

الاتصال السياسي في الجزائريين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

Political communication in Algeria between digitization requirements and the challenges of improving the Algerian Republic mental image among national and international public opinion

د. عبد المنعم رقاظ⁽¹⁾ د. حمزة بوطالب⁽²⁾

⁽¹⁾ مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة مستغانم (الجزائر)، abdelmounaim.reggaz.etu@univ-mosta.dz

⁽²⁾ مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة مستغانم (الجزائر)، hamza.boutaleb.etu@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2026/03/31

تاريخ القبول: 2026/03/17

تاريخ الاستلام: 2025/02/06

ملخص

تهدف الورقة البحثية إلى تحليل بيئة الاتصال السياسي الجزائرية في علاقتها بعمليات بناء الصور الذهنية الحسنة وتوجيه الرأي العام وفقها، وذلك من خلال تحديد أهم معالم الاتصال السياسي في الجزائر وكذا أهم الرهانات التي تواجه تحقيقه لأهداف مقبولة على الصعيد الوطني والعالمي، وعلى الميدانيين التكتيكي والاستراتيجي.

انطلقت الدراسة من الملاحظات الاثنوغرافية لبيئة الرأي العام الجزائري وممارسات اهم فاعلها السياسيين، وانتجت المسح الإعلامي لعينة من المضامين الاتصالية السياسية، وتوصلت إلى جملة من النتائج النوعية من أهمها أن بيئة الاتصال السياسي الجزائري لا تزال غير مهيأة إذ تواجه العديد من الرهانات أهمها رهان تبني الفاعلين من قائمين بالاتصال وقادة رأي، للوسائط الرقمية في التعامل مع بيئة الرأي العام و رهان محو الأمية الرقمية لتحقيق الاندماج الرقمي للعوام وزيادة مستويات الانخراط في قضايا الرأي العام والمشاركة السياسية، وتبين أيضا أن الصورة الذهنية تشكل أول حاجز في هذه العملية حيث يفرض الوعي المتدني للعامة أن تكون الصورة الذهنية الرائجة مقبولة لمواصلة الانخراط في النقاش العلم للقضايا السياسية، بينما تزيد الصورة الذهنية المشوهة أو السلبية احتمالات العزوف والمقاطعة أو الصمت السياسي.

الكلمات المفتاحية: الاتصال السياسي، الصورة الذهنية، الاتصال السياسي الرقمي، الرأي العام الجزائري.

Abstract :

This study analyzes the Algerian political communication environment, focusing on constructing positive mental images and shaping public opinion. It identifies key features of political communication in Algeria and highlights challenges hindering its ability to achieve national and global goals. Using ethnographic observations and a survey of political communication content, the findings reveal that the environment remains unstructured, facing significant hurdles.

Key challenges include the adoption of digital media by communicators and opinion leaders to engage public opinion and addressing digital illiteracy to ensure broader digital inclusion, enhancing participation in public issues and politics. Mental imagery is a primary obstacle, as low public awareness demands favorable images to sustain engagement in political discussions. Conversely, distorted or negative images lead to disengagement, boycotts, or political silence.
Keywords: Political communication, mental image, digital political communication, Algerian public opinion.

مقدمة:

تعد دراسة بيئة الاتصال السياسي من المجالات البحثية التي تحظى باهتمام متزايد في الأوساط الأكاديمية والسياسية، نظراً لدورها المركزي في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، خاصة في ظل التحولات العميقة التي يشهدها عالم الاتصال بفعل التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط الرقمية، و تُعد العلاقة بين الاتصال السياسي والصورة الذهنية والرأي العام من بين أكثر العلاقات تعقيداً وتشابكاً، مما يجعل تحليل هذه العلاقة أمراً بالغ الأهمية لفهم آليات تشكيل صورة ذهنية تخدم أهداف الاتصال السياسي وأهمها تشكيل الرأي العام. تسعى هذه الورقة البحثية إلى تحليل هذه العلاقة انطلاقاً من السياق الاتصالي الجزائري الحديث الذي تتجلى ممارساته رقمياً في تشكيل الصورة الذهنية وتوجيه الرأي العام. حاولت الدراسة الانطلاق من ملاحظات مركزة لهذه البيئة ثم تحليل محتوى أحد أهم المنصات الفاعلة فيها وهي صفحة التلفزيون الجزائري على فيسبوك، والتي تُعد من وجهة نظر الدراسة مناسبة لبناء نتائج حول الاتصال السياسي الجزائري خاصة فيما يتعلق بصورة الجزائر وطنياً ودولياً.

تنقسم الدراسة إلى أربعة محاور: أولها يتناول مدخلا مفاهيمياً حول الاتصال السياسي مع التركيز على تعدد تعريفاته واختلافها وفقاً للمداخل النظرية والفكرية، ثم تحليل خصوصيات الاتصال السياسي في الجزائر وتطوره التاريخي، بدءاً من مرحلة الحزب الواحد وصولاً إلى

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

مرحلة التعددية الإعلامية التي أفرزتها التحولات السياسية والتشريعية في المحور الثاني، أما ثالث المحاور فيناقش دور الاتصال السياسي الرقمي في بناء الصورة الذهنية للدولة الجزائرية ، مع التركيز على كيفية استغلال الفاعلين السياسيين للوسائط الرقمية لتعزيز صورههم وتوجيه الرأي العام، بينما يحال المحور الرابع تحليل الجهود المبذولة لتحسين صورة الجزائر على المستويين الوطني والدولي، مع تسليط الضوء على التحديات والفرص التي تواجه هذه الجهود في ظل البيئة الاتصالية المعاصرة.

