

جامعة الجزائر

كلية الآداب واللغات

قسم علوم الإعلام والاتصال

## متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية

- دراسة وصفية للعلاقات الارتباطية -

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

إشراف

أ.د. إبراهيم براهيم

إعداد الطالب

فيصل ساولي

سبتمبر 2001

## التعريف بلجنة المناقشة

نوقشت هذه المذكرة بتاريخ:

من قبل اللجنة المكونة من السادة الأساتذة:

مقرا.	الأستاذ الدكتور: ابراهيم براهيمى
رئيساً.	الدكتورة: وريدة عرابي
عضوا.	الأستاذ: محمود ابراعن
عضوا.	الأستاذ:

إلى والداي الكريمين،  
لروح أخي " الطيب "،  
إلى إخوتي وأخواتي،  
كل من يناديني عمي، خالي.  
كل من له مكانة في قلبي.

## شكر

أقدم بجزيل الشكر في المقام الأول للأستاذ المشرف، الدكتور إبراهيم براهيمى على توجيهاته، وملاحظاته القيمة وقبلها تشجيعاته على إنجاز البحث واختيار الموضوع. كما أخص بالشكر كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل: الحاج سالم عطية، شكري، الأستاذ جمال العيفة، الفنان سميح العبسي. ولكل من كانوا سندا معنويا ساعدني على رفع التحدي والصمود أمام الظروف الصعبة لإنجاز هذا البحث. ولا يفوتني أن أقدم بالشكر لطاقم إدارة صحيفة " اليوم " وأنوّه بتعاونهم وتفهمهم الكامل.

## محتويات الدراسة

### مقدمة

(الإشكالية - أهداف الدراسة - المنهج والأدوات - تحديد المفاهيم)

#### I - العلاقات بين وسائل الإعلام والحياة السياسية.

16	1. نظريات تأثير وسائل الإعلام.....
19	1.1. نظريات التأثير المباشر.....
20	2.1. نظريات التأثير الانتقائي.....
24	3.1. نظريات التأثير غير المباشر.....
29	4.1. نظريات التفسير الشامل لتأثيرات وسائل الإعلام.....
32	2. وسائل الإعلام وبناء التصور عن الواقع السياسي.....
34	1.2. وسائل الإعلام والحقيقة السياسية.....
39	2.2. وسائل الإعلام، فضاء النشاط السياسي.....
40	3.2. تشخيص المجال السياسي وطمس نقاش الأفكار.....
42	4.2. تأثير وسائل الإعلام في السلوكات السياسية؟.....
44	3. النظام الإعلامي السياسي وتحليله.....
46	1.3. أدوار الجمهور.....
48	2.3. مستويات العلاقات السياسية.....
51	3.3. العلاقة بين المؤسسات السياسية والمؤسسات الإعلامية.....
51	4.3. الثقافة السياسية كمصدر لتنظيم العلاقات بين العملية الإعلامية والسياسية.....
53	خلاصة جزئية I.....
	II - صور المشاركة السياسية، فئات المشاركين والعوامل المحددة للمشاركة.
57	1. صور المشاركة السياسية.....
59	1.1. الأنشطة القاعدية.....
69	2.1. الأنشطة الانتقالية.....
73	3.1. أنشطة النضال السياسي.....
78	2. فئات المشاركين والمستوى العام للمشاركة السياسية.....
78	1.2. بناء المؤشر العام للمشاركة السياسية.....
79	2.2. مستويات المشاركين السياسيين.....
85	3. العوامل المحددة للمشاركة السياسية.....
85	1.3. العوامل الفردية.....
88	2.3. المحددات الاجتماعية.....
91	3.3. الإطار السياسي.....
96	4.3. المنبهات السياسية.....
97	خلاصة جزئية II.....
	III - تحليل العلاقات الارتباطية بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية.
101	1. المؤشرات الإحصائية المعتمدة.....
101	1.1. مستويات قياس المتغيرات.....

103	..... 2.1. المعاملات الإحصائية للعلاقات
111	..... 2. الخصائص العامة لمتابعة المبحوثين لوسائل الإعلام
112	..... 1.2. تفضيلات المبحوثين بين مختلف وسائل الإعلام
114	..... 2.2. الثقة بوسائل الإعلام وموقع الموضوعات السياسية من المتابعة
117	..... 3.2. المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام
122	..... 4.2. تأثير الخصائص الفردية والاجتماعية على درجة متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام
123	..... 3. علاقة المكونات السلوكية للمشاركة بمكوناتها المعرفية والانفعالية
123	..... 1.3. نماذج التفاعل بين المكونات الثلاثة
125	..... 2.3. مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين
128	..... 3.3. اتجاه المبحوثين نحو سلوك المشاركة السياسية
133	..... 4.3. العلاقات بين المكونات الثلاثة لسلوك المشاركة السياسية
135	..... 4. العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية
135	..... 1.4. متابعة وسائل الإعلام كنشاط قاعدي للمشاركة السياسية
137	..... 2.4. العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام والمكونين المعرفي والعاطفي للمشاركة السياسية
140	..... 3.4. علاقة متابعة وسائل الإعلام بالسلوك الفعلي للمشاركة السياسية
143	..... خلاصة جزئية III
146	..... خاتمة
151	..... الملحق
165	..... المراجع

قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	تكامل الأدوار في النظام الإعلامي السياسي	46
02	نسب المشاركة في الانتخابات بالجزائر 1995 - 1999	61
03	نسب مشاركة المبحوثين في الانتخابات 1995 - 1999	63
04	مناقشة المبحوثين للقضايا السياسية	65
05	مراسلة المبحوثين للمسؤولين والهيئات الرسمية	67
06	مراسلة المبحوثين للصحافة بمواضيع حول قضايا عامة	67
07	حضور المبحوثين لتجمعات سياسية	69
08	مساهمة المبحوثين في حملات انتخابية	70
09	انخراط المبحوثين في التنظيمات شبه السياسية	72
10	ترشح المبحوثين لمناصب قيادية	77
11	بناء المؤشر العام للمشاركة السياسية	79
12	فئات مشاركة المبحوثين	81
13	توزيع المبحوثين حسب درجة اهتمامهم للحياة السياسية	83
14	فئات المبحوثين المشاركين بحسب الجنس	86
15	فئات المبحوثين المشاركين حسب المستوى الدراسي	90
16	مستوى قياس وخصائص المتغيرات	102
17	تقاطع متغيري الجنس ومستوى المشاركة السياسية	104
18	التوزيع النظري للتقاطعات بين الجنس ومستوى المشاركة السياسية	104
19	التكرارات النظرية لتوزيع تقاطعات الجنس ومستوى المشاركة	105
20	المعاملات المستخدمة في التحليل: حسابها وقراءتها	109
21	تواتر ودورية متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الوطنية	113
22	متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الأجنبية	114
23	ثقة المبحوثين في الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام عن الحياة السياسية	114
24	المصادر الأساسية لمعلومات المبحوثين عن الحياة السياسية	116
25	موقع المواضيع السياسية من تقضيلات المبحوثين للمواد الإعلامية	117
26	بناء المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام	119
27	بناء فئات متابعة وسائل الإعلام وتوزيع المبحوثين عليها	120
28	توزيع المبحوثين حسب فئات درجة متابعة كل واحدة من وسائل الإعلام	121
29	تقاطعات درجة متابعة وسائل الإعلام والمتغيرات الفردية الاجتماعية	122
30	توزيع المبحوثين حسب مجموع معارفهم السياسية	127
31	نظام موازنة مقياس الاتجاه نحو المشاركة السياسية	130
32	اتجاه المبحوثين نحو المشاركة السياسية	131
33	درجة تأييد المبحوثين لكل واحدة من العبارات التي تشكل مقياس الاتجاه	132
34	تقاطع مستوى المشاركة السياسية والمعرفة السياسية لدى المبحوثين	133

134	تقاطع مستوى المشاركة السياسية للمبجوثين واتجاههم نحو المشاركة	35
136	مركب تأثيرات وسائل الإعلام	36
138	تقاطع مستوى المعرفة السياسية للمبجوثين ودرجة متابعتهم لوسائل الإعلام	37
138	ارتباطات مستوى المعرفة السياسية للمبجوثين بدرجة متابعتهم لكل واحدة من وسائل الإعلام .	38
140	تقاطعات اتجاه المبجوثين نحو المشاركة السياسية ودرجة متابعتهم لوسائل الإعلام .	39
141	تقاطعات متابعة وسائل الإعلام من قبل المبجوثين مع حجم مشاركتهم السياسية	40
142	ارتباطات مستوى المشاركة السياسية بدرجة متابعة كل واحدة من وسائل	41
156	توزيع المبجوثين حسب الجنس	42
156	توزيع المبجوثين حسب المستوى التعليمي	43
156	توزيع المبجوثين حسب السن	44
159	القائمة الاسمية للأحزاب السياسية المعتمدة إلى غاية نهاية سنة 2000	45
160	القيم النظرية لـ $Khi^2$	46
164	تردد المبجوثين على مقرات الأحزاب	47
164	انخراط المبجوثين في الأحزاب السياسية	48
164	أسباب عدم الانخراط في الأحزاب	49
164	أسباب الانخراط في الأحزاب	50



قائمة الأشكال البيانية:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل البياني
30	العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع	01
60	هرم ملبرث للمشاركة السياسية	02
62	معدلات نسب المشاركة الانتخابية في بعض الدول 1969 - 1986	03
64	مقارنة مشاركة المبحوثين في الانتخابات بالنسب الوطنية	04
74	الانخراط الحزبي لدى المبحوثين	05
75	فئات النشطين الحزبيين، مستوياتها وحجمها	06
81	فئات المشاركة السياسية للمبحوثين	07
84	مشاركة المبحوثين في مختلف صور المشاركة السياسية	08
87	مشاركة الجنسين في كل واحدة من أنشطة المشاركة	09
88	مستوى المشاركة السياسية النشطة حسب الفئات العمرية	10
108	منحنى لعلاقة غير خطية ( منحنية)	11
121	الدائرة النسبية لتوزيع المبحوثين حسب درجة متابعتهم لوسائل الإعلام	12
121	مقارنة درجات متابعة كل وسيلة من طرف المبحوثين	13
128	توزيع المبحوثين حسب مستو معارفهم السياسية	14

## مقدمة

أصبح لوسائل الإعلام الجماهيرية موقعٌ متميزٌ في الحياة المعاصرة من حيث التواجد والانتشار الواسع، ومن حيث الأدوار التي يسود الاعتقاد بأنها تؤديها، أو التأثيرات التي تمارسها على كل المستويات.

واتجهت العديد من الدراسات إلى البحث في دور وسائل الإعلام في مختلف نواحي الحياة. فانصب بعض هذه الدراسات في التعرف على وقعها ومكانتها في نطاق الحياة السياسية التي تمثل داخل الحياة الاجتماعية " مجموع الأفعال والسلوكيات والتمثيلات ذات العلاقة بالسلطة السياسية <sup>(1)</sup> ".

ولا تقوم حياة سياسية إلا في ظل مجتمع سياسي، وهو " الإطار الذي تحدث وتظهر فيه وتتطور العلاقات بين الأفراد والجماعات، بوجود تنظيم مميز يضمن التهام وبقاء المجموع، ويظهر هذا التنظيم عن طريق القرارات العليا، ويستخدم كأخر سبيل الإكراه المحتكر <sup>(2)</sup> ". مما يعني تحديدا وجود سلطة عليا تملك قوة القسر والإكراه الشرعيين.

والعلاقة التي تربط الفرد بالمجتمع السياسي- الذي لم يتجاوز في شكله وحدة الدولة القطرية، سوى في بعض الحالات التي لم تكتمل بعد، مثل الاتحاد الأوروبي- هي علاقة الانتماء. وتوجد اختلافات في درجة ومستوى إحساس الفرد بهذا الانتماء الذي لا يدركه البعض سوى عن طريق ما تمارسه السلطة العليا من إكراه وتأثير مباشرين على حياته.

ويعد هذا الإحساس أو المستوى من الوعي بالانتماء، أول خطوة في طريق ما يدعى بالمشاركة السياسية، أي اندماج الفرد في مختلف أوجه النشاط السياسي "ومساهمته في مناقشة وتسيير قضايا المدينة <sup>(3)</sup>".

وترتبط المشاركة السياسية للأفراد بمجموعة من العوامل، من منبهات سياسية ومتغيرات اجتماعية، يضاف لها طبيعة النظام السياسي، تتدخل كلها في تحديد طبيعة وحجم المشاركة.

---

1- Pierre Fougeyrollas, la conscience politique dans la France contemporaine. Paris. Edition De Noël, 1963, P. 10.

2- G. Maynaud et A. Lancelot, la participation des français à la politique. Paris. PUF, 1961. P. 5-6.

3- Ibid., P. 6.

وتختلف بالتالي درجة اندماج الفرد في أنشطة المشاركة السياسية وصورها المتعددة ، التي تبدأ من مجرد الاهتمام بالسياسية ومتابعة أحداثها لتصل إلى الترشح لمناصب صناعة القرار وشغلها. وتتدرج مستويات هذه الأنشطة بحسب الاستعدادات والمجهودات التي تتطلبها .

والواقع أن كل أنواع الأنظمة السياسية توفر حداً معيناً من الفرص للمواطنين من أجل المشاركة في إدارة الشؤون العامة وصناعة القرار بخصوصها. ولا تختلف صور مشاركة مواطني الأنظمة السياسية المفتوحة أو الديمقراطية عن تلك التي يمارسها من يعيشون في ظل أنظمة شمولية أو حتى ديكتاتورية. ولكن الاختلاف يكمن في وجود الإطار الدستوري والمؤسسي الملانم لمختلف الصور والأنشطة، وكذا في الموقع الذي تحدده هذه الأنظمة للمواطن ومشاركته ونجاعته في صناعة السياسات واختيار القيادات، وفي الحياة السياسية ككل.

فنجد من الأنظمة الأحادية وحتى الملكية التي تطالب مواطنيها بالمشاركة في العديد من النشاطات كالتصويت، وعضوية الحزب والمنظمات النقابية والشعبية، وقد يكون ذلك بصفة قهرية مختلفة الأشكال والوسائل بهدف التدليل على المشروعية الشعبية للنظام السياسي.

وبينما تتخذ المشاركة السياسية في الأنظمة الديمقراطية وضعاً أفضل لأن "الديمقراطية تكرر مبدأ التدخل الشرعي والمنتظم للفواعل الاجتماعية في الحقل السياسي"<sup>(4)</sup>. ويشكل الاندماج الحر والإرادي للمواطن في الحياة السياسية أهم رهانات الديمقراطية التمثيلية - كفلسفة على الأقل - لقيام النظام السياسي واستمراره ، أخذاً بأحد التعاريف البسيطة للديمقراطية على أنها "النظام السياسي الذي تنشأ السلطة فيه عن سيادة الشعب، والذي يتأسس على مشاركته"<sup>(5)</sup>.

ومن منطلق الأهمية التي تكتسيها المشاركة السياسية في هذه الأنظمة، حضرت بالعديد من الدراسات التي كثفها الحديث عن أزمة للمشاركة السياسية في المجتمعات الغربية، ركز الكثير منها على واحدة من صور المشاركة السياسية وهي التصويت الانتخابي.

4. Bernard Denni et Patrick Lecompte, Sociologie du politique, Grenoble, presse Universitaire de Grenoble, 1999, P. 134.

5. Nonna Mayer et Pascal Perrineau, Les comportements politiques, Paris, Armand Colin, 1992, P.5.

ومالت بعض هذه الدراسات إلى بحث علاقة المشاركة السياسية بوسائل الإعلام، بالنظر إلى بعض المؤشرات الدلالية الهامة، وفي مقدمتها أن المجتمعات الديمقراطية التي تفتح مجالات قانونية أوسع للمواطن من أجل المساهمة في صناعة القرار وتوجيهه، تشهد كذلك قدرا معتبرا ومتفاوتا في نفس الوقت من حرية الإعلام وتعدد قنواته، كما أن تاريخ الكفاح من أجل حرية التعبير والكفاح من أجل الديمقراطية متداخلان إلى حد كبير. وهو ما يثير التساؤل إن كان لحجم ودرجة مشاركة الأفراد في هذه المجتمعات في صناعة القرار علاقة بمتابعتهم لوسائل الإعلام التي كثيرا ما تجعل أحداث الحياة السياسية صلب مادتها، ومحور اهتمامها.

ورغم أن التجربة الديمقراطية في الجزائر ليست طويلة، والتقاليد الديمقراطية لم تتجذر بعد بالقدر المطلوب في المجتمع، بالإضافة إلى التشوهات التي شابته التجربة في الممارسة منذ فتح دستور 1989 الباب أمام التعددية السياسية التي هي عماد النظام الديمقراطي الحديث، إلا أن هناك تنوعا في النشاطات التي تتيح الحياة السياسية في البلاد للمواطن المجال للمشاركة فيها. بدء بالتصويت في الانتخابات التي شهدت الجزائر منها ستة خلال السنوات الست التي تلت رئاسيات 16 نوفمبر 1995 (أولى الانتخابات بعد توقيف المسار الانتخابي في جانفي 1992). وإلى جانب هذا، تتوافر للمواطن الجزائري صور أخرى متعددة للمشاركة السياسية. غير أننا لا نعلم عن ممارسته لها الشيء الكثير، في غياب دراسات في هذا المجال، أو حتى نشر لأرقام إحصائية متعلقة بكل صورة من قبل الهيئات المعنية. وحتى إذا كانت نسب المشاركة في التصويت الانتخابي تشير إلى إقبال المواطنين على تأدية هذا النشاط، إلا أن حملات التشكيك الواسعة في نتائج هذه الانتخابات ومن جعلتها نسب المشاركة، تجعل هذه الأرقام غير دالة في غياب دراسات ميدانية شاملة للتأكد منها، مثلما يحدث في الكثير من الدول. كما لا ندري شيئا عن مستوى الانخراط الحزبي في بلادنا، ولا نملك معلومات حتى عن درجة اهتمام الجزائريين بالأحداث السياسية عموما، أو بالأحداث العامة في نطاقهم الاجتماعي الضيق، ومساهماتهم في صناعة القرار على المستوى المحلي الأقرب إليهم.

ومن ناحية أخرى يشهد الواقع الإعلامي في الجزائر تحولا كبيرا تزامن مع التحول السياسي بظهور أولى الصحف الخاصة الخارجة عن إدارة السلطات العمومية مع بداية التسعينيات، وبعد مرور عشر سنوات أصبح الحقل الإعلامي في الجزائر يضم أكثر من 36 صحيفة يومية باللغتين العربية والفرنسية، تسحب مليوناً ومائتي نسخة يوميا،

بالإضافة إلى عدد من الصحف الأسبوعية ، وعدد من الدوريات الأخرى<sup>(6)</sup> ، وفي مجال السمعي - البصري، لا تزال القنوات الإذاعية الوطنية الثلاث تشتغل وتقدم برامجها لفترة بث تختلف من قناة لأخرى، بالإضافة إلى بروز العديد من القنوات المحلية. أما عن التلفزيون فقد تعززت القناة التلفزيونية الأرضية ببث فضائي على القمر الصناعي "عربسات" بعد فترة من بداية بثّ القناة الفضائية الجزائرية المزوجة اللغة التي تحمل تسمية "Canal Algérie" (قناة الجزائر).

وتشير بعض القرائن، بالإضافة إلى ملاحظات أولية على مضمون وسائل الإعلام الوطنية إلى أن الوضع السياسي الخاص في الجزائر، إلى جانب عوامل أخرى ، جعل الصحافة الجزائرية، وبصفة أقل القنوات الإذاعية والتلفزيونية تركز على " السياسي" في مادتها الإعلامية سواء فيما يخص الأهمية المعطاة له أو نسبته من الحجم الكلي للتغطية الإعلامية. وشهدت الفترات الانتخابية التي عرفتها الجزائر خلال العشرية الماضية\*، تكثيفا لهذا التركيز في وسائل الإعلام .

وإذا كان هذا تلخيصا تخطيطيا للعرض الإعلامي وطبيعته في الجزائر فإننا في هذا المستوى لا نملك كذلك معطيات وافية أو حتى بسيطة عن الاستهلاك الإعلامي للمواطن الجزائري ، وعن خصوصيات هذا الاستهلاك .

بالنظر إلى كل ما تقدم عن الحقل الإعلامي السياسي في الجزائر، يصبح من الشرعي بما كان طرح تساؤلات حول الارتباطات الموجودة بين مدى اندماج المواطن الجزائري في أنشطة الحياة السياسية للبلاد من جهة، وبين طريقة وحجم متابعته لمختلف وسائل الإعلام الوطنية من جهة أخرى ، ولهذا فإن دراستنا لهذا الموضوع ستتمحور حول سؤال جوهرى مفاده :

ما طبيعة العلاقة التي تربط بين متابعة الأفراد لوسائل الإعلام الوطنية المختلفة، وبين مستوى المشاركة السياسية لديهم ؟ .

وإذا كنا من خلال هذا السؤال نسعى إلى الكشف عن العلاقة الموجودة بين مؤشرين عامين لظاهرتي متابعة وسائل الإعلام ، والمشاركة السياسية ، فإننا لا بد أن نتعرض بالدراسة من أجل الوصول لذلك إلى خصائص كل واحدة منهما ، وإلى العلاقات

6.Fij. Centre d'Alger, Rapport 1999 sur la situation des médias et de la liberté de la presse en Algérie, Alger. 1999.

\*- عرفت الجزائر ثمانية اقتراعات عامة ما بين 1990 و 1999 م .

الجزئية الموجودة بين عناصر كل من الظاهرتين ، ولهذا ارتأينا أن تتعكس دراسة هذه الإشكالية في مجموعة التساؤلات التالية :

- 1 - ما هو مستوى وحجم المشاركة السياسية لدى المبحوثين ؟ وما نوعية الأنشطة السياسية الأكثر شيوعا بينهم ؟
- 2 - ما اتجاه الأفراد المبحوثين نحو نشاطات المشاركة السياسية ؟
- 3 - ما هو مستوى المعرفة السياسية لدى المبحوثين حول الحياة السياسية في الجزائر ؟
- 4 - هل هناك علاقة بين كل من مستوى المعرفة السياسية للأفراد واتجاههم نحو سلوك المشاركة من جهة ، وبين أداء هذا السلوك من جهة أخرى ؟
- 5 - ما حجم متابعة المبحوثين لمختلف وسائل الإعلام الوطنية ؟ وما مدى اهتمامهم بالمواد السياسية فيها ؟
- 6 - هل توجد علاقة بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الوطنية واتجاههم نحو المشاركة السياسية ؟
- 7 - ما نوع العلاقة الاحتمالية التي تربط بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الوطنية ومستوى معرفتهم السياسية ؟
- 8 - ما العلاقة بين المؤشرات العامة لمتابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الوطنية ومشاركتهم في أنشطة الحياة السياسية ؟
- 9 - هل تختلف طبيعة هذه العلاقة عن طبيعة علاقة مؤشر متابعة الأفراد لكل نوع من وسائل الإعلام الوطنية على حدا ( صحافة مكتوبة ، إذاعة ، تلفزيون ) بمؤشر مشاركتهم السياسية ؟

ويتضح من خلال إشكاليتنا والتساؤلات المتفرعة عنها أننا لا نهدف إلى التعرف على آثار مباشرة لوسائل الإعلام ومتابعتها على المشاركة السياسية للأفراد ، لأن القيام بذلك مع استحالة الوصول إلى نتائج شافية كافية بشأنه ، يستدعي وقتا وجهدا كبيرين لا توفرهما الشروط الموضوعية لدراستنا . كما أن ذلك يتطلب اعتماد منهجية أخرى غير التي ننتهجها هنا، بمتابعة سيرورة كاملة ، مع الاعتماد على مؤشرات محددة قد تشمل متابعة تطور اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم بالتوازي مع مراقبة متابعتهم لوسائل الإعلام، وهو ما يعني استخدام تقنية " البانال ". كما يستوجب ذلك إدخال الكثير من العوامل الوسيطة في الدراسة .

ولهذا سنكتفي بدراسة وجود العلاقات الارتباطية بين ظاهرتي متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية ، ولا نقول هنا بالوصول إلى علاقات ثابتة ومحددة ، ولكننا سنصل فقط إلى تحديد احتمال لوجود أو عدم وجود علاقة ، مع تحديد شدتها واتجاهها ، إن كانت سلبية أو إيجابية .

فعن شدة العلاقة أو قوتها : يقال عن علاقة بين ظاهرتين أو سلوكين أنها قوية إذا كان السلوك الأول مرتبطا بصلة وثيقة بالثاني ، وأي تغيير في أحد السلوكين يتبعه تغيير متناسب معه في الآخر ، وتتيح هذه العلاقة مجالا واسعا لتوقع أحد السلوكين بتغيير الآخر . وعكس ذلك تكون العلاقة ضعيفة إذا كان للتغيير في أحد السلوكين أثر مهمل على تغيير السلوك الثاني .

وبين القوة والضعف توجد مستويات عديدة لشدة العلاقات التي تكون فيها قوية أو ضعيفة لحد أو لآخر ، وخارج العلاقات الواضحة القوة أو الضعف ، " لا تسمح أي قاعدة بوصف علاقة وسطية بينهما ، وهو ما يفسر الطابع الاعتباطي لقراءة بعض معاملات الارتباط"<sup>(7)</sup> .

وتكون العلاقة منعدمة بين متغيرين أو ظاهرتين إذا لم توجد أي تغييرات في أحدهما بدلالة تغيير في الآخر ، وهي تمثل في كل معاملات الارتباط الإحصائية المستوى "0" .

وكما أشارت إليه Madeleine Grawitz ، فإذا كانت العلاقات في العلوم الفيزيائية قائمة على مبدأ القدرة على تحديد أحد طرفي العلاقة بمعرفة قيمة الآخر ، بتطبيق دالة العلاقة بينهما ، فإننا في العلوم الاجتماعية نكتفي باحتمال أن تتحدد قيمة الطرف الثاني في مستوى معين أو أن تحصر في مجال معين ، عندما يأخذ المتغير أو الطرف الأول قيمة محددة ، ويسمى هذا النوع من العلاقات بالاتفاقي أو العرضي Relation Stochastique<sup>(8)</sup> .

ونستهدف تحت هذا الهدف العام للكشف عن العلاقة بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية ، التعرف على حجم ومستوى المشاركة السياسية لدى الأفراد المبحوثين وعلى درجة اهتمامهم بوسائل الإعلام الوطنية ومتابعتهم لها ، وكذا اهتمامهم بالحياة السياسية عموما .

7. Alain Gilles, *Eléments de Méthodologie et d'analyse statistique pour les sciences sociales*. Québec, M<sup>c</sup>Graw-Hill. Editeurs, 1994, P. 219.

8. Madeleine Grawitz, *Méthode Des sciences sociales*, 10<sup>2</sup> ed., Paris, Dalloz, 1996, P. 804.

وهذا يكتسي أهميته في حد ذاته من خلال تقديم صورة بسيطة من هذا الواقع، يمكنها أن تكون في المستقبل منطلقا لدراسات أكثر تعمقا وتدقيقا في هذا المجال.

ونعتمد في السعي لتحقيق هذه الأهداف ، ومناقشة إشكالية الدراسة وتساؤلاتها على منهج المسح بالعينات<sup>(9)</sup> ، كونه منهجا مرنا يسمح بالتعرف على الظواهر في وضعها الواقع، لهذا فهو يتطابق مع تطلعاتنا لمعرفة الوضع الواقع لكل من سلوك متابعة وسائل الإعلام لدى المبحوثين وسلوك مشاركتهم السياسية - خاصة في الأنشطة الدائمة المستمرة غير الظرفية - . كما نستخدم في الكشف عن طبيعة العلاقات التي ندرسها، المنهج الإحصائي، وذلك بتكميم مؤشرات إحصائية، هي في دراستنا أربعة، أولها مؤشر إحصائي عام عن متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، والثاني مؤشر عام عن مستوى المشاركة السياسية لديهم، والثالث مقياس لاتجاهات المبحوثين نحو المشاركة السياسية، وأخيرا مقياس لمستوى المعرفة السياسية لدى المبحوثين - وسيأتي تقديم بناء كل واحد منها عند تناوله بالدراسة - .

وقد انتهجنا في إنجاز بحثنا خط سير بسيط من خلال جمع المعلومات حول حجم وطريقة متابعة الأفراد لوسائل الإعلام من جهة، وحول حجم ومستوى مشاركتهم السياسية من جهة أخرى ، وبعد القيام بتكميم كل ذلك في مؤشرات ومقاييس إحصائية ، سنقوم بمقابلة النتائج وتطبيق أساليب إحصائية تتمثل في حساب معاملات الارتباط (coefficients de corrélation) ومعاملات التجميع (coefficients d'association)\* - ، نحاول الكشف عن طبيعة العلاقات بين الظاهرتين .

وفي كثير من الأحيان يكون أفضل أسلوب للتعرف على معتقدات الأفراد و كيفيات تصرفهم هو توجيه الأسئلة إليهم ، ولهذا فقد استخدمنا في جمع البيانات أداة الاستبيان التي لا نعتبرها كافية ، غير أنها كفيلة بجمع القدر الملائم من المعلومات من أجل بناء النماذج الإحصائية للتحليل . كما أنها الأنسب لمثل هذا النمط من التحليل كون الطريقة التي تجمع بها المعلومات سهلة التكميم ، خصوصا مع التركيز على استخدام الأسئلة المغلقة قدر المستطاع.

وقد أولينا أهمية قصوى لإعداد استمارة الاستبيان التي استغرقت من زمن إنجاز هذا البحث أهم قسط ، وأخضعت لاختبار أولي على عينة بسيطة من المبحوثين ، أجريت بعده تعديلات على بعض أجزائها تبعاً لما انتبهنا ونبّهنا إليه من ملاحظات حول صياغة

9. محمد زيان عمر، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ، ط.4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1983، ص.118.  
\* - نتناولها بالتفصيل في العنصر الأول من القسم الأخير للبحث .



الأسئلة وأهدافها لتخرج الاستمارة أخيراً في شكلها النهائي في 29 سؤالاً ( انظر ملحق رقم 1 صفحة 152 ) ، تمثل عناصر مقاييس إحصائية متعددة ، ويخص أولها قياس حجم وطريقة متابعة وسائل الإعلام ، وعلى نفس المنوال تم إعداد مقياس لمستوى المشاركة السياسية ، والهدف منهما هو الوصول إلى تكميم مؤشر عام لكلا الظاهرتين .

كما صممنا مقياساً للاتجاه نحو المشاركة في السؤال 28 وفقاً لنموذج ليكرت<sup>(10)</sup> . وللتعرف على مستوى المعرفة السياسية صممنا اختباراً تضمنه السؤال رقم 29 وشملت الاستمارة أسئلة البيانات الشخصية المتعلقة بجنس، سن، مهنة المبحوث، ومستواه الدراسي. وتم القيام بعملية توزيع الاستمارات واسترجاعها ما بين 15 فيفري و 23 ماي 2000، بثلاثة أحياء من العاصمة هي: القبة، عين النعجة، وبئر توتة، ولم نأخذ بمعايير محددة في هذا الاختيار .

وقمنا بتوزيع استمارتنا على عينة حصرية قصدية<sup>(11)</sup> ، وقع عليها اختيارنا لعدة اعتبارات. فإذا كانت إكراهات الوقت والإمكانيات تفرض على الباحث في العلوم الاجتماعية ضرورة الاكتفاء بتطبيق الدراسة على عينة تمثيلية بدلاً من دراسة كامل المجتمع ، فإن هذه الإكراهات في دراستنا جعلت نشدان عينة تمثيلية للمجتمع الجزائري أو حتى لمجتمع محلي على مستوى العاصمة أمراً صعب المنال . ولهذا اكتفينا بعينة من 120 مبحوثاً حرصنا على أن تظهر فيها بعض المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية والثقافية ، كالجنس من خلال تحديد نسبة مسبقاً لعدد الذكور والإناث الذين يجب أن تشملهم المعاينة ( آثرنا أن تكون نسبتهما متساوية في بحثنا هذا ). ثم الحرص على أن تشمل العينة المؤشرات والفئات المختلفة للمتغيرات الأخرى دون تحديد نسب مسبقاً لها ، فبالنسبة لمتغير السن سعينا أن يكون المبحوثون من فئات عمرية متنوعة تشمل على الأقل الفئات الديمغرافية الثلاث : شباب ، كهول ، شبوخ ، وفي متغير المهنة فتحنا المعاينة على أفراد متعددي المهن، من موظفين وطلبة وأساتذة ، وأصحاب مهن حرة ، وعاطلين عن العمل ، وأظهرنا في العينة كذلك التنوع في المستوى الدراسي للمبحوثين ( انظر ملحق رقم 02 ص 156، المتعلق بتركيبة العينة ).

10. محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي، الجزائر، ب. ن.، 1997، ص. 260 .

11. Benoît Gauthier (dir), Recherche Social: De la Problématique à la collecte de données. Presse Universitaire du Québec, 1997, P. 200 – 202.

وما يبرر لجوعنا لهذا النوع من العينات هو أننا لا نسعى من خلال دراستنا كثيرا للتعرف على تأثير متغير من هذه المتغيرات البيو- اجتماعية والثقافية على الظاهرتين المدروستين ، بقدر سعينا للتعرف على العلاقات بين هاتين الظاهرتين .

كما يبرر القصد في عينتنا كذلك بشرطين وضعناهما في اختيار المبحوثين، وهما أن يبلغ المبحوث 20 سنة من العمر، لارتباط ذلك بعامل السن القانونية المشترطة لممارسة بعض صور المشاركة السياسية في الجزائر، مثلما هو الحال للتصويت . حيث اشترطنا أن يكون المبحوث قد بلغ السن القانونية (18 سنة) عند تاريخ آخر اقتراع في السادس عشر من سبتمبر عام 1999م . أما الشرط الثاني فيتعلق بضرورة أن يمتلك المبحوث حدا أدنى من التعليم ، أو القدرة على القراءة والكتابة كأقل تقدير ، حتى يتمكن من متابعة وسائل الإعلام المقروءة منها على الخصوص ، ويفهم محتوياتها، وحتى يمكنه فهم أسئلة الاستمارة والتعامل معها .

وبعد جمعنا للاستمارات التي لم نتمكن من استرجاعها كلها رغم حرصنا على ذلك، وقيامنا باستبعاد الاستمارات التي لا تتوفر فيها شروط التحليل من ضرورة الإجابة على ثلثي الأسئلة كأدنى حد، كشرط أساسي لكنه غير كاف، ويكمله شرط الإجابة كذلك على كل الأسئلة التي تشكل مفاتيح المقاييس الإحصائية لمتابعة وسائل الإعلام ، ومستوى المشاركة السياسية على الخصوص. وتبقى لدينا في الأخير 94 أربعة وتسعون استمارة قمنا بتفريغها يدويا وألينا لضمان التثبت من الأرقام والنتائج والنسب، لتأتي في الختام عملية التحليل الإحصائي للبيانات التي أنجزناها باستخدام برنامج التحليل الآلي للبيانات SPSS\* ، مع محاولة تقديم التفسيرات لما توصلنا إليه كلما كان ذلك ممكنا في حدود التمكن والتحكم في عناصر الموضوع .

وقبل أن نباشر عرض البناء التحليلي للدراسة نرى أنه من الواجب تحديد مفاهيم المصطلحات التي تشكل عماد دراستنا تحقيقا للدقة والموضوعية، وتسهيلا لإدراك المعاني والأفكار التي نريد التعبير عنها من قبل من يطلع على البحث دون أن تختلف أفهامهم لما نقصده .

ويتضمن بحثنا أساسا مناقشة مفهومين اثنتين هما : المشاركة السياسية ومتابعة وسائل الإعلام ، وقد قمنا بتحديد المقصود بكل منهما في ضوء دراسة أدبيات الإجماع السياسي، والتراث الإعلامي بعرض التعاريف التي قدمت من قبل المختصين والباحثين في

\* استخدمنا النسخة SPSS 8.0 pour Windows .

الظاهرتين محل الدراسة ، ثم وصلنا في النهاية إلى صياغة مفاهيمهما وفقا لما تقتضيه دراستنا ولما حددناه لها من عناصر نقوم بجمع المعلومات عنها ميدانيا ، وهو ما يدعى في التصميم المنهجي بالمفاهيم الإجرائية .

فأما المشاركة السياسية فهي مفهوم مطاط وواسع ، تعددت تعاريفه مع وجود اتفاق حول جوهر ما يشمله، وتميزات في بعض الجوانب التي تشكل هذا المفهوم . وقد عرفت المشاركة السياسية على أنها " تلك الأنشطة الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع بهدف اختيار حكاهم وممثلهم والمساهمة في صنع السياسات والقرارات بشكل مباشر أو غير مباشر"<sup>(12)</sup>.

ويعطي لويير تعريفا أكثر شمولية باعتبارها " كل عمل إرادي ناجح أو فاشل، منظم أو غير منظم، مرحلي أو مستمر، يفترض اللجوء إلى وسائل شرعية أو غير شرعية، بهدف التأثير على اختيارات سياسية أو إدارة الشؤون العامة أو اختيار الحكام، وعلى كل المستويات الحكومية ، محلية أو وطنية"<sup>(13)</sup>.

