الإعلان السياسى فى مصر بعد ثورة 30 يونية 2013
دراسة تحليلية على الإنتخابات الرئاسية 2014 / 2018

م. د/ سارة محمد عبد الناصر جابر
مدرس بقسم الجرافيك وفنون الإعلان- المعهد العالى للفنون التطبيقية – مدينة 6 أكتوبر
saraabdelnaser@gmail.com

ملخص البحث:
تعتبر الثورات فى مرحلة ما نوعًا من التجديد الحضاري لإكساب المشهد لحظةً تاريخيةً تمنح الشعوب نشوة الانتصار السياسي والتمكين الاجتماعي والكفاية الاقتصادية، لذلك خرجت الاحتجاجات الشعبية مناهضة للرئيس محمد مرسي يوم 30 يونيو 2013، وما تبعها من خطوة الإطاحة به في الثالث من يوليو من العام نفسه، وعبر ثورة شعبية استجاب لها وزير الدفاع في عهد مرسي، المشير عبد الفتاح السيسى، وتعد الانتخابات الرئاسية المصرية للعام 2014 هي ثالث انتخابات رئاسية تعددية في تاريخ مصر وثاني انتخابات رئاسية بعد ثورة 25 يناير، وانتخب المصريون في هذه الانتخابات الرئيس السادس لجمهورية مصر العربية. وقد تمكن من الترشح كل من المشير عبد الفتاح السيسي والسيد حمدين صباحي.

وفى ظل نظام يوصف عالمياً على أنه نظام مقبول اجتماعياً من كل أطياف الشعب المصري لخدمة كل المصريين، نظام نجح في كل الملفات داخلياً وخارجياً، وصورت مصر على أنها القوية عسكرياً، القوية المُستقرة داخلياً، بلد المؤسسات والتي تعمل وفق مبدأ الفصل بين السلطات، البرلمانية المعبرة عن كل أطياف الشعب المصري، ذات السلطات القضائية النزيهة، التى لا تقبل التدخل فى شؤونها الداخلية،الواعدة اقتصادياً الوسطية دينياً، المترابطة اجتماعياً، الواعدة ثقافياً وتعليمياً، الناهضة فى كل المجالات مستقبلياً، فُتح باب الترشح للانتخابات الرئاسية المصرية للعام 2018 لتكون رابع انتخابات رئاسية تعددية في تاريخ مصر وثالث انتخابات رئاسية بعد ثورة 25 يناير. وتمكن من الترشح كلاً من السيد عبد الفتاح السيسي وموسى مصطفى موسى.

و يعد الإعلان السياسى أحد أشكال الرسائل الإتصالية المختلفة والمتباينة، و ذلك عبر الحملات الإنتخابية الرئاسية التى يسعى فيها كل مرشح لإظهار برنامجه السياسى وأهدافه بإستخدام الوسائل الإتصالية المختلفة، وذلك لهدف أساسى؛ ألا وهو كسب أصوات الناخبين.

الكلمات المفتاحية:
الإعلان – السياسى – الحملات الرئاسية.

DOI: 10.21608/mjaf.2020.20822.1417