وتسعى الدراسة من خلال هذا التحليل إلى تقديم رؤية شاملة لفاعلية الاتصال السياسي في السياق الجزائري، مع إبراز الدور المتزايد للوسائط الرقمية في تشكيل الصور الذهنية وتوجيه الرأي العام، مما يفتح آفاقاً جديدة لفهم التفاعلات المعقدة بين السياسة والاتصال والمجتمع في العصر الرقمي، وذلك من خلال منهجية تحليلية تعتمد على تشخيص الواقع الاتصالي الرقي من خلال عينة من مضامين صفحتي التلفزيون العمومي والبرلمان الجزائري . وذلك انطلاقاً من الإشكالية التالية:

ما مدى فاعلية الاتصال السياسي الرقمي في تشكيل الصورة الذهنية وتوجيه الرأي العام الجزائري وفقها؟

والذي تطلب التدرج المنهجي في الإجابة عليه جملة المحاور التالية :

- مفهوم الاتصال السياسي .
- الاتصال السياسي في الجزائر؛ خصوصياته، وممارساته.
- الاتصال السياسي الرقمي الرسمي وبناء الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية.
- الاتصال السياسي الرقمي ورهان تحسين صورة الجزائر لدى الرأي العام الوطني والدولي.

1- مفهوم الاتصال السياسي:

تتعدد التعريفات التي وضعها المختصون والخبراء للاتصال السياسي بتعدد المداخل النظرية والفكرية والمنطلقات الفلسفية، لذلك فإن مسألة وضع تعريف جامع ومانع للاتصال السياسي يعد أمراً صعباً نسبياً، وفيما يلي بعض الاجتهادات في تعريفه.

يمكن تعريف الاتصال السياسي على أنه مجموع التقنيات والمسالك التي يعتمد عليها الفاعلون السياسيون في تعاملهم مع الرأي العام، وغالباً ما يمارس الاتصال السياسي الأشخاص والقادة والأحزاب السياسية لتحقيق أهداف كالإقناع وبناء الصورة الذهنية الحسنة وكسب تأييد الرأي العام أو التحكم في اتجاهاته¹.

ولا بد في عملية تعريف الاتصال السياسي تمييزه عن بعض المفاهيم المشابهة وأهمها الإعلام السياسي، فإذا كان الاتصال السياسي يشمل جل الممارسات الرامية إلى إقامة روابط بين القائمين بالاتصال السياسي من ممثني السياسة والفاعلين فيها والمهتمين بها وبين الجمهور العام لنقاش القضايا السياسية وتشكيل الرأي العام، فإن الإعلام السياسي جزء من الاتصال السياسي ويجسد الدور الوظيفي الذي تضطلع به وسائل الإعلام أو القائمين بالاتصال أو قادة الرأي (الفاعلين والنشطاء ...) عبر الوسائط التقليدية والرقمية لجعل المعارف السياسية حول مختلف القضايا العامة في متناول الرأي العام.

ولطالما ارتبط الاتصال السياسي في الدول النامية وضمنها الجزائر بالوسائل الإعلامية وارتبط تشكيل الرأي العام في سياقها بالصور الذهنية التي تعتبر أسرع وسائل تشكيله خاصة عاطفياً في ظل بعض السمات الاجتماعية التي تطبع الرأي العام بهذه الدول كانتشار الأمية والجماعية (العشائرية) وقلة مصادر المعلومة، والثقافية كالأبوية والضبط المعياري وغيرها²...

وتستدعي هذه السمات إبراز دور الصور الذهنية في التأثير على ممارسات الاتصال السياسي في السياق الجزائري وخاصة على تشكيل الرأي العام.

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

2- الاتصال السياسي في الجزائر؛ خصوصياته، وممارساته:

ترتبط خصوصية الاتصال السياسي في الجزائر المستقلة بمراحل وفترات مفصلية من تاريخها، وعليه فمن الضروري تقسيم خصوصياته وممارساته وفق هذه المراحل إلى:

- مرحلة الحزب الواحد: (1962/1989)

تميز الاتصال السياسي خلال هذه الفترة سيطرة حزب جبهة التحرير الوطني FLN³ على بيئة الاتصال السياسي وأغلب ممارساتها، في ظل ظروف اجتماعية واقتصادية خاصة ولانعدام البدائل السياسية ووجود إجماع حول أحقية الحزب وأسبقيته في قيادة البلاد، أي أن الصورة الذهنية للجزائر ارتبطت بصورة الحزب الذي كان له أدوار تاريخية في التعريف بالجزائر لدى الرأي العام الدولي أثناء فترة الاستعمار وتعزيز صورتها كبلد ذات سيادة بعد الاستقلال.

بالتالي سير حزب جبهة التحرير جل قنوات الاتصال المكتوبة والمسموعة والسمعية بصرية بعد ذلك وحدد المعالم والمعايير الرئيسية لممارستها بما يتماشى والرؤية الوطنية والتنموية لهذا الحزب السياسي.

ويقسم بعض المختصين هذه الفترة إلى فترات وفق عوامل عديدة لكن إجمالاً يمكن تشخيص أهم سمات الاتصال السياسي أثناء فترة الحزب الواحد في :

- انتشار الأمية لدى الغالبية وهو ما يرتبط بتوظيف وسائل كالراديو للتواصل مع الرأي العام.
- قلة المؤسسات الإعلامية وانحسارها في نطاقات جغرافية محددة.
- تبني نظام إعلامي اشتراكي وغياب نصوص تشريعية واضحة تنظم الاتصال السياسي وهو ما يرتبط بالمهام القيادية للحزب الواحد.

• هيمنة اللغة الفرنسية على المحتويات والممارسات الاتصالية والاعلامية، ما جعل وسائل الإعلام أقرب للفئات المثقفة (بالثقافة الفرنسية) أكثر من باقي فئات الرأي العام الجزائري.

• انتشار الخطاب الوطني وتساعد الصور الذهنية القائمة على فكرة الزعامة.

- مرحلة التعددية السياسية: (منذ 1990).

بدأت هذه المرحلة بصدور الدستور الجديد للبلاد سنة 1990، والذي نصت المادة 40 منه على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات والأحزاب ذات الطابع السياسي، وهو ما صاحبه دخول مجموعة من الصحف الخاصة مجال العمل الإعلامي واضطاعها ببعض الأدوار في بيئة الاتصال السياسي الجزائري، خاصة بعد صدور قانون الإعلام في ذات السنة والذي تضمن حرية إنشاء الصحف، لكن هذه الحرية لم تشمل الإعلام السمعي بصري ليبقى خاضعا للملكية العامة فقط أي تحت وصاية الدولة.