ويحمل هذا التعريف في طياته نقطة هامة تعد مثار جدل واسع حول مفهوم المشاركة السياسية والأنشطة التي يشملها، وهي المتعلقة بشرعية وسائلها من عدمها، إذ لا يعتبر البعض السلوكيات غير القانونية، والتي تستخدم أساليب العنف والتخريب نوعا من المشاركة السياسية حتى لو أثرت فعلا في صناعة القرارات السياسية أو تحديد مآلات الاختيارات الشعبية .

ويشمل ذات التعريف العديد من العناصر التي نعتبرها أساسية في تحديد مفهوم المشاركة السياسية التي لا نشترط فيها النجاح فعليا في توجيه القرار السياسي أو في تحديد نتائج الانتخابات مثلا ، فالقيام بالفعل القسدي في هذا الاتجاه كاف لإدراجه ضمن نطاق المشاركة السياسية .

وإذا كانت التعاريف التي قدمناها تشترك في التركيز على عنصر الإرادة في النشاطات التي تشملها المشاركة السياسية ، فإن البعض يؤكد على الطابع النسبي للإرادة. فيعتبر بسيوني حمادة أن المشاركة السياسية قد لا تكون نابعة من ذات الفرد أو من وعيه (الداخلي المنفرد)، بل قد تكون ذلك النشاط الذي يقوم به شخص تابع متأثرا أو خاضعا للمشاركة

12. كمال المنوفي، أصول النظم السياسية المقارنة، الكويت، شركة الرينعان للنشر والتوزيع، 1987، ص. 340 .

13. سويم العزي ، المفاهيم السياسية المعصرة ودول العالم الثالث: دراسة تحليلية نقدية، القاهرة، المركز الثقافي العربي،

1987، ص. 157 .

الرئيسي وتسمى في هذه الحالة مشاركة تابعة Mobilized participation فيما تسمى في حالة الإرادة الخالصة بالمشاركة المستقلة Autonomous Participation<sup>(14)</sup>.

ومن خلال مجموع التعاريف التي اطلعنا عليها والشروط الموضوعية التي تخدم أهداف وإشكالية بحثنا، رأينا أن نحدد خصائص النشاطات التي تشكل المشاركة السياسية كما يشار إليها في كامل هذا البحث فيما يلي :

1 - أنها عبارة عن أفعال ، أي أنها تقتضي الحركة والنشاط ، ولا تكفي بمجرد الرغبة أو الاتجاه الإيجابي .

2 - الإرادة والاختيار فهي نشاط إرادي طوعي يقوم به الأفراد بدافع الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا العامة لمجتمعهم ، ولا يمكن اعتبار النشاطات التي تكون جبرية أو تحت تأثير أي ضغط مشاركة سياسية.

3 - الإيجابية، فالمشاركة تحمل دوما معنًى إيجابياً قيماً ، ولا يجوز بأي حال من الأحوال اعتبار العنف والتخريب نوعاً من المشاركة .

ونخلص من خلال هذا إلى أن المشاركة السياسية هي كل نشاط أو سلوك إرادي نابع من الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا العامة، يتجه إلى إحداث تأثير إيجابي على السلطة وأجهزة صناعة القرار ، متخذاً في ذلك الطرق والوسائل القانونية السلمية . وتدخّل في ذلك نشاطات تبدأ من مجرد الاهتمام بمتابعة القضايا والأحداث السياسية حتى الوصول إلى الترشح لمناصب القرار وشغلها، مروراً بأنشطة التصويت والمشاركة في النقاش حول القضايا الهامة المحلية والوطنية والمساهمة في الحملة الانتخابية ، وعضوية المنظمات المهنية والاجتماعية والنشاط الحزبي.

ولا يفوتنا أن نأخذ في تعاملنا مع مفهوم المشاركة مكونات السلوك الثلاثة: المعرفي، العاطفي، والسلوكي. فندرس إضافة إلى الصور المذكورة للمشاركة السياسية، مستوى المعرفة السياسية المرتبطة بها، والاتجاه نحوها.

14. بسيوني إبراهيم حمادة، " السلوك الاتصالي ومصادقية الفعالية السياسية لدى الرأي العام"، في : السيد عبدالمطلب غانم (محرراً)، السياسة والنظام المحلي في مصر، جامعة القاهرة، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، 1995، ص. 5 .

وعن مفهوم متابعة\* وسائل الإعلام فالمقصود به في هذا البحث هو كيفية تعامل المبحوثين مع وسائل الإعلام الوطنية على المستويين الكمي والكيفي ( معدلات المشاهدة، الاستماع، والقراءة ) وموضع المواضيع السياسية في عملية انتقاء البرامج والمواضيع التي تشكل أهم جزء من هذه المعدلات الزمنية.

ومن هنا سعينا إلى التعرف على نوع وسائل الإعلام التي يتابعها المبحوث والوسائل المفضلة لديه ، ومعدلات القراءة ، الاستماع ، والمشاهدة للصحافة المكتوبة، الإذاعة ، والتلفزيون ، على الترتيب . من خلال التعرف على دورية قراءته للصحف ، وحجم الوقت الذي يقضيه في الاستماع والمشاهدة لوسائل الإعلام السمعية والبصرية طوال اليوم .

كما قصدنا معرفة نوعية البرامج والموضوعات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية التي يحرص عليها والبرامج المفضلة لديه ، ولم يفتنا أن نحاول التعرف على مدى الثقة التي تتمتع بها وسائل الإعلام لدى المبحوثين، من خلال تقييمهم لما تقدمه لهم ولأدائها لوظيفة نقل الواقع وعكسه .

وتشمل دراستنا ثلاثة أقسام تتناول عناصر الموضوع وفق تسلسل منطقي يتجه رويدا رويدا نحو فك الغموض والتعمق في مناقشة الإشكالية. ونبدأ أولاً بمدخل شامل نستعرض فيه التراث النظري الخاص بعلاقات وسائل الإعلام بالحياة السياسية من خلال نظريات تأثير وسائل الإعلام ، ثم موقع وسائل الإعلام في الحقل السياسي والعلاقات المتبادلة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي.

ونفرد القسم الثاني لتناول المشاركة السياسية وتحليلها ، فنناقش صورها وفئات المشاركين والعوامل المتحكمة في تحديد مستويات المشاركة ، بالتركيز على تقديم الواقع

---

\* أخذنا بمصطلح " متابعة وسائل الإعلام" وتفادينا استعمال " التعرض لوسائل الإعلام" أو "استخدام وسائل الإعلام" لأننا لم نشأ أن نتموقع منذ بداية البحث في نطاق واحدة من التصورات حول طبيعة الجمهور ودوره وهو الأمر الذي يظل جدليا ولم يفصل فيه ، فإذا كان " التعرض " يحمل معنى السلبية الاستهلاكية المطلقة للجمهور - وهو ما قامت عليه نظريات التأثيرات القوية لوسائل الإعلام، و" القذيفة السحرية " - ، و" الاستخدام" يشير إلى عقلانية وإيجابية كبيرة لدى الجمهور - دون أن يقوم عليها الدليل القاطع لحد الآن- مثلما يدعيها أصحاب نموذج الحاجات والإشباعات . فإن المتابعة تتخذ لنفسها موقعا وسطا بين هذا وذاك ، فهي ليست فعلا يستجيب لقصد محدد مسبقا وخاضعا لمنطق عقلائي مثل الاستخدام، ولكنها في ذات الوقت تتطلب شروطا معينة تنأى بها عن سلبية التعرض .

ويمكن فهم ذلك بشكل أوسع في ظل المعنى والاستخدام اللغوي لكلمة متابعة من الفعل تبع تتبع وتابع، إذ يقول ابن منظور: ( لسان العرب ، بيروت ، دار إحياء التراث العربي ، مؤسسة التاريخ العربي، 1993م ، المجلد الثاني ، ص. 13 - 16).

.../..

الميداني لمبوحوثينا بخصوص كل واحد من هذه العناصر ، وكذا الإحصائيات المتوفرة لدينا .  
وخصصنا آخر أقسام الدراسة للتعامل مع التحليل الإحصائي للعلاقات الارتباطية بين  
ظاهرتي متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية للمبوحوثين ، حيث نُجيب عن التساؤلات  
المتعلقة بالعلاقات الارتباطية واحدة تلو الأخرى ، بدءاً بالعلاقات الموجودة بين العناصر  
الثلاثة لسلوك المشاركة ( بين السلوك والاتجاه ، وبين السلوك والمعرفة ) ثم العلاقات بين  
متابعة وسائل الإعلام والعناصر غير السلوكية في المشاركة السياسية ، وأخيرا العلاقات  
بين المتابعة والمشاركة كمؤشرات عامة ، وقيل أن نستعرض هذه العلاقات نقدم في العنصر  
الأول من هذا القسم المؤشرات الإحصائية التي اعتمدها ونردفها بالتعرض للخصائص  
العامة لمتابعة المبوحوثين لوسائل الإعلام الوطنية .

ونتوج عرضنا بخاتمة نوجز فيها أهم النتائج التي لا تمثل نهاية بحثنا بقدر ما  
يمكن أن تكون منطلق دراسات جديدة بما تقدمه من معالم لسبل لم نسلوها وتظهر أهمية  
تناولها بالفحص والتحليل .

---

تابع [...] :

تبعثُ الشيء تبعاً : سرتُ في أثره [ ... ] وأما التتبعُ : فإن تتبّع في مهلةٍ شيئاً بعد شيءٍ ، وهو ما يعني أن فعل المتابعة  
يقضي نوعاً من حضور الفكر والاهتمام ، لأن التتبع بانتباه يقوم عليه ، ويضيف ابن منظور قائلاً : " وتابع بين الأمور متابعة  
وتباعاً : أي واتر ووالى " وهو ما يشير إلى أن المتابعة تحمل معنى المداومة والتواتر أي الاستمرارية ، ولا تمثل فعلاً عارضاً  
ينقطع . وعليه فإن هذا المصطلح يستجيب كثيراً لمقتضيات وعناصر دراستنا ولمعاني المفهوم الإجرائية التي وضحتها أعلاه ،  
فالمتابعة تقضي الانتباه والاهتمام بما تقدمه وسائل الإعلام ، وعليه ندرس الاهتمام فيها بمختلف المواضيع وعلى الخصوص  
السياسية منها ، وتوافر الاستمرارية والتواتر دراسة دورية قراءة الصحف ، وتواتر متابعة الإذاعة والتلفزيون يوميا .

I. العلاقات بين وسائل الإعلام والحياة السياسية

## I. العلاقات بين وسائل الإعلام والحياة السياسية

نحن ندرس في بحثنا هذا طبيعة العلاقات بين متابعة الأفراد لوسائل الإعلام ومشاركتهم في الحياة السياسية. وعلى اعتبار أن وسائل الإعلام هي الحادثة على الحياة السياسية، فإن أهم المداخل لتحليل طبيعة العلاقة لا بُد أن يكون من ناحيتها، من خلال محاولة التعرف على ما جاءت به من جديد فيها (أي في الحياة السياسية).

وبما أننا ندرس علاقة سلوك الأفراد نحو وسائل الإعلام بسلوكهم نحو المشاركة (مستواها وخصائصها)، فإن الاعتبار الثاني الذي يجب أن يؤخذ في الحسبان هو هذا الموقع الذي ندرس منه هذه العلاقة.

والإتجاه الشائع في دراسة علاقات السلوك نحو وسائل الإعلام بسلوكات أخرى، ويمثل إطاراً عاماً لمثل هذه الدراسات هو نظريات تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية، على اعتبار أنها المعطى الجديد في الحياة الاجتماعية للأفراد ككل.

ولهذا خصصنا العنصر الأول من هذا القسم لتقديم حوصلة وجيزة، تجنح للتقييم كلما كان ذلك ممكناً لأهم نظريات تأثير وسائل الإعلام، والتي نوردتها هنا على سبيل الاستئناس ما دمنا لا نقصد في دراستنا أصلاً تحديد أثر لأحد طرفي العلاقة (متابعة وسائل الإعلام - المشاركة السياسية) على الطرف الآخر. والذي نعتبره مستوى ثاني من التحليل لا تستهدفه دراستنا.

وإذا كانت نظريات تأثير وسائل الإعلام في أغلبها تسعى لوصف شامل وعمام لتأثيرات وسائل الإعلام في مختلف المجالات، فإن الواقع هو وجود مستويات للتأثير، وتباينات خاصة تحدثها مجموعة من العوامل، وكذا طبيعة مجال دراسة التأثير. ونعالج هذه النقطة بخصوص التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجال السياسي والموقع الذي اتخذته فيه، في ثنايا العنصر الثاني.

ونقدم بعدها تنويجاً لهذا العرض المتدرج تحليلاً حول ما يسمى بالنظام السياسي الإعلامي، ومستويات العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي.



## 1. نظريات تأثير وسائل الإعلام

قامت وانطلقت أغلب الدراسات الإعلامية من افتراض قوة تأثير وسائل الإعلام في حياتنا المعاصرة ، وأصبحت فكرة " القوة الكبيرة لوسائل الاتصال الجماهيري كأداة في تحريك المواطن من أكثر الأفكار الشائعة القبول اليوم"<sup>(1)</sup>. ولكن يظهر أن هذه الفكرة جدلية إلى حد بعيد، ولا يوجد اتفاق بين دارسي وسائل الإعلام حول كيفية ومدى "تأثير وسائل الإعلام". ولعل أهم عامل في عدم انتظام نتائج أبحاث التأثير الإعلامي هو تعقد هذه الظاهرة وتعدد جوانبها.

ويمكن إجمال هذه الجوانب في أربعة عناصر هي : المستويات التي يحدث فيها التأثير، الوحدات التي يتم التأثير فيها، زمن التأثير، واتجاه التأثير.

فأما عن المستويات التي يحدث فيها التأثير فهي ثلاثة ، بداية بالجوانب المعرفية (Cognitive) والتي تتعلق بمعرفة الأفراد وآرائهم حول القضايا المختلفة. ثم الجوانب العاطفية أو الانفعالية (Affectual) والتي تخص اتجاهات الأفراد وميولهم ومشاعرهم تجاه الأشياء المختلفة. وأخيرا الجوانب السلوكية ( Behavioral )<sup>(2)</sup>. وأغلب الدراسات كشفت عن ترتيب لقدرة وسائل الإعلام على التأثير في هذه المستويات. بحيث تحتل الجوانب المعرفية المرتبة الأولى، وتليها الجوانب العاطفية، فالجوانب السلوكية.

وأما الوحدات التي يتم التأثير فيها فهي : الفرد، الجماعة أو المنظمة، المؤسسة الاجتماعية، وحدة المجتمع ككل، والثقافة الكلية<sup>(3)</sup>. وتتأثر هذه الوحدات بصفة مختلفة بوسائل الإعلام، وترابطها يجعل تأثر أحدها يلحق تأثيرا ولو مختلفا بالأخرى.

وهناك ارتباط كبير بين الوحدة الخاضعة للتأثر والمدة الزمنية لحدوثه ، فتأثر الثقافة يتسم بالبطء وليس من السهل معرفته بالتأكيد، أو تحديد مصادره، كما أنه أكثر قابلية للاستمرار والدوام. أما التأثيرات على الفرد فهي سريعة الحدوث وبسيطة الاستجلاء نسبيا، ويمكن التعرف على مصدرها بدرجة مقبولة من الدقة.

ويطرح التأثير إشكالات بحثية أخرى حول اتجاهه، من حيث معرفة ما تقعله وسائل الإعلام، هل تغير شيئا ؟ هل تدعم وتعزز شيئا ؟ هل تمنع شيئا ؟ أم هل تسهل شيئا ؟ ...

---

1. J-G. Padioleau, "Etude empirique des moyens de communication de masse et l'analyse des comportements politiques", dans: Francis Balle et J-G. Padioleau. Sociologie de l'information: textes fondamentaux, Paris, Larousse, 1973, P.322.

2. دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته: دراسات في بناء النظرية الإعلامية، تر: عثمان العربي، د.م.، د.ن.، 1992، ص.130.

3. المرجع نفسه، ص.129.

إضافة إلى هذه الجوانب يمكن التمييز بين الآثار التي تنتج عن الخصائص والصفات المادية لوسائل الإعلام [وتأثيراتها]، والآثار الناجمة عن الوقت الذي يقضيه الفرد مع وسائل الإعلام، وهذه الآثار تختلف عن تلك الآثار المعرفية والسلوكية والإتجاهية الناتجة عن المضمون الإعلامي<sup>(4)</sup>.

يتفق أغلب الباحثين الإعلاميين على أن أبحاث تأثيرات وسائل الإعلام والتي بنيت عليها النظرة إلى قدرة وسائل الإعلام على إحداث التأثير وكيفية حدوثه ارتبطت بالتطورات الخاصة بأساليب ومناهج البحوث الإعلامية، وأنها مرت تاريخيا بثلاث مراحل أساسية<sup>(5)</sup>.

#### أ- المرحلة الأولى: مرحلة وسائل الإعلام قوية التأثير

تمتد هذه المرحلة من بداية القرن العشرين إلى أواخر الثلاثينيات، وتركزت معظم البحوث في هذه الفترة في أوروبا وأمريكا الشمالية. وشاع خلالها بأن وسائل الإعلام تتمتع بدرجة قوية من التأثير على جماهيرها، فإليها تعزى قوة تشكيل الآراء والاعتقادات والاتجاهات، وإليها تنسب القدرة على تغيير عادات الحياة اليومية. كما أن لها تأثيرها الكبير على السلوكيات والنظم السياسية. ولم يكن هذا الاتجاه قائما بشكل كبير على أساس من البحث العلمي، وإنما كان قائما على ملاحظة الشعبية المتزايدة لوسائل الإعلام. وقد تأثر هذا الرأي بالدعاية الحكومية أثناء الحرب العالمية الأولى، كما شارك أرباب الدعاية الإعلانية في خلق هذا الاعتقاد وتعزيزه.

#### ب- المرحلة الثانية: مرحلة محدودية تأثير وسائل الإعلام

أفاق خلال هذه المرحلة الباحثون من غفوة وهيمنة فكرة القوة الكبيرة لوسائل الإعلام، وخصوصا من تعميمها المفرط. واتجهت الأبحاث من أوائل الأربعينيات إلى استخدام المناهج البحثية المنحوتة من مجالات بحثية أخرى لتحديد التأثيرات الحقيقية لوسائل الإعلام على الجماهير والجماعات. وقامت هذه المرحلة على دراسات كل من لازرسفلد Lazarsfeld (1940 و 1944 و 1948) عن انتخابات الرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية، ودراسات برلسون وآخرون Berelson and Others (1945)، ودراسات هوفلاند Hovland (1939) والخاصة باستخدام الأفلام لتدريب وتكوين عقائد الجنود الأمريكيين.

لهذا تعد من أولى الدراسات التجريبية في مجال تأثيرات وسائل الإعلام. بالإضافة إلى

4. بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1996، ص. 203.

5. انظر في: بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع أعلاه، ص. 209-211؛ دنيس مكويل، مرجع سابق، ص. 120 وما بعدها.

بعض الدراسات التي أجريت خارج الولايات المتحدة الأمريكية مثل التي قام بها ترنمان وماكويل Ternaman & Macquail (1961). ويرسم الباحثون خطأ وهمياً لحدود هذه المرحلة عند مطلع الستينيات.

وتتفق نتائج هذه الدراسات على تأكيد التأثير المحدود لوسائل الإعلام، وأنها تلعب دوراً مساعداً مع مجموعة من العوامل الأخرى التي تدعى بالعوامل الوسيطة. فوسائل الإعلام تمارس عملها وتأثيراتها ضمن نظام العلاقات الاجتماعية الموجودة، وفي ظل ظروف ثقافية واجتماعية محددة.

وقد أوجز الباحث جوزيف كلاير Joseph Klapper نتائج المرحلة الثانية في مقولته المنشورة عام 1960 قائلاً: "إن وسائل الإعلام لا تعمل كسبب كاف وضروري لتأثيرات الجمهور ولكنها تقوم بوظيفتها من خلال سلسلة مترابطة من العوامل الوسيطة"<sup>(6)</sup>.

### ج- المرحلة الثالثة: مرحلة إعادة اكتشاف قوة تأثير وسائل الإعلام.

قبل أن يجف مداد الحبر الذي كتب به أن وسائل الإعلام لا تملك قوة التأثير على الجماهير، أو أنها ذات تأثير متواضع على جماهيرها، تحدى عدد من الباحثين والدارسين الإعلاميين هذه النتائج وشككوا فيها، وأكدوا على أن لوسائل الإعلام تأثيرات اجتماعية هامة، وأنها وسيلة هامة لبسط النفوذ السياسي والاجتماعي في المجتمع مثلما ذهب إليه Kurt & Gladys Lang (1959) و key (1961) و Blumer (1964) و Halloran (1965). وقد كان أحد أهم أسباب الرجوع عن نتائج التأثيرات المتواضعة للإعلام هو ظهور التلفزيون على الساحة الإعلامية في الخمسينيات والستينيات كوسيلة جديدة تتمتع بقوة وشعبية كبيرة تفوق سابقتها.

وإذا كانت أبحاث تأثير وسائل الإعلام في المرحلة الأولى اعتمدت على نموذج عام استعاره الباحثون من دراسات علم النفس، ويحاولون من خلاله إيجاد درجة الارتباط بين مدى التعرض (Exposure) للمنبه (Stimulus) الإعلامي، وما يقاس من تغير أو اختلاف في اتجاهات أو آراء أو معلومات أو سلوك الجماهير. أما أبحاث التأثير في هذه المرحلة الجديدة التي لا تزال قائمة، فهي تتميز باهتمامها بنواحي بحثية جديدة، كدراسة التغيرات الطويلة المدى بدل قصر اهتمامها على الأنبة منها. ودراسة الجوانب المعرفية بدلاً من التركيز على استقصاء الاتجاهات وتغيرها. كما اهتمت بدراسة الدور الذي تلعبه العوامل

6. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 209.

الوسيلة في العملية الإعلامية. إلى جانب دراسة الظواهر المجموعية (Collective) مثل دراسة أجواء الرأي العام.

وسنعرض الآن تلخيصاً لأهم نظريات التأثير الإعلامي التي ظهرت من دراسات مختلفة عبر أكثر من نصف قرن لتكون دليلاً في فهم كيفية حدوث تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع<sup>(7)</sup>. مع التأكيد أنه لا توجد نظرية خاطئة تماماً، ولا نظرية كافية وصحيحة مطلقاً، ولكن بعضها يقدم تفسيراً أكثر دقة وشمولاً عن الآخر.

## 1.1. نظريات التأثير المباشر

### 1.1.1. نظرية الرصاصة السحرية أو نموذج الإبر تحت الجلدية :

يرجع الفضل إلى هارولد لازويل Lasswell في تطوير مفهوم حديث لتأثير وسائل الإعلام خلال الحرب العالمية الأولى، في ضوء نظرية فرويد. فقد افترض فرويد أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية وغير رشيدة ويتحكم فيه العقل الواعي بشكل جزئي. ونتيجة لذلك فإن السلوك الإنساني ليس عاقلاً أو راشداً. ولا يحدث السلوك الرشيد إلا عندما يسيطر القسم الأعلى (الأنا العليا) من العقل الواعي على القوى الرشيدة. وطور لازويل من هذه النظرية، نظريته التي أطلق عليها تسمية نظرية الحقنة تحت الجلد "Hypodermic needle Theory". وتفترض أن وسائل الإعلام لها تأثير مباشر وقوي تماماً مثل الحقنة التي تترك أثرها من المصل تحت الجلد. وتعد هذه النظرية استجابة أو انعكاساً لفكرة المجتمع الجماهيري القائم على أفراد متنوعين، متحررين، ترجع تصرفاتهم فيه إلى العاطفة والاندفاع أكثر من التفكير والمنطق. فكان المجتمع الحديث يوصف بأنه حشد منعزل ومجتمع مكون من أفراد منعزلين ليسوا مرتبطين ببعضهم، ولا تحكمهم المتغيرات الاجتماعية، كما أن لهم نفس الطبيعة التي وصفها فرويد في نظريته. وعليه فإن وسائل الإعلام تمثل مصادر قوية التأثير، وتحدث استجابة متماثلة عند الأفراد ما داموا يفهمون رسائلها بشكل متماثل.

7. اعتمدنا في تلخيص النظريات على المراجع التالية:

- دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته: دراسات في بناء النظرية الإعلامية، تر: عثمان العربي، دم، دن، 1992، ص. 129-216.  
- بسيني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1996، ص. 213-263.

- Jean-G. Padioleau, "Étude particulière des moyens de communication de masse et l'analyse des comportements politique", dans: Francis Balle et J-G. Padioleau, Sociologie de l'information: textes fondamentaux, Paris, Larousse, 1973, P.322- 340.

ولكن هذه النظرية سرعان ما ظهرت عيوبها وزيف الاعتقاد بصحتها المطلقة ، ومن أهم الانتقادات التي وجهت لها تناقضها مع النظرية الليبرالية السائدة في الولايات المتحدة الأمريكية والتي تفترض أن هناك عقلانية فطرية ورشدا ذاتيا لدى الجمهور يدفعه لتطوير قدرات رشيدة إذا لم تقف الرقابة عقبة أمامه.

كما تواجه نظرية الرصاصة السحرية، كما سماها آخرون، بعض التناقضات والمشكلات الهامة. كافتراض النظرية شكلا مبسطا من التأثير يبدأ من وسائل الإعلام وينتهي عند الفرد الذي يتأثر أو يقتنع أو يغير أشياء مما تعود عليه. وتعتبر النظرية أن الإعلام يحدث تأثيرا للدرجة التي تتحقق فيها استجابة ملحوظة من المتلقي، علما بأن هناك بعض التأثيرات التي تصعب ملاحظتها. كما أنه من الصعب تحديد الاستجابات التي تحدثها وسائل الإعلام أحيانا لأننا لا نتوقعها، فالمرسل يقدم رسالة وفي ذهنه هدف محدد، ومن الطبيعي أن ننظر إلى تأثيرات الاتصال في ضوء نية القائم به.

لكن يبقى أن هذه النظرية تملك أهميتها من كونها تمثل نقطة البداية للبحوث المبكرة، ولقد أكدت دراسات فيما بعد بعضا من استنتاجات دراسات لازويل ومساعديه التي بنيت على أساسها هذه النظرية.

## 2.1. نظريات التأثير الانتقائي

### 1.2.1. نظرية الاختلافات الفردية:

إن المشكلة الرئيسية مع نظرية الرصاصة أو القذيفة السحرية هي افتراضها غير الدقيق عن الجمهور. فقد اتضح أن الجمهور يتسم بالنشاط والإيجابية حال استقباله للمعلومات. وعلى هذا الأساس بدأ التركيز على الاختلافات الفردية في عقول الناس واتجاهاتهم وقيمهم، وبقية متغيرات الشخصية، وهو ما يجعل نظرة كل واحد منهم إلى العالم متفردة واستجابته لكل منبه متميزة ومختلفة.

وحسب نظرية الاختلافات الفردية فإن رسائل الإعلام تتضمن خصائص معينة تتفاعل بشكل مختلف مع خصائص الشخصية. فالأفراد المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للمنبهات. وأصبح واضحا أمام الباحثين في الاتصال الجماهيري أن جمهور وسيلة إعلامية معينة ليس معبرا عن وحدة متناغمة يتلقى أي مضمون إعلامي يوجه له. وفي نفس الوقت برز مفهوم الانتباه والإدراك الانتقائي كأحد أهم المفاهيم التي تفسر أسلوب تعرض الفرد

لمضمون وسائل الإعلام<sup>(8)</sup>.

وقد جاء مفهوم وفكرة التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي من ظهور مفاهيم جديدة في علم النفس الاجتماعي لتحل محل فكرة الغريزة التي ينطلق منها فرويد. وكان أبرز هذه المفاهيم، مفهوم الاتجاه الذي أصبح مع نهاية الحرب العالمية الأولى مفهوما أساسيا في علم النفس الاجتماعي، ومع تطور طرق قياس الاتجاهات زادت أهمية المفهوم، مما ترك آثاره في مزيد من فهم الاختلافات الفردية.

وبما أن التعرض الانتقائي يعرف على أنه " عبارة عن وجود علاقة إيجابية بين اتجاهات الأفراد ومواقفهم وبين ما يستمعون إليه، يقرؤونه، ... الخ" أو هو " تفضيلات المواطنين للتعرض لمعلومات تتوافق مع اتجاهاتهم ومواقفهم"<sup>(9)</sup>.

ومن منطلق التعرض للمنبهات بطريقة انتقائية والبحث بطريقة حثيثة عن العناصر المتوافقة مع مواقفنا وتجنب التي تتعارض معها، فإن الحتمي هو أن تأثير وسائل الإعلام سيكون إذن بتعزيز اتجاهاتنا ومواقفنا لا بتغييرها، وكنتيجة لارتباط الاتجاه بالسلوك فإن وسائل الإعلام تعزز محافظة الأفراد على سلوكياتهم.

وقد لخص ميلفن دي فلير Melvine De Fleur المراحل الأساسية لنظرية التأثير

الانتقائي فيما يلي<sup>(10)</sup>:

- 1 - تقدم وسائل الإعلام رسائلها إلى أعضاء المجتمع ولكنها تستقبل وتفسر بشكل انتقائي.
- 2 - إن أساس هذه الانتقائية يرجع إلى الاختلافات في طبيعة الإدراك بين أعضاء المجتمع.
- 3 - يرجع الاختلاف في الإدراك إلى أن لكل فرد تنظيمه المتميز من المعتقدات والاتجاهات والقيم والحاجات، ... الخ.
- 4 - ولكون الإدراك انتقائي فإن التذكر والاستجابة كذلك انتقائية.
- 5 - وعليه فإن تأثيرات وسائل الإعلام ليست متماثلة ولا قوية ولا مباشرة ولكنها انتقائية ومحدودة بالاختلافات النفسية للأفراد.

8. بيبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 219.

9. J.G. Padiolcau. Op.Cit.. P.330.

10. بيبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 220-221.

### 2.2.1. نظرية الفئات الاجتماعية:

مع إدراك فكرة الطبيعة الانتقائية للإدراك الإنساني برز نوع جديد من التأثير الانتقائي، أطلق عليه علماء الاجتماع تسمية تأثير الفئات الاجتماعية. فالناس داخل البناء الاجتماعي ينقسمون إلى فئات اجتماعية وفق بعض المتغيرات الخاصة بالوضع الاجتماعي مثل الوظيفة والطبقة والمنطقة والجنس ودورة الحياة.... الخ.

ويميل التعامل مع وسائل الإعلام إلى التشابه داخل كل فئة من هذه الفئات، والفرض الأساسي لهذه النظرية سوسيولوجي، فأعضاء الفئة الاجتماعية الواحدة سوف يختارون نفس المضامين الاتصالية تقريبا وسوف يستجيبون بدرجة متشابهة إلى حد ما. ويلخص De Fleur الخطوات التفسيرية لهذه النظرية كما يلي:

- 1 - تقدم وسائل الإعلام رسائلها إلى أعضاء المجتمع الجماهيري، ولكنهم يستقبلونها ويفسرونها بشكل انتقائي.
- 2 - أهم الأسس التي ترجع إليها هذه الانتقائية تتمثل في موقع الفرد في البناء الاجتماعي المتباين.
- 3 - أن هذا البناء الاجتماعي يتكون من العديد من الفئات تحدها عوامل مثل السن والجنس والدخل والتعليم والوظيفة.
- 4 - أن أنماط الاستجابة للاتصال الجماهيري متشابهة إلى حد كبير داخل كل فئة اجتماعية.
- 5 - بناء على ما سبق فإن تأثير وسائل الإعلام ليس متماثلا، ولا قويا، ولا مباشرا، ولكنه انتقائي ومحدود بتأثير الفئة الاجتماعية<sup>(11)</sup>.

### 3.2.1. نظرية العلاقات الاجتماعية:

إن جمهور وسائل الإعلام ليس ببساطة عبارة عن أفراد منعزلين، أو أفراد متجمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم من خلال مجموعات العمل والعائلات والعضوية في الجماعات التطوعية والأندية والجمعيات والأحزاب السياسية... الخ. فالفرد ينتمي بالضرورة إلى مجموعات تربط أفرادها شبكة علاقات تحدد طريقة الاستجابة لرسائل وسائل الإعلام.

11. المرجع نفسه. ص. 223.

ولقد تفاجأ Lazarsfeld ومساعدوه في دراستهم للانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1940 عندما سألوا المبحوثين عن مدى تعرضهم لمواد الحملة بكل أشكالها، يكون المناقشات السياسية جاءت بنسبة أعلى من التعرض للراديو أو الصحافة، والنتيجة لهذا التحول غير المتوقع هي الإقرار بأن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تلعب دوراً هاماً في تعديل الطريقة التي يستجيب بها الجمهور للمنبهات التي تصدر عن وسائل الإعلام. واتضح أن البعض من الأفراد الذين يزداد تعرضهم لوسائل الإعلام يؤثر في من يقل تعرضهم. وصاغ Lazarsfeld ومساعدوه في دراستهم اللاحقة هذا الاستنتاج فيما أسموه بتأثير وسائل الإعلام أو تدفق المعلومات على مرحلتين، من وسائل الإعلام إلى الذين يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل مكثف، وقد سموهم بقيادة الرأي، ثم منهم إلى باقي الأفراد. حيث يعتمد هذا التأثير على طبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة وموقع قادة الرأي داخل مختلف المجموعات الاجتماعية.

ويمكن إيجاز الأفكار الرئيسية لنظرية العلاقات الاجتماعية في النقاط التالية :

- 1 - تقدم وسائل الإعلام رسائلها إلى أعضاء المجتمع الجماهيري الذين يستقبلونها بشكل انتقائي.
- 2 - أهم الأسس التي ترجع إليها هذه الانتقائية تتمثل في الأنماط المتميزة من التأثيرات الاجتماعية التي يتركها بعض الأفراد على البعض الآخر والذين يرتبطون بروابط قوية ذات معنى.
- 3 - أن هذه التأثيرات الاجتماعية تحدث عندما يعدل الفرد من سلوكه نحو وسائل الإعلام نتيجة لتأثير الأسرة أو الأصدقاء أو المعارف، أو أناس آخرين.
- 4 - أن نماذج الانتباه والاستجابة لوسائل الإعلام تعكس شبكة العلاقات الهامة لكل فرد داخل المجتمع.
- 5 - بناء على ما سبق فإن التأثيرات التي تتركها وسائل الإعلام، ليست متماثلة، أو قوية أو مباشرة، ولكنها محدودة وبشكل كبير بالتفاعل الاجتماعي للفرد مع الآخرين<sup>(12)</sup>.

12 . المرجع نفسه، ص. 226.



### 3.1. نظريات التأثير غير المباشر

#### 1.3.1. نظرية التأثير بتقديم نموذج:

تقوم فكرة هذه النظرية على أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدرا من مصادر التعلم الاجتماعي مما يدفعه لتبني هذه النماذج السلوكية بحيث تصبح جزءا أساسيا من أسلوب تعامل الفرد مع المشكلات التي تواجهه.

فمن قبل كان " البارديغ " الشائع هو أن وسائل الإعلام تغير من السلوكات عبر تغيير الاتجاهات التي تعد محددات للسلوكات. ولكن اتضح أن التغيرات في الاتجاه نادرة جدا، وما تفعله وسائل الإعلام هو تدعيم الاتجاهات القائمة، بسبب الدور الذي تلعبه العوامل الوسيطة في تحديد استجابة الجمهور لرسائل وسائل الإعلام، وهو ما يقلل من احتمالات تبني اتجاهات مخالفة للاعتقادات الموجودة سلفا عند الأفراد وهذا ما سماه Kurt & Gladys

Lang بـ " قانون التأثير المحدود " "Law of minimal consequences"<sup>(13)</sup>.

غير أن هذه الفكرة حول تأثير وسائل الإعلام واجهتها بعض الحقائق الميدانية المناقضة، فقد أشارت دراسات مثلا عن السلوك الانتخابي للناخبين الأمريكيين إلى أن الكثيرين ممن صوتوا لصالح أيزنهاور في انتخابات الرئاسة سنتي 1952 و 1956 أو لصالح جونسون سنة 1964، كانوا قد عبروا عن ميلهم للحزب الديمقراطي أو الجمهوري. واهتدى الدارسون إلى أن ذلك قد يرجع للطابع المتميز للانتخابات، فأيزنهاور أو جونسون ظهرا كقادة وطنيين أكثر من كونهم قادة حزبيين.

ووجه Herbert Krugman إنتقادين أساسيين للزوجين Lang بخصوص نموذج الحد الأدنى للتأثير المبني على فكرة التأثير أولا في الاتجاهات لإحداث التأثير في السلوك. وأول الإنتقادين أن الاتجاهات المحددة والمتهيكلة لا توجد سوى حول بعض القضايا التي ينظر إليها الأفراد على أنها مهمة، وهذه الاتجاهات بالذات تتطلب من الفرد اندماجا شخصيا كبيرا في هذه القضايا، والانتقاد الثاني هو أن الباحثان Lang لم يفرقا بين نوعين من الرسائل - على الأقل - : الرسائل التي ينظر إليها على أنها "مهمة" والرسائل التي يعتبرها الجمهور " عادية". وهذا النوع الأخير من الرسائل يتطلب انغماسا ضعيفا من قبل المستقبل.

