيز في القانون الدستوري والمؤسسات السياسية (الجزائر: دار الفتيان الحديث، 2000).
- تامر كامل الخرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة (عمان: دار بلدان، 2000).
- ثروت مكي، الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية (القاهرة: علم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 2005).

- جبرائيل الموندو بويل بنجام ومندت روبرت، السياسة المقارنة: اطار نظري، ترجمة: محمد زاهي بشير المغربي، (ليبيا: منشورات جامعة، قرينوس، 1996).
- جمال سلامة على أصول العلوم السياسية، اقتراب واقعي من المفاهيم
- حافظ عبد الرحيم، الزبونية السياسية في المجتمع العربي، قراءة اجتماعية سياسية في تحضير البناء الوطني التونسي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط202 2006) ص 26
- الحبيب كشيرة الدرويش، القيادة وتنمية المجتمعات المحلية، جامعة الملك فيصل، 1434.
- حسان نعمان شفيق العاني، الأنظمة السياسية (العراق: مطبعة جامعة بغداد، 1980) ص 50.
- حسن مصطفى البحري، الإنتخاب كوسيلة لإسناد السلطة في النظام الديمقراطي (جامعة دمشق: كلية الحقوق، ط 1- 2014)
- دفيد وكنترك وشرودر، التسويق السياسي والإعلام، ترجمة: علي مقلد، (بيروت، منشورات عويدات، ط 1983).
- سل جيه دالنون، دور المواطن السياسي في الديمقراطيات الغربية، ترجمة أحمد يعقوب المجذوبية ومحفوظ الجبوري، (الأردن: دار النشر والتوزيع ( 1996).
- رشاد أحمد عبد اللطيف، (أساليب التخطيط للتنمية الإسكندرية المكتبة الجامعية، 2002) ص 21.
- رشيد بوب، دليل الجزائر السياسي 2002؟ (الجزائر: المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر و الاشهار، 2001).
- رعد حافظ سالم، مبادئ الثقافة السياسية (الأردن: زمزم ناشرون و موزعون، ط101 2012).
- سامي السيد عبد العزيز، التسويق الاجتماعي و السياسي منطلقات نظرية و تطبيقات محلية وعالمية (مصر: دار النهضة للنشر، بدون سنة النشر).
- سعاد الشراوي، النظم السياسية في العالم المعاصر (القاهرة: دار النهضة، 2008).

- سعدين سعود بن محمد بن عبد العزيز، العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية والقضايا الخارجية (الرياض: منشورات كلية الدعوة والإعلام، 2006).
- سعيد بوشعير، القانون الدستوري والنظم السياسية المقارنة- (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003).
- سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم ( القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر و التوزيع، 2004).
- السيد عبد الحليم الزيات، التنمية السياسية دراسة في علم الاجتماع السياسين (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2002).
- السيد عليوة، تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة ( القاهرة: ايتراك للنشر و التوزيع، ط 2001 02).
- شاهناز طلعت، الرأي العام، القاهرة: مكتبة الأنجلو، 1983).
- شعبان الطاهر الاسود، علم الاجتماع السياسي، (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية، ط1999 é).
- صادق شرفي نداء، تجليات العولمة على التنمية السياسية(عمان: دار جبهة للنشر والتوزيع 2007).
- صامويل هنتغتون، الموجة الثالثة التحول الديمقراطي في آخر القرن العشرين، ترجمة: عبد الوهاب علوي، (الكويت: دار الصباح، 1993).
- صبحي محمد قنوص، دراسات في علم الاجتماع (بيروت: دار النهضة العربية، ط101 2000).
- صفوت العالم، الإتصال السياسي الدعاية الإنتخابية (القاهرة: دار النهضة العربية، 2005).
- صلاح الشتواتي، الإدارة التسويقية المفهوم والاستراتيجيات 0 (بيروت: دار النهضة العربية للطباعة و النشر، 1973).



- طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية ( القاهرة: دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2000).
- الطاهر بن خرف الله، مدخل إلى التسويق السياسي ( الجزائر: دار الهومة، 2007).
- الطاهر علي موهوب، التنشئة الإجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية- (القاهرة: العلم والإيمان، 2010).
- الطاهر علي موهوب، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية (القاهرة: دار العلم والإيمان، ط 1 2010).
- عاطف أحمد فؤاد، علم الإجتماع السياسي (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1995).
- عبد الرزاق الشخيلي، الإدارة المحلية دراسة مقارنة ( عمان دار المسير للنشر و التوزيع . 1 2010 ) ص 21.
- عبد الغفار رشاد القسبي، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي ( القاهرة: مكتب الأدب، 2007).
- عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن و ابداع تطوير المؤسسة ونجاح الإدارة (بيروت: دار التسيير، ط 101 2001).
- عبد الله حمودي، الشيخ والمريد النسق الثقافي للسلطة في المجتمعات العربية الحديثة، ترجمة عبد المجيد جحنة (المغرب، دار طريقال، ط 404 2010).
- عبد الله ساقور، محاضرات في التنمية بالمشاركة (عنابة: منشورات جامعية، 2008).
- عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الأجماع السياسي النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة (بيروت: دار النهضة العربية 2001).
- عبد الهاني الجوهري، دراسات في العلوم السياسية وعلم الإجتماع السياسي ( الإسكندرية: المكتبة الجامعية، ط 1- 2001).

- عبد ربه عبد القادر العنزي، نظرية التسويق السياسي المفاهيم والدلالات في المجال السياسي ( فلسطين: جامعة الأزهر ، 2016) .
- عبدالباري محمد □ التنشئة السياسية للطفل (الاسكندرية: مطبعة الجلال، ط101 2005).
- عزيز لعبان، نظريات الاتصال (مطبوعات جامعية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003.
- علي أحمد عيسى، المجتمع العربي (القاهرة: دار المعارف، 1961) .
- عمار عوابدي، القانون الإداري، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002).
- غازي سلطان فلاح القبلان، تنمية المجتمع المحلي (عمان: دار الخليج، ط1 2014)
- غني ناصر حسين القرشي، مفاهيم المجتمع المحلي والمجتمع.
- فليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة: محمد عرب صاصيلا، (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998).
- فؤاد العطار، مبادئ في القانون الإداري، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1955).
- فؤاد عضبان، التنمية المحلية ممارسات وفاعلون، (عمان: دار صفاء للطباعة و النشر والتوزيع ط101 2015).
- ماكس فيبر- رجل العلم ورجل السياسة ترجمة: ذكرى نادر (بيروت: دار الحقيقة، 1982).
- مبادئ التسويق مفاهيم أساسية في التسويق المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، السعودية 1429.
- محمد الصغير لجلي الإدارة المحلية الجزائرية (عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2013).
- محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي- (الرياض، كتبة العبيكان، ط 2- 1418هـ).

- محمد بهجت كشك- الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية- (الإسكندرية:المكتب الجامعي الحديث، 1993).
- محمد جاب الله عمارة، العلوم السياسية بين الأقلمة والعولمة، رؤية سياسية معاصرة للقرن الحادي والعشرين، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ط 1- 2003.
- محمد راسم الجمال وخيرت معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام الإصلاح السياسي في مصر(دار المصرية اللبنانية، ط 1 2005) .
- محمد راسم الجمال وخيرت معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام الإصلاح السياسي في مصر،دار المصرية اللبنانية، ط 1 2005 .
- محمد سعد أبو عامود وآخرون، السياسة بين التنمية و المحاكاة، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث (2004).
- محمد سلام عازة، مهارات الاتصال- (القاهرة: مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث 2008).
- محمد سويدي، علم الإجتماع السياسي ميدانه وقضاياها?(الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998).
- محمد سيلا، السياسة في الترشيح السياسي، الدار البيضاء، افريقيا الشرق، سنة 2000.
- محمد عبد الغني هلال، مهارات التوعية والإقناع (مصر: المركز التوجيه والتهنية، 2001).
- محمد محمود الطعمانة و سمير محمد عبد الوهاب، الحكم المحلي في الوطن العربي واتجاهات التطوير،(الأردن: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، سنة 2005)..
- محمود عكاشة، الخطاب السياسي دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال ( القاهرة: مطابع دار الطباعة والنشر والتوزيع الإسلامية).