وفي فترة لاحقة تم إلغاء ما سمي المجلس الأعلى للإعلام نتيجة الاضطرابات السياسية التي عرفت الجزائر سنة 1992، وهو ما اعتبره بعض المختصين إلغاء لقانون الإعلام ذاته وتجسيدها لاستمرار فكر الأحادية في بيئة الاتصال السياسي.

بعد ذلك برز مشروع قانون إعلام جديد سنة 2002، كان هدفه التأسيسي لحرية إعلامية تراعي الأسس الدستورية لكنه لم يرى النور لتبقى ملامح بيئة الاتصال السياسي على حالها إلى غاية مشروع قانون الإعلام 2012، الذي صاحبه بعض التغييرات الهيكلية والفكرية.

- مرحلة التعددية الإعلامية (منذ 2012) :

قانون الإعلام رقم 05-12 لعام 2012 في الجزائر كان له تأثير كبير على الاتصال السياسي والرأي العام، حيث أعاد تشكيل العلاقة بين وسائل الإعلام والفاعلين السياسيين والجمهور وفيما يلي أبرز تجليات تأثيره:

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

• تعزيز التعددية الإعلامية والفاعلين في بيئة الاتصال السياسي.

• إنهاء احتكار الدولة للإعلام السمعي البصري: حيث سمح القانون بإنشاء قنوات تلفزيونية وإذاعية ذات ملكية خاصة وهو ما تبعه ظهور منصات رقمية للتعبير عن الآراء خاصة المعارضة ، وبالتالي إتاحة فرص أوسع لممارسة الاتصال السياسي والمشاركة في تشكيل الرأي العام .

• زيادة المنافسة بين وسائل الإعلام: أدى الوضع التنافسي بين وسائل الإعلام الخاصة إلى التنافس على استقطاب الجمهور لتحقيق مداخيل أكبر خاصة من خلال الاهتمام بالمواضيع السياسية والاجتماعية التي تستقطب أكبر عدد، مما جعل الاتصال السياسي أكثر انفتاحًا وتنوعًا.

• تغيير دور الإعلام في بيئة الاتصال السياسي وموقعه في عمليات تشكيل الصورة الذهنية حيث لم تكن بذات الأهمية فما سبق ومنه زيادة أهمية توجيه الرأي العام وفقها في الاتجاه المرغوب ، و تحولت بذلك وسائل الإعلام تدريجيًا من ناقل للخطابات الرسمية إلى شريك في الاتصال السياسي .

• تعزيز حرية التعبير مع قيود محددة: كفل القانون بشكل ملحوظ القانون حرية أكبر للتعبير، وإن كانت مشروطة ببعض المعايير مثل احترام المصالح العليا للدولة، هذا الوضع أثر على استقلالية الإعلام وقدراته .

• تعزيز شفافية الخطاب السياسي: مكنت وسائل الإعلام من نقل المعلومات مباشرة للجمهور، ما جعل السياسيين أكثر حرصًا على تحسين صورههم الذهنية من خلال تجويد خطابهم وتحري مصداقيته وقدرته الإقناعية وقربه من تطلعات الرأي العام.

- التأثير على الحملات الانتخابية: وذلك من خلال تنظيم التغطية الإعلامية وتوضيح وفرض ضوابط على ممارسات التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية، مما ساعد على تقليل الأحادية والتحيز في الخطاب السياسي.
 - زيادة الوصول للجمهور: ظهور وسائل إعلام خاصة ووسائط رقمية متنوعة مكن الأحزاب والتيارات السياسية من الوصول إلى فئات واسعة من الجماهير وانتشار أوسع لأفكارها وصورها في بيئة الرأي العام.
 - نمو الإعلام الرقمي والتواصل المباشر
- ورغم كل هذا التغيير واجه تطبيق القانون اتهامات بفرض قيود غير مباشرة على الإعلام المستقل وعلى الرأي العام.

3- الاتصال السياسي الرقمي وبناء الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية:

تمثل الصورة الذهنية في أبسط تعريفاتها: الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس وقد تكون مستمدة من التجارب المباشرة أو غير المباشرة، لكنها في النهاية تمثل واقع الأشياء والأشخاص والأفكار في رأي من يحملونها.⁴

ويرجع المختصون مصطلح الصورة الذهنية إلى أوائل القرن العشرين، حيث استعمل من طرف والتر ليبمان W, Lippman في كتابه الرأي العام ليصبح من المصطلحات الأساسية في تفسير الكثير من الممارسات الاتصالية التي تؤديها وسائل الإعلام⁵، و يؤكد ليبمان في الفصل الأول من هذا الكتاب المرجعي مكانة الصورة الذهنية في توجيه الرأي العام ويربطها بتدني القدرات التحليلية للجمهور العام وميله خاصة في المجال السياسي للرؤى الجاهزة التي تجسدها الصور الذهنية الجديرة بالثقة إذ يقول:

"إن العالم الذي يتعين علينا أن نتعامل معه سياسياً بعيد المنال، وبعيد عن الأنظار، وبعيد عن العقل. ولا بد من استكشافه، والإبلاغ عنه، وتخيله، إن الإنسان مخلوق تطوري

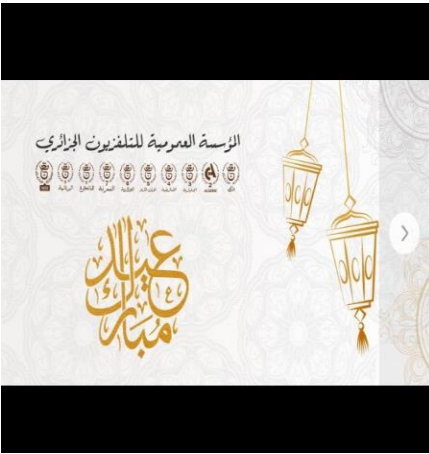
الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