13. Jean. G. Padiolcau. Op. Cit., P.335.

وعلى ضوء هذا المنظور فإن استقبال وإدراك الرسائل يأخذ شكلين اثنين، بالنظر إلى درجة الانغماس. ففي وضع انغماس كبير، يخلق وجود اتجاهات مؤكدة ومهيكلية لدى المتلقي آليات إدراك دفاعية تقاوم وتستبعد الرسائل التي تتعارض مع هذه الاتجاهات. أما في وضع الانغماس الضعيف، فإن هذه الآليات ضعيفة، أو غير موجودة تماماً. "ويُعد وضع الانغماس الضعيف الأكثر شيوعاً، حتى في المجال السياسي"<sup>(14)</sup>.

ويبرز هذا التحليل فكرة مفادها أن أثر رسائل وسائل الإعلام لا يكون تغييراً فورياً وأنيباً للاتجاهات. ولكن الأمر يتعلق بتلقين المواطن في أوضاع الانغماس الضعيف - وهي الأغلب - معارف وسلوكات دون أن يتطلب ذلك جهود تعديل الاتجاهات. ويسمي H. Krugman هذه السيرورة بالتعلم دون اندماج "Learning without involvement"<sup>(15)</sup>.

ويمكن تلخيص هذه السيرورة في الخطوات التالية:

- 1 - إن المواطنين، يتعلمون، ويتذكرون، أكثر مما يسود الاعتقاد، الرسائل العادية. هذه الرسائل التي لا نعيرها أهمية كبيرة، والتي لا تتطلب انغماساً شخصياً، يتم "تعلمها" و"نسيانها" باستمرار. ولكن بثها المتكرر يستتبع جعلها مألوفة لدى المتلقين.
- 2 - هذه الحلقة يمكنها أن تغير لدى المتلقين إدراكهم للأشياء (الرسائل) التي تبث، وتؤدي إلى سلوكات جديدة.
- 3 - وبما أن الإدراك تغير، وسلوكات جديدة مورست، فإن الاتجاهات تتغير إلى حد ما على المدى الطويل لتتناسب مع الإدراك والسلوكات.

وهكذا لخص H. Krugman سيرورته في قلب النموذج القديم لأبحاث علم النفس

الاجتماعي والقائم على:

تغيير اتجاهات ← تغيير السلوك .

إلى نموذج جديد مبني على النحو التالي :

تغيير الإدراك ← سلوكات جديدة ← تغيير الاتجاهات .

ويؤكد Krugman أن نموذج سيرورته ينطبق بشكل كبير على الرسائل الإشهارية، وأنه مقبول في مجالات أخرى، كما يبقى إثباته في ميادين أخرى كالمجال السياسي مهمة الباحثين في تلك المجالات.

14. Ibid., P.336.

15. Ibid.

### 2.3.1. نظرية إضفاء المعاني:

تمثل وسائل الإعلام - حسب هذه النظرية - جزءاً أساسياً من عملية الاتصال في المجتمع الحديث، ويمكن أن تلعب دوراً ذا مغزى في تشكيل وتثبيت المعاني التي نعطيها لرموز اللغة التي نستخدمها، وهذه المعاني بدورها تشكل سلوكاً نحو جوانب النظام الاجتماعي والمادي.

وقد قامت هذه النظرية ببناء على نتائج مُستقاة من علم الأنثروبولوجية والتي أكدتها نظريات أخرى في المجال الاجتماعي. ففي الأنثروبولوجية تُعد اللغة ذات تأثير عميق على إدراك وتصرفات الأفراد نحو العالم الاجتماعي والمادي. فاللغة نظام من المسميات لجوانب الحقيقة، ويتأثر أسلوب تعاملنا مع هذه الحقيقة باللغة التي نستخدمها، فنحن نخلق اصطلاحات ثقافية للمعنى ونستخدم هذه الاصطلاحات لتفسير العالم المحيط.

ولعلماء الاجتماع نظرية مشابهة، مضمونها أن المعاني تشتق من الرموز التي تحظى باتفاق الناس في المجتمع والتي تشكل أساساً للتفاعل الاجتماعي. فالجمهور يستجيب لأي موقف بناء على معناه. وهذا المعنى يُمثل تفسيرنا الخاص له. وإلى حد كبير فإن المعاني الذاتية تأتي إلينا من المشاركة في لغة المجتمع. فنحن نندمج في عملية الاتصال ونتعلم المسميات والمعاني الخاصة بها وذلك لكل الأشياء التي يجب أن نتعامل معها.

وتتلخص خطوات هذه النظرية في النقاط التالية :

- 1 - يدرك الفرد موقفاً تصوره أو تنقله وسائل الإعلام .
- 2 - هذا الموقف يأخذ مصطلحاً من خلال الرموز المتعارف عليها في المجتمع.
- 3 - تربط وسائل الإعلام بفعالية بين هذا المصطلح والمعنى الذي ينقله للفرد.
- 4 - من خلال هذا يظهر أن وسائل الإعلام يمكنها خلق معانٍ جديدة، وأن تُضيف للمعاني القديمة عناصر جديدة، وتستبدل المعاني القديمة بأخرى، أو تثبت المصطلحات اللغوية التي تتعلق بالمعاني المشتركة للرموز اللغوية المستخدمة في المجتمع.
- 5 - ولأن اللغة - المصطلحات الثابتة والمعاني المشتركة - تُعد عاملاً حاسماً في تشكيل الإدراك والتفسير والقرارات المتعلقة بالأفعال، فإن وسائل الإعلام يصبح لها تأثير قوي، غير مباشر وطويل الأجل<sup>(16)</sup>.

16. بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 230.

### 3.3.1. نموذج الحاجات والإشباع :

تتطلب هذه النظرية من تساؤل مفاده : ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟، بدل التساؤل التقليدي الذي انطلقت منه أغلب النظريات السابقة والذي يذهب في الاتجاه المعاكس أي : ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور ؟.

وقد حدث هذا التحول بعد أن ظهر باحثون ومنظرون انبروا يُدافعون عن جمهور عقلاني يملك نوايا وأهدافا مسبقة في تعرضه لوسائل الإعلام، ويوازن الإيجابيات والسلبيات في اختياراته التعرضية، التذكيرية، والإدراكية<sup>(17)</sup>.

وفيما يلي نعرض لفروض هذه النظرية والانتقادات والتعليقات المأخوذة عليها<sup>(18)</sup> :

1 - ينظر هذا النموذج إلى الجمهور باعتباره نشطا وإيجابيا، أي أن جزءا هاما من استخدام وسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، فسلوك الأفراد "هادف" حسب Blumer ، Mcquail و Browon. لكن هذا الافتراض يتناقض مع نظرية Bagart القائلة بأن استخدام وسائل الإعلام يعد سلوكا غير هادف، ولا يعدو أن يكون ضياعا للوقت، أو التسلية.

2 - يقوم الأفراد أنفسهم باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع حاجاتهم. والفكرة أن الجمهور هو الذي يستخدم وسائل الإعلام أكثر من استخدامها له.

3 - تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى لإشباع الحاجات، وتمثل الحاجات التي تشبعها وسائل الإعلام جزءا من الحاجات الإنسانية الأوسع. كما أن درجة إشباع هذه الحاجات تختلف من وسيلة إعلامية لأخرى.

4 - وترتكز هذه النظرية على أن الأفراد لديهم الوعي الذاتي لتقدير حاجاتهم واهتماماتهم ودوافعهم ما دامت أهداف استخدام وسائل الإعلام يحددها الأفراد أنفسهم.

والمشكلة الرئيسية مع نموذج الحاجات والإشباع أنه ورغم الدراسات العديدة لم يتم التوصل إلى وضع نظرية كلية تحدد مجموع الحاجات التي تشبعها وسائل الإعلام. كما أن الفروض التي يقوم عليها - والتي قدمناها أعلاه - لا تنطبق على كل الأفراد ، فهي لا تتصف بصفة العمومية .

ومن مظاهر هذه المشكلة وجود عدة نماذج للحاجات. فهناك نموذج الحاجة

17.J.G. Padioleau, Op. Cit., P.322.

18. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسية، مرجع سابق، ص. 231-232.

الوحيدة، وهي الهروب من المشاكل، والذي ظهر مع منتقدي وسائل الإعلام بكونها لا ترتبط بأي استخدامات مفيدة ومن هؤلاء كلا من Stephanson و Mc Donald .  
وقدم بعدهم Weiss (1971) و Lyle & Parker (1961)، وغيرهم، نموذجا بحاجتين يسعى الجمهور لتلبيتهما من خلال وسائل الإعلام. الأولى تتعلق بالخيال أو اللهو أو الهروب من المشاكل، والثانية هي الحاجة الإعلامية التعليمية والتي ظهرت قبل ذلك مع أعمال ولبرشرام Schramm لتدرج فيما بعد في هذا النموذج.  
واتجهت دراسات أخرى إلى إدراج عدد متزايد من الحاجات فقدم Lasswell نموذجا بأربع حاجات (مراقبة البيئة، التسلية، نقل الثقافة، والتنشئة الاجتماعية) وهو النموذج الذي رسخته أبحاث Right (1960).

ووضع Blumer و Mcquail و Brown (1972) نموذجا أكثر شمولية للحاجات

ملخصة في الفئات التالية<sup>(19)</sup>:

- 1 - اللهو، ويشمل الهروب من قيود الروتين ومتاعب المشكلات، وكذلك المتعة العاطفية.
- 2 - الانسجام الذاتي، ويشمل الرجوع إلى الذات واستكشاف الحقيقة وتدعيم القيمة.
- 3 - المراقبة .
- 4 - العلاقات الشخصية، ويشمل استبدال الأصدقاء والمنفعة الاجتماعية.

وحدد Mark-Levy خمسة أهداف لاستخدام وسائل الإعلام هي<sup>(20)</sup>: مراقبة البيئة،

التوجه المعرفي، عدم الرضا، التوجه العاطفي، والتسلية.

ويواجه هذا النموذج المشكلات التالية :

- 1 - تعدد الحاجات النفسية والاجتماعية وصعوبة تحديدها.
- 2 - على الرغم من أن هذا النموذج المبني على البناء النفسي للفرد يتطلب فهما كبيرا للخبرة الإنسانية، إلا أن الطرق المستخدمة في البحث أدت إلى فهم سطحي وغير دقيق.
- 3 - يفترض هذا المدخل أن استخدام وسائل الإعلام مغرض ومتعمد وهادف، ولكنه فشل في تعميم هذا الافتراض، فهناك بعض الاستخدامات غير المتعمدة وغير الهادفة.
- 4 - أما أهم مشكل يواجهه الباحثون في هذا المجال فهو قياس طرق ودرجة إشباع الحاجات، ويرجع ذلك إلى طبيعة مفهوم الإشباع نفسه. فهو تعميم يعتمد على الجمهور أكثر من اعتماده على الباحث نفسه في تحديد مدى الإشباع .

19. المرجع نفسه، ص.234.

20. المرجع نفسه، ص.235.

## 4.1. نظريات التفسير الشامل لتأثيرات وسائل الإعلام

### 1.4.1. نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع :

يختلف هذا المدخل لتفسير تأثير وسائل الإعلام عن المداخل السابقة التي تركز بصفة كلية على طبيعة الفرد وحده أو على طبيعة المجتمع وحده. وعلى العكس من ذلك فإن الفكرة الأساسية لهذه النظرية هي:

أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإعلام. والطريقة التي نستخدم بها وسائل الإعلام ونتفاعل بها مع وسائل الإعلام تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الإعلام، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الإعلام. لذلك فإن أي رسالة نتلقاها من وسائل الإعلام قد يكون لها نتائج مختلفة، اعتماداً على خبرتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة<sup>(21)</sup>. ويمكن تلخيص النظرية على النحو التالي :

- إن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، حيث تصبح مركز نقل المعلومات، في المجتمعات الصناعية المتحضرة على الخصوص، وتزيد قوة احتمال احتلال وسائل الإعلام لهذا المركز في حال تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغير.

وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كلا من المجتمع ووسائل الإعلام. وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع.

وتكمن قوة هذه النظرية في كونها شاملة، حيث أنها تقدم تصوراً للعلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام بشكل كلي، وتبتعد عن الوقوع في بساطة الأسئلة حول ما إذا كان لوسائل الإعلام تأثير كبير على المجتمع.

وأهم عنصر أضافته أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، فبعد أن رأينا في نموذج الحاجات والإشباع أن الفرد لا يأخذ موقع السلبي في تعامله مع وسائل الإعلام، تؤكد نظرية الاعتماد المتبادل أن المجتمع يمارس تأثيراته على وسائل الإعلام وعلى استخدام الأفراد لها. كما تعكس النظرية الاتجاه العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب ونتائجها.

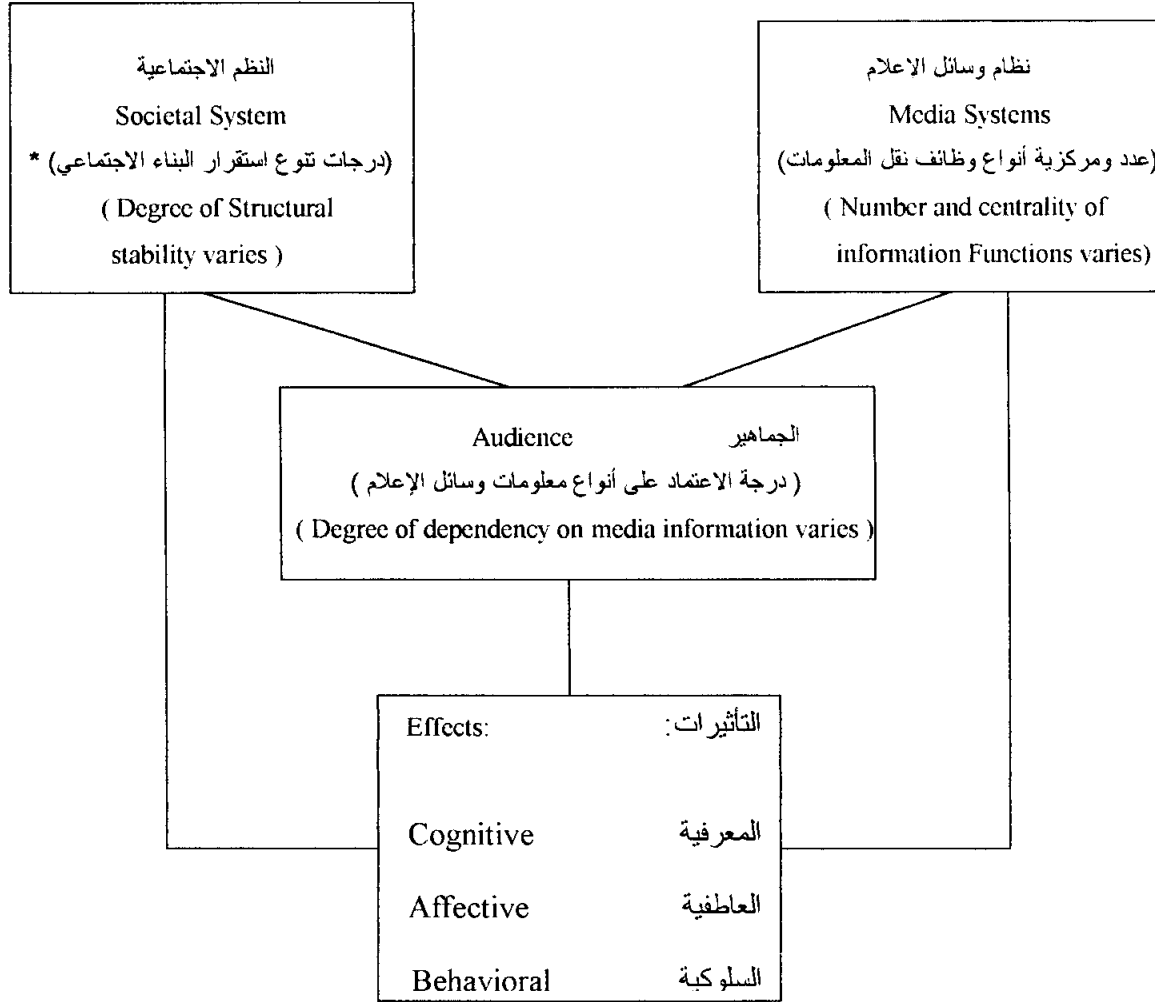
21. Frederick Williams. The New Communication, P.281.

مذكور مترجماً في: بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص.249.

غير أن للنظرية جوانب ضعف كذلك، كعدم تعرضها لدور قنوات التأثير الشخصي، مثل الاتصال داخل الجماعة أو المنظمات، رغم الاتجاه المتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي. كما تفنقر النظرية إلى الدليل المؤيد الإمبريقي الموضوعي. ويرجع ذلك لصعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بهذه النظرية.

والشكل الموالي يلخص العلاقات التي تتحدث عنها النظرية:

شكل بياني (01) - العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع



\*- تشير العبارة بين قوسين إلى المتغيرات التي تؤخذ في الحسبان لكل عنصر من عناصر المنظومة.  
المصدر: بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1996، ص.259.

#### 2.4.1. النموذج المتكامل لتأثيرات وسائل الإعلام:

ينطلق هذا النموذج من كون الأحداث وليدة النظام الاجتماعي أو النظام الثقافي الاجتماعي ومنه تتدفق. وللنظام المجتمعي ثقافته التي تتكون من الموضوعات التي تعتبر نتاجاً للإنسان والعمليات الرمزية والقيم والميكانيزمات المنظمة.

وتتضمن العملية الديناميكية للثقافة، القوى الدافعة نحو الاستقرار مثل الإجماع والتكيف والقوى الدافعة نحو الصراع والتغيير المعاكسة لها.

أما بناء النظام المجتمعي فيتضمن الجماعات الرسمية والأدوار الاجتماعية والمعايير الاجتماعية والضبط الاجتماعي والفئات الديمغرافية المختلفة.

إن هذا النظام المجتمعي يضع قيوداً على نظام وسائل الإعلام ويترك تأثيراً على خصائص وسائل الإعلام ووظيفة توزيع أو نقل المعلومات، بالإضافة إلى تكوين العمليات الفاعلة في المجتمع، كما يؤثر النظام المجتمعي على الأشخاص، فهو ينشط الميكانيزمات التي تمنع التأثير التحكمي لوسائل الإعلام مثل الاختلافات الفردية والعضوية والفئات الاجتماعية والمشاركة في العلاقات الاجتماعية.

ومن ناحية أخرى يخلق النظام الاجتماعي الحاجات عند الأشخاص التي تسهل التأثيرات التحويلية، ويخلق بصفة أساسية الحاجة إلى الفهم والحاجة إلى الفعل والحاجة إلى الهروب إلى عالم المتعة والخيال.

وتقوم نظم وسائل الإعلام بتغطية ونقل تدفق الأحداث الناشئة عن النظام المجتمعي والأشخاص المقيمين في هذا النظام والذين يشكلون أعضائه.

أما الإجراءات الفاعلة أو المؤثرة فإنها تنشأ من خصائص نظم وسائل الإعلام نفسها. وتشمل هذه الخصائص الأهداف الاقتصادية والقيم التكنولوجية والتنظيم، وهذه الخصائص بدورها تؤثر في عدد وحجم وظائف توزيع المعلومات.

والنتيجة الهامة لمراقبة وسائل الإعلام لتدفق الأحداث، وتصنيف هذه الأحداث وتشغيل المعلومات الخاصة بهذه الأحداث من خلال حراس البوابة، هي توزيع المعلومات المختارة التي تتعلق بمدى محدود من الموضوعات وهو يمثل رسائل وسائل الإعلام عن الأحداث المتدفقة.

إن مفتاح هذا النموذج التكاملي هو أن الأشخاص كأعضاء في جمهور وسائل الإعلام يتعرضون لوسائل الإعلام ولديهم حقائق اجتماعية تُعد نتيجة للعمليات التي يمارسها النظام المجتمعي في تنشئة وتقنين أعضائه. أما اعتماد الأفراد على معلومات وسائل



الإعلام فهو نتاج طبيعة النظام الثقافي الاجتماعي والعضوية في الفئات الاجتماعية وحاجات الأفراد وعدد وحجم الوظائف المتميزة لوسائل الإعلام في نقل المعلومات للأفراد. فعندما لا يصبح لدى الفرد حقائق اجتماعية تقدم الإطار المناسب للفهم والتصرف والهروب. وعندما يكون الجمهور معتمداً في الوصول لهذه الأمور والاختيارات على استقبال معلومات ووسائل الإعلام، فهناك احتمال في هذه الحالة أن تغير وسائل الإعلام سلوكيات الأفراد معرفياً، وجدانياً، وسلوكياً.

وتؤثر وسائل الإعلام في حاجات الجمهور وخصائصه النفسية والاجتماعية، وفي بعض الحالات فإن هذه الرسائل تُعدل من طبيعة النظام المجتمعي نفسه.

إن هذا النموذج التكاملي يصف عملية تفاعل مستمر بين النظام المجتمعي ونظام وسائل الإعلام والناس الذين يشكلون جمهور وسائل الإعلام. كما أنه نموذج لرجع الصدى، بمعنى أن التأثيرات التي تتركها وسائل الإعلام على الجمهور تقود إلى سلسلة من الأحداث المتتالية.

ويحاول هذا النموذج أن يحدد متى ولماذا يقع تأثير وسائل الإعلام على كيفية تفكير

الناس وشعورهم وسلوكهم<sup>(22)</sup>.

## 2. وسائل الإعلام وبناء التصور عن الواقع السياسي

شكلت التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام دائماً أحد النهج الأساسية لبحوث ودراسات وسائل الإعلام. وأغلب دراسات التأثير الإعلامي تتناول التأثيرات السياسية. ولا بُد أن تشير إلى أنه من الصعوبة بما كان تحديد العلاقات بين وسائل الإعلام والسياسية أو الحياة السياسية والسلوك السياسي، وأكثر من ذلك تفصيل هذه العلاقات حسب نوع الوسيلة وطبيعة العناصر السياسية (معارف، اتجاهات، سلوكيات).

وما يمكن التأكيد عليه هو أن وسائل الإعلام لا تمارس تأثيرات في المجال السياسي بمنأى عن الظروف والشروط التي تمارس فيها هذه التأثيرات في باقي المجالات، فلها هنا أيضاً حدوداً وعناصر مقاومة.

عموماً فقد توفرت منذ ظهور وانتشار وسائل الإعلام الجماهيرية قرائن تدل على وجود علاقة أكيدة مهما كانت قوتها واتجاه التأثير فيها بين وسائل الإعلام والمجالات السياسية.

22. بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 260-262.

وأول هذه القرائن أن توسيع الاقتراع العام تزامن بشكل كبير مع التطوير الذي شهدته وسائل الإعلام الجماهيرية في سنوات الخمسينيات. كما ظهر حلف خاص بين التلفزيون والسياسة في الولايات المتحدة الأمريكية مع الحملة الانتخابية لانتخابات الرئاسة الأمريكية سنة 1956. فإلى جانب القوافل الإثهارية، الملصقات، والشارات المرسلة إلى المناضلين، قامت الحملة الانتخابية للجنرال أيزنهاور على استخدام مكثف للتلفزيون، وتطورت الأمور فيما بعد لتذهب أبعد من ذلك إلى خلط بين التلفزيون والسياسة<sup>(23)</sup>.

ويعتبر Dominique Wolton أن هناك علاقة لا تنفك أواصرها بين السياسة ووسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، من منطلق عدم القدرة على الفصل بين الديمقراطية والاتصال، بل يقول: أن أحدهما لا يمكن له أن يوجد دون الآخر.

ويدعم قوله بدليلين رئيسيين أولهما أن الاتصال لا ينفصل عن المساواة وحرية الأفراد التي تُعد أحد شروط الاتصال المتكافئ. والحديث عن الاتصال هو حديثٌ عن علاقات بين أفراد وعن المساواة بينهم.. وهو ما يحيل إلى ظهور الديمقراطية التي تعترف للأفراد بصفة العناصر الأحرار المتساوين. وتأتي الأدلة، أن الاتصال أصبح اليوم الوسيلة الوحيدة لتنظيم الديمقراطية الجماهيرية. إذ أنه ومع الانتقال من ديمقراطية النخب التي طبعت القرنين 17م و 18م، وبدايات القرن 19م، إلى ديمقراطية الجماهير، أصبح من الضروري التعامل مع تسيير أعداد هائلة من الجماهير، وتسيير هذه الأعداد الهائلة يمر حتماً عبر الاتصال. "ولا يمكن لديمقراطية الجماهير أن تكون لها اليوم شرعية بدون الاتصال، وبدون وسائل الاتصال الجماهيرية"<sup>(24)</sup>.

والحديث عن تأثيرات سياسية لوسائل الإعلام يشير إلى مستويات مختلفة من التوقع: مستوى محتويات رسائل وسائل الإعلام، مستوى تأثيرها على القواعد التي تحكم الحياة السياسية وفواعلها، ومستوى تأثيراتها على السلوكات والاتجاهات السياسية للمواطنين. وسنتناول تأثير وسائل الإعلام في الحياة السياسية من خلال أربع مستويات نسلسها بداية من الماكرو إلى الميكرو (من الأكبر إلى الدقيق)، بدءاً بالآثار التي تتركها وسائل الإعلام على فهمنا للسياسة والصورة التي نبينها عن الحياة السياسية. ثم موقع وسائل الإعلام كمؤسسة داخل النظام السياسي في حد ذاته، وبعدها تأثير وسائل الإعلام في

23. Marlène Coulomb- Gully, " MOISE et AARON en campagne". Medias Pouvoirs, n° 38(2° trimestre 1995). P.37.

24. Dominique Wolton, " Communication et Démocratie". Medias Pouvoirs, n° 38 (2° trimestre 1995), P. 86.

قواعد العمل السياسي وفواعله، نأتي في الأخير لتناول تأثيراتها على السلوكات والاتجاهات السياسية للأفراد.

## 1.2. وسائل الإعلام والحقيقة السياسية

يؤكد Philippe Breton في يوتوبيا الاتصال (L'utopie de la Communication) أنه " لا يمكن تجاوز وسائل الإعلام اليوم، فقد أصبحت حالياً المكان الوحيد الذي نجد فيه المعلومات التي تمكننا من فك رموز العوالم المختلفة التي نتحرك فيها"<sup>(25)</sup>. ولا يُعد في حقيقة الأمر كلامه مغرقاً في اليوتوبيا بل هو قريب جداً إلى الواقع. حيث أن العالم بالنسبة للفرد يتكون من خلال ما يعرفه عنه، فالعالم بالنسبة لأي فرد هو ذلك العالم أو البيئة التي يعرفها، ولا وجود عنده لما لا يعرفه عن هذا العالم، وهذا ما يسمى بالإطار المرجعي من المعارف والخبرات حول العالم. وعندما تصبح وسائل الإعلام أهم المصادر وأحياناً المصدر الوحيد لهذه المعارف يصبح العالم هو ما تقدمه وسائل الإعلام. وعلى هذا الأساس فإن العالم وصورته تشوبهما تشوهات عديدة في واقعنا الحالي، ما دام ما تقدمه وسائل الإعلام عبارة عن حقيقة من مستوى ثاني، حتى ولو قام الإعلاميون بعملهم بنية موضوعية. فحتى إذا سعى هؤلاء لتطبيق المقولة المشهورة لأستاذ الصحافة الأمريكي Scott " الوقائع مقدسة، والتعليق حرة". فإنه لا نضمن صورة حقيقية للحقيقة كما هي في الواقع، ما دامت الأحداث أو الوقائع الخام لا وجود لها. فلا يصبح الأمر حدثاً إلا بوجود مراقب أو مشاهد، ونقل هذا الأمر. على هذا الأساس " فالموضوعية" سراب، لأن طبيعة الفعل الإعلامي تتطلب تدخلاً من طرف المراقب أو المشاهد. وهكذا " تخلينا عن "الموضوعية" واستعصنا عنها بمفهوم « السعي نحو الموضوعية » التي أصبحت صورة مثلى لا يمكن بلوغها"<sup>(26)</sup>. فكل نظام إعلامي يضع لمستته الخاصة على لوحة الحقيقة التي ينقلها. فالحقيقة التي تعكسها وسائل الإعلام " ليست الحقيقة الموضوعية، ولكنها الحقيقة التي تشترك في قوليتها"<sup>(27)</sup>

والفرد العادي يتقبل ما تقدمه وسائل الإعلام دونما تقييم - كبير - أو نقد، وأساس علاقته بوسائل الإعلام هو الثقة فيما تقدمه كأساس لفهم الذات والعالم المحيط، لتحقيق الإشباع الفكري والعاطفي"<sup>(28)</sup>.

25. Philippe Breton, L'utopie de la Communication: L'émergence de " L'homme sans intérieur". Paris, la Découverte, 1992, P.126.

26. Roland Cayrol, Les médias : Presse écrite, radio, télévision, Paris, PUF, 1991, P.446.

27. Ibid., P.447.

28. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 207.

فوسائل الإعلام تهيكّل وتبني محيطاً سياسياً حقيقياً لا يمكن للأفراد التعرف عليه إلا من خلالها، والمعلومات المتعلقة بهذا العالم تؤثر حتى " في الأفراد الذين لم يتعرضوا لوسائل الإعلام مباشرة، أو الذين يؤكدون قلة اهتمامهم بها" مثلما أكد عليه K. & G. Long.<sup>(29)</sup> وتسمي Kenneth Bolding الحقيقة التي تبنيها وسائل الإعلام عن الواقع السياسي بـ " الصورة الذهنية"، واتجهت مساهمتها إلى التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام على الصورة الذهنية، فأشارت إلى أن وسائل الإعلام لا تؤثر في السلوك الظاهري للأفراد، ولكنها تؤثر على الطريقة والأسلوب الذي ينظم به المتلقي صورته الذهنية عن البيئة، وهذا التنظيم هو الذي يؤثر على الطريقة التي يتصرف بها الفرد.<sup>(30)</sup>

ويرجع بناء الصورة الذهنية إلى وسائل الإعلام أساساً، لأن خبرة وسائل الإعلام أوسع بكثير من خبرة الأفراد الضيقة، فهي تنوب عنهم في تقديم الخبرة الكلية لهم، كما أن هناك عاملاً هاماً آخر يتمثل في قبول افتراض أن وسائل الإعلام يمكنها أن تمارس دوراً هاماً في التأثير والتعريف بالعالم البعيد عن مجال الخبرة الشخصية المباشرة للأفراد. وعلى الرغم من صعوبة ملاحظة التأثير الواقع على الصورة الذهنية للمتلقي بشكل مباشر - ما دمنا نقيسها من خلاله - إلا أنه من الممكن أن نحدد أنواع التأثيرات الاتصالية على الصورة الذهنية في أربع تأثيرات أساسية.<sup>(31)</sup>

#### 1.1.2. تأثير إعادة التعريف أو إعادة التنظيم:

عندما يفسر المتلقي المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام كونها مختلفة عن الصورة التي يملكها عن العالم، أو عندما يفسر هذه المعلومات وتدلّه على أن بعض جوانب صورته الحالية ناقصة أو غير صحيحة، أو أن الصورة غير كاملة عندئذٍ فإننا نتوقع أن يُعيد الفرد بناء وتنظيم صورته عن العالم بما يتوافق والمعطيات الجديدة. وقد وضعت Kenneth Bolding ثلاث نقاط رئيسية تعيد من خلالها رسائل وسائل الإعلام تعريف وتحديد الصورة الذهنية للمتلقي وهي الإضافة وإعادة التنظيم والتوضيح أو التنقية.

#### أ - الإضافة Addition :

حيث تضيف الرسائل الإعلامية أشياء جديدة للصورة القائمة، عندما يفسر المتلقي بعض المعلومات الجديدة التي لا تحتويها صورته الذهنية الحالية، فعندما نحصل على

29. Roland Cayrol, Op. Cit., P.468.

30. Sidney Krauss and Dannis Davis, The effects of Mass communication on political Behavior. London, University park and London. The pennsylvania state university press. 1976. P.210-211.

31. بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 277- 279 .

معلومات إضافية عن موضوع ما، فإن صورتنا عن حقيقة العالم المحيط قد تتسع، ولا يعني ذلك حدوث تغييرات جوهرية، وكل ما هناك أن الصورة قد حدثت لها إعادة تعريف من خلال وبتأثير المعلومات الإضافية الجديدة.

#### ب - إعادة التنظيم Reorganizing :

يُعيد المرء تنظيم الصورة الحالية عندما يُفسر الرسالة الجديدة على أنها تُشير إلى تغيير في بعض أجزاء العالم المحيط، أو على أن هناك تنظيماً خطأ لبعض هذه الأجزاء. وقد تكون إعادة التنظيم قوية إذا شملت أجزاء وعناصر كثيرة من الصورة، كما قد تكون بسيطة في حالة العكس، ومثال ذلك إحداث تغيير بسيط بالتحويل عن تفضيل معجون أسنان إلى آخر، أو عظيم إذا حصل تحول في المعتقدات الدينية.

#### ج - تنقية وتوضيح الصورة Clarification :

توجد دائماً في الصورة التي نبنيناها عن العالم تفاوتات في درجة التأكيد والوضوح الخاصة بالأجزاء المختلفة لها. وفي بعض الحالات لا تضيف الرسالة الإعلامية شيئاً جديداً ولا تحدث إعادة تنظيم ولكنها تقلل من حالة عدم التأكيد المتعلقة ببعض جوانب البيئة الناقصة الوضوح من خلال إعطائها تعريفاً وتحديداً أكبر. ويدخل هذا التأثير في نطاق التأثيرات المحافظة على الصورة.

#### 2.1.2. وظيفة إضفاء المكانة :

تستطيع وسائل الإعلام أن تُضفي مكانة من خلال إثارة الانتباه نحو بعض الناس بما في ذلك تصرفاتهم وقضاياهم، وهذه الوظيفة التي تُعد إحدى الوظائف الثلاث للاتصال الجماهيري تهدف إلى إضفاء الشرعية على آراء وأفعال أولئك الذين تتناولهم وسائل الإعلام بشكل إيجابي. وقد كشف عن هذه الوظيفة الباحث Merton ودعمه Lazarsfeld في أن وسائل الإعلام ليس من الضروري أن تدعم أو تؤيد الشخصيات التي تتناولها حتى تُضفي عليها مكانة، بل يكفي أن تركز الانتباه فقط عليها. فالجمهور يعتقد أنه إذا كان المرء مهماً فعلاً، فإنه سيكون بالفعل موضع اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية، وإذا كان موضع اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية، فإنه بالضرورة شخصٌ مهم.

وتحدث وظيفة إضفاء المكانة أثرها في صور الأفراد عن العالم من خلال إعادة ترتيب وتوزيع عنصر الأهمية على الشخصيات التي تنشط في المجال السياسي وتشكل فاعليه.

### 3.1.2. الأحداث الزائفة - الوهمية - Pseudo – Events :

إذا كان في مقدور وسائل الإعلام أن تضيء المكانة على الفرد وتدفع الآخرين إلى تقديره واعتباره هاماً وجديراً بالاحترام، فإنه من المؤكد أن يهتم الساعون في المجال السياسي إلى السلطة أو أولئك الذين يمارسونها للحصول على التقدير والاحترام والقبول. وعلى هذا الأساس يستعين المرشحون برجال التسويق السياسي والعلاقات العامة ما دامت الشهرة إحدى الشروط الأساسية للفوز بالانتخابات. وبما أن إضفاء المكانة وإعطاء الأهمية تمارسه وسائل الإعلام من خلال تركيزها على نقل كل كبيرة وصغيرة عن هؤلاء الأفراد، وإحدى أهم القيم الأخبارية التي تجعل وسائل الإعلام تهتم بأمر أو قضية ما، هي استجابة هذا الأمر لمعايير "الحدث" بمعناه الإعلامي. ويستغل رجال العلاقات العامة هذه النقطة ليرتبوا الأحداث من خلال وسائل الإعلام.

وإذا كانت سيرورة إضفاء المكانة تتم بهذا الشكل، وأن الجمهور يعتمد على إضفاء المكانة في بناء صورته عن العالم وحقيقته، فإن الاستنتاج المنطقي منه هو أن وسائل الإعلام تصنع وتشكل حقيقة جديدة عن العالم.

وبصفة عامة فإن وسائل الإعلام يمكنها خلق الحقائق عن الناس والأحداث لكن من الصعب قياس قبول المجتمع لهذه الحقائق أو اتباعه لها إمبريقياً .

### 4.1.2. وضع الأجندة Agenda Setting :

قام بصياغة هذا المصطلح الإعلامي الباحثان Show و Mecombs (1972) ليصفا ظاهرة إعلامية بدأ الاهتمام بها منذ دراسات Lazarsfeld عن الحملات الانتخابية (1944)، وقد سماها آنذاك بقوة وسائل الإعلام في تشكيل القضايا Structure Issues<sup>(32)</sup>. وتعني كلمة Agenda حسب تعريف وبستر WEBSTER : قائمة بالأشياء والعناصر التي ستناقش في اجتماع معين. والمقصود بها في المجال الإعلامي هو قدرة وسائل الإعلام على تحديد الأولويات فيما يختص بالمواضيع والقضايا التي سيناقشها الناس. فوسائل الإعلام تلعب دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام فيما يتعلق بالقضايا التي تواجه المجتمع، وذلك من خلال توجيه الاهتمام لبعض القضايا وإغفال البعض الآخر. ووسائل الإعلام بشكل متعمد أو غير متعمد قد تصنع أولويات الاهتمام بين قطاعات مختلفة من الجمهور. فوسائل الإعلام - بشكل واسع - هي التي تحدد اختيارات المعطيات السياسية المعدودة هامة لإعادة نقلها للجمهور.

32. دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته، مرجع سابق، ص. 179.