- موريس ديفرجي، الأحزاب السياسية، ترجمة: علي مقلد عبد المحسن، (بيروت، دار النهار للنشر والتوزيع، ط 9 1980).
- موريس ديفرجي، المؤسسات السياسية والقانونية الدستورية، الانظمة السياسية الكبرى، ترجمة: جورج سعد، (بيروت: المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، ط 1: 1992) ص 57.
- مولود زايد الطيب، علم الإجتماع السياسي ليبيا :جامعة السابع من أبريل، ط1 2007
- مولود زايد طيب، علم الإجتماع السياسي ( ليبيا: منشورات دار الكتب الوطنية، 2007).
- ميادين التسويق، مفاهيم أساسية في التسويق المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، السعودية 1429.
- ميكائيل توسو وآخرون، نظرية الثقافة، ترجمة علي سيد الهاوي الكويت علم المعرفة 1997.
- ميلود ديدان، مباحث في النظم السياسية والقانون الدستوري- (الجزائر: دار بلقيس، 2009).
- نابي عبد النور، مدخل على علم السياسة (الجزائر، دار العلوم، 2007).
- ناصر الشيخ علي، دور المنظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية (فلسطين: المركز الفلسطيني للدراسات، حوار حضارات 2010).
- نصيب رجي، دراسة سوق الجزائر- (الجزائر: دار العلوم للنشر و التوزيع، 2004).
- نور الدين طوالبي، الدين و الطقوس و التغيرات، ترجمة، وحيد البعيني، بيروت ، منشورات عويدات، 1998.
- هبة عبد الرؤوف غزت، المرأة والعمل السياسي رؤية إسلامية (الجزائر: دار المعرفة ، 1999).
- والمتغيرات (القاهرة:دار النهضة العربية، 2003).

- Pierre Bourdieu, Raisons Pratiques sur la théorie de l'action, Paris, le seuil, 1994.
- Ezra Sulaiman ,**les hauts fonctionnaires et la politique**, France ,édition le seuil, 1978.
- illes paquet et Jean pierre wallot. Patronage et pouvoir dans le bas. Canada. 1794-1812. Un essai d'économie historique Montreal, les presses de l'université du uebec.1973 .
- Jacques odbout, **La participation politique leçon de dernières décennies**, uébec, Institut de la culture, 199 1.
- Jennifer ess – Marchement, **the prouduct sales and market-oriented, party How labour leant market the product**, not just the presentation journal of marketing, vol 35, N° 9/10/2001.
- Mancur Olson, **logique de l'acyion collective**, trad Mario Lévi, France, puf,1978.
- Marcel Mauss essai sur le don. Alger, ENc éditions 1989 p21
- **Marketing politique** , Mrcce, 2009-2010.
- Marketing politique et campagnes présidentiel. TPE , pouvoir et societ.
- Matheu Horne, Society and culture, board of studus, sydney, Autralia 2013.
- Michel Bongrand, **le marketing politique**, que scies Je ?, 1996.

- Peter songan. The impact of local communities social and lehavioral sciece 2014 .
- Philip Kother , **les clés du marketing, Pearson éducation, paris, 2003.**
- Philip Kotler, **Marketing management, prentice–Hall, New Jersey, 2001.**
- Philippe iutort, **Sociologie de la communication politique, collection repères découvrté, Paris, 2007.**
- Purrte Bourdieu. **Raisons Pratiques :sur la théorie de l’action, Paris le seuil,1994 .**

### مقالات ومجلات باللغة العربية

- بير بوريدو، **التمثيل السياسي**، ترجمة رشيد شقير، مجلة الفكر العربي، العدد 59، بيروت ، 1990.
- **الجمعي نوي، الديمقراطية التشاركية: الآلية المثلى لمحاربة الفساد في الجزائر** مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 21، مارس 2011.
- رابع لعروسي، **الهندسة الانتخابية الفعالة مدخل حقيقي للتطوير الانتخابي**، مجلة دفاتر سياسية القانونية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2012.
- زين العابدين معو، **دور الثقافة السياسية في ترسيخ الديمقراطية**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 5، 2016.
- شريفة ماشطي ، **المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي**، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة المنتوري، قسنطينة، العدد 10، سبتمبر 2010.
- عبد الرحمان محمد الحسن، **دور البيانات الوطنية في التنمية المحلية**، مجلة الباحث، العدد 13.

- ليلي فيلالي، تكوين وتوجيه الرأي العام في الحملات الانتخابية، دورية المعيار لجامعة عبد القادر، العدد 212 2005.
- محمد حشماوي، التمثيل السياسي في الجزائر بين علاقة الزبونية 1997-2002 مجلة النقد، العدد 20.

### المقالات باللغة الأجنبية

- Drick w. Brinkerhof, Arthur A, oldsmith « **Good governaceclientelism and patrimonialism : New prespectives on old problems** », international public management journal,volf No2,2004.