قادر على تغطية جزء كافٍ من الواقع لإدارة بقائه، وانتزاع ما لا يمثل في مقياس الزمن سوى بضع لحظات من البصيرة والسعادة، ومع ذلك، فقد اخترع هذا المخلوق نفسه طرقاً لرؤية ما لا تستطيع العين المجردة أن تراه، وسماع ما لا تستطيع الأذن أن تسمعه، ووزن كتل هائلة وأخرى لا متناهية الصغر، وحساب وفصل المزيد من العناصر التي لا يستطيع أن يتذكرها بمفرده. إنه يتعلم أن يرى بعقله أجزاءً شاسعة من العالم لم يستطع قط أن يراها أو يلمسها أو يشمها أو يسمعها أو يتذكرها. ويصنع لنفسه تدريجياً صورة جديدة بالثقة داخل رأسه للعالم الذي لا يستطيع أن يصل إليه⁶، ويؤكد بولدينج في هذا الصدد أن الجانب السلوكي المرتبط بالرأي العام أيضاً مرتبط بالصورة الذهنية أي أن تغيير السلوك يتطلب بالضرورة تغيير الصور الذهنية⁷، كما أن الأفراد والجماعات في بيئة الرأي العام حسب غوستاف لوبون يتأثرون بشكل كبير بالصور الذهنية الجاهزة لسهولة استحضارها في العقل من خلال الألفاظ والشعارات⁸

وهذا ما جعل السياسيين يوظفون غالباً الصورة الذهنية في استقطاب الرأي العام وتوجيهه حيث يركزون على :

- إبراز المصداقية والثقة: حيث كلما بد القائم بالاتصال صادقاً تعززت صورته في أذهان الأفراد وزادت احتمالية تأييد الرأي العام له.

- إبراز القيم المشتركة مع الرأي العام أو أغليته : حيث كلما كان نسق قيم القائم بالاتصال قريباً من قيم ومعايير الرأي العام زادت احتمالية تشكيل الإجماع حول ما يطرحه من أفكار وصور ذهنية بشكل إيجابي، ففي السياق الجزائري قد يركز القائم بالاتصال على بعض القيم والمعايير الدينية لدرايته بسيادة القيم الدينية لبيئة الرأي العام، وعليه فإن الاشتراك في نسق القيم السائد أحد أهم الأسباب لكسب تأييد الرأي العام⁹ وهو ما يمكن ملاحظته في النموذج الدراسي للتلفزيون الجزائري الرسمي كما يلي :

حالة الملاحظة	الوصف	التفسير
	تبين حالة الملاحظة صورة الغلاف الرسمية لصفحة التلفزيون الجزائري المحتفية بمناسبة أول نوفمبر تاريخ اندلاع الثورة الجزائرية ، وهي عينة من مجموعة صور تحفني بكل المناسبات التي تجسد قيم المجتمع الجزائري (تاريخية دينية ...) مصحوبة بتعليقات بعض المستخدمين	تجسد الصورة ارتباط القوائم بالاتصال السياسي في الخطاب الرسمي بالقيم التاريخية والصورة الذهنية لجيل الثورة ذات القبول العالي لدى الرأي العام ، كما تبين بعض تعليقات المواطنين فاعلية تطابق نسق القيم في ابداء الرأي المؤيد
	تبين الحالة الثانية احتفاء التلفزيون الرسمي بعيد الفطر المبارك لما يحمله من قيم دينية هامة في السياق الاجتماعي الجزائري مصحوبة ببعض تعليقات المستخدمين	تؤكد الحالة الثانية انسجام نسق القيم الرسمي من خلال التلفزيون الرسمي مع نسق القيم الدينية السائدة في المجتمع وهو ما يرتبط بصورة النظام الموثوق ذو المرجعيات الراسخة في المجتمع

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة وهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

- الإقناع العاطفي والعقلي: حيث يتوجب على السياسي توظيف الاستمالات المناسبة مع فئات الرأي العام بعناية، فالخطاب العقلي قد يناسب فئات معينة والعاطفي فئات أخرى وهكذا.

- التواجد الرقمي الفعال: لبناء صورة ذهنية مرغوبة لدى الرأي العام الرقمي لئلا يندثر بالاتصال السياسي باستغلال مختلف الوسائط وعرفة ميزاتها وإمكانياتها وتفضيلات مستخدميها، وهو ما يسعى الخطاب الإعلامي الرسمي تجسيده كما تبين الصورة التالية:



- التركيز على الإنجازات وإيجاد حلول للآزمات، وهو أسلوب فعال في كسب رضا الرأي العام عبر الصورة الذهنية للنظام العملي والناجح في حل الآزمات كما تبينه حالة الملاحظة التالية:

آخر الأخبار أخبار الوطن إقتصاد دولي مجتمع رياضة ثقافة صحة تكنولوجيا أخبار التلفزيون



15 مارس، 2026

أخبار الوطن

الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار والشركة القابضة الجزائرية للتخصصات الكيميائية يبحثان سبل تجسيد مشاريع صناعية إستراتيجية

استقبل المدير العام للوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، يوم الأحد بالجزائر العاصمة، وفدا من الشركة القابضة الجزائرية للتخصصات الكيميائية "آ سي آس"، برئاسة الرئيس المدير العام للمجمع، بحث سبل تجسيد فرص استثمارية واعدة، حسبما أفاد به بيان ...



و مهما كانت الأداة المستخدمة في الاتصال السياسي لتشكيلها، فإن الخطاب السياسي هو خطاب مرتبط بالسلطة وبمحاولة التأثير في الرأي العام وإقناعه، ولو كان هذا الخطاب خارج نطاق القواعد النصية، فهو يهدف دائماً إلى الإقناع وبناء الصور الذهنية الحسنة بغض النظر عن الحقيقة، وهو أيضاً خطاب موجّه تستخدم فيه الكلمات بناءً على تراكيب بلاغية من أجل التجنيد والحشد والدفع إلى العمل والفعل، سواء كان القائم بالاتصال فيها الرجل السياسي، صاحب السلطة¹⁰،... عبر مختلف وسائل الاعلام حيث تعتبر منذ البدايات الأولى للفكر الديمقراطي فاعلاً محورياً في الحوار السياسي والرأي العام¹¹ وذات الوظيفة تقریباً تؤديها اليوم الوسائط الرقمية .