وقد أبرزت العديد من الدراسات والتحقيقات الميدانية، خاصة مع الحملات الانتخابية، أن المواطنين يبنون أفكارهم حول الرهانات السياسية، والقضايا التي تبرز حولها التناقضات السياسية الأساسية، والمحاو التي تنتظم حولها المنافسة الانتخابية، من خلال استهلاكهم لرسائل وسائل الإعلام (التلفزيون على الخصوص)<sup>(33)</sup>.

وتعد وظيفة وضع الأجندة السياسية أساسية. فجهود الأحزاب السياسية تذهب سداً، عندما لا تتمكن من تمرير محاورها الدعائية إلى جمهرة الناخبين. والمواطنون من جهتهم يعتمدون على وسائل الإعلام للتعرف على "النقاط الساخنة" في خضم النقاش السياسي. وعلى أساس هذه النقاط الساخنة ومواقف المتنافسين المختلفة حولها يحدد المواطنون سلوكهم السياسي.

غير أن وصول دراسة ما إلى نتيجة مفادها وجود ارتباط بين أجندة وسائل الإعلام والجمهور، قد لا يفسر على أنه تأثير لوسائل الإعلام بقدر ما هو تأثير مشترك مع متغيرات أخرى مثل المناقشات السياسية الشخصية والاهتمام بالأخبار والمشاركة السياسية. وعلى الرغم من أهمية دراسة هذه العوامل الوسيطة في تطوير نظرية وضع الأجندة إلا أن النتائج جاءت بعض الأحيان متناقضة، فقد توصل Show و Mecombs إلى أن مستوى المناقشات الشخصية مثلاً ينقص من تأثير وضع الأجندة. فيما توصل Mullins (1973) إلى العكس، فالمستوى العالي من المناقشات الشخصية يزيد في تعزيز تأثير وضع الأجندة<sup>(34)</sup>.

ويجب أن نُقر أن معظم الدلائل على فرضية وضع الأجندة غير قاطعة، وأن

التقييم العام لهذا يفيد أنها فرضية ممكنة ولكنها غير مثبتة إثباتاً أكيداً.

وتثار الشكوك حول الفرضية بسبب متطلبات إجرائية بحثية غير مستوفاة كما تثار بسبب نقاط غموض ذات طابع نظري، ففتنترض فرضية وضع الأجندة أن عملية التأثير تتجه من أولويات القادة السياسيين إلى أولويات وسائل الإعلام، التي تتأثر بشكل كبير بالقيم الإخبارية الصحفية وبرغبات واهتمامات الجمهور، ومن ثم تتجه التأثيرات إلى أولويات الجماهير - أي إلى ما يعتقد الجمهور أنه هام - وبطبيعة الحال فإننا نرى أنه يمكن أن يكون اتجاه التأثير عكس ما تقرره الفرضية فتصبح اهتمامات وأولويات الجماهير هي المحددة لأولويات وسائل الإعلام التي بدورها تساهم في تحديد أولويات القادة السياسيين<sup>(35)</sup>.

ويمثل هذا الرأي المخرج الذي وجده أصحاب النظرية للخروج من مأزق

الضعف الذي سقطت فيه، وذلك بدمج نتائج نموذج الحاجات والإشباع معها.

33. Roland Cayrol, Op. Cit., P.455.

34. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص.279.

35. دنيس مكويل، مرجع سابق، ص.181.

## 2.2. وسائل الإعلام، فضاء النشاط السياسي

يشير الاستخدام الشائع لعبارة "السلطة الرابعة" إلى ممارسة سياسية تجبر النشاط الحكومي - على الخصوص - على أن يتم تحت مراقبة وسائل الإعلام، دون أن يمثل ذلك نقل سلطة موازية<sup>(36)</sup>.

ورغم أن هذه العبارة قد ميع استخدامها شعبياً وإعلامياً وحتى سياسياً، إلا أن النقل الذي تمثله وسائل الإعلام في النظام السياسي لا يمكن تجاهله، وما فتى يتعاظم. وتمثل وسائل الإعلام هدفاً للجدل السياسي العام، وكمثال يشكل الوضع القانوني للتلفزيون العمومي في فرنسا أحد محاور الصراع الدائمة بين الأحزاب والشخصيات السياسية، وأي تغيير في الأغلبية البرلمانية يتبعه في غالب الأحيان إعادة النظر في تسيير السمعى البصرى فى فرنسا. ونفهم كون وسائل الإعلام محور جدل سياسى لكونها تمثل أكثر فأكثر المكان الذى تصنع فيه الأحداث السياسية، بل وفضاء السياسة الأساسى. فوسائل الإعلام تضبط إيقاع النقاش السياسى وتضمن ريثم السياسية، بالتركيز على الأحداث الهامة<sup>(37)</sup>.

وتقترح وسائل الإعلام نفسها حكماً فى النقاش والجدل السياسى الدائر فى المجتمع من خلال ادعاء القيام بعمل موضوعى فى نقل آراء الأطراف المختلفة والحرص على إعطاء نفس حظوظ البروز والتعبير لكل واحد منها، فهى تنصب نفسها مؤسسة سياسية مستقلة.

كما أن وسائل الإعلام والتلفزيون على الخصوص بذلك قد عوضت إلى حد ما المؤسسات الوسيطة من غرف برلمانية وأحزاب<sup>(38)</sup>.

وقد ورثت وسائل الإعلام الحديثة عن عميدتها - الصحافة - دوراً سياسياً هاماً، فهى تعمل ممثلة لجمهورها ومعبرة عنهم، وناقلة لآراء جماعات المصالح المختلفة ومصدراً للمعلومات عن الخيارات والبدائل والقرارات والسياسات المختلفة، التى يعتمد عليها كل من الناخبين والسياسيين فى الاختيار واتخاذ القرار. وتعانى المؤسسات السياسية من انصراف الجماهير عن المصادر الحزبية والمالية للمعلومات إلى وسائل الإعلام التى تطبع عملها فى هذا المجال مجموعة من السمات<sup>(39)</sup>:

36. Jean- Jacques Cross, " Médias et vie politique ", dans: Isabelle Crucifix ( red. chef ), institutions et vie politique, ed. mise à jour, La documentation Française. 1997. P.129.

37. Roland Cayrol, Op.Cit., P.447.

38. Marlène coulomb - Gully, Loc.cit., P.40.

39. دنيس مكويل، مرجع سابق، ص. 212 .



- 1 - أنها تقدم المعلومات بشكل أكبر فعالية ويسرا للجماهير من مصادر المعلومات الحزبية.
- 2 - أنها تقدم المعلومات بشكل أكبر تشويقاً وأجدر بالثقة من مصادر المعلومات الحزبية.
- 3 - أنها تقدم معلومات خاضعة لحكم الخبراء المستقلين، بحيث يبدو كما أن وسائل الإعلام أصبحت من القوة بمكان بحيث أنها تحدد أجندة القضايا العامة، وتعرف الجماهير بالقضايا الهامة بشكل مستمر، ويبدو دور الأحزاب السياسية والسياسيين قد انحصر في الاستجابة لطلبات واحتياجات الإجماع الجماهيري المنقول في وسائل الإعلام.

### 3.2. تشخيص المجال السياسي وطمس نقاش الأفكار

اقتنع رجال السياسة منذ زمن ليس بالقريب بفكرة ضرورة الظهور المتميز على شاشات التلفزيون، واعتقدوا موقنين بأن ذلك سيحدد النتيجة الانتخابية ومدى قبولهم لدى الجماهير، ولكن هذا الانبهار بوسائل الإعلام والتلفزيون خصوصاً سرعان ما كلف السياسيين والسياسة الشيء الكثير، بعد أن أخضعت الرسائل السياسية وصور السياسيين إلى قالب المحتويات الإعلامية والتلفزيونية على الخصوص، الذي يفرض معايير الخفة والترفيه على هذه المحتويات من منطلق الفكرة التي مفادها أن الجمهور لا يستخدم وسائل الإعلام إلا لإشباع حاجة أساسية واحدة هي الحاجة العاطفية بالهروب من الواقع وللترفيه. فتأثر المجال السياسي من ناحيتين أساسيتين بتشخيصه في الأفراد على مستوى الفواعل، وطمس نقاش الأفكار والإيديولوجيات، والقضاء بالتالي على استقطاب (وجود أقطاب) النظام على مستوى الفواعل التي تحكمه. فوسائل الإعلام تجلب الانتباه إلى رجال السياسة أكثر من الأحداث والمنظمات والمؤسسات السياسية، وهو ما يؤدي إلى تشخيص المجال السياسي.

والحياة السياسية كما تصور على أعمدة الصحف تظهر كأنها لعبة صراعات وتحالفات بين أشخاص بدلا من كونها ناتجة عن قوى اجتماعية، وعن تيارات ومنظمات نشطة<sup>(40)</sup>.

ويُدعم التلفزيون كثيراً هذا التوجه التشخيصي من خلال خلق الانطباع لدى الجمهور بوجود نوع من العلاقة الحميمية مع الشخصية التي تتحدث في الشاشة. خصوصاً من خلال تركيز التلفزيون في تقديمه للشخصيات على الجوانب الشخصية جداً والحميمية أيضاً، وهو لا يفعل بذلك شيئاً غير إخضاع التقديم لخصائص نظام النجومية الذي تحدث عنه Edgar Morin في كتاباته والذي خلقته السينما.

40. Roland Cayrol, Op.Cit., P.449.

ويعتبر Daniel Bounoux ما تقعه وسائل الإعلام هدماً لمفهوم الفضاء العمومي الذي بناه Habermas والذي يملك قيمته التحليلية الكبيرة في المجال السياسي، ويقول في هذا الشأن.

من خلال خصخصة الشخصيات العامة [...] فإن وسائل الإعلام الجماهيرية والتكنولوجيات الحديثة أينما حلت، تخصص حدود القريب والبعيد، الحميمي، الخاص والعام. هل كان لزاماً عرض الحياة الجنسية للرئيس كلنتون وتعليق جيو سياسية أمريكا التي تواجه العراق، أو قيمة الدولار، بالاعترافات التي سجلت في غفلة منه لمونيكا لوينسكي؟<sup>(41)</sup>

ويُعد دخول "سبر الآراء" أحد عناصر تشخيص المجال السياسي من طرف وسائل الإعلام ما دامت هذه التقنية تتوقف على ترويج نتائجها من قبل وسائل الإعلام، إضافة إلى أنها تُركز في غالب الأحيان على آراء الجماهير، في شخصية سياسية معينة، واتجاهات التصويت لصالحه. "وتستخدم قنوات التلفزيون سبر الآراء بشكل مكثف لأنه يُمكنها من إدماج الحملة الانتخابية في نطاق طريقة عملها هي"<sup>(42)</sup>. فسبر الآراء بالنسبة لرجال السياسة يُعادل ما يمثله قياس المتابعة لقنوات التلفزيونية. وكثيراً ما تُجري هذه القنوات التلفزيونية عن طريق وسائل الاتصال الحديثة (الهاتف، جهاز الإعلام الآلي، الإنترنت..) سبر الآراء حول الشخصيات السياسية في ذات الوقت الذي تبت مناقشتهم السياسية المباشرة، ويقوم الجمهور هؤلاء لا على أساس تحليلهم للقضايا، ولكن فقط على قدرتهم على الإقناع وإيصال رسالته، أو كما وصفها البعض على "قدرتهم بأن يكذبوا بشكل صادق".

وبما أن المترشحين ورجال السياسة مجبرون على الدخول في قالب الحصص التلفزيونية التي تقدمهم والذي حددت قواعده خارج إطارهم السياسي، وما دام التلفزيون فضاءاً للمثير، وما دام الدافع الأساسي للجمهور هو الترفيه، فإن رجل السياسة يوضع أكثر فأكثر في وضع "الممثل" خلال الحصص السياسية التلفزيونية حيث تخسف كلمة "تلفزيون" شيئاً فشيئاً كلمة "سياسة"<sup>(43)</sup>.

وهكذا تحل محل الثلاثية السياسية المعروفة مواطنون - حكومة - برلمان وأحزاب،

ثلاثية إعلامية هي: جمهور - ممثلون سياسيون - وسائل إعلام<sup>(44)</sup>.

41. Daniel Bounoux. Introduction aux sciences de la communication. Alger. Casbah

Editions.coll. "approche", 1999. P.95.

42. Gérard Leblanc. " la décision des indécis", Mediaspouvoirs, n° 38 (2° trimestre 1995), P.24.

43. Roland Cayrol, Op.Cit., P.468.

44. Marlène Coulomb- Gully, loc. Cit., P.40.

أما الجانب الثاني لتأثيرات وسائل الإعلام في المجال السياسي بسبب تحولها إلى وسيط هام فيه، وتسليم السياسيين مصيرهم لها، فيتمثل في قلب قواعد العمل السياسي الذي يعد في المقام الأول صراع أفكار وبرامج.

فوسائل الإعلام تفرض من خلال مقاييس عملها سباقا نحو الملموس يكون في غالب الأحيان غير متناسب مع نقاش أفكار حقيقي. والقاعدة المقبولة هي أننا لا نتصل جيدا سوى عن طريق البسيط والأنّي مثلما تقتضيه أنية وسائل الإعلام.

ففقد النقاش السياسي كثافته وبريقه، ويعتبر Jean- Marie Cotteret أن التلفزيون هو السبب الرئيسي " فالسياسي يتوجه إلى ملايين الأفراد في الوقت ذاته، وليتم فهمه عليه أن يجد القاسم المشترك الأدنى"<sup>(45)</sup> " بين هذا الشتات المختلف المستويات والاتجاهات من الأفراد. وأهم ما يجب على السياسي - وفقا لتعاليم وسائل الإعلام - أن يتجنبه هو الخوض في خطاب إيديولوجي حول التوجهات والخطوط الكبرى التي يجب أن يقوم عليها المجتمع والنظام السياسي خصوصا وأن "الإيديولوجيا" تثير الخوف لدى الكثيرين. و"الخطاب السياسي الفارغ هو الذي يثير أدنى قدر من الخوف. فأصبح الحديث دون قول أي شيء فناً خطابياً"<sup>(46)</sup>.

بل إن هذا التوجه الجديد لا يؤثر فقط على محتوى الخطاب السياسي بتجريده من طابع الأفكار والإيديولوجيات، ولكنه يؤثر حتى على بنائه الشكلي مع ظهور قواعد جديدة لنفن الخطابة بتفضيل الجمل القصيرة والانتباه لنبرات الحديث وحركات وإيماءات الوجه، والأمثلة على ذلك كثيرة فقد كان دوغول يردد خطاباته أمام المرأة ويحفظها عن ظهر قلب. إن هذا التأثير على الخصائص الإيديولوجية للنقاش السياسي يؤدي إلى عرض سياسي متشابه تنطمس فيه معالم الصراع والقطبية المتضادة، وهو ما يترك أثرا بليغة على درجة انغماس الأفراد في الحياة السياسية ومشاركتهم فيها، كما سنتعرض لذلك فيما بعد.

#### 4.2. تأثير وسائل الإعلام في السلوكات السياسية؟

لم يثبت في أغلب الدراسات وجود علاقات مباشرة وسببية قوية بين وسائل الإعلام والتغير في السلوكات السياسية حالها كحال السلوكات الإنسانية عموماً. وبينت دراسات كثيرة أن وسائل الإعلام لا يمكن أن يكون لها تأثير كبير أثناء الحملات الانتخابية على سلوكات الأفراد. لأن ثلثي الناخبين على الأقل - من ناحية نظرية - يملكون نوايا

45. Jean- Marie Cotteret. Gouverner c'est paraître : réflexion sur la communication politique. Paris.

P.U.F., coll. " politique d'aujourd'hui", 1991. P.45.

46. Ibid., P. 47.

انتخابية محددة سابقة للحملة الانتخابية وما يحدث غالباً هو تعزيز هذه النوايا وهو ما وجده Lazarsfeld و Berlson و McPhee في دراستهم عن الحملة الانتخابية سنة 1948. ولا تمارس وسائل الإعلام تأثيراً على السلوك والاختيار الانتخابي سوى لدى الأفراد المترددين. وقد يتسبب ما تحدثه وسائل الإعلام من دفع للأحزاب والمترشحين إلى تقديم برامج متشابهة ومتماثلة في زيادة أعداد المترددين [الذين لا يملكون نوايا انتخابية محددة قبل الحملة الانتخابية] أمام غياب البدائل المتميزة الواضحة<sup>(47)</sup>.

كما أن وسائل الإعلام يمكن أن تحفز ناخبين كانوا من قبل بعيدين عن فكرة المشاركة في التصويت على التفكير في ذلك والقيام به، وهو ما قد يرجح كفة الانتخابات لصالح حزب - مترشح - أو آخر.

فعلاقة وسائل الإعلام بالسلوكات السياسية يحكمها قانون التأثيرات الأدنى للانغ والانع، نظراً لأنها - أي السلوكات السياسية - نتاج مجموعة معقدة من العوامل الاجتماعية، السياسية والنفسية.

و لا تغادر هذا العنصر دون التطرق إلى وجه آخر من تأثيرات وسائل الإعلام، أو لنسمها الثورة التي أحدثتها وسائل الإعلام على مستوى الحياة السياسية. وتتمثل في دور التلفزيون والتكنولوجيات الاتصالية الحديثة. فقد ثار نقاش كبير حول ما سمي بالديمقراطية التلفزيونية La télé-démocratie. وليست هذه النقطة الوحيدة التي أثار حولها التلفزيون جدلاً بشأن تأثيراته السياسية، وهو الوسيلة الإعلامية التي أثار الانتقادات الكبيرة والمختلفة عند باحثين ودارسين كثر أمثال Adorno , Habermas , Morin , Postman , Enzenberg أو Virilio ، كونه [التلفزيون] يعلم الأفراد نماذج سلوكية سيئة، أو يجعل المتلقي تافهاً ، أو يحد في كل الحالات من حريته<sup>(48)</sup>.

ولكن عند هذا الحد وفي ضوء هذه القوة المتوخاة في التلفزيون يمكن أن نستنتج أنه يتعارض والديمقراطية، مادام يتعارض مع أحد مبادئها القائل بحرية الاختيار والأحكام، لأنه يمكن ببساطة أن يصبح وسيلة في يد البعض لتحديد اختيارات الأفراد ورسم أحكامهم. وفي مقابل هذا الطرح المنتقد للتلفزيون يرى آخرون أنه أداة لتكريس الديمقراطية، والوسيلة الأفضل للاتصال السياسي، مادام يمكن - مثلما تفعله الحصص السياسية المباشرة - المواطن من المشاركة المباشرة في النقاش السياسي، عن طريق الاتصال الهاتفي مثلاً وهذه

47. Gérard Leblanc, Loc. Cit., P.25.

48. Carlo Freccero, "La démocratie antidémocratique". Mediaspouvoirs, n° 38 ( 2° trimestre 1995), P.30.

التفاعلية الجديدة بين التلفزيون والمواطن تجعل الديمقراطية المباشرة - المثلى - ممكنة. كما يشير البعض إلى أن التلفزيون يساهم في إعادة الاعتبار للفرد داخل الإطار السياسي، فهو الذي يمكن السلطة والمترشحين للسلطة من الاتصال بالأفراد. وهكذا يظهر التلفزيون في نفس الوقت، كعنصر لا غنى عنه للديمقراطية - لأنه يظهر اليوم كأفضل حامل تقني ضروري للاقتراع العام - ولكن أيضا كعنصر خارق يقدم صورة كاريكاتورية [تبسيطية] عن الديمقراطية ذاتها، لأن منطق الاقتراع العام والبحث عن إقناع المترشحين يدفع خطاب الحملات الانتخابية إلى التجرد تدريجيا من المحتويات الإيديولوجية والاجتماعية وتعزيز العناصر الأكثر سطحية لسياسة تمشيدية تعتمد الإثارة<sup>(49)</sup>.

ورغم أننا قد قدمنا هنا - في هذا العنصر - زوايا عديدة ومتشابهة عن موقع وتأثيرات وسائل الإعلام في الحياة السياسية وطبيعة العلاقات التي تربطها بها. إلا أننا نعتقد أن ما سبق لا يشير كثيرا إلى العلاقات التبادلية بقدر ما يشير إلى علاقات في اتجاه واحد من وسائل الإعلام إلى المجال السياسي. ولتدارك هذا وتقديم إطار شامل متكامل لتحليل هذه العلاقات التبادلية وضع باحثون بناء مفاهيمياً يُدعى بـ "النظام الإعلامي السياسي"، أورده بيسيوني إبراهيم حمادة في كتابه "وسائل الإعلام والسياسة" سنتعرض إلى تقديمه في العنصر الموالي.

### 3. النظام الإعلامي السياسي وتحليله

تُشير عبارة النظام الإعلامي السياسي إلى "شبكة العلاقات التي تربط بين العناصر المتعلقة بنوعين من المؤسسات وهي المؤسسات الإعلامية والمؤسسات السياسية". وتوجد هذه المؤسسات في حالة تفاعل مستمر على المستوى الأفقي لإعداد الرسالة الإعلامية. ولكنها منفصلة على المستوى العمودي، "وهذا التفاعل بين المؤسسات له أساس مستقل عن السلطة أو القوة داخل المجتمع. وأحد مصادر قوة النظامين [السياسي والإعلامي] تتبع من علاقتهما بالجمهور<sup>(50)</sup>". حيث أن كليهما يساهم في نشر المعلومات والأفكار من وإلى المجتمع ويتكون النظام الإعلامي السياسي من العناصر التالية:

49. Roland Cayrol, Op. Cit., P471.

50. بيسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 280.

1 - الجوانب الإعلامية للمؤسسات السياسية.

2 - الجوانب السياسية للمؤسسات الإعلامية.

3 - توجهات الجمهور نحو الإعلام السياسي.

4 - الجوانب الإعلامية ذات الصلة بالثقافة السياسية.

وترجع قوة النظام السياسي إلى قدرته على بلورة وإبراز الاهتمامات وتعبئة القوى الاجتماعية لأغراض الفعل السياسي. أما القوة المستقلة للمؤسسات الإعلامية فهي أقل وضوحاً، وقد ينكرها أولئك الذين يتصورون النظام الإعلامي وكأنه نظام ثانوي، لكونه يعتمد على الآخرين في عرض وتقديم الأخبار والآراء وكونه مقيداً بدرجة كبيرة في تنفيذ عملياته بمجموعة العوامل السياسية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية. ومع ذلك هناك ثلاثة مصادر لقوة النظام الإعلامي هي<sup>(51)</sup> :

#### أ. الأساس البنوي Structural Base :

تمثل قدرة وسائل الإعلام على إعطاء السياسي جمهوراً لا يمكن أن يتاح له من خلال وسيلة أخرى، منبع الجذور البنوية لقوة وسائل الإعلام. فالدور التاريخي الهام لوسائل الإعلام في مجال السياسة متوقف على حجم الجمهور المتلقي إلى الدرجة التي أصبحت معها الحواجز السابقة كضعف المستوى التعليمي والاهتمام السياسي من الممكن التغلب عليها إلى حد كبير .

#### ب. الأساس السيكولوجي Psychological Base :

وينبع هذا الأساس لقوة وسائل الإعلام من علاقات المصداقية والثقة التي طورتها وسائل الإعلام مع جمهورها (على الرغم من اختلاف درجات المصداقية) كما ترجع القوة السيكولوجية لوسائل الإعلام إلى الثقة القائمة في العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور مع مرور الوقت .

وبالتأثير المشترك للقوى النفسية والبنوية تمكنت وسائل الإعلام من التوسط بين السياسيين والجمهور، وهو ما دفعها للتدخل في عمليات سياسية أخرى، ومن أمثلة التأثير السياسي لوسائل الإعلام في هذا المجال قدرتها على تحديد توقيت وسمات الحدث السياسي كاجتماعات والمظاهرات، وظهور الزعماء.. الخ، وتحديد الأزمات التي ينبغي أن يتعامل معها السياسيون فيما سمي - كما أشرنا من قبل - بوضع الأجندة. وساعدت المكانة التي ما فتئت وسائل الإعلام تنصدرها في المجال السياسي على نمو مؤسسات إعلامية

51. المرجع نفسه، ص. 281-293.

جديدة مثل مؤسسات العلاقات العامة ووكالات استطلاعات الرأي العام والمتخصصين في إدارة الحملات والإعلان السياسي.

### ج. الأساس المعياري Normative Base :

لكون التدخلات السابقة لا تلقى قبولا واستحسانا كبيرين من قبل السياسيين فإن الجذور المعيارية لقوة وسائل الإعلام قد تصبح ذات أهمية كبيرة في أوقات الأزمات، وبخاصة في الديمقراطيات القائمة على حرية التعبير والهيئات المعنية بحماية المواطنين ضد الإساءة المحتملة من السلطة السياسية كمنظمات الدفاع عن حقوق الإنسان. ويوضح ذلك دور معيار حرية التعبير في هذه المجتمعات في حماية وسائل الإعلام وتعزيز قوتها. وهو ما يضفي صفة الشرعية على الدور المستقل لوسائل الإعلام في المجال السياسي وينأى بها على المحاولات العلنية لوضعها تحت سيطرة السياسة والسياسيين.

يعتمد تحليل النظام السياسي الإعلامي في إبراز شبكة العلاقات التي تربط المؤسسات السياسية بالمؤسسات الإعلامية، على مجموعة مداخل هي: تحديد العلاقات في ضوء أدوار الجمهور، وتحديد تدخل تأثيرات وسائل الإعلام في العلاقات المختلفة بين وحدات وعناصر النظام السياسي ومؤسساته، وأخيرا البناء القائم على تكامل وحدات النظام الإعلامي السياسي.

### 1.3. أدوار الجمهور

ظهر مفهوم أدوار الجمهور في إطار المحاولات الخاصة بتطبيق نموذج الحاجات والإشباع على المجال السياسي من خلال دراسة اتجاهات الناخبين نحو المضمون السياسي للإعلام. وأكدت هذه الدراسات فروض النموذج القائلة بأن المتلقين المختلفين للمعلومات السياسية، تدفعهم إلى هذه المعلومات أهداف وحاجات مختلفة، ولهذا يطورون توجهات مختلفة نحوها. ويتبع ذلك أنهم يمارسون أدوارا مختلفة في النظام الإعلامي السياسي. وفي دراسة لتوجهات الجمهور نحو المضامين السياسية للإعلام في بريطانيا وضع Blumer (1975) أربعة أدوار للجمهور بحسب درجة الانغماس في الحياة السياسية.

**الحزبي أو المتحزب:** ويعبر عن درجة عالية من الانغماس، ويبحث في وسائل

الإعلام عن معلومات تدعم عقائده الموجودة.

**المستقل:** وهو فرد يسعى من خلال وسائل الإعلام إلى البحث عن المعلومات التي

تمكنه من اتخاذ قراره الانتخابي وهو ما يعني أنه منغمس عقلائي.

**المراقب:** قليل الانغماس، ويبحث عن المعلومات المتعلقة بخصائص البيئة السياسية مثل السياسات الحزبية والقضايا المعاصرة والزعماء السياسيين.

**المتفرج أو غير المبالي:** ويبحث عن الإثارة أو التشويق وإشباع حاجاته العاطفية، وهو منعدم الانغماس في الحياة السياسية.

ومن خلال أدوار الجمهور يمكن تحديد العلاقات التي تربط الأفراد المختلفين في النظام الإعلامي السياسي وبين مؤسساتهم التي يمثلونها، وذلك باستنتاج أدوار كل منهم المرتبطة بأدوار الجمهور، والجدول الموالي يوضح ذلك.

### جدول 01 - تكامل الأدوار في النظام الإعلامي السياسي

المتحدثون باسم الأحزاب Party spoken	الإعلاميون Media personnel	الجمهور Audience
المناضل الحزبي Gladiator	المرشد Editorial guide	الحزبي partisan
المقنع الرشيد Rational persuader	الوسيط Moderator	المستقل أو الليبرالي Liberal citizen
مصدر المعلومات Information provider	الحارس Watchdog	المراقب Monitor
الممثل Actor or Performer	المرفه (المسلي) Entertainer	غير المبالي أو المتفرج Spectator

المصدر: بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1995، ص. 285.

ويمكن قراءة الجدول كالتالي:

1. تتحدد مواقع القائمين على المؤسسات الإعلامية، والمكلفين بالنواحي الإعلامية في المؤسسات السياسية والأحزاب بالخصوص، على ضوء الأدوار التي يأخذها الجمهور تبعا لدرجة انغماسه في الاهتمام بالحياة السياسية.
2. عندما يكون انغماس الفرد كبيرا إلى درجة التعرف على الذات في حزب معين - أي يصبح الفرد متحزبا - فإن الإعلاميين يأخذون في إدراكه دور المرشد فينتبع الحزبي عندهم ما يتوافق مع قناعاته الحزبية ويسترشده به في تعزيزها. أما المتحدثون باسم الأحزاب (قياداته) فهم في نظر الحزبي مناضلون قريبون من مراكز صناعة أيديولوجية الحزب وبرامجه، وأفكاره. فيأخذ الحزبي أفكارهم مباشرة كمعطى يهيكله في نطاق قناعاته.
3. إذا اتخذ الجمهور لنفسه موقع المستقل فإنه يتعامل مع المعلومات بصفة عقلانية بحسب الإيجابيات والسلبيات والعناصر المدعمة والعناصر المهدمة لمختلف القناعات، من أجل بناء اتجاهاته وقراراته الانتخابية. وعليه يصبح دور الإعلامي في هذه الحالة هو الوساطة



بين الجمهور المستقل، والمتحدثون باسم الأحزاب الذين يجدون أنفسهم في وضعية الدفاع عن أفكارهم وبرامجهم بإعطاء الحجج والبراهين من أجل إقناع الجمهور بتحويل قراره الانتخابي لصالح أحزابهم.

4. في حال كان انغماس الفرد ضئيلا جدا واتخذ لنفسه موقع المراقب المهتم بمعرفة خصائص البيئة السياسية وفواعلها والقضايا المطروحة فيها دون أن تكون له نوايا الإسهام الفعال فيها، فإن الإعلامي يصبح دوره عندها، الانتباه لكل ما يحدث في الحياة السياسية وإعلام الجمهور به، وهي المهمة التي جعلت بعض الباحثين يطلقون على الإعلاميين تسمية بدينة لم يتقبلها كثيرا هو لاء وهي "كلاب الحراسة" "Watch dog"، ويتخذ المتحدثون باسم الأحزاب في هذه الحال موقع مصدر المعلومات فقط.

5. عندما ينعدم اهتمام وانغماس الفرد في الحياة السياسية إلا ما كان عرضا، أي أن الجمهور اتخذ لنفسه موقع المتفرج الباحث عن الغريب والفضولي للأشياء المثيرة والمشوقة، يصبح الإعلاميون ووسائل الإعلام مجرد مرفهين، فيما يتقلب دور المتحدث باسم الأحزاب ليندمج والطبيعة الجديدة لما يقومون به، ألا وهو الترفيه عبر وسائل الإعلام Entertainment ويصبح مجرد ممثل.

### 2.3. مستويات العلاقات السياسية

يرى Symaur Ure (1974) أن ثمة أربعة علاقات سياسية تؤثر فيها وسائل الإعلام. وهذه العلاقات هي: العلاقة بين الفرد والنظام السياسي، والعلاقات بين النظام السياسي ككل والمؤسسات المكونة له سواء كانت الأحزاب أو البرلمان أو غيره من المؤسسات السياسية وبعضها البعض، ورابع بين الأفراد والمؤسسات. وأضاف Mcquail لأنواع Symaur Ure الأربعة نوعا خامس هو العلاقات بين الأفراد - خاصة البارزين منهم- والتي يمكن كذلك أن تتأثر بوسائل الإعلام.

ويبحث هذا المدخل لدراسة العلاقات الارتباطية بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات السياسية في تساؤل أساسي وهو: ما هي نوعية العلاقات التي تخضع لتأثير وسائل الإعلام وما هي نتيجة هذا التأثير ؟

وفيما يلي نتعرض إلى العلاقات السياسية وإلى التأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام

فيها بالتفصيل:

### 1.2.3. العلاقة بين الفرد والنظام السياسي:

يحيك الأفراد مجموعة من العلاقات مع النظام السياسي، وأكثر أشكال هذه العلاقات خضوعاً لتأثير وسائل الإعلام هو إدراكه أو تصوره للسياسية. بدءاً ببناء تصور عن القائمين بالعمل السياسي وهل يسيطرون على الأحداث أم تسيطر عليهم الأحداث؟ كما تدخل أسئلة أخرى في بناء عناصر إدراك السياسية، هل السياسة عمل جدير بالاحترام؟ ما هي القضية السياسية؟ وغيرها.... وتتوقف الإجابة على هذه الأسئلة جزئياً على طبيعة وسائل الإعلام نفسها، والأهداف التي تتوخاها من نقل وتقديم المعلومات حول السياسة، فقد يكون لهذه الوسائل والقائمين عليها رغبة في تحجيم الأحداث، أو التقليل من أهميتها. أو إعطاء الأحداث السياسية رموزاً ملائمة (إضفاء المعنى) يسهل على الجمهور فهمها. وتتبع التصور الذي يبنيه الأفراد عن السياسة - وتلعب وسائل الإعلام في ذلك دوراً هاماً- مسألة هامة تحدد العلاقات بين الأفراد والنظام السياسي، وهي قبول أو رفض شرعية النظام السياسي الذي يدركه الأفراد.

### 2.2.3. العلاقة بين المؤسسات السياسية والنظام السياسي :

يمكن إبرازها وإبراز دور وتأثير وسائل الإعلام فيها من خلال مثال الأحزاب كمؤسسات سياسية هامة وعلاقتها بالصحافة. وهناك ارتباطات كبيرة بين أهمية الحزب وموقعه في الساحة السياسية وبين علاقته بالصحافة، وقد توفرت الدلائل التي تدعم الفرض القائل بأن الصحافة يمكنها على الأقل أن تشجع حزبا ما في عملية التطور وتدعيم موقفه عندما يتأسس. ويرجع ذلك إلى التشابه بين نوعي المؤسساتين، فوظائف الأحزاب تتسق بدرجة عالية مع قدرات الصحافة. كما أن الأحزاب في حاجة إلى التغلغل بين كافة الأوساط وليس هناك من وسيلة أقدر على أداء هذه الوظيفة من الصحافة. وتتشابه الصحف مع الأحزاب في أن كليهما يسعى إلى إيجاد أرضية مشتركة بين الناس وحدا أدنى من التوافق بينهم، وذلك لزيادة تأثيرهما. وتتعاظم العلاقة بين الصحف والأحزاب السياسية لدرجة أن الحركة السياسية تعتمد على الصحف كنقطة بداية لها. أما في النظم ذات الحزب الواحد فإن الصحافة أداة فعالة لنقل توجيهات الزعامة، كما تتخذ كمنبر للمناقشة السياسية سواء كانت فعلية أو شكلية.

### 3.2.3. العلاقة بين المؤسسات فيما بينها:

إن قدرة وسائل الإعلام على تحديد الأزمات والقضايا التي تشكل محور النقاش في الفضاء السياسي، تؤثر على العلاقة بين الحكومة والمؤسسات التي تعاني الأزمات، أو قد تؤثر على المؤسسات المختلفة للحكومة، فالمؤسسة المعنية بالأزمة قد تجد نفسها موضع اهتمام مركز من الدعاية المعادية التي قد تفوقها أحزاب المعارضة، مثلما هو الحال في النظم التعددية للأحزاب.

ومن الأمثلة على تأثير وسائل الإعلام في العلاقة بين المؤسسات وبعضها: العلاقة بين الرئيس الأمريكي والكونجرس. فالتلفزيون بحكم طبيعته - التشخيصية خصوصا - في الولايات المتحدة الأمريكية نقل ثقل ميزان القوى إلى الرئيس. حيث أصبح لديه صلة مباشرة بالناس دونما حاجة إلى تعاطف الصحافة المكتوبة أو الأحزاب. ويمكنه أن يستغل التلفزيون لنقل أفكاره وآرائه في كافة القضايا المطروحة، ويستطيع أن يحول الاهتمام بعيدا عن الكونجرس نفسه. وفي المقابل فإن فرصة الكونجرس في استغلال التلفزيون محدودة، ولا يمكنه أن ينافس الرئيس في هذا المجال<sup>(52)</sup>.

### 4.2.3. العلاقة بين الفرد والمؤسسة:

تتتمي معظم دراسات التأثير الإعلامي إلى دراسة هذه الفئة من العلاقات، ومن الأمثلة على ذلك أن التغيير في السلوك الانتخابي يعني تغيير العلاقات بين الناخب الفرد والحزب كمؤسسة. وأغلب ما أشرنا إليه من نظريات التأثير تخص جانبا من هذه العلاقات.

### 5.2.3. العلاقة بين الفرد والفرد:

كما أوضحه العديد من الباحثين فإن وسائل الإعلام تلعب دورا في تحديد هذه العلاقات من خلال تأثيرها في شبكة العلاقات الاجتماعية كما تشير إليه نظرية العلاقات الاجتماعية على سبيل المثال. وتجسد نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين كذلك تأثير وسائل الإعلام على هذا النوع من العلاقات، حيث يشكل التعرض لوسائل الإعلام بشكل كبير إحدى ميزات قادة الرأي الذين يؤثرون في الاختيارات الانتخابية للأفراد.

كما أن المثال السابق الخاص بتغيير السلوك الانتخابي للفرد باعتباره تغييرا للعلاقة بين الفرد ومؤسساته، يمكن أن ينتمي إلى هذه الفئة من العلاقات ( الفرد بالفرد ) حيث أن المؤسسة ليست سوى مجموعة من الأفراد.