### الملتقيات

- محمد خداوي تنمية الجماعات المحلية في الجزائر(الملتقى الوطني العاشر حول تسيير الادارة المحلية بين الثوابت و المتغيرات الدولية و الوطنية،كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة سعيدة،9-10 افريل 2017

### تقارير

#### وزارة الداخلية والجماعات المحلية

- الوكالة الوطنية الوسيطة في التسوية العقارية (منوغرافيا، ولاية سعيدة، 24 جويلية، 2011) 0 1 .05

- المجلس الشعبي الولائي لولاية سعيدة.

- مديرية الإدارة المحلية لولاية سعيدة نتائج الإنتخابات الولائية.

- مديرية السياحة لولاية سعيدة.

- مديرية السياحة لولاية سعيدة.

- مديرية الشؤون العامة.
  - مديرية الفلاحة لولاية سعيدة، تقرير حول قيم وتجديد أفاق القطاع الفلاحي، جوان، 2013.
  - مصلحة التنشيط، مديرية الإدارة المحلية، ولاية سعيدة.
- الرسائل والاطروحات الجامعية**
- باديس بن جدة، **الاتجاهات الحديثة لتطوير الإدارة المحلية في الوطن العربي** ( مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصد مرياح، ورقلة، سنة 2011) 24 0 1.
  - بليل زينب، **موقع الشراكة السياسية في التنمية السياسية دراسة حالة الجزائر، 1989-2012**-( مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية جامعة مولاي الطاهر- سعيدة، 2013) 38 0 3.
  - بن ثامر كلثوم، **إستراتيجيات الاتصال الترويجي لمنظمات الأشخاص** (مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم النشر والعلوم التجارية، جامعة بوضياف، المسيلة، 2006) 13 0 6.
  - جميل أحمد الجويد، **مسار تنمية الإدارة المحلية و معوقاتهما في الجمهورية اليمنية**- (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2004) 55 71.
  - حاج يصرف، **تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي** ( مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، جامعة وهران 2007) ( 90).
  - حسبية غارو، **دور الأحزاب السياسية في رسم السياسة العامة، دراسة حالة، الجزائر 1997-2007** (رسالة ماجستير،، كلية الحقوق والعلوم السياسية (جامعة مولود معمري، تيزي وزو (2012).
  - حميدي مريم، **دولا الجماعات المحلية في تكريس الديمقراطية التشاركية في التشريع الجزائري**. (شهادة لنيل الماجستير جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، 2005).



- دريس نوري- الممارسات الربيعية الزبونية السياسية واشكالية تشكل المجتمع المدني في الجزائر المعاصرة مقارنة سوسولوجية لعلاقة الدولة و المجتمع( رسالة دكتوراه، ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماع، قسم علم الاجتماع تخصص ادارة الموارد البشرية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2016).
- رواحي رزيقة، أثر الثقافة السياسية على أداء النظام السياسي دراسة حالة الجزائر 200-2014 ( مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية تخصص دراسات سياسية مقارنة جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2014).
- عبد الحفيظي مسعد الأمين، دور إدارة التسويق في كسب الزبون، (مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ( 2009).
- عبد الكريم بن عبد الرحمن الصالح، جهود المؤسسات الخيرية المانحة في التنمية المجتمع المحلي(شهادة الماجستير قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية 2011).
- عزيزة ضميري، الفواعل السياسية ودورها في صنع السياسة العامة في الجزائر ( رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر، باتنة 2008).
- لحسن رزاق، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 (مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص صحافة، ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المنتوري، قسنطينة 2010)- ص 81.
- لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية- (مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم علوم إعلام و اتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2007) □ 116.

- لمير عبد القادر، الضرائب المحلية و دورها في تمويل الجماعات المحلية (شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و إدارة أعمال جامعة وهران ، 2014
- مثال عبد المعطي صالح القدسي، دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي(أطروحة لاستكمال درجة الماجستير التخطيط الحضري والإقليمي، جامعة النجاح الوطني، كلية الدراسات العليا، 2005)
- محمد الصيقي، الانتخابات في المغرب دراسة سوسيولوجية ( رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا، المغرب، 2001).
- محمد خداوي، القبيلة الأحزاب و الانتخابات في ظل التعددية في الجزائر (شهادة دكتوراه ، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، قسم التاريخ و علم الآثار جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان 2014) ص 600.
- نعيمة ولد عامر، المشاركة السياسية في الجزائر، (رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2003) 0 772.