وارتبط الاتصال السياسي تاريخياً بالوسائل الإعلامية وتطور مفهومه وحتى ممارساته مقترنة بتطورها، وصولاً إلى الاتصال السياسي الرقمي، الذي يمكن تعريفه على أنه: جميع الأنشطة الاتصالية التي تستند إلى وسائط الاتصال الرقمي في إقامة العلاقة مع الرأي العام وتستفيد من ميزاتهما في تعزيز التفاعل وتحسين الصورة الذهنية للقائم بالاتصال السياسي وفي السياق الجزائري ارتبطت ممارسات الاتصال في البيئة الرقمية بقانون الإعلام 2012 حيث لا تزال ممارسات الاتصال الرقمي عامة والاتصال السياسي الرقمي مصحوبة بفراغ قانوني وتشريعي ومعيارى.

بالتالى أتاح قانون الإعلام 2012 للفاعلين السياسيين وقادة الرأي والإعلاميين مجموعة من الأساليب و الممارسات الاتصالية التي من شأنها الإسهام في بناء الصورة الذهنية للكيانات السياسية والتشكيلات الحكومية في بيئة الاتصال السياسي وبالتالي قدرات أكبر لوصول الصور الذهنية المرغوبة إلى الجمهور العام وتوجيه الرأي العام الوجهة المطلوبة، ورغم عدم تطرق المواد لنوع الوسائط الرقمية يمكن استخلاص ما يلي:

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة وrehانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

- التعددية الإعلامية وتنوع الوسائط : وهو ما تجسد في انتقال مختلف الوسائل الاعلام الثقيلة للبيئة الرقمية عبر عدد من المنصات واسعة الانتشار .

- تنوع وسائل الإعلام الخاصة : سمح فتح المجال أمام القنوات التلفزيونية والإذاعية الخاصة للفاعلين السياسيين بتقديم رسائلهم بشكل مباشر ومنظم، فبعض القنوات أصبحت معروفة بانحيازها لتيارات سياسية معينة، مما مكن هذه التيارات من تشكيل الصورة الذهنية التي تخدم أجنداتها.

- التغطية الانتقائية للأحداث: حيث ركز الفاعلون في بعض الحالات على الأحداث التي تعزز شعبيتهم وتتجاهل القضايا التي قد تضر بصورتهم، مما خلق رؤية متحيزة لدى جمهور المستخدمين .

- التواصل المباشر مع الجمهور: ومتابعة رجع الصدى الآني لدى الرأي العام وتعديل ما قد يضر بالصورة الذهنية بسرعة وفعالية أكبر.

- الاستفادة من الإعلام الرقمي: رغم أن القانون ركز على الإعلام التقليدي، فإن الفاعلين استغلوا الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع، خاصة المستخدمين من فئة الشباب.

- فسح مجال التعددية والانفتاح: استُخدمت التعددية الإعلامية لخلق انطباع بأن الجزائر تعيش انفتاحًا إعلاميًا يعكس الديمقراطية، وهو ما ساهم في تعزيز الثقة لدى بعض شرائح المجتمع، رغم بعض النقائص والثغرات التنظيمية .

- تكثيف الحملات الإعلامية لبناء صورة ذهنية إيجابية: اعتمد السياسيون الجزائريون مستفيدون من التعددية التي أتاحها قانون 2012 على وسائل التواصل الخاصة والوسائط الرقمية لتعزيز صورتهم ك"قادة قريبين من الشعب"، باستخدام الرسائل، والأساليب الإقناعية والدلالات الرمزية البليغة، والشعارات الموجهة.

- إبراز الإنجازات: ركز القادة الجزائريين وبعض الفاعلين الرسميين على استغلال الإعلام والإعلام الرقمي لإبراز النجاحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما ساعد على تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسات الرسمية لدى الرأي العام.
- دعم صورة الأحزاب السياسية الجزائرية: القنوات الخاصة التي تملك علاقات مع بعض الفاعلين السياسيين ركزت على نشر محتوى يعزز صورة أحزاب أو تيارات معينة، مما ساعدها على كسب دعم الرأي العام خلال الانتخابات أو الأزمات السياسية.
- توظيف الأزمات لتعزيز الصور الذهنية: تنشط الفواعل السياسية الجزائرية في كثير من الحالات خلال الأزمات السياسية والاجتماعية، عبر تقديم الحلول أو تخفيف الآثار السلبية وهو ما من شأنه تحسين صورتهم بشكل كبير لدى الرأي العام.
- تشويه المنافسين: رغم كونه أسلوبًا غير مشروع إلا أن بعض السياسيين ينتهجونه أحيانا لتوجيه حملات ضد خصومهم السياسيين والتأثير على الصورة الذهنية للآخرين.
- إبراز الزعامات السياسية: غالبا ما يستغل الفاعلون في بيئة الاتصال السياسي الجزائري الإعلام لإبراز الزعماء كرموز وطنية أو شعبية، وهذا ما من شأنه خلق صورة ذهنية إيجابية مستمدة من قيمة الزعامة ذاتها التي يمجدها المجتمع وتؤثر على الرأي العام.
- تعزيز الشرعية المؤسسية: غالبا ما يركز الإعلام على تصوير المؤسسات الرسمية كجهات موثوقة وحامية للمصالح الوطنية، وهو ما تجسده بشكل واضح المؤسسات الامنية التي تسعى للحفاظ على صورة الجيش الوطني كامتداد لجيش التحرير عبر أداء مهامه الرئيسية في حماية الحدود والتصدي للمخاطر المختلفة وهو ما تبينه حالات الملاحظة التالية:

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة وهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