52. المرجع نفسه، ص 289.

### 3.3. العلاقة بين المؤسسات السياسية والمؤسسات الإعلامية

تمثل دراسة هذه العلاقة أحد المداخل الهامة لتحليل النظام الإعلامي السياسي، وتتبع هذه العلاقة من طبيعة الارتباط بين رجل السياسة والإعلام، الناتج عن التفاعل المستمر بينهما. ويمكن رؤية هذا التفاعل من خلال رغبة كلا النظامين (السياسي والإعلامي) على النظام الآخر ما داما يتكاملان. كما أن إنتاج الرسالة الإعلامية يتم بطريقة مشتركة بينهما.

وفي حال وجدت نوايا الحفاظ المتبادل بين أعضاء النظامين، فإن قمتيهما (قيادتهما) تحتفظان باتصالات مستمرة بينهما بهدف تنظيم العلاقات فيما بينهما، أو لحل أوجه الصراع المحتمل تواجهها. وكذلك لوضع الحدود بينهما والاحتفاظ بيسر وسلامة أداء النظام لوظيفته. وتشكل هذه الاتصالات المستمرة أرضية للقواعد التي تقدم من خلالها المعلومات بشكل منتظم إلى الجمهور.

إن تفاعل النظامين معا لا بد أن يتم في ضوء إشباع بعض الحاجات للطرفين، لأنه بدون حد أدنى من تلبية هذه الحاجات لا يمكن أن يحدث أي اتصال بينهما ولا يمكن لأي من الأغراض أن تتحقق.

### 4.3. الثقافة السياسية كمصدر لتنظيم العلاقات بين العملية الإعلامية والسياسية

تمثل الثقافة السياسية آخر نقطة لتحليل النظام الإعلامي السياسي، فبغض النظر عن الإجراءات والآليات التي تنمو في النظام الإعلامي والسياسي وطبيعة العلاقة بينهما، تخلق النظم السياسية المبادئ المشتقة من العقائد الخاصة بالثقافة السياسية لتنظيم الدور السياسي لوسائل الإعلام.

تعتبر هذه المبادئ المنظمة مهمة وحيوية، حيث أن مساهمة وسائل الإعلام في العملية السياسية على درجة من الأهمية لا تسمح بتركها سائبة أو لمنطق الحظ. فهذه العملية الاتصالية تخدم شرعية السلطة وتخدم وظائف التعبئة وإدارة الصراع، والإبراز السياسي لبعض القضايا. كما أنها مسؤولة عن تحديد المتطلبات السياسية في المجتمع التي تحظى بالاهتمام وتلك التي يجب التغاضي عنها. فضلا عن أن وسائل الإعلام تؤثر في الفرص التي تضمن التأييد السياسي للحكومة، وباختصار فإنها مرتبطة ارتباطا وثيقا بالعمليات السياسية لدرجة أنه يجب تنظيمها بشكل مناسب ومقبول.

ومن أهم المبادئ المنظمة: درجة حرية التعبير الممنوحة، كقيمة سياسية هامة، أو درجة القيود الموضوعية على هذه الحرية. ويرتبط بذلك مدى ضمان تعدد الآراء بعيداً عن المحاولات السياسية لقمعها أو السيطرة عليها.

## خلاصة جزئية I :

انكبت دراسات عديدة على بحث قدرة وسائل الإعلام في التأثير على مستخدميها والمحيط الذي تتواجد فيه. وصاغ الباحثون نتائجهم في نظريات حول مستوى تأثير وسائل الإعلام وطريقة حدوثه. وتفاوتت تقديرات هذه النظريات بشكل كبير بين نظريات قوة وسائل الإعلام التي ترى أن لها تأثيرا كبيرا ومباشرا في تحديد سلوكيات الأفراد وتغييرها. ونظريات التأثير المتواضع لوسائل الإعلام، الذي يحدث بطريقة غير مباشرة لأنها تؤثر على عوامل وسيطة هي التي تؤثر بدورها على سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم. ونظريات أخرى ترى أن تأثير وسائل الإعلام لا يتمثل سوى في تعزيز المواقف والسلوكيات القائمة بحكم آليات التعرض والإدراك الانتقائيين التي تتحكم بسلوك الأفراد مع وسائل الإعلام. وحاولت نظريات أخرى تقديم نماذج تفسيرية شاملة لتأثيرات وسائل الإعلام آخذة بالحسبان كل العوامل الوسيطة ( طبيعة الإطار المجتمعي، البناء النفسي والمعرفي للأفراد والجماعات الاجتماعية التي ينتمون إليها، وكذا موقع ومكانة وسائل الإعلام في التمثيل الاجتماعي )، وكذلك عامل تبادلية العلاقات بين هذه العناصر المختلفة حتى لا تكون دراسة التأثير في اتجاه واحد فقط.

ولم تقدم أي نظرية دلائل قاطعة ومفحمة عن صحتها المطلقة كما لم تتوافر البراهين الكافية للرفض الكلي لأي واحدة منهما، فلكل منها نقاط قوة ونقاط ضعف، ولكن بعضها يقدم تفسيراً أكثر دقة وشمولاً من الأخرى، دون أن تكون إحداها كافية لتفسير كل جوانب الظاهرة.

ولا تختلف دراسة تأثيرات وسائل الإعلام في المجال السياسي عن دراسة تأثيراتها عامة. وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في المجال السياسي في أربعة مستويات من خلال بنائها للحقيقة السياسية والصورة التي يملكها الأفراد عن الحياة السياسية أولاً، كما أصبحت هذه الوسائل مع تطور تقنيات سبر الآراء والتسويق السياسي، المكان والفضاء الأمثل لممارسة الفعل السياسي، مادام رجالات السياسة يبحثون عن الوصول إلى أكبر قدر من الأفراد وأفضل ما يوفر لهم ذلك هو وسائل الإعلام الجماهيرية، وتبعاً لهذا الميل من قبل السياسيين للاعتماد على وسائل الإعلام، نظراً لأن وسائل الإعلام تخضع الرسائل السياسية والسياسيين لقلب محتوياتها الذي تميزه خصائص الترفيه والإثارة، الذين يمثلان أهم حاجة يبحث الجمهور عن تلبيةها ن خلال وسائل الإعلام، فإن وسائل الإعلام أحدثت تحولا وتغييراً في بناء الواقع السياسي، فيما يخص الفاعلين السياسيين وقواعد المناقشة السياسية،

فقد أصبح المجال السياسي أكثر تشخيصا في الأفراد الذين تبرزهم وسائل الإعلام وتلج إلى عوالمهم الخاصة والحميمة، وتبتعد وسائل الإعلام بالنقاش السياسي أكثر فأكثر عن الإيديولوجيات والأفكار المؤطرة إلى نقاش حول أمور تقنية تتعلق بالمشاكل اليومية أو الراهن الذي يتوافق مع قيمة الآتية في تعامل وسائل الإعلام مع الأحداث.

وتملك المؤسسات السياسية والإعلامية علاقات مستمرة ووطيدة فيما يسمى بالنظام الإعلامي السياسي، الذي يحوصل مجموع العلاقات بين العناصر الإعلامية في المجتمع والعناصر السياسية، وارتباطها بوضع الجمهور والإطار المجتمعي وبالإطار الثقافي لما يسمى بالثقافة السياسية.

وتعد القضايا والنظريات المطروحة في هذا القسم الأول من الدراسة مجرد مدخل ينير تعاملنا مع موضوع اشكاليتنا التي نحللها في القسمين المواليين. وسنفرد الشق الأول من العلاقة التي ندرسها ألا وهو سلوك المشاركة السياسية بقسم كامل من العرض، وهو القسم الثاني، نظرا للعوامل والعناصر الكثيرة المتداخلة في تحليلها.

فيما سيحظى الشق الثاني، وهو متابعة وسائل الإعلام بالدراسة في بداية القسم الثالث من الدراسة الذي يشتمل كذلك تحليل العلاقات بين ما وجدناه عن متابعة أفراد عينتنا لوسائل الإعلام ومشاركتهم السياسية التي وصفناها في القسم الثاني من العرض.

**II - صور المشاركة السياسية، فئات المشاركين والعوامل  
المحددة للمشاركة**



## II - صور المشاركة السياسية، فئات المشاركين والعوامل المحددة للمشاركة

يمر تحليل العلاقة بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية حتماً بمحاولة تحديد طبيعة هذه الأخيرة ومستواها لدى المبحوثين ، وإذ تُصنف المشاركة السياسية كإحدى أنشطة المحكومين في علاقتهم بالحكام والسلطة وأجهزة صناعة القرار " فإنها تشمل بالتالي أنشطة عديدة في استهداف التأثير على الحكام وقراراتهم <sup>(1)</sup> ".

وفي سبيل تحديد معالم المشاركة السياسية للمبحوثين ، سنتعرض لدرجة اندماجهم في كل واحدة من صور المشاركة السياسية ، والتي نبنى على أساسها بعد ذلك مؤشراً عاماً لمستوى المشاركة يمكننا من خلاله أن نوزع المبحوثين على فئات المشاركين .

لنحاول في الأخير إبراز دور بعض العوامل في تحديد درجة ومستوى مشاركة الأفراد في الحياة السياسية .

1. Marcel prelot . Cours de Sociologie Politique . Paris . les cours de Droit . 1965. P. 163 .

## 1. صور المشاركة السياسية

منذ وجدت المجتمعات السياسية وجدت معها أشكال مختلفة لتدخل المحكومين في الحياة السياسية ، مع تباين في الفئات والمجموعات التي اعترف لها بحق ممارسة هذا التدخل وفي مستواه كذلك ، فقد كان مقصورا في حكم أثينا الإغريقية على الأحرار ، وفي أوروبا الوسطى على النبلاء ، واستثنت منه عناصر أخرى من المجتمع كالمرأة مثلا مع البدايات الأولى للتوجه الديمقراطي ، ولا تزال فئات أخرى تُحرم هذا الحق إلى غاية اليوم في دول ومجتمعات مختلفة .

وعرفت أشكال وصور المشاركة السياسية تطورات مع التحولات التي طرأت على صيغ الحكم وفلسفته وممارسته ، وتُعد حاليا صيغة الديمقراطية التمثيلية (غير المباشرة) الأوسع انتشارا والأكثر قبولا لما تُتيح من تجاوز لعوائق تزايد أعداد المواطنين وتعدد القضايا السياسية بشكل يصعب معه أن تكون الديمقراطية المباشرة ممكنة ، ويؤكد أصحاب اختيار الديمقراطية التمثيلية أن انتخاب ممثلي الشعب أحسن وأنجع طرق المشاركة السياسية للمحكومين<sup>(2)</sup> .

ورغم أن الديمقراطية التمثيلية - كمبدأ عام - تأخذ أشكالا متعددة في التطبيق وفي تحديد صيغ اختيار صناع القرار الذين ينوبون عن الشعب في تسيير القضايا العامة ، إلا أن هناك اتفاقا على مجموعة من الأنشطة التي تُشكل صور تدخل المحكومين في اختيار هؤلاء وفي التأثير على القرارات التي يتخذونها والسياسات التي يصنعونها .

وتقسم أنشطة المشاركة السياسية في مستوى أول إلى نشاطات متعارف عليها Conventional ونشاطات غير متعارف عليها Unconventional .

فأما الأولى فتضم " كل الأنشطة الروتينية التي تستخدم القنوات المؤسساتية المنظمة"<sup>(3)</sup> ، ويحيل " لفظ المتعارف عليه " Conventional إلى السلوكات المقبولة في نظر الثقافة المهيمنة في زمن معين"<sup>(4)</sup> . وتشمل هذه الفئة أنشطة التصويت وما يجاورها من اشتراك في تنشيط الحملات الانتخابية ، والترشيح والسعي للمناصب السياسية ، وحضور التجمعات العامة ، ومناقشة المواضيع السياسية ، ومتابعة الأحداث السياسية ، وهي أنشطة قد تكون ظريفة مرتبطة بزمن المواعيد الانتخابية .

2. Kenneth Janda , Jeffrey M. Berry and Jerry Goldman . The challenge of democracy : Government in America. 2<sup>o</sup> ed. . Boston, Houghton Mifflin Company . 1989. P. 225 .

3. Ibid., P.227 .

4. Ibid.

إلى جانبها أنشطة العمل السياسي المنتظم ، كالمساهمة في تسيير القضايا العامة المحلية في الحي أو البلدية من خلال الجمعيات المدنية والاتصال بالمسؤولين ، بالإضافة إلى الانخراط في المنظمات شبه السياسية كالنوادي والجمعيات والنقابات ، وكذا الانخراط والنضال الحزبي المباشر .

وتتخذ المشاركة السياسية أحياناَ أخرى صورا غير مألوفة نسبيا ، تتحدى الحكومة وتخرج عن القنوات الرسمية التي وضعتها لتأطير مشاركة المواطنين وهي التي تُدعى بالأنشطة غير المتعارف عليها Unconventional<sup>(5)</sup> ، أو كما يسميها البعض أنشطة غير تقليدية ، في مقابل نوع الأنشطة الأولى التي تُدعى بالتقليدية<sup>(6)</sup> .

وتدخل في هذا النوع الثاني أنشطة كالتظاهر ، وتعليق المناشير والاعتصام ، واحتلال الأماكن العمومية ، ومواجهة قوات الأمن ، والتعرض لمنشآت الدولة بالتخريب ، ورغم أن هذه الأنشطة تتطابق في جوهرها مع التعريف الأداتي Approche Instrumentale الذي أخذنا به من حيث سعيها للتأثير في القرار السياسي وتوجيه السياسة الحكومية ، والدفاع عن مصالح المجموعات المشاركة<sup>(7)</sup> ، إلا أنها تثير جدلا واسعا حول اعتبارها مشاركة سياسية ، فالكثير من الدارسين والباحثين يرون أن المشاركة السياسية يجب ألا تخرج عن نطاق أنشطة التدخل الشرعية أو القانونية في الحياة السياسية ، فيما اعتبر Denni و Lecompte أن هذا الأمر تجاوزه واقع المشاركة السياسية منذ الستينيات ، حيث تعدى تدخل المواطن في الديمقراطيات الغربية الأشكال التي تمنحها القنوات التعبيرية الرسمية والقانونية إلى أشكال أكثر عفوية وعنفا ، مكنت من ممارسة ضغط مباشر وأكثر قوة على السلطة<sup>(8)</sup> .

ورغم كوننا نبنينا تعريفا للمشاركة السياسية انطلاقا من نفس المبدأ الذي تستند إليه المقاربة الأدائية ، إلا أننا حصرنا دراستنا في الأشكال والصور والسلوكيات المتعارف عليها لتدخل المواطن في الحياة السياسية ، واستبعدنا المشاركة غير المألوفة المقترنة بالفوضى والعنف والتخريب ، نظرا للنتائج السلبية التي تترتب عنها ، وهو ما يتنافى مع العناصر التعريفية التي وضعناها كشروط عند تحديد مفهوم المشاركة السياسية في مقدمة هذا البحث ، بضرورة أن تحمل معنا إيجابيا قيما ، وانتهينا إلى الأخذ بدراسة مجموعة من الصور المتعارف عليها والمتاحة في الواقع السياسي الجزائري ، فشملت دراستنا نشاطات:

5. Ibid.

(6) - كمال المنوفي ، أصول النظم السياسية المقارنة ، الكويت ، شركة الريعان للنشر والتوزيع ، 1987 ، ص. 342.

7. Bernard Denni et Patrick Lecompte. Sociologie du Politique. Grenoble. Presse universitaire de Grenoble. 1999. P. 134.

8. Ibid. . p. 137 .

التصويت ، المناقشات السياسية ، مراسلة المسؤولين والصحف حول قضايا عامة ، المشاركة في تجمعات سياسية ، المساهمة في حملة انتخابية، عضوية المنظمات شبه السياسية ، الانخراط الحزبي والسعي للمناصب السياسية .وتصنيف عموماً إلى 3 مستويات بحسب درجة الانغماس التي تتطلبها وهي : 1. الأنشطة القاعدية، 2. الأنشطة الانتقالية، 3. أنشطة النضال السياسي. وتتوزع الصور التي أخذناها في دراسة على هذه المستويات كما يلي:

## 1.1. الأنشطة القاعدية :

### 1.1.1. التصويت :

كثيراً ما يحدث الخلط في الحديث بين المشاركة الانتخابية والمشاركة السياسية بصفة عامة ، من حيث اختزال الأخيرة في الأولى ، وأكثر من ذلك أن التصويت كسلوك يشكل مثار جدل حول قيمته وأهميته كمؤشر دال على المشاركة السياسية ، والأكد أن النظرة التي كانت تقلص قدرات المحكومين للتدخل والتسيير في مجرد وضع ورقة داخل صندوق الاقتراع لم تعد مقبولة .

الكثير من محاولات تصنيف صور المشاركة السياسية على سلم للأنشطة بحسب أهميتها وقيمتها ، وضعت التصويت في أدنى المستويات مثلما هو حال تصنيف L . W Milbrath<sup>(9)</sup> الذي يوزع أنشطة المشاركة السياسية على هرم بثلاثة مستويات ، ويخضع هذا التصنيف مثل أغلب التصنيفات إلى ثلاثة مبادئ في تحديد أنشطة المستويات الدنيا والمتوسطة وأنشطة قمة الهرم ، وهي : تردد أو تكرار النشاط، كلفته، ونجاعته .

وعموماً تتم مزاججة هذه العناصر على النحو التالي :

كلما كان النشاط قليل التكرار كان بالضرورة أكثر كلفة ( الوقت ، المال ، الجهد ... الخ ) ، وكلما كانت تكلفته أعلى كانت نجاعته لا محال أعلى<sup>(10)</sup> ، ويعتبر Milbrath أن الهرم الذي بناه لأنشطة المشاركة السياسية يُجسد في أن واحد ترتيب الأنشطة وحجم مشاركة الأفراد فيها . لهذا كانت الأنشطة الأيسر والأسهل في قاعدته الواسعة التي تضم شرائح عريضة من الناس ، أما الأنشطة التي في قمة الهرم فهي مقصورة في من يمكن تسميتهم بالناخب السياسية ، أو " رجال السياسة " باختصار ، مثلما يشير إليه الاستخدام العام لهذه العبارة .

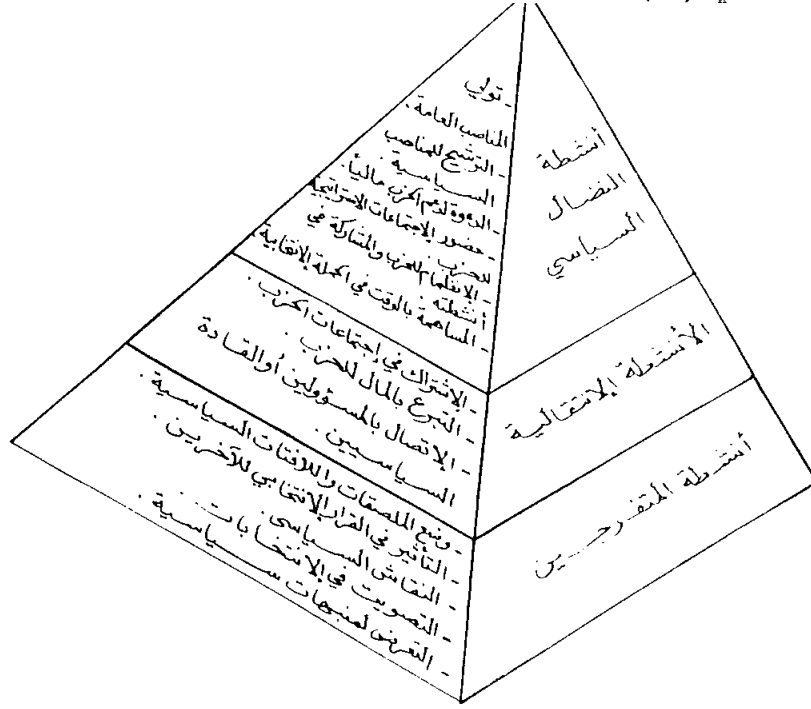
9. بيبوني إبراهيم حمادة ، استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاقتصاد والعلوم

السياسية ، 1995 ، ص. 21 .

10. Bernard Denni et Patrick Le compte. Op. Cit., P. 138

وعلى هذا الأساس صنف التصويت في أسفل هرمه لأنه نشاط كثير التكرار وقليل الكلفة ، وهو ما يعني أنه قليل النجاعة ، فنجده كادنى نشاط قبل مجرد التعرض السلبي للمنبهات السياسية .

### شكل بياني (02) - هرم ملبرث MILBRATH للمشاركة السياسية



المصدر : بليونى ابراهيم حمادة ، استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، 1995 ، ص. 22 .

ولكن هذا التصنيف وفق المعايير المذكورة لم يسلم من بعض النقد ، خصوصا فيما تعلق بترتيب التصويت ، فهذا النشاط يتطلب بالضرورة التسجيل في قائمة انتخابية ، وهو بذلك عملٌ إراديٌّ يبدأ بتكوين الملف وبعد أن يسجل الناخب نفسه ، فإنه يضحى بجزء من وقت راحته وينتقل يوم الاقتراع لمكتب التصويت ملتزما بأداء مجموع العمليات التي يتضمنها التصويت إلى غاية وضع أوراق الاقتراع في الصندوق ، وفي الأخير يوقع القائمة الانتخابية ، وكل هذا يدل على أنه نشاط يحتاج إلى مجهود معتبر ، رغم أننا متأكدون من وجود نشاطات أخرى تتطلب جهدا أكبر .

أما من جانب النجاعة والتأثير الذي يحققه التصويت فإن مؤلفين أمثال S.M.Lipste أو Tonny و Schonfeld يرون أن التصويت هو أهم وسيلة تمارس بها سيادة الشعب، وبالتالي أهم وسيلة للديمقراطية<sup>(11)</sup> . والحقيقة أن التصويت من منظور جماعي يُعد أكثر

11. Nonna Mayer et Pascal Perrineau. Les comportements politiques. Paris. Armond Colin. 1992.P.13.

أنشطة المشاركة السياسية تأثيراً، لأنه يمكن من تحديد من سيملك السلطة من بين مجموع المترشحين، كما يضع المواطنين كلهم في نفس المستوى، حيث يكون لأصوات المواطنين السالبين والمناضلين النشطاء نفس الوزن في تحديد نتيجة الاقتراع.

والأكيد أن التصويت من أكثر أنشطة المشاركة شيوعاً، حيث تُعرفه الأنظمة الديمقراطية، وغير الديمقراطية، مع اختلاف في دلالاته ودرجة تأثيره في كل منهما. فهو في الأولى آلية المفاضلة بين المترشحين واختيار شاغلي المناصب السياسية بدرجة كبيرة من الحرية، ولكن الحال ليس كذلك في الأنظمة التسلطية، إذ تُعد الانتخابات هناك "لمن هم في مواقع السلطة، أداة للدعاية وكسب التأييد والشرعية أكثر منها أداة للاختيار السياسي الواعي، والتأثير في شؤون الحكم والسياسة من قِبل الجماهير"<sup>(12)</sup>.

شهدت الفترة التي قُصدناها بالدراسة - في استبياننا - 1995 - 2000 م ستة اقتراعات عامة، بداية من 16 نوفمبر 1995م وإجراء الانتخابات الرئاسية، وتلاها استفتاء 28 نوفمبر 1996م حول تعديل الدستور، فالانتخابات التشريعية في 05 جوان 1997م، ثم المحلية في 23 أكتوبر 1997م وبعدها جرت الانتخابات الرئاسية لـ 15 أبريل 1999م، وأخيراً الاستفتاء حول قانون الوثام المدني في 16 سبتمبر 1999م وتشير الأرقام الرسمية حول نسب المشاركة في هذه الانتخابات إلى أن نشاط التصويت في الانتخابات منتشر بقوة لدى الجزائريين، فالنسب لم تنزل تحت أضعف النسب المسجلة في هذه الاقتراعات والتي عرفتها الانتخابات الرئاسية لسنة 1999 ويرجع ذلك أساساً إلى انتخاب ستة مترشحين ودعوتهم لمقاطعة التصويت.

#### جدول (02) - نسب المشاركة في الانتخابات بالجزائر 1995-1999

الاقتراع	نسبة المشاركة (%)
الانتخابات الرئاسية	75.68 %
استفتاء تعديل الدستور	79.78 %
الانتخابات التشريعية	65.60 %
الانتخابات المحلية	65,60 %*
الانتخابات الرئاسية	60.91 %
الاستفتاء حول قانون الوثام المدني	85.02 %

\* لم تُنشر أرقام الانتخابات المحلية في الجريدة الرسمية فأخذناها بأخذها من إعلان وزارة الداخلية المنشورة في الصحافة (Elwatan. 25/10/1997)  
المصدر: بني هذا الجدول على أساس الأرقام الرسمية التي أعلنها المجلس الدستوري عقب كل انتخابات والمنشورة في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الأعداد:  
السنة 34 رقم 72 (26 نوفمبر 1995)؛ السنة 35 رقم 76 (8 ديسمبر 1996)؛ السنة 36 رقم 40 (11 جوان 1997)؛ السنة 38 رقم 29 (21 أبريل 1999)، رقم 60 (21 سبتمبر 1999).

12. كمال المنوفي، مرجع سابق، ص. 313 وما بعدها.

شكل (03) - معدلات تسب المشاركة الانتخابية  
في بعض الدول 1969 - 1986م



Source : K.Janda, J. M. Beny and J.Goldman, The challenge of Democracy : Government in America, 2<sup>ed.</sup>, Boston, Houghton Mifflin Company, 1989, P.248 .

وتظهر مقارنة أرقام الجدول (02) بأرقام الشكل البياني الذي يليه أن نسب المشاركة الانتخابية في الجزائر فاقت نسب المشاركة في كثير من الدول الدارجة على خطى الديمقراطية ، وكثير من التي تفوق الجزائر في اندماج مواطنيها في أداء سلوك التصويت يعود فيها ذلك أساسا إلى إلزامية التصويت بنص القانون ، مثلما هو الحال في بلجيكا واللكسمبورج . أما في إيطاليا واليونان ، فإذا كان التصويت لا يعد إجباريا بشكل مباشر إلا أن التغيب الانتخابي والامتناع عن التصويت يمكن أن يشار إليه في ملف السوابق العدلية عند غياب التبريرات المقبولة<sup>(13)</sup> .

وقد تعرضت الأرقام الرسمية التي تعلنها وزارة الداخلية عقب كل انتخابات إلى التشكيك من قبل الكثير من الأوساط ، وفي مقدمتها الأحزاب السياسية والمترشحون المشاركون فيها ، والصحف الخاصة ، ولم يشمل التشكيك الأرقام المتعلقة بمآلات الانتخابات ونتائج الأصوات المعلنة لكل طرف فحسب ، بل شملت كذلك الأرقام المتعلقة

13. Françoise Subileau, " France: Crise dans la participation", Revue politique et parlementaire, 101<sup>e</sup> année, n° 1001( Juillet-Août 1999), P.19 ; L. Huyse , W. Hilgers et C. Henryon, " La participation politique en Belgique", Les cahiers de la S.E.P.S, Louvain, Paris ; Editions Nauwelaerts ; Batrice-Nauwelaerts, n° 5 (Octobre 1966), P.10 .

بنسب المشاركة على اعتبار الرهانات المرتبطة بها . وفي مقابل هذه الأرقام والإحصائيات الرسمية ، فإن ما حملته إجابات المبحوثين على سؤال الاستبيان المتعلق بالمشاركة في الانتخابات كان مختلف كثيرا عنها ، حيث تشير النسب إلى مشاركة قليلة في الإقتراعات الستة المذكورة .

### جدول ( 03 ) - نسب مشاركة المبحوثين في الانتخابات 1995-1999

الاقتراع	نسبة المشاركة (%)
الانتخابات الرئاسية	29.78
استفتاء تعديل الدستور	24.46
الانتخابات التشريعية	34.04
الانتخابات المحلية	28.72
الانتخابات الرئاسية	36.17
الاستفتاء حول قانون الوثام المدني	41.48

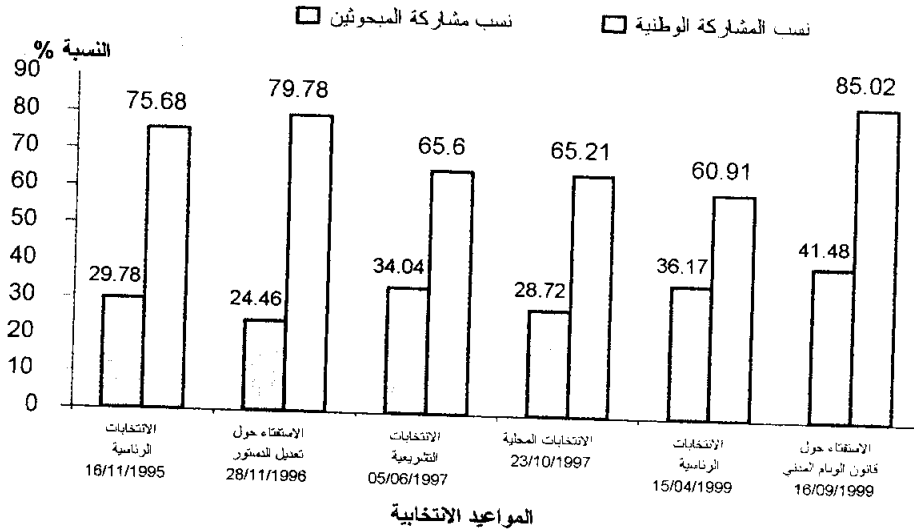
فلم تتجاوز نسبة المبحوثين الذين أكدوا مشاركتهم في الانتخابات الرئاسية لسنة 1995 29,87% ، فيما تبلغ النسبة الرسمية (75,68%) ، وكانت أعلى نسبة مشاركة سجلت في الاستفتاء حول قانون الوثام المدني في 16 سبتمبر 1999م بـ 41,48% ، ولكنها تظل بعيدة عن النسبة الوطنية الرسمية للمشاركة في هذه الانتخابات ، ونفس الحال بالنسبة للانتخابات الأخرى التي شملتها الدراسة\*.

ولا نعني بهذا أن أرقام ونتائج تحليل الاستمارة أصح من نسب بيانات وزارة الداخلية، إلا أن أرقامنا يكون لها معناها ومدلولها في إطار محلات التشكيك في صحة الأرقام الرسمية، وما يهمنا هنا أن هذه الأرقام التي تحصلنا عليها تعبر عن مستوى المشاركة الانتخابية لعينة الدراسة، وهي التي نعتمدها في بناء المؤشر العام للمشاركة السياسية للمبحوثين .

\*- يمكن أن نورد في هذا المجال أرقاما أخرى حملتها عمليات سير الأراء التي أجرتها بعض الصحف والهيئات المختصة حول مشاركة الجزائر في مختلف المواعيد الانتخابية.  
في سير للآراء نشر في EL-WATAN عدد 1513 (95/10/27) عبر 64% من المسبورين عن نيتهم في التصويت في انتخابات الرئاسة 16 نوفمبر 1995، وفي سير للآراء نشر في ذات الصحيفة عدد 1824 (1996/11/16) قال 64% أنهم سيذهبون للتصويت في استفتاء 28 نوفمبر 1996، وفي سير للآراء حول رئاسيات 1999 المنشور في نفس الصحيفة عدد 2526 (1999/04/06) أكد 69.3% أنهم سيصوتون فيها.



## شكل بياني (04) - مقارنة مشاركة المبحوثين في الانتخابات بالنسب الوطنية



وبالنظر إلى متوسط المشاركة بالتصويت في الانتخابات، والذي يمثل نسبة مجموع نسب مشاركة المبحوثين إلى عدد الانتخابات (06) وهو يساوي 32,44% فإن التصويت يظهر كنشاط قليل الممارسة من قبل المبحوثين .

وتشير المقارنة بدراسات عديدة عن المشاركة الانتخابية إلى وجود بعض العوامل التي تدفع الناخبين إلى التغيب الانتخابي في الجزائر، وهي مرتبطة أساسا بتصوير الناخبين للفعل الانتخابي ولقيمة المشاركة فيه ، بالإضافة إلى أن تكرار استدعاء المواطن للقيام بالواجب الانتخابي بشكل مكثف من شأنه أن يخمد إرادة المشاركة لديه ، ويدل النموذج السويسري على التأثير السلبي لكثافة المواعيد الانتخابية على حجم المشاركة فيها . فمنذ الستينيات نزلت معدلات المشاركة الانتخابية إلى أقل من 50% من الناخبين المسجلين في دولة أصبحت فيها دورية استدعاء الناخبين مرة كل 03 أشهر مع بداية الثمانينيات<sup>(14)</sup> .

### 2.1.1. مناقشة المواضيع السياسية :

يصنف Milbrath هذا النشاط في قاعدة هرم الأنشطة ويعتبره Althofly و Rush قعودا عن العمل السياسي الفعال واكتفاء بالحديث داخل الجماعات المرجعية ( الأسرة، زملاء العمل، الأصدقاء ، ... ) " حيث يتم النقاش حول مختلف المواضيع السياسية المتعلقة بالراهن السياسي للأفراد أو بالحديث عن السياسة عموما بطريقة غير رسمية"<sup>(15)</sup> .

14)- Nonna Mayer et Pascal Perrineau, Op. Cit., P. 36-37 .

15)- M.Rush and Ph. Althofly, An introduction to sociology, London, Thomas and Nelson L.T.D.,1971, P.76 .

ويبدو أن هذا النشاط هو الأكثر انتشارا لدى أفراد عينتنا من بين أنشطة المشاركة الثمانية التي احتوتها استمارة الاستبيان التي وزعناها. فنسبة المبحوثين الذين أكدوا دخولهم في نقاشات حول مواضيع سياسة مع غيرهم قد بلغت 86,17% ، في مقابل 13,82% فقط من المبحوثين أجابوا بأنهم لا يخوضون في مواضيع سياسية.

وينتشر هذا النشاط لكونه في مستوى أول لا يحتاج إلى جهد كبير . فهو قد لا يحتاج حتى إلى الإلمام بمعارف كبيرة حول الموضوع المطروح ، لأن مثل هذه المناقشات في حد ذاتها فرصة للمشاركين فيها للحصول على معلومات حول مواضيعها وحول الحياة السياسية للبلاد ، ولتتمكن من بناء تصورات وآراء بخصوص القضايا المطروحة . كما أن مثل هذا النشاط نادرا ما يرتبط بـ "ثنائية العقاب والثواب" التي تحكم السلوكات الإنسانية ، فهو نشاط لا يوقع صاحبه في أية مشاكل ، خاصة إذا بقي في إطار الجماعات الأولية - المرجعية - المتجانسة على العموم وهذا ما نلمسه من النسب المحصل عليها من معالجة إجابات المبحوثين حول السؤال رقم (16) المرتبط بالأطر التي يناقش فيها المبحوثون المواضيع السياسية كما يوضحه الجدول التالي رقم (04).

يعد وسط زملاء المهنة ثم الأصدقاء أنسب الأطر لطرح المواضيع السياسية لمبحوثينا ، إذ يتناقش 71,60% منهم مع الزملاء في مواضيع سياسية ، و 58,02% منهم يطرحون هذه المواضيع كذلك مع شلة الأصدقاء ، كما تمثل الأسرة فضاء للنقاشات السياسية عند 56,79% من المبحوثين ، فيما لا يمثل الإطار العام - أي مع أناس تقل درجة ارتباط المبحوث معهم ، وفي خلال التجمعات أو الملتقيات والندوات - اختيارا مقبولا سوى لدى 22,22% من المبحوثين .

ويوضح الجدول الموالي ذلك:

جدول (04) - مناقشة المبحوثين للقضايا السياسية

إطار المناقشة				مناقشة المواضيع السياسية		
إطار عام (النسبة %)	الزملاء (النسبة %)	الأصدقاء (النسبة %)	الأسرة (النسبة %)	النسبة	التكرار	إجابة المبحوث
				86.17	81	نعم
				13.82	13	لا
				100.00	94	المجموع

وفي مستوى ثان يدخل عامل الحضور القوي " للسياسي " في حياة الجزائريين بالنظر إلى كثرة المواعيد السياسية ، والتحويلات السريعة التي عاشها المجتمع الجزائري والأوضاع التي يشهدها ، وكذا النقاشات التي تثار في الفضاءات العمومية وفي وسائل الإعلام على الخصوص ، حيث يربط كمال المنوفي " النقاشات غير الرسمية بطبيعة الأزمات والقضايا المطروحة على الساحة"<sup>(16)</sup> وكل هذا يجعل السياسة محورا حتى لدرشة الأصدقاء أو أفراد الأسرة .

### 3.1.1. مراسلة المسؤولين والصحافة :

تعد ممارسة المواطن لهذا النوع من النشاط تعبيراً صادقاً عن مدى الاهتمام بالسياسة والشؤون العامة، فإن كان نشاط النقاش حول مواضيع سياسية يعطى للفرد الفرصة لبناء وتقديم آرائه ووجهات نظره في مختلف القضايا التي تطبع الساحة، فإن مراسلة المسؤولين أو الصحافة للإدلاء بالرأي في المواضيع المطروحة أو حتى لطرح قضية عامة مهما كانت، يعد من صور المشاركة السياسية الفعالة، ولهذا يصنف Milbrath الاتصال بالمسؤولين أو القادة السياسيين في نطاق الأنشطة الانتقالية التي تشكل الجزء الأوسط من هرمه الثلاثي للمشاركة السياسية .