### المواقع الالكترونية

- e marketing : [www.enamaroc](http://www.enamaroc). Formactif. 28/11/2016, p 02.
- [www. Buisines. Tendesage.com](http://www.Buisines.Tendesage.com).
- [www.4nahda.com/dooks/political.book](http://www.4nahda.com/dooks/political.book).
- [www.djazairress.com](http://www.djazairress.com)
- [www.makktaba.com](http://www.makktaba.com)
- [www.mawdo3.com](http://www.mawdo3.com)

- <http://www.caus-o.com> .
  - o [www://www.andi.dz/pdf](http://www.andi.dz/pdf):
  - بوشنتى بوي، مفهوم الزيونية و قياسها، الحوار المتمدن، العدد 121، أفريل 2006، من الموقع: [www.ahewar.org](http://www.ahewar.org)
  - منصور مرقوقة، المجتمع المدني و الثقافة المحلية في الجزائر، بين الواقع و النظرية:
- univ-ourgla.dz**
- دراسة السوق، مدخل دراسة السوق. الرابط: [www.wnpstudents.com](http://www.wnpstudents.com)
  - سعيدة قطب راهن عليه في السياحة الحموية والايكولوجية، من الموقع:
  - سمير بارة، التمثيل السياسي الحزبي في الجزائر بين تحديات الواقع واستراتيجيات التفعيل، من المواقع الالكتروني:
  - شفيق عبد الغني، النخب المحلية والعلاقات الزيونية: دراسة في البعض آليات إعادة إنتاج النفوذ بالمجال القروي المغربي، من الموقع:
  - عامر عادل، التسويق السياسي، فن ترويج الأفكار والسياسات وصناعة الرأي العام، مجلة endee من موقع: <http://www.andi.dz/pdf>



الفهرس

أ	مقدمة:
01	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي
02	المبحث الأول: التسويق السياسي
02	المطلب الأول: مفهوم التسويق السياسي
09	المطلب الثاني: نشأة التسويق السياسي
16	المطلب الثالث: الانتخاب والتسويق السياسي
39	المبحث الثاني: المشاركة السياسية
39	المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية
44	المطلب الثاني: مظاهر المشاركة السياسية
57	المطلب الثالث: الانتخاب
65	المبحث الثالث: المجتمع المحلي
65	المطلب الأول: مفهوم المجتمع المحلي
69	المطلب الثاني: مكونات المجتمع المحلي
71	المطلب الثالث: تنمية المجتمع المحلي
76	المبحث الرابع: الإدارة المحلية
76	المطلب الأول: تعريف الإدارة المحلية
78	المطلب الثاني: أسباب ظهور الإدارة المحلية.
81	المطلب الثالث: خصائص ومقومات الإدارة المحلية

87	الفصل الثاني: السوق السياسي في الجزائر
88	المبحث الأول: السوق السياسي
88	المطلب الأول: تعريف السوق السياسي
93	المطلب الثاني: خصائص السوق السياسي
96	المطلب الثالث: الفواعل في السوق السياسي
105	المبحث الثاني: الزبونية السياسية في الجزائر
105	المطلب الأول: تعريف الزبونية السياسية
111	المطلب الثاني: أركان الزبونية السياسية
114	المطلب الثالث: الزبونية السياسية في السوق السياسي في الجزائر
123	المبحث الثالث: واقع المشاركة السياسية في الجزائر
123	المطلب الأول: الثقافة السياسية
140	المطلب الثاني: الانتخاب في الجزائر
144	المطلب الثالث: ثقافة الانتخاب في الجزائر
154	الفصل الثالث: السوق السياسي المحلي في الجزائر
155	المبحث الأول: ولاية سعيدة
155	المطلب الأول: التعريف بولاية سعيدة
163	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لولاية سعيدة
176	المطلب الثالث: دور المجلس الشعبي الولائي في التنمية السياسية
181	المبحث الثاني: الانتخابات التشريعية 2012_2017 لولاية سعيدة

181	المطلب الأول: الانتخابات التشريعية 2012
188	المطلب الثاني: نتائج الانتخابات التشريعية 2012
195	المطلب الثالث: الانتخابات التشريعية 2017
205	المبحث الثالث: تشخيص السوق السياسي المحلي ومستقبله
205	المطلب الأول: الرساميل في السوق السياسي المحلي
209	المطلب الثاني: التمثيل السياسي والتسيير العمومي في الجماعات المحلية
214	المطلب الثالث : مستقبل التمثيل السياسي المحلي
218	الخاتمة
221	قائمة المصادر والمراجع
223	الملاحق
259	الفهرس