حالة الملاحظة	الوصف	التفسير
تélévision Algérienne - الجزائرية للتلفزيون العامة Média contrôlé par l'État dans le pays suivant : Algérie - 24 min - وزارة الدفاع الوطني: إحباط محاولة إدخال 10 قنطار و49 كغ من الكيف المعالج بكل من منطقتي حاسي عاشور بادرار وقنادسة ببشار في الناحية العسكرية الثالثة 	تبين الحالة الأولى رسالة بصرية يجسد من خلالها الخطاب الرسمي حرص المؤسسات على الدفاع والتصدي لخطر المخدرات	ترتبط هذه الصورة بالصورة الذهنية الجيدة لجيش التحرير الوطني الذي كانت مهامه الدفاع عن البلاد وحمايتها من خطر وجودي جسده الاستعمار، وهو ما يعتبر أسلوبا مناسباً لكسب الرأي العام.
آخر الأخبار أخبار الوطن اقتصاد دولي مجتمع رياضة ثقافة صحة تكنولوجيا أخبار التلفزيون 13 مارس 2026 أخبار الوطن وزارة الدفاع: القضاء على 4 إرهابيين إثر كمين بإقليم الشلف تمكنت مفارز مشتركة للجيش الوطني الشعبي، ليلة أمس الخميس، إثر كمين بإقليم الشلف، القضاء على 4 إرهابيين واسترجاع أربع (4) مسدسات رشاشة من نوع كلاشنكوف وكمية معتبرة من الذخيرة وأغراض أخرى، حسب ما أوردته ... 	تجسد الحالة الثانية حرص الخطاب السياسي الرسمي على تبيان دور مؤسسات الدولة في الدفاع عن مصالح البلاد وحمايتها من خطر الجماعات المتطرفة	تؤكد هذه الحالة الربط بين الصورة الذهنية للجيش الشعبي وصورة جيش التحرير لدى الرأي العام
آخر الأخبار أخبار الوطن اقتصاد دولي مجتمع رياضة ثقافة صحة تكنولوجيا أخبار التلفزيون وفاة 9 أشخاص وإصابة 380 آخرين في حوادث مرور خلال الـ 48 ساعة الأخيرة الجمعية الوطنية للعلوم والتقنية للتواصل مع المديرة التجارية Tel : +213 (0) 23 531 054 Fax : +213 (0) 23 531 011 dcommercial@entv.dz 	تبين الصورة حرص مؤسسة الحماية المدنية على الوقوف إلى جانب أفراد المجتمع في الأوضاع الخطيرة والأزمات.	تحظى صورة الحماية المدنية بقبول كبير لدى المجتمع الجزائري لارتباط مهامها بقيم اجتماعية راسخة وهو ما تعزز بحضور صورتها في البيئة الرقمية، والذي يخدم

الصورة الحسنة لمؤسسات الدولة		
------------------------------------	--	--

- الاستفادة من الأحداث الرياضية والثقافية: حيث تساهم الأحداث الرياضية والثقافية الكبرى خاصة في حال الاستغلال الجيد لشعبيتها في الترويج للرموز الوطنية وتعزيز الهوية الوطنية.



- خلق حس الانتماء الجماعي والوعي الجمعي: يعمل القوائم بالاتصال السياسي في السياق الجزائري غالبا على توظيف الاتصال الرسمي لترسيخ انتماء أفراد المجتمع خاصة خلال المناسبات كما تبينه الحالة الموالية:

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.



4- الاتصال السياسي الرقمي وهران تحسين صورة الجزائر لدى الرأي العام الوطني

والدولي

تعودت البشرية في العصر الراهن الذي تشكل وسائط الاتصال الرقمي أحد ركائزه، على بناء آرائها وفقا لما تمليه السياسات العامة من خلال سلطة الصورة خاصة في تغذية الرأي العام وتشكيله¹² لأن فئاته وخاصة ذوي المستوى التعليمي والفكري المحدود أكثر ميلا للصور الجاهزة وأقل ميلا للمعلومات السياسية التفصيلية وهو ما ينسحب على الرأي العام الجزائري الذي يمكن إرجاع بدايات تشكله لفترة الاستعمار أين كان الجزائريون بحاجة لرأي عام مساند لقضية التحرر ومناهض لفكرة الاستعمار وأيضا من خلال الممارسات الاتصالية الوطنية والعربية المساندة لقضية التحرر، إذ تشكل رأي عام دولي مساند لها في عديد الدول العربية والغربية.

واستفادت بيئة الاتصال السياسي وضمها ممارسات تحسين الصورة الذهنية للجزائر لدى الرأي العام الوطني والعالمي من قانون الإعلام لعام 2012 وما ترتب عليه من انفتاح

إعلامي وتعددية، إلى جانب استخدام وسائل أخرى دعمت الرسائل الموجهة للخارج. فيما يلي أبرز أساليب تحسين صورة الجزائر: لدى الرأي العام المحلي والدولي:

- إبراز الانفتاح الإعلامي، وتبيان تعدد الرؤى في بيئة الاتصال السياسي وبيئة الرأي العام.

- الترويج للتعددية الإعلامية: بعد إصدار القانون سعت الجزائر إلى إظهار مستوى تقدمها في تعزيز حرية التعبير والتعددية الإعلامية إذ تم تقديم هذا الانفتاح كدليل على التزام الجزائر بمعايير الديمقراطية ومواثيق حقوق الإنسان خاصة المتعلقة بحرية التعبير.

- تشجيع الإعلام الخاص: وذلك من خلال السماح بإنشاء قنوات خاصة تمهيداً للاتجاه نحو إعلام مستقل قادر على التعبير عن قضايا الشعب وانشغالات الرأي العام وإن كان دفتر شروطها يتضمن بعض القيود خاصة المادية لارتفاع تكلفة إنشاءها.

- تسليط الضوء على الاستقرار السياسي والمكاسب الأمنية ،

- الترويج لصورة الجزائر كدولة مستقرة: تركز وسائل الإعلام الجزائرية وخاصة الرسمية غالباً على إبراز استقرار الجزائر مقارنة بدول الجوار، تم تسويق الجزائر كدولة تؤدّي دوراً محورياً في تحقيق السلام الإقليمي.

- استضافة فعاليات دولية: الجزائر نظمت واستضافت العديد من الفعاليات السياسية والرياضية والثقافية الدولية التي تم تغطيتها إعلامياً لتعزيز صورتها الذهنية لدى الرأي العام المحلي والدولي.