والأصل أن المبادئ الديمقراطية تستلزم بقاء قنوات الاتصال مفتوحة بين الحكام والمحكومين على محور عمودي بين مستويات مختلفة ، يعد فيها الاتصال الصاعد من المحكومين إلى الفئات الأقرب إلى مركز صناعة القرار جزءاً لا يتجزأ من المشاركة السياسية . فيمكن للمواطن البسيط أن يرسل المسؤول المحلي على مستوى الحي أو البلدية وما يليها من هيئات الإدارة المحلية ، وكذا المسؤولين المركزيين وممثلي الشعب من النواب في البرلمان على اعتبارهم المكلفين بنقل انشغالات من يمثلون إلى هيئات صناعة القرار .

وتظهر أرقام الجدول التالي الذي يلخص إجابات المبحوثين على السؤال (17) المتعلق بمراسلة المسؤولين والهيئات الرسمية حول مواضيع عامة ، أن هذا النشاط قليل الممارسة ، حيث بلغت نسبة الذين لم يرسلوا بخصوص الشؤون العامة 71,27% من مجموع المبحوثين فيما لم تتعدى نسبة من راسلوا بشكوى حول موضوع أو مشكل عام أو للاستفسار حول موضوع عام أو الاعتراض على قرار معين 25,73% من بينهم من راسل في أكثر من محور .

16 كمال المنوفي ، مرجع سابق ، ص . 344 .

جدول (05) - مراسلة المبحوثين للمسؤولين والهيئات الرسمية

طبيعة موضوع المراسلة			مراسلة المسؤولين والهيئات الرسمية		
شكوى حول	استفسار حول	اعتراض على	النسبة (%)	التكرار	إجابة المبحوث
موضوع عام	قضية عامة	قرار			
(النسبة %)	(النسبة %)	(النسبة %)			
59.25	18.51	37.03	28.72	27	نعم
			71.27	67	لا
			100.00	94	المجموع

\* النسب محسوبة إلى مجموع الأفراد

اتضح كذلك أن أفراد العينة قليلو الإقبال على مراسلة الصحف بكتابات حول مواضيع وقضايا عامة لنشرها ، فلم يتجاوز الذين أجابوا بكونهم قد سبق لهم إرسال مثل هذه الكتابات ما نسبته 11,70% من مجموع المبحوثين في مقابل 88,29% لم يفعلوا ذلك ، ونجد هذا في الوقت الذي تخصص فيه أغلب الصحف الجزائرية صفحات لإسهامات القراء. وإذا كانت تأخذ في معظمها صيغة بريد القراء فهي أحيانا تكون مجالا ليس لطرح التظلمات والشكاوي فقط ، وإنما كذلك لتقديم الآراء ووجهات النظر في شتى المواضيع\*.

ويوضح الجدول الموالي ذلك :

جدول (06) - مراسلة المبحوثين للصحافة بمواضيع حول قضايا عامة

مراسلة الصحف	التكرار	النسبة (%)
نعم	11	11.70
لا	83	88.29
المجموع	94	100.00

ويعود إجمام المواطنين على استخدام هذه الفضاءات الصحفية للمساهمة في النقاشات العامة إلى القدر الذي تتطلبه كتابة موضوع تتوفر فيه شروط النشر ، وكذا الجهود الذي على الفرد القيام به من أجل تحقيق ذلك ، إضافة إلى التصور الذي يبنيه الأفراد حول هذه الصفحات وصحفها والجدوى الذي تمثله .

4.1.1. حضور التجمعات السياسية العامة :

تعد التجمعات واللقاءات والندوات السياسية العامة ، والتي تنظمها مختلف الهيئات والأحزاب ومنظمات سياسية وغير سياسية فضاءا للتنشئة السياسية . كما أنها خلال الحملات الانتخابية مجال لشرح البرامج السياسية للمرشحين ، وتقديم وجهات نظر

\* - نورد هنا على سبيل المثال لا الحصر صفحتي : " أفكار " لجريدة اليوم و " Polemique " في صحيفة "Le Matin".

الأحزاب حول مختلف المواضيع والقضايا التي تشغل راهن المواطن، الذي تجسد مثل هذه التجمعات بالنسبة له فرصة الاتصال المباشر بالقادة السياسيين والمترشحين لتمثيله أو من ينوب عنهم .

ولكن هناك اختلاف في تصنيف هذا النشاط بين من يعتبره مجرد تعرض للمنبهات السياسية مثل Milbrath الذي يصنفه أسفل هرمه ، وآخرون ممن يعتبرونه نشاطا يتطلب إنغماسا أكبر في السياسة لمؤديه ، باعتبار إقبال الفرد على حضور هذه التجمعات بصفة إرادية دخولا في جو النقاش العام ، ودلالة على اهتمام معتبر بالحياة السياسية ، مثلما يؤكد السلم التالي ، الذي بني على أساس 11 دراسة ميدانية قام بها أهم باحثي المشاركة السياسية في سنوات الستينيات<sup>(17)</sup> ، وكانت هذه النشاطات التي تكررت في أغلب الدراسات مرتبة تصاعديا :

- التعرض لمنبهات سياسية .
  - التصويت .
  - المساهمة في نقاش سياسي .
  - التعبير علنيا عن آراء سياسية في محاولة لإقناع الغير .
  - الاتصال برجال السياسة أو المسؤولين بصفة مباشرة أو عن طريق المراسلة .
  - المساهمة المالية في حزب سياسي أو حملة انتخابية .
  - حضور تجمعات سياسية .
  - المساهمة في حملة انتخابية .
  - الانخراط النشط في حزب أو منظمة سياسية .
- واتضح من تحليل إجابات أفراد العينة حول كونهم قد سبق لهم حضور تجمعات سياسية عامة أم لا أن هذا النشاط أكثر تواجدا لدى مبحثينا من النشاط الذي سبق ( الاتصال بالمسؤولين ومراسلة الصحف ) . وهو ما يعني أن معيار حجم اندماج الأفراد في مختلف أنشطة المشاركة السياسية لم ينطبق في حالة دراستنا على الترتيب الذي تقدمه أغلب الدراسات لهذين النشاطين ، ورغم ذلك يبقى أن نسبة المبحثين الذين سبق لهم حضور تجمع سياسي متدنية لم تتجاوز 30,85% نسبة إلى العدد الهائل من التجمعات السياسية التي تنظم في مختلف الأماكن داخل البلاد ، وخصوصا أنها ( أي التجمعات ) تشكل أكثر

17)- W.R. Schonfeld, M.F. Toinet. "Les abstentionnistes ont-ils toujours tort". Revue Française de Sciences politiques, n° 4 (1975), P. 667 .

الوسائل والآليات المستخدمة في الحملات الانتخابية التي عرفت منها الجزائر عددا لا بأس به في العشرية الأخيرة (1990 - 2000) . ويلخص الجدول الموالي الأرقام المتعلقة بهذا النشاط.

### جدول (07) - حضور المبحوثين لتجمعات سياسية

حضور تجمع سياسي	التكرار	النسبة (%)
نعم	29	30.85
لا	65	69.14
المجموع	94	100.00

## 2.1. الأنشطة الانتقالية:

### 1.2.1. المساهمة في حملة انتخابية :

تعد الحملة الانتخابية ذروة الاتصال السياسي ، حيث تجعل من " السياسي " ومن المنافسة على كسب أصوات الناخبين محور النقاش في مختلف الفضاءات العمومية والإعلامية على وجه التحديد .

وبما أن أي فرد مترشح بصفة شخصية مستقلة أو باسم تنظيم سياسي معين ، لا يمكنه أن يبلغ برنامجه ويقوم بحملة انتخابية واسعة لوحده ، على اعتبار أهمية الاتصال المباشر أو الشخصي في استمالة الناخبين ، فإن المترشح يسعى لتجنيد أو تحفيز من يساعده في بلوغ هذا الهدف .

وعادة ما يؤخذ عمله التجنيد شكل الأمواج الارتدادية التي تحدثها نقطة الماء على سطحه ، فالمترشح محاط بمجموعة من الأفراد من مقربيه الذين تربطه معهم علاقة قرابة وانتماء سياسي أو اجتماعي ، أو تربطه بهم مجرد علاقة المصلحة المتبادلة ، وهؤلاء يساعدون المترشح في القيام بحملته الانتخابية ، ويعملون كذلك على تجنيد معارفهم ومن يستطيعون تحفيزهم على المساهمة في حملة المترشح الانتخابية، سواء بعد إقناعهم ببرنامجه وأفضلية اختياره من بين المترشحين، أو ربط قيامهم بالترويج له بأداء مصلحة معينة أحيانا، والأحزاب التي تقدم مرشحها بالمثل تعمل على تجنيد قواعدها ومناضليها للمساهمة في الحملة الانتخابية لصالحهم .

وكل ما قلناه هنا يعني أن المساهمين في الحملة الانتخابية قد يكونون من المندمجين بشدة في السياسة مثل مقربي المترشحين ومناضلي الأحزاب ، وقد يكونون ممن اندمجوا في هذا النشاط عرضيا لارتباطه بمصلحة معينة .

وتظهر قراءتنا لممارسة هذا النشاط من قبل أفراد العينة أن 22,34% فقط من المبحوثين سبق أن نشطوا في حملات انتخابية لحزب أو مترشح ما ، فيما يظل 77,65% منهم بعيدين عن ممارسته .

وقد يفسر ضالة نسبة الذين ساهموا في حملات انتخابية ، ما يتطلبه هذا النشاط من اقتناع كبير بطروحات المترشح أو الحزب للترويج لها ، أو أهمية الرهان والمصلحة المتعلقة بفوزها ، وكذا مقدار الجهود التي يتطلبها بدءا بالظهور أمام العامة والاتصال بأناس ليسوا في غالب الأحيان ممن يعرفونهم أو يتعاملون معهم .

ولهذا وكما يبينه الجدول الموالي :

#### جدول (08) - مساهمة المبحوثين في حملات انتخابية

طبيعة النشاط المساهم به				المساهمة في حملة انتخابية		
آخر	مساهمة	محاولة	تعليق	النسبة (%)	التكرار	إجابة المبحوث
(النسبة%)	بالمال	إقناع الغير	ملصقات			
	(النسبة%)	بالتصويت	(النسبة%)			
		للمترشح				
		(النسبة%)				
7.40	14.80	62.96	14.80	22.34	21	نعم
				77.65	73	لا
				100.00	94	المجموع

فإن أغلب من ساهموا في حملة انتخابية ، ساهموا بمحاولة إقناع الغير بالتصويت لصالح من يشاركون في حملته الانتخابية بنسبة 62,96% وهو نشاط لا يتطلب الجهد والبذل والجرأة اللتين يتطلبهما النشاطان الأخران اللذان اقترحناهما على المبحوثين والذين لم تتجاوز نسبتهما 14,8% لكل من وضع الملصقات والمساهمة بالمال . وفي الغالب فإن من قاموا بمحاولة إقناع الغير بالتصويت لصالح من يقومون لهم بالحملة الانتخابية ، قاموا بذلك في إطار الجماعات المرجعية ، أي في إطار محيط المعارف القريبة للمساهم في الحملة ( العائلة ، زملاء العمل أو الدراسة الأصدقاء ، ... ) وتؤكد هذا الأرقام المحصل عليها فيما يخص مشاركة المبحوثين في نشاطي النقاش السياسي في تجمعات عامة (19,14%) أو حتى من حضر على الأقل في مثل هذه التجمعات (30,81%) ، وتعود ضالة نسبة المساهمين بنشاط وضع الملصقات أو توزيع المناشير الشهرية في الحملة إلى أنه يتطلب قدرا من

الاندماج والالتزام لصالح المترشح . وعموما من يقومون بكل هذا العمل هم من المنخرطين في الأحزاب المرشحة ، أو الذين تربطهم علاقات قوية ومباشرة بالمترشحين ، وقد يتم ذلك بمقابل مالي ، إذ يلجأ المترشحون لتكليف أفراد أو منظمات بتعليق ملصقاتهم الإشهارية . أما المساهمة بالمال والتي تمثل 14,8% من مجموع مساهمات المبحوثين في الحملات فهي تعبر عن قدر كبير من الاقتناع والالتزام مع الحزب أو المترشح، فقد وجدنا أن ثلاثة أرباع ( 3/4 ) المبحوثين الذين ساهموا في حملات انتخابية من المنخرطين في أحزاب سياسية، كما أنها قد تكون تعبيرا عن حجم الرهان الذي ينشده المساهم بالمال للحصول على امتيازات في حال فوز من ساعد في الانتخابات .

وذكر اثنان من المبحوثين أنهما ساهما في حملة انتخابية بنشاط آخر غير النشاطات الثلاثة المقترحة للاختيار، فقد ساهم أحدهما في إعداد الحملة الانتخابية، فيما ذكر الثاني أنه ساهم في مراقبة الانتخابات لصالح المترشح وهو ما لا يمكن اعتباره نشاطا داخلا في الحملة الانتخابية التي تنتهي بـ 48 ساعة قبل يوم الاقتراع .

#### 2.2.1. الاندماج في التنظيمات شبه السياسية :

تساهم المجموعات والتنظيمات المختلفة في تشكيل الرأي العام وتشرك المواطنين في القرار السياسي ، ولهذا الاعتبار المزدوج فهي تسهل بل وتمكن أحيانا من المشاركة السياسية<sup>(18)</sup> .

فمن خلال بعض التنظيمات يستطيع المواطن أن يدرك الحياة السياسية ويكتسب معرفة أفضل بها ، ويُسمى عبدالهادي الجوهري هذه التنظيمات من جمعيات ونقابات بـ "التنظيمات شبه السياسية"<sup>(19)</sup> نظرا لكونها تقوم بعمل جبار في مجال التنشئة السياسية .

وتُعد هذه التنظيمات جزءا من المجتمع المدني الذي يقول Bert and Badie أنه عندما يتأسس يعمل على تأطير المشاركة السياسية ككل ، ويُشير مفهوم المجتمع المدني إلى : " مجموعة من الأبنية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية ، تنتظم في إطارها شبكة معقدة من العلاقات والممارسات بين القوى والتكوينات الاجتماعية في المجتمع ، ويحدث ذلك بصور ديناميكية ومستمرة من خلال مجموعة من المؤسسات .

18. Jean Meynaud et Alain Lancelot. La participation des français à la politique. Paris. P.U.F. coll.

" Que Sais-je - n° 911". 1961, P.27

19. عبدالهادي الجوهري وآخرون ، دراسات في علم الاجتماع السياسي ، أسبوط (مصر) ، مكتبة الطليعة ، 1979 ، ص. 94 .



التطوعية التي تنشأ باستقلالية عن الدولة"<sup>(20)</sup>.

ويؤكد أيمن إبراهيم الدسوقي (كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة)، الذي أنجز دراسة عن المجتمع المدني في الجزائر أن إحدى أهم سماته هي حيويته ، على الرغم من مناخ الأزمة الذي يطوقه من كل جانب، سواءً قيست هذه الحيوية بتعدد تنظيماته أو بكثافة أنشطته أو انخراط أعضائه في مشكلات المجتمع وقضاياها<sup>(21)</sup>.

وقد عرفت الجزائر نمواً متزايداً في أعداد مثل هذه التنظيمات منذ أن فتح المجال أمام إنشاء التنظيمات والجمعيات غير السياسية الوطنية أو المحلية الطابع، وحسب إحصائيات رسمية فقد بلغ عدد الجمعيات والتنظيمات ذات الطابع الوطني ما يقارب 1000 تنظيم فيما وصل عدد الجمعيات المحلية إلى 57 ألف عند نهاية سنة 2000<sup>(22)</sup>.

ورغم كل هذا فإن الانخراط في مثل هذه التنظيمات ضئيل لدى مبحوثي عينتنا ، فلم تتعدى نسبة المنخرطين 24,46% بينهم 54,16% منخرطون في جمعيات و 45,83% في نقابات ، وبالطبع 75,53% من مجموع المبحوثين ليسوا أعضاء في أي من هذه التنظيمات .

وبوضح الجدول الموالي ذلك:

#### جدول (09) - انخراط المبحوثين في التنظيمات شبه السياسية

طبيعة التنظيم		الانخراط في التنظيمات شبه السياسية		
نقابة مهنية النسبة (%)	جمعية ثقافية، اجتماعية النسبة (%)	النسبة (%)	التكرار	إجابة المبحوث
45.83	54.16	24.46	24	نعم
		75.53	71	لا
		100.00	94	المجموع

20. حسن توفيق، "بناء المجتمع المدني : المؤشرات الكمية والكيفية"، في : سعيد بنسعيد العلوي وآخرون، المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية : بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 1992 ، ص. 294 .  
21. أيمن إبراهيم الدسوقي، " المجتمع المدني في الجزائر : الحجرة - الحصار - الفتنة "، المستقبل العربي، السنة 23 ، العدد 259 (سبتمبر 2000) ، ص. 63 .  
22. إحصائيات مستقاة من مديرية الأحزاب والجمعيات بوزارة الداخلية الجزائرية.

وتشير هذه الأرقام إلى ضعف اندماج المبحوثين في التنظيمات الوسيطة التي تُعد حلقة هامة في بناء الحياة الديمقراطية ، وقد يرجع ذلك إلى ما يشوب عمل هذه التنظيمات من تشوهات ، فكثيرا ما أُشير إلى ارتباطات مباشرة بين بعض هذه الجمعيات أو النقابات وأحزاب سياسية ، وهو ما يأخذه الناس موضع الريبة والشك .

كما أن هناك عاملا آخر يحد من مشاركة المواطن في الحياة السياسية عن طريق التنظيمات شبه السياسية ، هو غياب الديمقراطية في التسيير الداخلي لهذه التنظيمات<sup>(23)</sup> ، وهو الشيء الملاحظ في الواقع الجزائري ، إن لم نقل عنه الشائع ، ويكفي أن مظاهر مترتبات مثل هذا الأمر بادية للعيان من خلال النزاعات والشقاكات المختلفة بين أعضاء ومسيري مختلف الجمعيات والتنظيمات\* .

### 3.1. أنشطة النضال السياسي:

#### 1.3.1. النشاط في الأحزاب السياسية :

" تُعد الأحزاب أداة مُتلى للمشاركة السياسية ، ولا تستطيع أي ديمقراطية أن تترسخ اليوم ، أو تستمر دون وجود مثل هذه التنظيمات المُجندة، والمؤطرة للرأي العام ، وأي خلل في عمل الأحزاب يؤثر بشكل مباشر على سير النظام"<sup>(24)</sup> .

بهذه العبارة وصف Meynaud و Lanelot أهمية الأحزاب السياسية بالنسبة للمشاركة ، وبالفعل تحتل الأحزاب موقعا متميزا في بناء العلاقة بين الحكام والمحكومين في ظل الديمقراطيات التمثيلية ، ويتجلى ذلك في الأدوار المناطة بالأحزاب في هذه الأنظمة ، فهي تقوم بوظائف : تجنيد الإطارات السياسية ، التنشئة السياسية ، والاتصال السياسي ، تجميع المصالح والتعبير عنها ، وإعداد برامج بديلة للحكم والتسيير إلى جانب المهمة الأساسية لوجود الأحزاب ألا وهي السعي نحو السلطة<sup>(25)</sup> .

لكن يظهر أن الأحزاب السياسية الجزائرية لا تستقطب الكثير من المواطنين وهذا ما تثبته أرقام تحليل إجابات مبحوثينا .

23. J. Meynaud et A. Lancelot, Op. Cit., P. 28 .

\* - يكفي أن نأخذ مثلا عن ذلك ، تنظيم أبناء الشهداء الذي انشطر إلى نصفين ممثلين في المنظمة الوطنية لأبناء الشهداء ، والتنسيقية الوطنية لأبناء الشهداء ، وفي كل من هذين التنظيمين أجنحة متصارعة تدعي الشرعية والأحقية في حمل تسمية التنظيم لأن قيادتها هي النابعة عن عمل ديمقراطي داخلي .

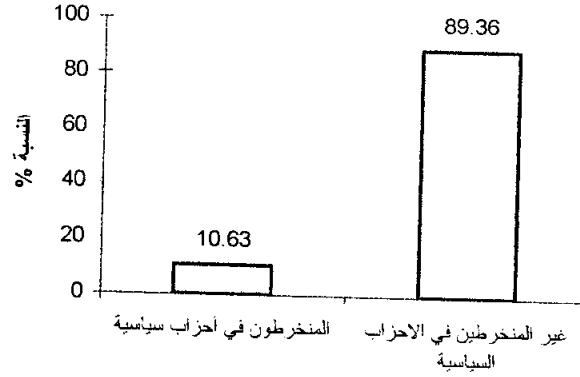
24. J. Meynaud et A. Lancelot, Op. Cit., P.30 - 31 .

25. Bertrand Badie et al. Dictionnaire de la Science politique et des institutions politiques, Paris, Armand Colin, coll."cursus", 1994, P. 194.

والشكل البياني التالي يلخص إجابات المبحوثين حول كونهم منخرطين في أحزاب

أم لا :

شكل بياني (05) - الانخراط الحزبي لدى المبحوثين



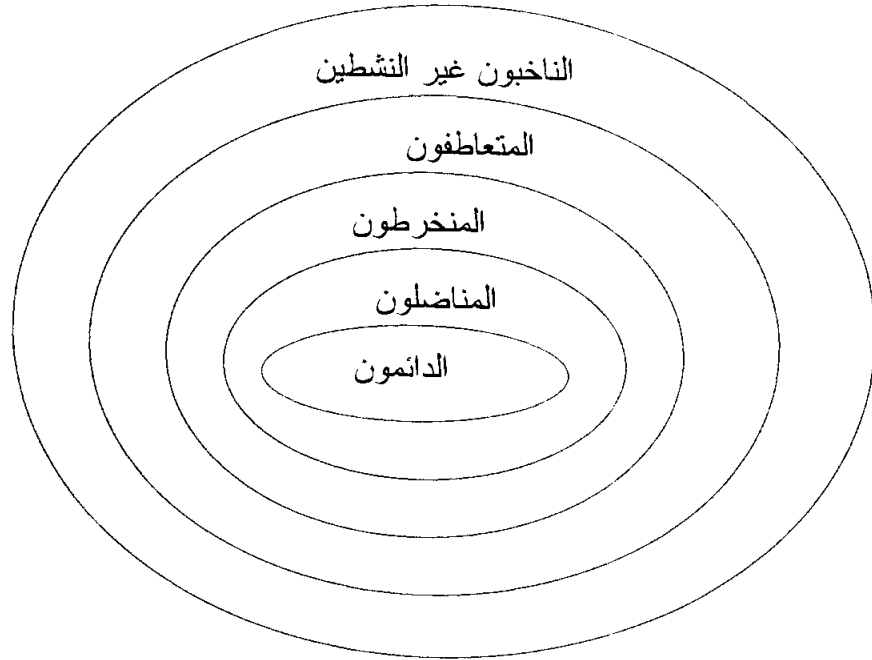
ويبرز الشكل البياني بوضوح ضالة نسبة المنخرطين من المبحوثين والتي تقدر بـ 10,63% فيما 89,36% من المبحوثين يصرحون أنهم غير منخرطين في أحزاب سياسية . وهو ما يُشير إلى نفور كبير عن الانخراط في الأحزاب الكثيرة التي تُعج بها الساحة السياسية في الجزائر ، حيث يبلغ عدد الأحزاب السياسية المعتمدة 28 حزبا ، وقد كان قبل صدور الأمر المعدل لقانون الأحزاب رقم (97/09 الصادر في 06 مارس 1997 ) يتجاوز 50 حزبا أنشئت أولها رسميا مباشرة مع صدور دستور فبراير 1989<sup>(26)</sup> .

ولا نملك أي معطيات حول حقيقة النشاط الحزبي ودرجة اندماج الأفراد فيه.

وفي هذا الصدد يقوم Maurice Duverger<sup>(27)</sup> تصنيفاً بخمسة مستويات من اندماج الأفراد في النشاط الحزبي ، " فالناخب " الذي يُصوت في الانتخابات أحيانا لحزب معين دون أن يُعلن ميله إليه يترتب في أدنى مستويات المشاركة الحزبية . و" المتعاطف " يهتم بنشاطات الحزب ويحضر حملاته الإعلامية ويتابع صحافته . أما " المنخرط " فهو شخصٌ يملك بطاقة عضوية ويدفع اشتراكات مالية دورية ويحضر اجتماعاته العادية .

26. إحصائيات مستقاة من مديرية الأحزاب والجمعيات وزارة الداخلية الجزائرية، ويمكن الإطلاع على القائمة الاسمية للأحزاب في ملاحق الدراسة.

27. J. Meynaud et A. Lancelot, Op., P. 32 – 33 .



شكل بياني (06) - فئات النشطين الحزبيين، مستوياتها وحجمها

وبعده يأتي " المناضل " وهو المنخرط النشط الذي قع على عاتقه أداء الأعباء الاعتيادية : دعائي نشط ، يبيث شعارات الحزب، ويبيع صحفه ، ويضع الملصقات، ويضمن التاطير والحفاظ على النظام في تجمعات الحزب ، فهو الرجل الضروري في كل المستويات بالخصوص عند أوقات الحملات الانتخابية، وأخيرا هناك " الدائم " الذي تعد السياسة بالنسبة له حرفة بأتم معنى الكلمة، والشكل البياني الأعلى يلخص هذه النقاط ، ويوضح تسلسل حجم فئات النشطين الحزبيين، حيث تضيق دائرة النشطين الحزبيين كلما اتجهنا إلى مركز الدائرة وانتقلنا إلى مستوى أعمق من الاندماج في النشاط الحزبي .

وأغلب مبحوثينا بعيدون حتى عن مجرد التعاطف مع الأحزاب السياسية، فبالإضافة إلى أن 74,46% منهم لم يسبق لهم حتى أن ترددوا على مقرات الأحزاب فإن إجابات غير المنخرطين على السؤال (25) المتعلق بأسباب العزوف عن الانخراط تشير إلى قدر كبير من الازدراء للأحزاب الموجودة في الساحة السياسية الجزائرية ف 52,38% منهم (من مجموع 84 غير منخرط ) يرجعون عزوفهم عنها لعدم اقتناعهم بها وببرامجها، فيما يقدر 32,14% منهم المصلحة التي قد يجنونها من الانخراط منعدمة أو غير كافية للإقدام على ذلك، ويرجع 8,33% منهم ذلك للخوف من احتمالات الوقوع في مشاكل بسبب الانخراط في حزب سياسي معين ، فيما يقدم 21,42% منهم أسبابا أخرى تتراوح بين عدم

الاهتمام بالسياسة والأحزاب تماما، وهو نفس ما يُشير إليه تقرير بعض المبحوثين بعدم توفر وقت الفراغ اللازم، إذ يُعبر ذلك عن المكانة التي يضع فيها الأفراد هذا النشاط في أجندتهم ( أولوياتهم )، كما يعبر عن إحساس المبحوثين بالقدر من التفرع والاندماج الذي يتطلبه هذا النشاط، ويُضاف لهذه العوامل أسباب أخرى ذكرها المبحوثين تُعبر عن الصورة التي بنوها عن الأحزاب، إذ يربط أحدهم انخراطه بوجود أحزاب ثابتة المبادئ وهو ما لا يعتبره متوفرا في الحقل السياسي الجزائري، كما يملك بعض المبحوثين تصورا سلبيا لعمل الأحزاب الجزائرية فيرى البعض أن هدفها الوحيد الوصول إلى السلطة، أو تحقيق مصالحها الضيقة.

### 2.3.1. الترشح لمناصب قيادية :

يُعبر الترشح لمناصب قيادية سواء داخل التنظيمات شبه السياسية والأحزاب، أو في مؤسسات الدولة السياسية عن طموح سياسي كبير، واندماج شديد في الحياة السياسية، مع قبول القواعد التي تخضع لها على ديمقراطيتها من عدمها.

وهو بحق ذروة أنشطة المشاركة السياسية من حيث العناصر الثلاثة في تصنيفها ( درجة التكرار، مستوى الكلفة، مدى النجاح )، وكونه قليل التكرار لأن الانتخابات دورية فهي كل 5 سنوات بالنسبة لعضوية البرلمان أو المجالس المنتخبة المحلية، وكذلك بالنسبة لرئاسة الجمهورية، وهي بين سنتين وخمس سنوات لتجديد القيادات المسيرة للتنظيمات شبه السياسية والأحزاب.

وهو نشاط مكلف جدا، بداية بالشروط الواجب توفرها في المترشح سواء القانونية منها كالسن، والأهلية وغيرها، أو شروط تبوء مكانة الترشيح للترشح. فالأحزاب السياسية مثلا تخضع اختيار قوائم مرشحيها لشروط معينة كأقدمية النضال في الحزب، والقدرة على التجنيد المرتبط بصورة المترشح لدى العامة، وكذا مراعاة المستوى العلمي في كثير من الأحيان، وتتواصل كلفة هذا النشاط مع الحملة الانتخابية التي تتطلب تفرغا تاما وتنقلا مستمرا، وبذلا واسعا في المال والجهد.

أما عن نجاعة الترشح لشغل المناصب، وشغلها الفعلي في مشاركة الفرد السياسية ومساهمته في صناعة القرار، فهي أكيدة في الأنظمة الديمقراطية، وينتقل بها الفرد من مستوى المحكومين إلى مستوى ممثليهم أو حتى مستوى الحكّمين وصناع القرار، الشيء الذي يخرج به من نطاق المشاركة ومفهومها كليا.

وكل هذا حتماً هو ما يُفسر ضالة نسبة من سبق لهم الترشح لمناصب قيادية من بين المبحوثين التي لم تتجاوز 10,63% و 90% منهم ترشحوا لمناصب قيادية في تنظيمات ينتمون إليها هي في غالبيتها القسوى جمعيات أو نقابات، إلا في حالة واحدة ترشح فيها أحد المبحوثين لمنصب قيادي، والجدول الموالي يلخص هذه الحالات.

#### جدول (10) - ترشح المبحوثين لمناصب قيادية

طبيعة الانتخابات التي تم فيها الترشح			الترشح لمناصب قيادية		
في مؤسسات وهيئات الدولة النسبة (%)	في حزب سياسي النسبة (%)	في جمعية أو نقابة النسبة (%)	النسبة (%)	التكرار	إجابة المبحوث
10.00	10.00	80.00	10.63	10	نعم
			89.36	84	لا
			100.00	94	المجموع

وعموماً فإن هذه الصور التي تعرضنا لها هي صور المشاركة السياسية الأكثر شيوعاً والتي يتيحها الواقع السياسي الجزائري، وتوجد صور أخرى تميز بعض الأنظمة الديمقراطية مثل " المبادرة " ( The Initiative ) في الولايات المتحدة الأمريكية - وحتى في سويسرا - حيث يمكن للمواطنين أن يقترحوا نصاً قانونياً معيناً ليعرض على مصادقة الهيئة التشريعية لولايتهم أو يعتمد عن طريق الاستفتاء الشعبي، بشرط أن يجمعوا توقيعات (5 إلى 10) % من الناخبين بالولاية، ويذكر بهذا الصدد أن أكثر من 125 "Initiatives" قد تمت المصادقة عليها في ولاية نورث داكوتا وأريغون ما بين 1898 و 1979م<sup>(28)</sup>.

والى جانب هذه الصور القانونية والمتعارف عليها هناك صور أخرى من المشاركة ليست محل دراستنا، تتمثل في نشاطات تتميز بقدر أو بأخر من العنف والسرية والتنظيم، متدرجة من مجرد كتابة شعارات مناوئة للحكومة على الجدران، إلى غاية التخطيط للاستيلاء على الحكم بطريقة عنيفة وقلب النظام.

28. K. Janda, J.M.Berry and J. Goldman, Op. Cit., P.244 .

## 2. فئات المشاركين والمستوى العام للمشاركة السياسية

### 1.2. بناء المؤشر العام للمشاركة السياسية:

تختلف درجة اندماج الأفراد في الحياة السياسية وفقا لعناصر اختلاف عديدة، وبذلك تتفاوت مستويات مشاركتهم السياسية.

وتشير أرقام تحليل مشاركة المبحوثين في مختلف صور المشاركة السياسية التي ناقشناها أعلاه إلى وجود لا مبالاة واسعة بممارسة هذه النشاطات وضعف ملحوظ في المشاركة، ولكن إعطاء هذا الاستنتاج دلالاته الدقيقة لا يتأتى إلا إذا تمكنا من تجميع هذه المشاهدات المنفردة في مؤشر شامل عن المشاركة السياسية.

وقد جرت محاولات عديدة للقيام بمثل هذا العمل التجميعي ، بداية في الولايات المتحدة الأمريكية. وأحسن ما أنجز في هذا الصدد هو بناء مؤشر على أساس مجموع معاملات تمنح لكل صورة من الصور الأساسية للمشاركة السياسية.

ونذكر في هذا المجال ما قام به الباحثان Elmo Roper و Julian L. Woodard منذ سنة 1950م بوضع ستة أسئلة مغلقة متعلقة بالأشكال الأكثر شيوعا للمشاركة السياسية ، ووزع الاستبيان على 800 شخص ، ومنح لكل سؤال معامل على شكل علامات يمكن جمعها ، وكانت العلامة 12 المستوى الأعلى للنشاط السياسي الذي تشمله الدراسة<sup>(29)</sup> .

ولم تدخل البحوث المتعلقة بالمشاركة السياسية بعدهما تعديلات كثيرة على هذا النموذج في بناء المؤشر الشامل أو العام ، سوى في تحديد قيمة المعاملات التي تمنح لكل نشاط بحسب أهميته ومستوى ترتيبه في سلم مستويات المشاركة .

وعلى هذا الأساس قمنا ببناء مؤشر المشاركة العام لدراستنا التي شملت تسعة\* من أبرز صور المشاركة السياسية، وهي : التصويت، المناقشة، المواضيع السياسية، مراسلة المسؤولين والهيئات الرسمية، نشر مواضيع ذات اهتمام عام في الصحافة، حضور تجمعات سياسية عامة، المساهمة في الحملة الانتخابية لحزب أو مترشح معين، الانخراط في المنظمات شبه السياسية، عضوية الأحزاب، الترشيح لمناصب قيادية، وهي الصور التي تدور حولها الأسئلة من 14 إلى 27 في صحيفة الاستبيان الموجودة في الملحق رقم (01) لهذه المذكرة.

29. J. Meynaud et A. Lancelot Op. Cit., P.40 et Suite .

\*- قلنا في المبحث السابق أنها ثمانية ، ولكننا في بناء المؤشر العام منحنا معاملا لمراسلة المسؤولين وآخر لمراسلة الصحف، ولم نعتبرهما نشاطا واحدا عكس المبحث السابق حيث اعتبرناهما واحدا لتجانسها .

وقد أرفقنا بكل نشاط معامل يتراوح بين علامة وثلاث علامات (1 - 3)، وأخضعنا ذلك للمفاضلة بين النشاطات بحسب مستوى ترتيبها في أغلب الدراسات المتعلقة بالمشاركة السياسية التي اطلعنا عليها، وكذا بتطبيق مقاييس تكررها، كلفتها، ونجاعتها، والجدول الموالي يوضح ذلك :

### جدول (11) - بناء المؤشر العام للمشاركة السياسية

النشاط	المعامل	تبرير المفاضلة
التصويت	1	كل هذه النشاطات متقاربة المستوى في مختلف التصنيفات لصور المشاركة. وعلى وجه الخصوص في هرم MILBRATH، وقد يحدث أن يقوم الفرد بها عرضاً أو لظروف خاصة، مما يجعلها لا تحمل دلالة الانغماس السياسي، كما أنها لا تتطلب جهداً كبيراً لأدائها.
مناقشة المواضيع السياسية	1	
مراسلة المسؤولين والهيئات الرسمية	1	
مراسلة الصحف حول مواضيع عامة	1	
حضور تجمعات سياسية عامة	1	
المساهمة في حملة انتخابية	1	
عضوية التنظيمات شبه السياسية	1	الملاحظة العامة حول عزوف الأفراد عن الانخراط الحزبي، وكذا اختيارنا لسؤال حول الانخراط الفعلي وليس مجرد التعاطف مثلاً، جعلتنا نرفق به أعلى علامة بدلاً من 1 أو 2.
الانخراط الحزبي	3	
الترشح لمناصب قيادية	3	كما أشرنا إليه فهذا النشاط تتحقق فيه معايير اعتلاء قمة هرم المشاركة وعليه منحناه أعلى علامة.
مجموع معاملات المؤشر	13	

وكما يظهر من الجدول فإن علامة 13 تمثل النموذج الأمثل للمشاركة السياسية في حدود الصور التي تشملها الدراسة .

### 2.2. مستويات المشاركين السياسيين :

وكما وضعنا لصور المشاركة السياسية مستويات بحسب أهميتها ومغزاها ، فإن للمشاركين تصنيفاً بحسب حجم اندماجهم في الحياة السياسية، ويُصنف هؤلاء على ما يسمى بالسلم : مشاركة - انعزال، وتختلف التصنيفات في تحديد عدد المستويات الذي يصل عند البعض إلى ستة مثلما هو الحال في تصنيف Olsen الذي يرى أن المشاركين يتدرجون في مستويات مرتبة تنازلياً كما يلي :<sup>(30)</sup>

30. عزيزة محمد السيد، "البناء النفسي للنشطين سياسياً : دراسة ميدانية في مجال السلوك السياسي"، في : كمال المنوفي وحسين توفيق (محرران)، الثقافة السياسية في مصر بين الاستمرار والتغير ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، 1994م ، المجلد الأول ، ص. 488 .



- 1- القادة السياسيون Leaders .
  - 2- النشطون Activists .
  - 3- المتصلون بالحياة السياسية Communicators .
  - 4- المواطنون Citizens .
  - 5- الهامشيون Marginals .
  - 6- المنعزلون Isolated .
- وتمثلها فعلة Juilan L. Woodward و Elmo Roper بأن وضعاً في مقابل كل فئة من فئات المشاركين مجالاً من مجموع العلامات ، فكان " النشطون جدا " هم من تحصلوا على مجموع ما بين 6 و 12 علامة، و" النشطون" ما بين 4 و 5 علامات، والقليلو النشاط بين 2 و 3 علامات، واعتبر أصحاب العلامة الواحدة واللاشيء غير نشطاء تماماً Totalement inactif<sup>(31)</sup> .

وعلى نفس المنوال جزأنا المبحوثين إلى أربع فئات بحسب مجموع العلامات، وحتى لا نقع في اعتباطية اختيار حدود المجالات التي اختارها الباحثان أعلاه (2 ، 4 ، 6) فقد اعتمدنا في تحديدها على حالات فئات نظرية. إذ جعلنا علامتي 0 و 1 تعبران عن انعدام النشاط، فأمام العدد الكبير من الأنشطة المقترحة وتوافر إمكانيات ممارستها دون مشاكل تُذكر، قدرنا أن من شارك في نشاط واحد فقط من الأنشطة التي أرفقت بمعامل (1) لا يمكن اعتباره مشاركاً وأن مشاركته جاءت عرضية أو صدفة.

وحددنا قمة الفئة الثانية في 4 علامات تمثل مجموع العلامات المرفقة بالصورة المتعلقة بنشاط الانتخاب ( التصويت، مناقشة مواضيع سياسية، حضور تجمعات سياسية عامة، المساهمة في حملة انتخابية ) . وكانت علامة 7 الحد الأعلى للفئة الثالثة ، وتمثل مجموع معاملات الأنشطة المرفقة بمعامل (1) وهي كل الأنشطة ما عدا الانخراط الحزبي والترشيح لمناصب قيادية .

وعليه جاءت مستويات المشاركين السياسيين في دراستنا معرفة بالمجالات كما يلي:

المشاركون النشطون ( من 8 إلى 13 ) ، المشاركون الاعتياديون غير النشطين ( من 5 إلى 7 ) ، المشاركون المتقطعون ( من 2 إلى 4 ) ، المنعزلون (0 و 1) .  
ويمكن أن نورد هنا وصف Denis Lindon<sup>(32)</sup> للفئات الأربع وخصائصهم :

31.J. Meynaud et A.Lancelot, Op. Cit., P.40.

32. Denis Lindon, Marketing politique et social. Paris. Daloz. 1976. P. 108 .

1.2.2. المشاركون النشطون : وهم المناضلون السياسيون والذين يشاركون في معظم أنشطة المشاركة حتى التي توجد في أعلى هرم Milbrath من الانخراط في الأحزاب والنشاط فيها، وكذا المساهمة الفعالة في الحملات الانتخابية، وحتى الترشح للمناصب السياسية العامة وشغلها.

2.2.2. المشاركون الاعتياديون لكن غير النشطين : هؤلاء ممن يداومون على الاتصال بالطبقة السياسية، ويستعملون وسائل الإعلام كثيرا نظرا لاهتمامهم بمتابعة الأحداث السياسية، وهم عادة يملكون مواقف محددة، غير أنهم ليسوا نشطين ولا يسعون إلى الارتقاء في سلم المشاركة، كما أنه ليس لديهم طموحات في تولي المناصب العليا.

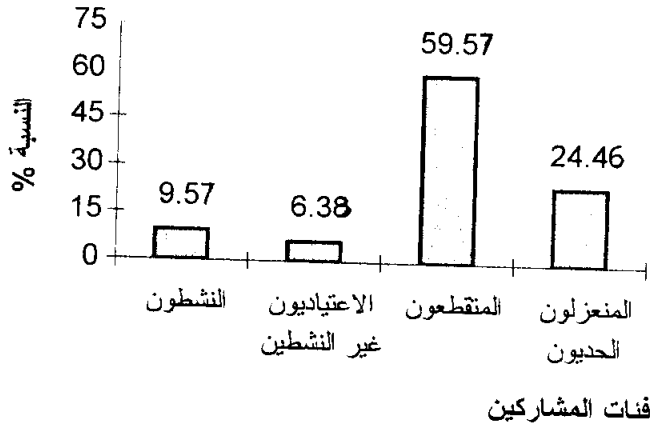
3.2.2. المشاركون المتقطعون (غير الاعتياديين) : لا يهتم هؤلاء بالسياسة إلا في أوقات الانتخابات، عندما تصبح الحملة الانتخابية موجودة وقائمة في كل مكان، فهم يكتفون بتلبية المواعيد الانتخابية والاهتمام بالسياسة في خلالها.

4.2.2. المنزلون الحديون : لا يهتمون تماما بالسياسة ولا يفقهون في أمورها شيئا، ولا يقومون بأي نشاط عن رغبة في التأثير ووعي بذلك إلا ما كان عفويا غير مقصود. وكان توزيع المبحوثين بحسب فئات المشاركين كما يلي :

جدول (12) - فئات مشاركة المبحوثين

النسبة (%)	التكرار	فئات المشاركين
24.46	23	المنزلون الحديون
59.57	56	المشاركون المتقطعين
6.38	6	المشاركون الاعتياديين غير النشطين
9.57	9	المشاركون النشطين
100.00	94	المجموع

شكل بياني (07) - فئات المشاركة السياسية للمبحوثين



ويظهر جليا أن مستوى المشاركة ضئيل عند مبحثنا، بالنظر إلى كون الذين حصلوا على علامات تصنفهم في الفئتين الأخيرتين (المتقطعون والمنعزلون) يمثلون نسبة 84,03% من مجموع المبحوثين فيما لا تتجاوز نسبة النشطين مع المشاركين الاعتياديين منهم 15,95% .

وتشير هذه الأرقام وما سبق تناوله عن المشاركة في كل واحدة من صور المشاركة إلى وجود أعراض لما يسمى " بالسلبية السياسية " بمختلف مظاهرها التي يلخصها البعض فيما يلي :

أ - اللامبالاة : وهي غياب الاهتمام بالأفراد أو الظواهر أو المواقف في المجتمع بصفة عامة أو خاصة.

ب - الشك السياسي : ويتمثل في الشك في أحوال وأقوال الآخرين في المجتمع خاصة قياداته ، والنظر إلى العمل السياسي نظرة سلبية والشعور بأنه عمل رديء، وأن الثقة في رجال السياسة أمرٌ مستحيل.

ج - العزلة السياسية : ويعني ذلك شعور الفرد بالغربة عن العمل السياسي والحكومة وما يدور في المجتمع ، فلا يحس بكل هذا وكأنه غير معني تماما به.

د - الاغتراب : وهو شعور الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يحسان به ولا يعنيهما أمره وبأنه لا قيمة له في هذا المجتمع ، ويؤدي ذلك إلى تقليل الفرد من أهدافه وفقدانه الحماس والدافع الباعث على المشاركة الفعالة في عالم السياسة<sup>(33)</sup> .

ويبدو أن المظهر البارز لدى مبحثنا - في حدود المحاور التي غطتها أسئلة الاستبيان - هو وجود شك سياسي Cynicism مرتبط أكثر بالأحزاب السياسية والقيادات، ويظهر ذلك من خلال إجابات المبحوثين غير المنخرطين في أحزاب سياسية على السؤال المتعلق بأسباب ذلك ، حيث ركز أغلبهم (52,38%) على أنهم غير مقتنعين بالأحزاب الموجودة في الساحة السياسية، وهو ما يعني أنهم لا يتقنون بها، كما يوجد نوع من الاغتراب السياسي ففي إجابات المبحوثين على السؤال رقم (28) الخاص باتجاههم نحو المشاركة، وفي الجانب المتعلق بالعبارة الثانية القائلة "المسؤولون الجزائريون لا يأخذون اقتراحات المواطنين وتطلعاتهم بعين الاعتبار" كان عدد الذين أكدوا موافقتهم على صحة العبارة ومساندتهم لهذا الحكم 75 يمثلون 88,41% من مجموع المجيبين\* بينهم 44 ( 48,35% من الإجابات )

33. عبد الهادي الجوهري وآخرون، مرجع سابق، ص. 94 - 95 .

\*. امتنع (3 مبحوثين عن الاجابة على السؤال (28)، ويأتي تفصيل هذا في القسم الأخير من الدراسة .

يساندونه بشكل مطلق، فيما لا يُعارض هذا الحكم سوى 4 أفراد، ودون أن يكون بينهم سوى واحد فقط يعارضه بصفة تامة .

ولم نلمس بشكل ملحوظ بروز مظهر اللامبالاة Apathy ، حيث أن المبحوثين وفي إجاباتهم على السؤال رقم (13) المتعلق بدرجة اهتمامهم بالحياة السياسية عبروا بنسبة 68,07% عن اهتمامهم بها على الأقل بدرجة متوسطة ونسبة 91,47% عن اهتمامهم بها على الأقل بقدر قليل فيما لا تتجاوز نسبة عديمي الاهتمام بالسياسة 8,51% من مجموع المبحوثين .

#### جدول (13) - توزيع المبحوثين حسب درجة اهتمامهم بالحياة السياسية

درجة الاهتمام بالسياسة	التكرار	النسبة (%)	النسبة التراكمية (%)
اهتمام كبير	18	19.14	19.14
اهتمام متوسط	46	48.93	68.07
اهتمام قليل	22	23.40	91.47
اهتمام منعدم	8	8.51	100.00
المجموع	94	100.00	

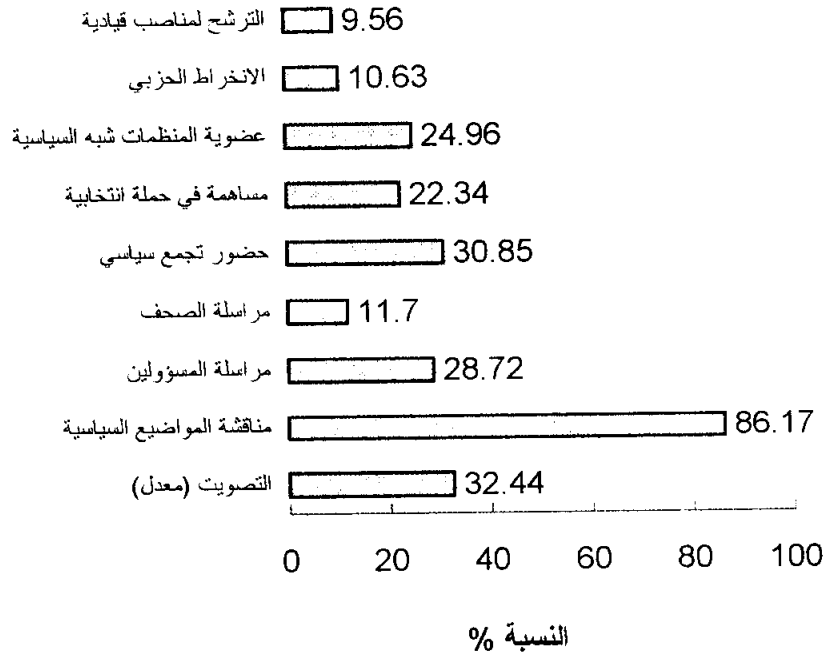
ويدعم استنتاجنا حول وجود قدر معتبر من الاهتمام بالسياسة لدى المبحوثين بروز نشاط مناقشة المواضيع السياسية كأكثر الأنشطة انتشاراً، وقليلون جداً هم من لا يتناقشون في السياسة، إذ لا تتجاوز نسبتهم 13,82% من مجموع المبحوثين، وتجسد مقارنة ممارسة هذا النشاط بالنشاطات الأخرى للمشاركة، (شكل بياني 08) خصائصه الأساسية من حيث تعبيره عن قدر معين من الاهتمام بالشئ السياسي. ولكنه في ذات الوقت لا يعني أنه يستتبع انتقالات من مجرد الحديث عن السياسية إلى النشاط في مجالها في صور أخرى ، ويلخص الشكل البياني الموالي مستوى مشاركة المبحوثين في مختلف صور المشاركة السياسية، حيث يبرز بجلاء موقع المناقشات السياسية من مشاركة المبحوثين .

وأما الغربة السياسية، فاستبياننا لا يوفر عنها معطيات أو مؤشرات لأنها لا تمثل، لا هي ولا المظاهر الأخرى للسلبية السياسية في الحقيقة جزءاً من الدراسة، فلم يستهدف الباحث الكشف عنها، وكل ما قدم عنها ما هو إلا محاولة تفسيرية على ضوء المعطيات التي يوفرها الاستبيان .

شكل بياني (08) - مشاركة المبحوثين في مختلف صور المشاركة

السياسية

النشاط



### 3. العوامل المحددة للمشاركة السياسية

يتفاوت الأفراد في مستوى اندماجهم في الحياة السياسية ، وحجم مشاركتهم السياسية، وقد أبرزت دراسات كثيرة دور بعض العوامل في إحداث التفاوت والتمييزات الفردية، ورغم أن دراستنا تحاول معرفة إن كان لمتابعة وسائل الإعلام دور في تحديد هذا التفاوت ، إلا أننا لا يمكن أن نبحت هذا الأمر دون أن نأخذ فكرة عن الدور الذي تلعبه عوامل أخرى مجاورة، بالعودة إلى نتائج دراسات سابقة والتحقق من انطباقها على حالة دراستنا بمقارنتها مع النتائج التي توصلنا إليها.

وقبل أن نعرض لهذه العوامل يجب أن نشير إلى أنها كثير ومن الصعب إصدار أحكام مطلقة بخصوص علاقتها بالمشاركة السياسية. كما أنه ورغم كون الحديث عن هذه العوامل سيوحي بأن دورها في تحديد التفاوت بين الأفراد في مستوى المشاركة يحدث بصفة منفردة ومنفردة، إلا أنها في الحقيقة والواقع في تفاعل (العوامل) مستمر. فيحدث أن تتطافر العوامل فيما بينها فيعزز أحدها دور الآخر، كما يحدث أن تتعارض فيبطل أحدها مفعول الآخر، ويمكن إجمال العوامل في أربعة أصناف : العوامل الفردية، العوامل الاجتماعية، الإطار السياسي ، المنبهات السياسية\*.

#### 1.3. العوامل الفردية :

ونصنف تحتها العوامل المرتبطة بالفرد في حد ذاته وبخصائصه ، وتدعى كذلك بالمحددات البيو- اجتماعية (Operateurs Bio - sociaux)<sup>(34)</sup> ، وهي الجنس والسن أساسا، كما يضيف إليها البعض عامل العرق مثلا.

تؤكد كل الدراسات - دون استثناء - باختلاف المجتمعات التي أجريت فيها أن الرجال أكثر مشاركة من النساء دائما وفي مختلف صور المشاركة السياسية<sup>(35)</sup> . ولا تختلف قراءة الأرقام المحصل عليها من إجابات الباحثين عن هذه الاستنتاجات فقد كانت نسبة المشاركة لدى الذكور أعلى من نسب مشاركة الإناث في أغلب النشاطات التسع المقترحة.

\*- بنى هذا التصنيف على أساس ما أورده مجموعة من المؤلفات والدراسات المتعلقة بالمشاركة السياسية .

34. Bernard Denni et Patrick Lecompte, Sociologie du Politique. Op.Cit., p. 148 .

35. J. M. Meynaud et A. Lancelot, Op.Cit., P.68-70 .

وهو ما جعل المعاملات الإحصائية الدالة عن طبيعة العلاقة بين المشاركة السياسية والجنس تمتلك صفة دلالية كبيرة ، فقد سجل معامل  $\chi^2$  قيمة 15,34 لدرجة حرية  $df$  مساوية لـ 03 وهو ما يعد مقبولا جدا ودالا على وجود علاقة حتمية بين الجنس والمشاركة السياسية بلغت شدتها 0,404 وهي قيمة  $\Phi$  العلاقة\*.

وهو ما يعني أن العلاقة اقتربت من مستوى القوة النسبية الموجودة عند القيمة 0,500 للـ  $\Phi$  . ويمكن تفصيل هذه النتائج من خلال أرقام الجدول التالي الذي يلخص تصنيف المبحوثين إلى فئات المشاركين بحسب الجنس، ويوضح الرسم البياني الموالي التمايزات بين لجنسين فيما يخص المشاركة في كل واحدة من الصور المقترحة، وتظهر منه على الخصوص التمايزات في نسبة المنعزلين الحديين بين الجنسين (7,14% من الذكور، 38,46% من الإناث).

**جدول (14) - فئات المبحوثين المشاركين بحسب الجنس**

متغير الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
فئات المشاركة						
المنعزلون الحديون	3	7.14	20	38.46	23	24.46
المشاركون المتقطعين	28	66.66	28	53.84	56	59.57
المشاركون الاعتياديين غير النشطين	5	11.90	1	1.92	6	6.38
المشاركون النشطين	6	14.28	3	5.76	9	9.57
المجموع	42	44.68	52	55.31	94	100.00

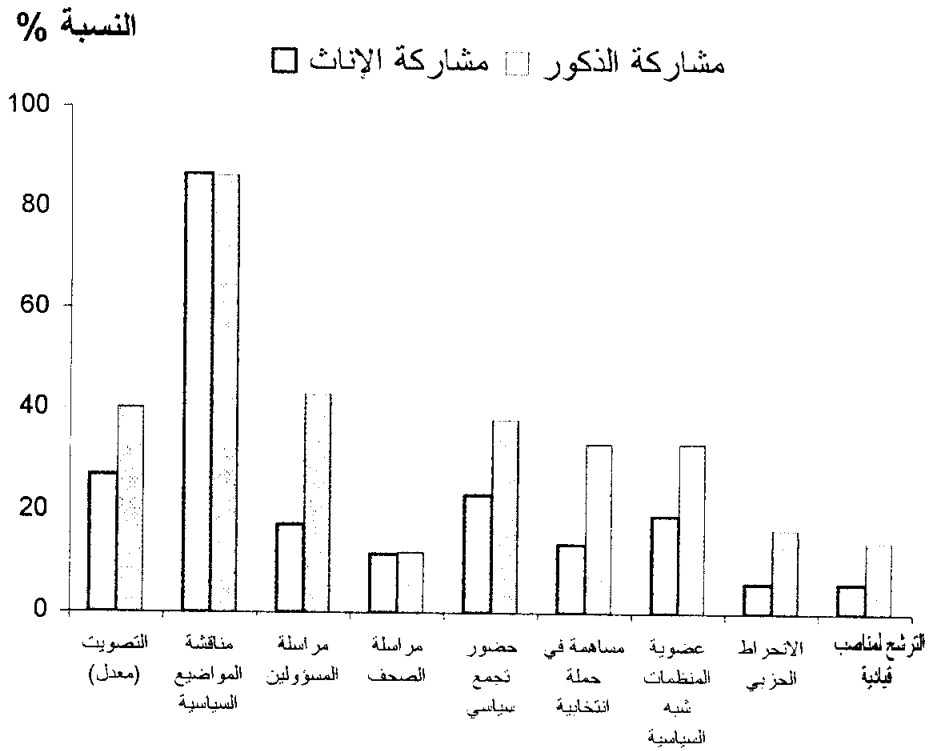
كما أن نسبة مجموع المشاركين النشطين أو الاعتياديين على الأقل عند الذكور تبلغ 26,18% ، بينما لا تتجاوز عند الإناث 7,68% .

وليس سهلا تفسير هذا التفاوت وإعطاء أسباب هذه الهوة بين الجنسين، غير أن ما يمكن أن يعد تفسيرا مقبولا هو أن الأمور تحدث في المجال السياسي وكان التقسيم التقليدي للأعباء بين الجنسين، والقائم على مقابلة بين العالم المنزلي - المخصص للمرأة - والعالم الخارجي - حكر الرجل - قد بقي دون تغيير حتى في المجتمعات المعاصرة : فالسياسة تظهر على أنها إن لم تكن احتكارا مطلقا للرجل فهي من اختصاصاته. ويصدق هذا حتى في حال الأنشطة التي لا تحمل معنى الصراع ، والقريبة من الاهتمامات اليومية، أو التي تكون في منأى عن المشاحنات الحزبية كحال المشاركة في الحياة السياسية المحلية<sup>(36)</sup> .

\*- سيأتي تفصيل طبيعة المعاملات الإحصائية المستخدمة ومستوياتها الدلالية في القسم الأخير من هذه الدراسة .

36. Bernard Denni et Patrick Lecompte, Op.Cit., P.150 .

شكل بياني (09) - مشاركة الجنسين في كل واحدة من أنشطة المشاركة



فالنماذج الثقافية التقليدية المتجذرة في الذهنيات الجماعية والتي تعرقل أو تحُد من تدخل المرأة في الفضاء المخصص للقضايا العامة والسلطة السياسية، تتكسر على صخرتها حتى " الحداثة " التي تدعيها المجتمعات الغربية، وهو ما يجعل المرأة " ضعيفة التعرف على نفسها في النظام السياسي القائم <sup>(37)</sup> ."

وعندما تهتم المرأة بالسياسة ، وتصبح نشطة، فإنها لا تولي أهمية كبيرة - عكس الرجل - للمؤسسات التي تقود الصراع ( أحزاب ، نقابات) وتكون المرأة أقل حضوراً في التجمعات العامة وفي المواجهات ( إضرابات، مظاهرات ) التي تجري في الميدان الذي تطالب بفتحه أكثر على مشاركتها <sup>(38)</sup> . وعن المحدد البيو- اجتماعي الثاني، وهو السن، فقد وجدنا من خلال معالجة إجابات المبحوثين أنه مرتبط بعلاقة ارتباطية ضعيفة نسبياً مع المشاركة السياسية، وهي علاقة غير خطية (  $\hat{\eta} = 0,330$  ) حيث تخضع لمنحنى تتزايد فيه المشاركة السياسية بتزايد السن خلال مجال أول لتعود للنزول بعدها مع تزايد السن في مجال ثانٍ ثم تعود للتزايد في مجال تزايد السن الثالث، والرسم البياني التالي يوضح ذلك\*.

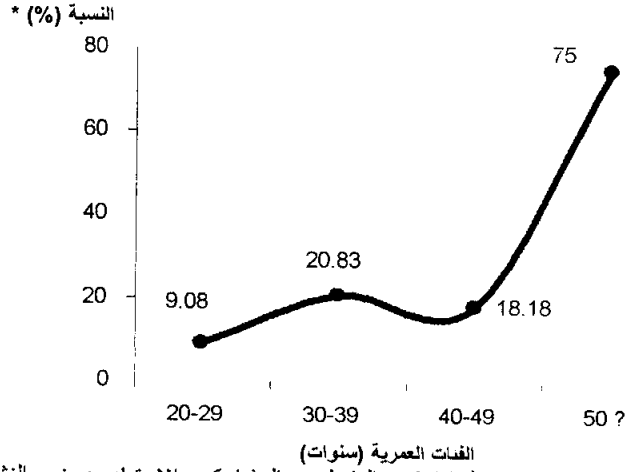
37. Jürg Steiner. "Un modèle pour L'explication du degré de porticipation politique ". Traduit par: Nicolas Rubel, Paris. I.S.E.A.. Revue: Economie et Société (1972). P. 1875 .

38. Nonna Mayer et Pascal Perrineau. Les Comportements Politique. Op.Cit.. P.28-29 .

\*- قسمنا المبحوثين بحسب سنهم إلى (04 فئات ، حددت مستوياتها العليا عند 49,39,29 سنة أي بفارق 10 سنوات تمثل طول الفئة الواحدة .



## شكل بياني (10) - مستوى المشاركة السياسية النشطة حسب الفئات العمرية



\*- تمثل هذه النسبة مجموع نسبي المشاركين النشطين والمشاركين الاعتياديين غير النشطين لكل فئة عمرية.

وهذا ما يتطابق نسبياً مع ما وصلت إليه الدراسات في هذا المجال رغم تحديد المجال العمري الذي تكون فيه المشاركة السياسية للأفراد أشد ما تكون يختلف من دراسة لأخرى، فبعض الدراسات تحدها ما بين 55 - 60 سنة، وأخرى بين 18 - 34 سنة، أو 30 - 35 سنة<sup>(39)</sup>، وحتى 50 - 75 سنة<sup>(40)</sup>. وبالنسبة لمبحثنا فإن سن الأكثر نشاطاً تتراوح ما بين 50 سنة أو أكثر مثلما يوضح الرسم البياني أعلاه.

### 2.3. المحددات الاجتماعية

يمثل مبدأ المساواة السياسية أحد الركائز التي تقوم عليها الديمقراطية، ولكن حقيقة اجتماعية بارزة في كل المجتمعات باختلاف مستوى تقدمها تفرض ترتيباً وتصنيفاً للأفراد فيما يسمى بالمستويات السوسيوثقافية، القائمة أساساً على عناصر: الشهادات التعليمية، المهنة والدخل\*.

وقد أظهرت العديد من الدراسات ارتباطاً بين هذه المكانة الاقتصادية والاجتماعية والمشاركة السياسية، والنتيجة التي كثيراً ما تظهر من خلال هذه الدراسات هي زيادة حجم المشاركة بارتفاع المكانة الاقتصادية والاجتماعية، ويظهر هذا أولاً عبر المشاركة الانتخابية، ففي دراسة أجراها المعهد الفرنسي للإحصائيات I.N.F.S سنة 1990م حول

39. J. Meynaud et A. Lancelot, Op.Cit., P.70-71.

40. Bernard Denni et Patrick Lecompte, Op. 149.

\*- عالجت الدراسة ولو بصفة بسيطة علاقة المستوى التعليمي بالمشاركة السياسية، أما بخصوص العاملين الآخرين (المهنة، الدخل) فقد استأنسنا فيها بتقديم نتائج بعض الدراسات دون تأكيد تطابقها من عدمه وواقع بحثنا.

انتخابات افريل 1988م ومارس 1989م. أكدت النتائج الارتباط الموجود بين عامل طبيعة المهنة والمشاركة في التصويت : 45% من الإطارات العليا والمتوسطة كانوا من المصوتين المواضيين، في مقابل 33% من العمال المهنيين، و 32% من الموظفين<sup>(41)</sup>. ودلت دراسة مقارنة قام بها S.Verbal و N.Nie و J.Kim سنة 1980م في سبع دول غربية على عمومية تأثير المركز الاجتماعي للفرد في درجة اندماجه السياسي<sup>(42)</sup>.

وقد يفسر هذا التأثير الذي تمارسه المهنة على حجم المشاركة السياسية كون المهن المرتفعة السلم الإداري أو القيمة الاجتماعية هي التي تسمح أكثر بالاحتكاك مع القضايا السياسية، فالمدبر في إطار عمله يجب أن يتعامل مثلا مع قوانين الجباية والضرائب، كما أنه إذا أراد توسيع مشروعه أو مؤسسته فذلك يضعه في تعامل مباشر مع السياسة المحلية والبلدية حيث يريد فعل ذلك، وعليه يزداد اهتمامه باختيار المسيرين المحليين، وكذا بالقوانين التي تسن على مستوى مركزي وطني ويحاول حماية مصالحه من خلال الاندماج في الحياة السياسية والتأثير في صناعة القرار.

وعن التمايزات التي تظهر في حجم مشاركة الأفراد بدلالة مستواهم الدراسي والشهادات التي يحملونها، تؤكد دراسات أن هناك علاقة طردية بين الأمرين، فالأفراد الأكثر تعليما هم الأكثر نشاطا كذلك، والأدنى شهادة هم الأكثر لا مبالاة بالسياسة.

ويفسر أصحاب هذه الاستنتاجات ذلك بـ "البعد الفكري في النشاط السياسي"<sup>(43)</sup>، الذي يتطلب ليس فقط معارفا خاصة، ولكن أساسا قدرات على التعامل مع الأفكار، المفاهيم، والرموز، والقدرة على مقارنة العائلات السياسية ومواقفها، وباختصار فالنشاط السياسي يتطلب تحكما في مجموعة من العمليات الفكرية، وهو ما توفره المؤسسات التعليمية والجامعية.

وعكس ما وصلت إليه مثل هذه الدراسات أدخلت دراسات أخرى الشك بخصوص قوة تأثير هذا العامل، فتشير دراسة أجريت في نوفمبر 1958م بفرنسا إلى تأثير جزئي للمستوى الدراسي على مشاركة الإناث، إلا أنه كان منعدما لدى الذكور<sup>(44)</sup>.

41. Ibid., P.144 –145.

42. Ibid., P.145.

43. Ibid.

44. J. Meynaud et A. Lancelot, Op.Cit., P.78.

وتشير دراسة أخرى أجريت من قبل معهد SOFRES الفرنسي سنة 1978م حول الاندماج في الحياة العامة المحلية أنه نشاط يباشره في الغالب فلاحون نوو شهادات تعليمية متدنية (31%)، ثم إضارات متوسطة لديها على الأقل مستوى البكالوريا (28%)، ليأتي في الأخير الإطارات العليا (19%)، وهم الأكثر تعليماً في الأصل<sup>(45)</sup>. وهذا يشير إلى علاقة عكسية بين المستوى الدراسي والمشاركة المحلية.

ويظهر أن تحليل إجابات مبحوثينا يتقاطع مع استنتاجات النوع الثاني من الدراسات، فقد اتضح أن لا علاقة واضحة بين المستوى الدراسي للمبحوثين ومستوى مشاركتهم السياسية، حيث كانت قيمة  $\chi^2 = 16,884$  لدرجة حرية  $df = 9$ ، وهو ما يجعله أقل بقليل من القيمة المطلوبة عند هذه الدرجة وهي:  $16,919$ \*. والجدول التالي يوضح الأمر أكثر.

جدول (15) - فئات المبحوثين المشاركين حسب المستوى الدراسي

المجموع	جامعي: ما بعد التدرج		جامعي: تدرج		ثانوي		ابتدائي أو متوسط		المستوى الدراسي	
	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار		
9.57	9	10.00	1	27.45	14	20.00	4	30.76	4	فئات المشاركة المنزليون الحديون
6.38	6	70.00	7	64.70	33	55.00	11	38.46	5	المشـاركون المتقطعين
59.57	56	10.00	1	7.84	4	—	0	7.69	1	المشاركون الاعتياديون غير النشطين
24.46	23	10.00	1	—	0	25.00	5	23.07	3	المشاركون النشطين
100.0	94	10.63	10	54.25	51	21.27	20	13.82	13	المجموع

حيث أن نسب مجموع المشاركين النشطين أو الاعتياديين جاءت متفاوتة بين فئات المبحوثين حسب مستواهم التعليمي، وكانت على النحو التالي: ابتدائي متوسط 3076%، ثانوي: 25%، جامعي (تدرج) 7,84%، جامعي (ما بعد التدرج) 20%، وهو ما يشير إلى عدم وجود تسلسل خطي لحجم المشاركة بحسب المستوى التعليمي للأفراد. وقد تعزى مثل هذه النتائج إلى أن تأثير المستوى التعليمي في المشاركة السياسية ليس بالقوة التي تجعله يصمد أمام التأثيرات السلبية لعوامل أخرى كالإطار السياسي، والصورة التي يملكها الأفراد عن العمل السياسي والحياة السياسية في البلاد عموماً.

45. B. Denni et P.Lecompte, Op.Cit., P. 146.

\* انظر جدول القيم النظرية لـ  $\chi^2$  : ملحق رقم (06)، ص 160.

ترتبط دراسات كثيرة بين مستوى الإشباع المادي ودرجة المشاركة السياسية، أخذة في تحديد مستوى الإشباع المادي مستوى دخل الأفراد. وتشير معظم الدراسات إلى علاقة إيجابية بين الدخل والمشاركة السياسية، ورغم أهمية هذا المؤشر - الدخل - إلا أنه لا يمكن قبول الاستنتاجات الخاصة به بصفة مطلقة .

أما عن تفسير مثل هذه الاستنتاجات فقد سبق لنا أن أوضحنا أن إحدى معايير تصنيف أنشطة المشاركة السياسية كلفتها، التي تشمل المال والجهد والوقت المبذولين للقيام بها ، واعتبر Milbrath مثلا أن أنشطة المشاركة ترتفع كلفتها كلما ارتفع مستوى تصنيفها، وعلى هذا الأساس فهناك أنشطة - رغم قلتها - لا يستطيع أصحاب الدخل الضعيفة الإيفاء بالتزاماتها المالية وممارستها مثل : الانخراط الحزبي الذي يقتضي تبرعات مالية واشترابات سنوية، أو نشاط آخر كالمساهمة في تمويل الحملات الانتخابية.

### 3.3. الإطار السياسي :

ترتبط المشاركة السياسية بعناصر الإطار السياسي التي تتمثل في رؤية القيادة لدور المواطن ومدى توفر وحيوية التنظيمات الحزبية والشعبية ، والمجالس النيابية، وتوعز المشاركة السياسية المعتبرة نسبيا في المجتمعات الغربية إلى وجود الإطار الدستوري والمؤسسي الملائم ( الدستور ، الانتخابات الدورية، التعددية الحزبية، الجماعات الضاغطة، حرية الصحافة، البرلمان، أجهزة الحكم المحلي ... الخ ) . في حين تؤدي الهيمنة الأحادية في الدول الشمولية إلى تقليل دور المواطن في صنع السياسات واختيار القيادات ( المشاركة الفعلية ) ، رغم أن نسبة المنخرطين في النشاط السياسي فيها قد تتجاوز مثيلاتها في الدول الديمقراطية الغربية.

فالمواطن في النظم الأحادية والملكية - بدرجة أقل - مطالب بالتصويت في الانتخابات والسعي إلى عضوية الحزب والانضمام للنقابات والمجالس الشعبية ومنظمات الشباب والتعاونيات، والمشاركة في الحلقات الدراسية والمناقشات السياسية " الموجهة" . ويرفض البعض اعتبار هذه الأنشطة مشاركة حقيقية بحجة أنها في معظمها ذات طابع إكراهي أو جبيري وبحجة أن هدفها الرئيسي هو حشد الجماهير لبناء الدولة ومساندة النظام السياسي. غير أن هناك من يستبعد أن يكون ارتفاع معدل هذه المساهمة في النشاط السياسي في واحدة من هذه الدول راجعا إلى الإرغام، فهي حسبهم مشاركة طوعية يدفع إليها ويغذيها العزف المستمر وبشدة على وتر القيم والبناء والتقدم والمصلحة العامة<sup>(46)</sup> .

46. كمال المنوفي ، أصول النظم السياسية ، مرجع سابق ، ص.344 وما بعدها .

وتحدد طبيعة عناصر الإطار السياسي بشكل كبير طبيعة الصورة التي يبنها الأفراد عن السياسة عموماً، وعن النظام الحزبي أيضاً. وهاتان الصورتان تحددان بدرجة كبيرة مستوى وحجم المشاركة السياسية لهم. وتكون لطبيعة النظام السياسي آثار على المشاركة السياسية وخصوصاً للوضع العام الذي يوجد عليه الإطار السياسي وإن كان يمر بمرحلة أزمة أم لا.

فمقدار الاندماج في الحياة السياسية يتحدد بطبيعة الصورة التي يبنها الأفراد عن السياسة في مستوى أول، هل يهتمون بها؟، وهل يعتبرونها شيئاً بسيطاً بإمكانهم الولوج إلى عالمه دون الحاجة إلى مهارات خاصة؟ " فالمشاركة السياسية ترتبط بالعلاقة التي نملكها مع السياسة"<sup>(47)</sup>.

وإلى جانب الصورة العامة التي يبنها الأفراد عن السياسة، يملك المواطنون صورة عن النظام الحزبي، وتتجسد هذه الصورة بشكل مباشر في مدى تعرف الأفراد على أنفسهم - وأفكارهم - في أحد الأحزاب أولاً، وهذا التعرف على الذات يوضح Angus Campbell أنه " شعور بالارتباط مع اسم ورموز حزب سياسي، وهو قبول حزب ما كجماعة مرجعية إيجابية [...] ولا يعني التعرف على الذات في حزب ما الانتماء إليه بالضرورة"<sup>(48)</sup>.

وتظهر أهمية التعرف على الذات في النظام الحزبي القائم وقبول واحد من الأحزاب كجماعة مرجعية، من خلال ما أبرزته العديد من الدراسات من ترابط بين تعرف الأفراد على أنفسهم في حزب سياسي ما أو الميل إليه، وبين مشاركتهم ومستواها في أغلب أنشطة المشاركة السياسية وعلى رأسها المرتبطة بالانخراط والنشاط الحزبي.

وقد أثبتت هذه النتيجة S.Verba و N.Nie و J.Kim في دراستهم المقارنة لسبع دول والتي نشرت نتائجها سنة 1980م تحت عنوان : ( Participation and political Equality )

(49) Aseven- nation comparaison.)

ولكن القرب أو الميل إلى حزب ما لا يتحقق تحفيزه للفرد على المشاركة إلا إذا تمايزت الأحزاب فيما بينها وانفصلت إلى وحدات محددة تحمل قدراً كافياً من التضاد والصراع حتى تتمكن من هيكلية توجهات العمل السياسي والسباق نحو السلطة حول خيارات متميزة .