- تغطية النشاطات الدبلوماسية: استُخدمت وسائل الإعلام للترويج لدور الجزائر في حل النزاعات الإقليمية، مثل دورها في مالي وليبيا، مما عزز صورتها كدولة داعمة للسلام..

- إطلاق وسائل إعلام موجهة للخارج: تم إطلاق قنوات وإذاعات ناطقة بلغات أجنبية (مثل قناة الجزائر الدولية) للتواصل مع الرأي العام العالمي، وتقديم رواية الجزائر للأحداث.

- توظيف الإعلام الرقمي: منصات الإعلام الرقمي الرسمية والخاصة أصبحت أداة

لنشر رسائل إيجابية عن الجزائر بلغات مختلفة.

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

- تعزيز الهوية الثقافية والاقتصادية الجزائرية والاستعانة بالفاعلين من الهواة والمحترفين ممن يوصفون بالمؤثرين في البيئة الرقمية وهم مواطنون تمكنوا من كسب قاعدة جماهيرية على وسائل الاتصال الرقمي مثل تيك توك.

- الترويج للسياحة: وسائل الإعلام تم توجيهها لإبراز جمال الجزائر كوجهة سياحية فريدة، خاصة من خلال التركيز على التراث الثقافي والمواقع الطبيعية مثل الصحراء الكبرى.

- إبراز الإنجازات الاقتصادية: الحكومة استغلت الإعلام لتقديم الجزائر كدولة لديها إمكانيات اقتصادية واعدة، مما جذب اهتمام المستثمرين العالميين.

- الوساطة في النزاعات: وسائل الإعلام سلطت الضوء على دور الجزائر كوسيط في الأزمات الإفريقية والعربية، مما ساهم في بناء صورة إيجابية كدولة داعمة للاستقرار والسلام.

- المساعدات الإنسانية: تغطية مساهمات الجزائر في تقديم مساعدات للدول المجاورة والمتضررة من الأزمات عززت صورتها عالميًا.

- تحسين العلاقات الإعلامية الدولية، من خلال استضافة الإعلاميين الأجانب لتغطية الفعاليات وإظهار الواقع الجزائري من منظورها، مما ساهم في تقديم صورة إيجابية أكثر عن البلاد.

- إبرام الشراكات الإعلامية: وتضمنت اتفاقيات تعاون مع مؤسسات إعلامية دولية لتقديم محتوى عن الجزائر.

- التعامل الإعلامي المدروس مع احتجاجات الحراك الذي وصف بالشعبي: فرغم اتساع نطاق الحراك الذي أثار انتقادات دولية، سعت الجزائر لإدارة الأزمة إعلاميًا من خلال التركيز على "حرية التعبير السلمي" وتحقيق الإصلاحات السياسية ومواجهة الانتقادات الدولية حيث تم استغلال الإعلام لتقديم رواية مغايرة بشأن بعض القضايا التي تعرضت فيها الجزائر لانتقادات.

- ينبنى الخطاب السياسي الرسمي على عدة مقومات أهمها التركيز على الدور الوظيفي لمؤسسات الدولة والتأكيد على استمراريته وتعلقه بمرجعيات مقبولة لدى الرأي العام،
- تتعد الأساليب الخطابية والاقناعية الرسمية التي بتعدد فئات الرأي العام الجزائري المستهدفة، حيث تتعزز آراء واتجاهات كبار السن بتلقي المضامين التي تركز على الشأن الأمني بينما يتأثر الشباب بالمضامين التي تؤكد على الشؤون الاقتصادية والرياضية وهكذا.
- يعد تبني الفاعلين السياسيين من قائمين بالاتصال وقادة رأي لتحديثات الوسائط الرقمية ومتطلبات التعامل مع بيئة الرأي العام التي تتيح أكبر رهان يحول بين الاتصال السياسي والمستويات المطلوبة من الفاعلية والقدرة التأثيرية على بيئة الرأي العام والرأي العام الرقمي.
- تعتبر الأمية الرقمية في بعض الحالات والدوائر الرسمية عائقًا يحول دون فاعلية الاتصال السياسي الرقمي في السياق الجزائري، وعليه لا بد من تضييق الفجوة الرقمية بين أفراد المجتمع ومحو الأمية الرقمية لتحقيق الوصول الواسع للمواطنين وضمان انخراطهم في نقاش قضايا الرأي العام.
- يقتصر تبني الرقمنة لأغراض الاتصال السياسي في بعض الحالات والدوائر الرسمية على اقتناء التقنيات دون بيئة تبني مناسبة، وهو ما ينجر عنه فاعلية أقل في الوساطة بين الحاكم والمحكوم، ومن مؤشرات هذا الخلل الوظيفي عدم استيعاب عمال بعض المؤسسات الرسمية لما يتم تبنيه من تقنيات، وبعض الهفوات اللاتواصلية (المتعمدة أو غير المتعمدة) كغياب التغذية الراجعة، (أي عدم الرد على الرسائل والاستفسارات والتعليقات الخاصة بالمستخدمين بالمفهوم الاتصالي والمواطنين بالمفهوم السياسي).
- تشكل الصورة الذهنية أول حاجز في هذه العملية حيث يفرض الوعي المتدني للعامة أن تكون الصورة الذهنية الرائجة بسيطة ومقبولة لمواصلة الانخراط في النقاش العام للقضايا السياسية، بينما تزيد الصورة الذهنية المشوهة أو السلبية احتمالات العزوف والمقاطعة أو الصمت أو اللامبالاة.

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

- تواجه بيئة الاتصال السياسي انتقادات حول منسوب الحريات المكفول بالتشريعات الوطنية و من قبل بعض المنظمات الدولية ، وهو ما يتطلب تكثيف الجهود التي يبذلها القائمين بالاتصال السياسي في سبيل ديمقراطية المعلومة وضمان مشاركة الرؤى الناقدة والمعارضة في بيئة الرأي الرقمية.

يؤدي التركيز على الخطاب الأمني في التلفزيون العمومي وظيفية إيجابية ويبني صورة ذهنية حسنة لدى الرأي العام المحلي مفادها الأمن والاستقرار وهي جد هامة في ظل الاضطراب الذي تشهده دول الجوار ، لكن هذا الخطاب في بعض الحالات قد يؤدي إلى تقديم صورة سلبية عن الجزائر كوجهة استثمارية وسياحية، خاصة لدى من لم يشكلوا صورة ذهنية عنها وعليه قد يوحي هذا الخطاب بأنها بيئة للمخاطر خاصة تلك المتعلقة بالجماعات المتطرفة وانتشار المخدرات وعصابات الأحياء، وهو ما يتطلب جهودا اتصالية دولية لصيانة الصورة الحسنة باستمرار وبكل الوسائط واللغات الممكنة.

- وفر الإعلام الدولي روايات متباينة عن الجزائر، اختلفت باختلاف التموقع الايديولوجي للبلدان المالكة لوسائل الإعلام وهو ما يقتضي متابعتها والتعامل معها باحترافية وخاصة تصحيحها من خلال . الاعلام الجزائري المخصص للجمهور الخارجي كقناة الجزائر الدولية.

- تعد الصورة الذهنية مؤثرا فعالا على الرأي العام الجزائري منذ الحقبة الاستعمارية ولا تزال كذلك بحكم بعض الخصائص الاجتماعية والسمات الثقافية للرأي العام الجزائري التي تعزز فرص الصور الذهنية والشعارات الجاهزة في التأثر أكثر من المعلومات تفصيلية والخطابات العقلانية.

- استغل القائمون بالاتصال السياسي في السياق الجزائري العديد من مكاسب قانون الإعلام لعام 2012 لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للجزائر عالمياً، مع التركيز على الانفتاح

الإعلامي، الاستقرار، والدور الدبلوماسي. ومع ذلك، تظل الجهود بحاجة إلى استراتيجيات مستدامة وشاملة للتغلب على التحديات القائمة.

خاتمة

خلصت هذه الدراسة إلى أن الاتصال السياسي يلعب دورًا محوريًا في تشكيل الصورة الذهنية وتوجيه الرأي العام، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية التي فرضت تحولات جذرية في طبيعة الممارسات الاتصالية. واتضح أن الاتصال السياسي في السياق الجزائري قد مر بعدة مراحل تاريخية، بدءًا من مرحلة الحزب الواحد ووصولًا إلى مرحلة التعددية الإعلامية التي أتاحت فرصًا أكبر لتنوع الخطابات وتفاعل الرأي العام، ومع ذلك فإن التحديات التي تواجه الاتصال السياسي الرقمي، مثل الأمية الرقمية والقيود المفروضة على حرية التعبير، لا تزال تشكل عوائق أمام تحقيق الفاعلية المطلوبة.

وأظهرت الدراسة أيضًا أن الصورة الذهنية تعد أداة قوية في التأثير على الرأي العام خاصة في مجتمع يميل للثقافة الشفهية التي تعزز تأثير أساليب اقناعية محددة كالاعتماد على الشعارات الجاهزة والخطابات العاطفية، وقد استغل الفاعلون السياسيون في الجزائر الوسائط الرقمية والإعلام التقليدي لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للدولة، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، لكن استمرار فاعليتها يتطلب خطة استراتيجيات أشمل للاتصال السياسي تعالج التحديات القائمة وتعزز الثقة بين الفاعلين السياسيين والجمهور على المدى البعيد.

في النهاية، تؤكد هذه الدراسة على أهمية تطوير بيئة اتصال سياسي أكثر انفتاحًا وشفافية، وتوصي بضرورة تعزيز المشاركة السياسية، وبضرورة توظيف الإعلام الدولي الناطق بلغات أجنبية لخدمة صورة الجزائر بالخارج خاصة لدى الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج لأن أفرادها سيتحولون إلى قادة رأي ومدافعين عن صورة الجزائر بالخارج في حال تبنيهم لاتجاهات إيجابية حولها، والعكس.

الاتصال السياسي في الجزائر بين متطلبات الرقمنة ورهانات تحسين الصورة الذهنية للجمهورية الجزائرية لدى الرأي العام الوطني والدولي.

المراجع:

- ¹ بومشعل يوسف، واقع الاتصال السياسي في الجزائر: من الأحادية السياسية إلى التعددية السياسية. مجلة دراسات وأبحاث، مج 10 (ع4)، 2018، ص 33.
- ² رقاظ عبد المنعم، قيم الجماعة وعلاقتها بتشكيل الرأي العام الجزائري، دراسة ميدانية بولاية بسكرة.. جامعة مستغانم الجزائر، 2024، ص 167.
- ³ بومشعل يوسف، واقع الاتصال السياسي في الجزائر من الأحادية إلى التعددية، ص 76.
- ⁴ عجوة على، العلاقات العامة والصورة الذهنية. القاهرة، عالم الكتاب، 2014، ص 68
- ⁵ كلفاح آمينة، الصورة الذهنية لثورة التحرير الجزائرية لدى الرأي العام عبر وسائل الاعلام الجماهيرية - السينما نموذجا - . مجلة الصورة والاتصال، مج 5 (ع 15)، 2026، ص 532.
- ⁶ Walter, L, *PUBLIC OPINION*. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.): Transaction Publishers, 1998, p 177.
- ⁷ ايلي نفيسة. (1 مارس، 2014). دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجا-. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، مج 2 (ع 2)، 2014، ص 14.
- ⁸ غوستاف لوبون، و زغلول ترجمة أحمد فتحي، سيكولوجية الجماهير. دار الكتاب للنشر والتوزيع، 2023، صفحة 13
- ⁹ رقاظ عبد المنعم، مرجع سبق ذكره، ص 178.
- ¹⁰ نون جمال، مراد غسان، الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحول. مجلة لباب، 2019، ص 56
- ¹¹ كاترين فولتير، و محمد ترجمة الخولي، وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال السياسي في الديمقراطيات الجديدة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2016، ص 44
- ¹² عبد الرحمن عمار، الصورة والرأي العام. منشورات بغداد، 2024، ص 57.