47. Nonna Mayer et Pascal Perrineau. Op.Cit.. P.34.

48. Ibid.. P.34.

49. B. Denni et P. Lecompte. Op.Cit.. P.1877.

وهذا ما يؤكده Jürg Steiner الذي يرى أن المشاركة السياسية تتخفف عندما يحدث داخل النظام السياسي انطماش للجبهات السياسية وتغيب البدائل السياسية الواضحة أمام الناخب والمواطن عموماً ، ويُضيف قائلاً: "تكون هذه الحال عندما يكون للأحزاب برامج متشابهة وتتبنى سلوكيات متقاربة"<sup>(50)</sup> . فالمواطن في هذه الحالة لم يعد يرى أهمية في أن يفوز حزب ما دون الآخر ، فكثيرون هم من يشاركون في الانتخابات مثلاً لإعطاء دفع للأحزاب التي يميلون إليها وبدافع أكثر وجاهة: للمساهمة في منع الحزب الذي يتعارضون مع أيديولوجيته من الفوز .

وعليه يعتبر Lecompte و Denni أنه كلما جندت الأحزاب مناضلين من أوساط اجتماعية مختلفة فيما بينها على أسس سياسية متميزة ، كلما استطاع ذلك أن يوازن التأثيرات السلبية للعوامل الاجتماعية على المشاركة السياسية ، ويؤكد أن الفئات الاجتماعية المختلفة يقل اهتمامها بالسياسة إذا اتجهت الحياة السياسية نحو التهيكل حول أحزاب ("Attrape tout" "مجمعة لكل") غير متجانسة اجتماعياً و أكثر تنافراً أيديولوجياً<sup>(51)</sup> .

ولهذا يعد البعض نظام الثنائية القطبية الحزبية ( وجود قطبين أساسيين ، يسار- يمين مثلاً ) أفضل نموذج مشجع على المشاركة السياسية بسبب الوضوح الذي يقدمه في البدائل ، وتمثل سويسرا نموذجاً حياً عن الوضع المعاكس ، فمنذ 1959م والأحزاب الأربعة الكبيرة ( الحزب الراديكالي ، الحزب الاشتراكي ، الحزب الديمقراطي المسيحي ، والاتحاد الديمقراطي للوسط ) تشارك في الهيئة التنفيذية للكونفدرالية السويسرية جنباً إلى جنب ، مما جعل استقطاب [ وجود أقطاب واضحة ] النظام الحزبي منعدماً تماماً . " وأصبحت المشاركة الانتخابية في سويسرا واحدة من الأضعف في كل العالم الغربي"<sup>(52)</sup> .

والأكيد أن طبيعة النظام السياسي والحزبي ، والإطار السياسي عموماً هي التي تصنع التمايزات في مستويات المشاركة السياسية بين مختلف الدول مثلما تحدد المتغيرات الفردية والاجتماعية ، الاختلافات بين الأفراد والفئات الاجتماعية في مدى اندماجها في الحياة السياسية .

وكما ذهب إليه "كمال المنوفي" فإن أسباب ما يسمى بأزمة المشاركة السياسية في دول العالم الثالث ترجع جزئياً إلى ما يعترى البناء السياسي لهذه الدول من تشوهات

50. Jürg Steiner. Op.Cit.. P.1877.

51.B. Denni et P. Lecompte, Op.Cit.. P.152 .

52. N. Mayer et P. Perrineau. Op.Cit.. P.37.

ونقائص " فبعض هذه الدول ليس لها دستور، وفي حالة وجوده يغلب أن توجد فجوة بين نصوصه وبين الممارسة الفعلية للسلطة، ولا يتم الوصول إلى سدة الحكم عبر الإرادة الشعبية إنما عبر انقلابات عسكرية أو عن طريق الوراثة<sup>(53)</sup>."

وتخلو بعض الدول من المجالس النيابية المنتخبة أو حتى المعينة. وفي نظم أخرى توجد برلمانات شكلية لا تؤدي حتى دورها التشريعي والرقابي، كما ترفض بعض النظم الأخذ بالتعددية الحزبية ويتبنى بعضها صيغة الحزب الواحد أو الحزب القائد الذي تنحصر مهمته - في أغلب الأحيان - في حشد الجماهير لمساندة الحكم، وتطبق دول أخرى التعددية الحزبية، ولكن تحاصرها بقيود قانونية تجعلها أقرب إلى نظام الحزب الواحد. وفيما تعلق بالتنظيمات الجماهيرية يلاحظ أن بعض الدول تحضر قيامها، وفي حالة تواجدها يغلب أن تكون محدودة التأثير بسبب دورانها في فلك الحكومة أو الحزب الحاكم .

وللاطار السياسي في الجزائر خصوصياته التي يمثل بعضها مُعطاً من معطيات مجتمعات الانتقال والتحول السياسي الاجتماعي نحو نظام ديمقراطي، فيما تشكل جوانب أخرى تفردات جزائرية لا تلتقي معها الكثير من الدول حولها.

ولا يطرح الإشكال كثيراً من الناحية القانونية مع ما ينص عليه دستور فبراير 1989م المعدل في نوفمبر 1996م من إتاحة للمجال السياسي أمام إنشاء الأحزاب السياسية، والسماح بحرية التعبير - على الأقل في مستوى النص - ، وكذا تعزيز السلطات المختلفة وعملها التكاملي الرقابي. كما وضعت كذلك ترسانة قانونية تمكن من ضمان قيام التنظيمات الاجتماعية التي تتمحور حولها المشاركة السياسية ( قانون الجمعيات 90/31 لـ 04 ديسمبر 1990م ، قانون الأحزاب المعدل في 97/09 لـ 06 مارس 1997م، قانون الانتخابات المعدل 96/26 لـ 30 أكتوبر 1997م ).

ومع توفر مجالات هذا العمل السياسي أمكن ظهور المؤسسات والتنظيمات الضرورية لتحقيق مساهمة المواطنين في الحياة السياسية مع وجود برلمان بغرفتين تمثل فيه ثمانية أحزاب (التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، حركة مجتمع السلم، جبهة القوى الاشتراكية، التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، حركة النهضة، الحزب الجمهوري التقدمي، حزب العمال ). وينشط في الساحة السياسية 28 حزبا، إلى جانب مجموع 58000 من التنظيمات الاجتماعية المحلية والوطنية، فالجزائر لا تعاني من مستوى هابط من المؤسسة السياسية من ناحية النصوص القانونية والوجود الرسمي على الأقل.

53. كمال المنوفي ، مرجع سابق ، ص. 345- 346 .

لكن وبعيدا عن هذه الاعتبارات الرسمية يمثل الوضع السياسي العام في الجزائر عاملا مئبطا للمشاركة السياسية إلى حد ما. فالمؤسسات الدستورية وعلى رأسها البرلمان، كأهم مؤسسة تجسد تدخل المحكومين في صناعة القرار عن طريق اختيار ممثليهم، لم تُعد تكسب ثقة المواطنين وأصبحت في كثير من الأحيان لا تراعي القواعد الديمقراطية والقانونية في تسييرها، وأكثر من ذلك أن الانتخابات التي نشأ عنها أول برلمان تعددي في الجزائر منذ الاستقلال والتي جرت سنة 1997م عرفت احتجاجات كبيرة على نتائجها وطعنا في مصداقيتها، مثلها مثل الانتخابات المحلية في 23 أكتوبر 1997م، وقد أنشئت لغرض التحقيق في تزويرات محتملة حدثت خلالها لجنة برلمانية، لم تسلم منذ ذلك الحين ( أكثر من 3 سنوات ) تقريرها بسبب طريقة التسيير غير الديمقراطية التي يعمل بها المجلس.

أما الأحزاب العديدة التي تُعج بها الساحة السياسية في الجزائر فهي متهمة بعدم قدرتها على تجنيد واسع في أوساط الجماهير، وتطبق عليها الخصائص المقدمة عن النظام الحزبي الجامد الذي لا يحفز على المشاركة، فهي أحزاب لا تتهيكل حول بدائل محددة يمكنها أن تشكل رهانا بالنسبة للمواطن فيسعى للمشاركة.

فإذا كانت هذه الأحزاب أو على الأقل أكثرها شعبية تجند في أوساط مختلفة نسبيا بين بعضها، إلا أنها تقدم برامج متشابهة ومقاربة، وبعضها لا يملك حتى بديلا أو برنامجا محددًا، وهذا ما يجسده وجود ستة أحزاب في التشكيل الحكومي الحالي ( التجمع الوطني الديمقراطي، جبهة التحرير الوطني، حركة مجتمع السلم، حركة النهضة، التحالف الوطني الجمهوري، حزب التجديد الجزائري )، وقد كانت سبعة قبل إعلان التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية الانسحاب منه، وقد كان بعض هذه الأحزاب متضادا في الطروحات من قبل، وأمام الوضع الحالي أصبح واضحا الغياب التام لاستقطاب المجال السياسي.

وقد ألقى هذا المعطى بالذات بثقله بصفة سلبية على عوامل أخرى كان بإمكانها التحفيز على مشاركة أكبر منها الأزمة المتعددة الأوجه التي تعيشها البلاد. فالعديد من الدراسات تؤكد على وجود إقبال جماهيري كبير على الاندماج في الحياة السياسية عندما يتعلق الأمر باختيارات في زمن الأزمات " فالمواطن خلالها يحس بعلاقة مباشرة بين القرار السياسي ووضعه الشخصي"<sup>(54)</sup>.

54. Jürg Steiner. Op.Cit., P.1876.



ويدخل مجال المشاركة السياسية والرغبة في التأثير في صناعة القرار أفراد لم يتعودوا على آليات عمل النظام الديمقراطي، ولا يعرفون بصفة جيدة الإمكانيات والوسائل المتاحة لهم داخل هذا النظام للتأثير في السياسات. وتحول أفراد سلبيين إلى أفراد أكثر نشاطا خلال الأزمات يفتح التوقعات على احتمالات لجوء هؤلاء لاستخدام الآليات والصور غير المتعارف عليها والتي قد تكون عنيفة.

### 4.3. المنبهات السياسية

والتي تعتبرها النظرية السلوكية أساسا للسلوك السياسي كونها المحرك للاستجابات، بافتراض ازدياد مشاركة الفرد بتعرضه للمؤثرات. غير أن التعرض للمنبه السياسي لا يفضي بالضرورة إلى المشاركة وكل ما في الأمر أن هذا التعرض دالّ على اهتمام بالحياة العامة، كما قد ينميه وقد ينمي المعارف السياسية للمواطن، وبهذا يصبح أكثر استعدادا لمزاولة النشاط السياسي، فهو يزيد من الاستعداد وليس من الفعل في حد ذاته.

وتصدر المنبهات السياسية عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية والحملات الانتخابية، والاجتماعات العامة، والمحادثات الشخصية ... الخ .

ورغم أنها صارت متاحة للجمهور العريض من الأفراد، إلا أن مستوى التعرض لها يرتبط بعوامل عديدة ويختلف من شخص لآخر، كما أن لمتغير الشخصية تأثيره في طريقة وحجم التعرض للمنبهات. فالشخص الإيجابي يرحب بالمنبهات السياسية ويسعى إليها بعكس الشخص السلبي الذي ينأى بنفسه عنها بقدر استطاعته، كما أن التعرض لها يختلف باعتبار انتماء الفرد إلى حزب معين من عدمه. وسيأتي الحديث عن علاقة التعرض لمثل هذه المنبهات في وسائل الإعلام مع المشاركة السياسية في ثنايا القسم الموالي .

## خلاصة جزئية II :

تتوفر أمام الجزائريين صور عديدة من أنشطة المشاركة السياسية المتعارف عليها من خلال الإطار القانوني والمؤسسي الذي يهيكل الحياة السياسية في البلاد منذ إقرار ودسترة التعددية السياسية والتحول الديمقراطي - على مستوى النصوص على الأقل - مع دستور فبراير 1989م . فتوالت الانتخابات التعددية كنمط من إتاحة المجال أمام المواطنين للمساهمة في اختيار صنّاع القرار، وكذا في صناعة القرار في حد ذاته، ومثال الاستفتاءات التي جرت نموذج عن ذلك.

وقد عرفت الفترة التي شملتها الدراسة (1995 - 2000) ستة اقتراعات عامة، وهو ما يدل على توفر فرصة المشاركة بالتصويت بشكل كبير أمام المبحوثين، ورغم ذلك لم يتعد معدل مشاركتهم فيها 32,44% ، وإلى جانب الانتخابات توفرت أشكال أخرى للمشاركة السياسية، كالصور المرتبطة بالانتخابات في حد ذاتها، من تجمعات سياسية، وحملات انتخابية، وما تتركه من ترتيب السياسة في أولويات المواطنين، وبالتالي تصبح محورا لمناقشتهم. كما أن الحياة السياسية المحلية في إطار الحي السكني أو البلدية كوحدة إدارية إقليمية، لا شك توفر فرصا للمساهمة فيها، وفي مستويات أعلى تسمح هيكلية المجال السياسي حول مؤسسات دستورية، وأحزاب سياسية كثيرة ، إضافة إلى عدد هام من الجمعيات والنقابات والتنظيمات شبه السياسية، بإتاحة الصور التي تصنف في أعلى مستويات المشاركة السياسية من النشاط الحزبي والترشح لمناصب قيادية.

ورغم ذلك فإن أفراد عينتنا قليلو الاندماج في أنشطة المشاركة السياسية، فلم تتعدى نسبة المشاركين النشطين أو الاعتياديين غير النشطين معا 15,95% من المبحوثين، وأغلب المبحوثين (59,57%) من المشاركين المتقطعين. والملاحظة المهمة هنا كذلك هي النسبة المعتبرة (24,46%) من المبحوثين "المنعزلين الحديين" الذين لا يمارسون أيا من أنشطة المشاركة السياسية أو يمارسون واحدا على الأقل صدفة أو بطريقة عرضية.

ولا نعتبر هذه النتائج دلالة على انعدام اهتمام المبحوثين بالحياة السياسية بدليل النسبة العالية ممن يتناقشون في مواضيع سياسية والتي بلغت 86,17% من مجموع المبحوثين، ولكن هؤلاء يعزفون عن المشاركة في بعض الصور لاعتبارات عديدة ولعوامل مختلفة تؤثر على دافعية الأفراد نحو المشاركة ، ومن أهم هذه العوامل طبيعة الجو السياسي العام، والإطار السياسي المؤسسي المرتبط بالصور التي يبينها الأفراد عن عالم السياسة، ومؤسساته وعن رجالات السياسة وعن الأحزاب السياسية وعملها بالخصوص،

وهي الصور التي يبدو أنها ليست جد إيجابية - إن لم نقل أنها سلبية - بسبب التشوهات التي تسم عملها، وتعاقب التحولات في الحقل السياسي الجزائري منذ بداية التسعينيات، ولهذا وجدنا أن مشاركة المبحوثين في النشاط الحزبي مثلا ضعيفة جدا، لم تتجاوز 10,63% ونفس الشيء بالنسبة للترشح لمناصب قيادية (9,56%) رغم أن ذلك يفسره المستوى العالي من الاندماج السياسي والاستعدادات النفسية والمادية التي يتطلبها هذا النشاط، والتي لا يفسر بها بشكل كبير المستوى المتدني من المشاركة في حملات انتخابية (22,34%) أو عضوية المنظمات شبه السياسية (24,96%).

وفي إطار هذه المعطيات حول مستوى المشاركة السياسية لدى المبحوثين وبعض العوامل المحددة له ، تظهر أهمية التطرق إلى دور وتأثير عامل معهم آخر يتمثل في المنبهات السياسية التي تُعد إحدى ركائز العمل والنشاط السياسي، وتوصف وسائل الإعلام بأنها الوسيط الأمثل لنقل هذه المنبهات، ولهذا تُعد دراسة علاقة التعرض للمنبهات السياسية في وسائل الإعلام بالمشاركة السياسية عنصرا هاما في فهم طبيعة هذه الأخيرة، وهذا ما سنتناوله بالتفصيل في القسم الموالي.

III . تحليل العلاقات الارتباطية بين متابعة  
وسائل الإعلام والمشاركة السياسية

### III. تحليل العلاقات الارتباطية بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية

يُمر تحليل العلاقات الارتباطية بين المتغيرات في التحليل ثنائي المتغيرات (Analyse bivariante) بالطرق الإحصائية عبر حساب مجموعة من المؤشرات الإحصائية التي تدعى بالمعاملات أو المؤشرات. ولهذا نتناولها في بداية هذا القسم عرضنا لطرق حسابها ودلالة قيمها. ثم ننتقل لتقديم الخصائص العامة لمتابعة المبحوثين لوسائل الإعلام، بعدما خصصنا القسم الثاني من الدراسة لخصائص مشاركتهم السياسية. وانطلاقاً من تبنينا لنموذج التحليل الثلاثي المكونات للسلوك فسنتطرق لعلاقات سلوك المشاركة السياسية كسلوك بالمكونين العاطفي والمعرفي له، بعد التطرق لمستوى المعرفة السياسية لدى المبحوثين، واتجاهاتهم نحو سلوك المشاركة السياسية. ويتفكك تحليل علاقة متابعة وسائل الإعلام بالمشاركة السياسية - في الأخير - إلى تحليل علاقة المتابعة بالمكونات الثلاثة (المعرفية، العاطفية، السلوكية) للمشاركة السياسية.

## 1. المؤشرات الإحصائية في دراسة العلاقات الارتباطية

نعتمد في دراسة العلاقات الارتباطية بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام والمشارك السياسية على التحليل ثنائي المتغيرات Bivariable عن طريق معاملات الارتباط Correlation والتجميع Association وهي كفيلة بإبراز طبيعة العلاقات شدتها، واتجاهها، فيما يسميه لازرسفيلد بالمستوى الأول من تحليل العلاقات، وذلك دون التطرق إلى عامل السببية في هذه العلاقات أي تحديد المتغير التابع من المتغير المستقل الذي يعده لازرسفيلد مستوى ثاني لا يعتمد على تحليل ثنائي المتغيرات ولكن على تحليل عاملي Analyse Factorielle .

وقد كان أول من استخدم هذه المعاملات في مجال دراسة علاقات التعرض لوسائل الإعلام بالسلوك السياسي والسلوك الانتخابي على الخصوص للأفراد S.M. Lipste و F. Stern سنة 1952، واتضح لهما عكس توقعاتهما أنه لا يوجد أثرا بارزة بين امتلاك جهاز تلفزيون والسلوك الانتخابي للأفراد فلا اختلاف ذات معنى بين من يملكون جهازا ومن لا يملكونه من الناخبين<sup>(1)</sup>.

### 1.1. مستويات قياس المتغيرات:

توجد العديد من المعاملات التي تستخدم لاختبار العلاقات الارتباطية وتختلف باختلاف مستويات قياس المتغيرات. حيث أن المتغيرات ليست كلها من جنس واحد وتصنف حسب مستويات القياس إلى أربعة أصناف<sup>(2)</sup>:

1.1.1. المتغيرات الاسمية (الوصفية) Nominale : هي متغيرات تصنف الأفراد دون أن يمكن ترتيبهم أو مقارنتهم أو القيام بالعمليات الحسابية المنطقية (الجمع، الطرح، ...) عليهم. ومثال ذلك الجنس، الديانة، مدينة الإقامة، وغيرها... فهي متغيرات كيفية ولا يمكن تكميمها.

2.1.1. المتغيرات الترتيبية Ordinale : يتشابه الوضع جزئيا بين المتغيرات الترتيبية والمتغيرات الاسمية فالمتغيرات الترتيبية كيفية كذلك، والعملية الوحيدة التي يمكن القيام بها بين مؤشراتهما هي ترتيبها ومقارنتها بتحديد المستوى الأعلى والأدنى. ومثالها المستوى الدراسي (الذي يمكنه أن يصبح مكمما إذا أخذنا بعدد السنوات التعليمية التي أتمت).

1. Francis Balle, Medias et société. 9<sup>e</sup> ed., Paris, Monchrestion, 1999, P.629.

2. André Tremblay, Sondages: historique, pratique et analyse. Québec, Gaetan Morin, 1991, P.232 – 234.

وتستخدم هذه المتغيرات كثيرا في قياس الاتجاهات، حيث تمكن من القول بأن شخصا يؤكد أنه "راض جدا" أكثر رضا من شخص يقول أنه "راض". بالمثل فإن "غالبا" تمثل سلوكا أكثر تواجدا من "أحيانا" أو "نادرا"، ولكن هذا لا يسمح لنا بمعرفة كم مرة أكثر من "أحيانا" تشير إليها "غالبا".

3.1.1 . متغيرات المسافات المتناسبة **Par intervalles** : هي متغيرات مترية أو كمية، وأهم ميزاتها أنها تملك قيمة محددة وثابتة. حيث يمكن تحديد المجال أو الفاصل بين واحدة والأخرى. ويمكن جمع هذه المتغيرات وطرحها، مثل عدد أفراد العائلة، عدد سنوات الخدمة... الخ.

4.1.1 . متغيرات النسبة **De rapport** : تتطلب هذه المتغيرات وجود قيمة "0" تحمل تلك الدلالة عن انعدام المتغير تماما، وفي هذا تختلف عن المتغيرات المتناسبة المسافات. وهي قليلة الوجود في العلوم الاجتماعية، كما أنها عندما توجد يفرض العدد الهائل من المتغيرات الأخرى التي يجب أخذها بعين الاعتبار والتي تكون من مستوى قياس أدنى أن تفكك متغيرات النسبة إلى مستويات قياس أدنى مثلما تقتضيه قاعدة التحويل بين مستويات القياس التي تسمح بتحويل أي متغير إلى مستوى قياس أدنى، ولا يمكن فعل العكس إلا عن طريق عمليات إحصائية معقدة (مثلا: يمكن تحويل متغير اسمي إلى متغير مسافات متناسبة بتفكيكه إلى عدد مؤشرات ومنه فالجنس يؤخذ على أنه ذكر أو أنثى، وكل واحد منها يحتمل نعم = 1، ولا = 0).

كما أننا مثلما سنراه فإن معاملات الارتباط تخضع دائما لمستوى القياس الأدنى عند المتغيرين. وعليه فإن متغيرات النسبة ستكون مهمة فيما يأتي من دراسة العلاقات الارتباطية.

والجدول الموالي يوضح خصائص كل واحد من مستويات القياس.

#### جدول (16) - مستوى قياس وخصائص المتغيرات

مستوى القياس	الطبيعة الإحصائية للمتغير	تعيين الفئات	ترتيب الفئات	جمع وطرح الفئات	جداً وقسمة الفئات
الاسمي	وصفية	نعم	لا	لا	لا
الترتيبي	وصفية	نعم	نعم	لا	لا
مسافات متناسبة	كمية	نعم	نعم	نعم	لا
النسبة	كمية	نعم	نعم	نعم	نعم

Source: Allain Gilles. Eléments de méthodologie et d'analyse statistique pour les sciences sociales. Québec, Mc Grow-Hill. 1994. P. 58.

## 2.1. المعاملات الإحصائية للعلاقات:

نستخدم فيما تبقى من صفحات هذا القسم في اختبار العلاقات الارتباطية التي ندرسها خمسة معاملات إحصائية هي Khi مربع ( $X^2$ )، Phi ( $\phi$ ) GAMMA، جاما، r.pearson (ر. برسن)، و  $\hat{\eta}$ .

ويمكن تلخيص خصائص كل واحد منها، واستخداماته، وتفسيره على النحو التالي:

1.2.1. Khi مربع ( $X^2$ ): هو المؤشر الأساسي لاختبار الفرضيات، كما هو اختبار صدق المعاينة، وله استخدامات أخرى. وهو اختبار تناظري Symetrique يشير إلى وجود علاقات تبادلية بين المتغيرين ولا يحدد أن أحدهما يؤثر على الآخر أي أنه متغير مستقل والآخر متغير تابع. وكل الاختبارات والمعاملات التي تبنى على أساسه تعد تناظرية كذلك. وطريقة حساب  $X^2$  من الجداول التقاطعية أو التوافقية تتمثل في: أن ننطلق من أن الفرضية ليست محققة (فرضية منعدمة) ونختبر قيمة  $Khi^2$  ( $X^2$ ) لجدول التقاطعات لنعرف إن كنا سنقبل ما انطلقنا منه بعدم وجود وتحقق افتراضنا<sup>(3)</sup>.

$$Khi^2 = \frac{\sum (f_0 - f_c)}{f_c} \quad \text{وعلاقة حساب } (X^2) \text{ أو } (Khi^2) \text{ هي:} \quad (4)$$

حيث:  $F_0$  = تمثل التكرار المشاهد.

$F_c$  = تمثل التكرار النظري.

و  $F_c$  التكرار النظري يمثل التكرارات التي من المفترض بروزها في كل واحدة من خانات جدول التقاطع في حالة عدم تحقق الفرضية أي أن هناك انفصالا تماما بين المتغيرين فلا يؤثر المتغير المستقل بتاتا على المتغير التابع.

ولنأخذ مثالا\* من دراستنا لنطبق عليه مراحل حساب المعامل  $X^2$ : تطرقنا في المبحث الثالث من القسم الثاني من هذه الدراسة إلى اختبار علاقة حجم أو مستوى المشاركة السياسية وجنس المبحوثين، وقد جاء جدول تقاطع المتغيرين كما يلي:

3. Ibid. P.310.

4. Allain Gilles. Eléments de methodologie et d'analyse statistique pour les sciences sociales. Quebec, Mc Grow-Hill, 1994, P. 273.

\*-نقدم مثالا واحدا لتوضيح العملية، ونكتفي في بقية الفصل بتقديم النتائج كما تم الحصول عليها باستخدام معالج البيانات الالى SPSS.



جدول (17) - تقاطع متغيري الجنس ومستوى المشاركة السياسية

متغير الجنس فئات المشاركة	ذكور		إناث		المجموع	
	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار
المنعزلون الحديون	13.04 <sup>ب</sup>	3	86.95	20	24.46	23
المشاركون المتقطعين	50.00	28	50.00	28	59.57	56
المشاركون الاعتياديين غير النشطين	83.33	5	16.66	1	6.38	6
المشاركون النشطين	66.66	6	33.33	3	9.57	9
المجموع	44.68	42	55.31	52	100.00	94

أ - النسبة محسوبة إلى مجموع المبحوثين

ب - النسبة محسوبة إلى مجموع كل صف من الجدول

ولاختبار إن كان لمتغير الجنس تأثير أو على الأقل علاقة بمستوى المشاركة السياسية، ننتقل من فرضية عدم وجود أي علاقة ونحاول التأكد من ذلك. ونظرياً فإن عدم وجود أي علاقة بين المتغيرين يعني حتماً أن توزيع المبحوثين على مستويات المشاركة سيكون بالنسبة للذكور والإناث مثل التوزيع العام للجدول العام والذي يمثله الصف الأخير (المجموع) من الجدول السابق (رقم 17).

و عليه فإن جدولاً للتقاطع النظري سيعطي خانات بنسب متساوية مع النسبة العامة

لكلا الفئتين (ذكور، وإناث) على النحو التالي:

جدول (18) - التوزيع النظري للتقاطعات بين الجنس ومستوى المشاركة السياسية

مستوى المشاركة	ذكور		إناث		المجموع	
	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار
المنعزلون الحديون	24.46	؟	24.46	؟	24.46	23
المشاركون المتقطعين	59.57	؟	59.57	؟	59.57	56
المشاركون الاعتياديين غير النشطين	6.38	؟	6.38	؟	6.38	6
المشاركون النشطين	9.57	؟	9.57	؟	9.57	9
المجموع	44.68	42	55.31	52	100.00	94

ولكن القيم الموجودة في خانات الجدول عبارة عن نسب، و  $F_c$  الذي نبحت عنه

يجب أن يكون عدد التكرارات، وبتطبيق الطريقة الثلاثية نبحت عن عدد الحالات التي

تمثلها كل نسبة على نفس الصف من الجدول (مثلا نبحث عما تمثله نسبة 9,57% من عدد الحالات في الذكور الـ 42 وذلك كما يلي:

$$4,01 = \frac{(42 \times 9,57)}{100} = Fc$$

: وهو ما يمثل 4,01 تكرارا في الخانة الأولى من العمود

الأول للجدول. أي أن عدد الحالات النظرية من الذكور الذين يعدون مشاركين نشطين هو 04).

فيصبح لدينا الجدول التالي :

جدول (19) - التكرارات النظرية لتوزيع تقاطعات الجنس ومستوى المشاركة السياسية

المجموع	إناث	ذكور	متغير الجنس
التكرار	التكرار	التكرار	فئات المشاركة
23	12.71	10.27	المنعزلون الحديون
56	30.97	25.01	المشاركون المتقطعين
6	3.31	2.67	المشاركون الاعتياديين غير النشطين
9	4.97	4.01	المشاركون النشطين
94	52	42	المجموع

يمكننا الآن عن طريق مقابلة هذا الجدول رقم (17) الذي يحتوي التكرارات

المشاهدة، أن نحسب قيمة  $Khi^2$  كما يلي:

$$\begin{aligned}
 & + \frac{(10,27 - 3)^2}{10,27} + \frac{(25,01 - 28)^2}{25,01} + \frac{(2,67 - 5)^2}{2,67} + \frac{(4,01 - 6)^2}{4,01} = Khi^2 \\
 & + \frac{(12,71 - 20)^2}{12,71} + \frac{(30,97 - 28)^2}{30,97} + \frac{(3,31 - 1)^2}{3,31} + \frac{(4,97 - 3)^2}{4,97} \\
 & + \frac{(2,31 - )^2}{3,31} + \frac{(1,97 - )^2}{4,97} + \frac{(7,27 - )^2}{10,27} + \frac{(2,99)^2}{25,01} + \frac{(2,33)^2}{2,67} + \frac{(1,99)^2}{4,01} \\
 & + \frac{(7,29)^2}{12,71} + \frac{(2,97 - )^2}{30,97} \\
 & 4,18 + 0,28 + 1,61 + 0,78 + 5,14 + 0,35 + 2,03 + 0,98 = \boxed{15,35 = Khi^2}
 \end{aligned}$$

لكن هذه القيمة لا يمكن أن تكون ذات دلالة إلا عن طريق القيام بخطوات أخرى، أولها هي تحديد مستوى أو درجة الدلالة ومقارنتها بمستوى دلالي معين. والاختيار الأكثر شيوعا في العلوم الاجتماعية لدرجة الدلالة Niveau de Signification هو عند 95% والتي تعني 0,95. وتأخذ الجداول النظرية لقيم  $Khi^2$  بالنسبة المقابلة (المكملة لـ 100) فنجد خانة تعني 0,05 لهذا المستوى الدلالي<sup>(5)</sup>.

5. André Tremblay, Op.Cit., P.314.

ويفرض جدول القيم النظرية لـ  $Khi^2$  (انظر الملحق رقم (06) ص. 160) التعامل مع قيمة أخرى هي درجة الحرية  $Degrés de libreté$  :  $dl$  أو  $df$  degree of freedom.

$$dl = (c-1)(r-1) \quad (6)$$

حيث : عدد أعمدة الجدول (لا يحسب عمود المجموع).

$r$  : عدد صفوف الجدول (لا يحسب صف المجموع).

$$وبالنسبة لجدولنا فإن :  $dl = (1-2)(1-4) = 3$ .$$

وعند هذا الحد يمكننا مقارنة قيمة  $Khi^2$  التي حسبناها بقيمته النظرية في خانة تقاطع مستوى الدلالة 0,05 ، ودرجة الحرية  $dl = 3$  . فإذا كانت قيمة  $Khi^2$  المحسوبة أعلى من القيمة النظرية فإننا نرفض فرضية عدم تحقق الفرضية. فالمتغيران غير مستقلان عن بعضهما وتوجد بينهما علاقة، تزداد شدتها كلما وجدنا أن القيمة المحسوبة لـ  $Khi^2$  أكبر بدرجة أعلى من القيمة النظرية في جدول القيم النظرية لـ  $Khi^2$  .

وبالعودة إلى جدول القيم النظرية فإن القيمة الموافقة لدرجة الحرية  $dl = 3$  ومستوى الدلالة 0,05 هي: 7,815 والتي تعد أصغر بكثير من القيمة المحسوبة  $Khi^2 = 15,35$  ، وهو ما يعني وجود علاقة بين الجنس ومستوى المشاركة السياسية، وبالعودة إلى جدول التقاطعات يظهر لنا أن العلاقة تتلخص في كون المستوى العام لمشاركة الذكور أفضل من مستوى مشاركة الإناث.

2.2.1.  $\Phi$  ,  $\phi$  : معامل تجميعي مستخدم في تحليل واختبار العلاقات بين

متغيرين يكون أحدهما على الأقل ثنائي التفرع ( له مؤشرين فقط مثل الجنس: ذكر ، أنثى)

$$\phi = \frac{(n_{11} \times n_{22}) - (n_{21} \times n_{12})}{\sqrt{n_{1.} \times n_{2.} \times n_{.1} \times n_{.2}}} \quad (7)$$

حيث:

$$\begin{aligned} n_{11} &= \text{قيمة الخانة الأولى من العمود الأول لجدول التقاطع بين المتغيرين.} \\ n_{12} &= \text{قيمة الخانة الثانية من العمود الأول لجدول التقاطع بين المتغيرين.} \\ n_{21} &= \text{قيمة الخانة الأولى من العمود الثاني لجدول التقاطع بين المتغيرين.} \\ n_{22} &= \text{قيمة الخانة الثانية من العمود الثاني لجدول التقاطع بين المتغيرين.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} n_{1.} &= \text{مجموع قيم العمود الأول من الجدول.} \\ n_{2.} &= \text{مجموع قيم العمود الثاني من الجدول.} \\ n_{.1} &= \text{مجموع قيم الصف الأول من الجدول.} \\ n_{.2} &= \text{مجموع قيم الصف الثاني من الجدول.} \end{aligned}$$

6. Ibid. P.314.

7. Allain Gilles Op.Cit.. P.26.

$$(8) \phi = \sqrt{\frac{K\chi^2}{n}}$$

حيث  $n =$  عدد الحالات في الجدول فهو يساوي  $2 \times 2$  أو  $2 \times 2$  ويتراوح؟؟؟ بين "0" و "1"، حيث كلما كان أقرب إلى 0 كانت العلاقة أضعف. وكلما كان أقرب إلى 1 كانت العلاقة أقوى. ولا يملك (0) اتجاها مادامت المتغيرات الاسمية لا ترتب، فلا يمكن الحكم على العلاقة مثلا أنها طردية أو عكسية.

3.2.1. GAMMA جاما : معامل اختبار للعلاقة يستخدم حين يكون أدنى المتغيرين

$$(9) \text{GAMMA} = \frac{N_+ - N_-}{N_+ + N_-}$$

حيث:  $N_+ =$  عدد الأزواج من الحالات حيث يتغير المتغيرين في نفس الاتجاه.  
 $N_- =$  عدد الأزواج من الحالات حيث يتغير المتغيرين في اتجاهين مختلفين.  
ويتم حساب عدد الأزواج عمليا من خلال أخذ أزواج أو ثنائيات من المتغيرين وملاحظة إن كانا يتغيران في نفس الاتجاه أو في اتجاهين مختلفين.

أما عن شدة المعامل واتجاهه فهو يتراوح بين (-1) و (+1)، كلما اقترب من (-1) كانت العلاقة سلبية شديدة، ومن (+1) كانت إيجابية شديدة ومن (0) ضعيفة سلبية في جهة (-1) وضعيفة إيجابية في جهة (+1).

4.2.1. r de pear son ، ر بيرسن : ويسمى أيضا معامل الارتباط Coefficient de

correlation ويستخدم في اختبار العلاقات بين متغيرين يكون كليهما على الأقل من مستوى قياس مسافات متناسبة. وعلاقته الرياضية:

$$(10) r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

حيث:  $X_i =$  قيمة مشاهدات المتغير الأول (المستقل في حالة العلاقات السببية).

$Y_i =$  قيمة مشاهدات المتغير الثاني (التابع في حالة العلاقات السببية).

$n =$  حجم العينة أو الوحدات التي تجمع عنها البيانات.

8. Ibid, P.284.

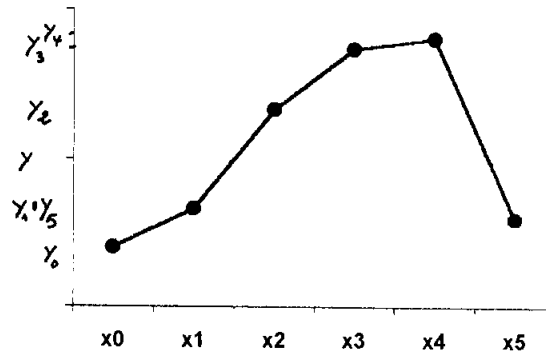
9. André Tremblay, Op. Cit., P.318.

10. Ibid, P. 328.

يأخذ  $r$  بيرسن قيما ما بين (1-) و (1+) حيث تتم قراءتها وتفسيرها مثل GAMMA.

5.2.1.  $\hat{\eta}$  : كل المعاملات الأربعة التي استعرضناها فوق تشير إلى وجود أو عدم وجود علاقات خطية بين المتغيرين فهي تعني عند وجود هذه العلاقة، أن تزايد قيمة أحد المتغيرين يتبعه تزايد مستمر في قيم الآخر في حال العلاقات الموجبة وتتناقض مستمر في قيم هذا الأخير إذا كانت العلاقة سالبة. ولكن هذا النمط من العلاقات ليس الوحيد الذي يمكن أن يتواجد فقد يحدث أن يُصاحب تزايد في قيمة أحد المتغيرين تزايد في الثاني إلى غاية نقطة معينة ثم يبدأ في التناقص رغم استمرار تزايد الأول. أي أن العلاقة تكون إيجابية أو سلبية في مجال معين من تزايد المتغير الأول، ومعاكسة لذلك الوضع في مجال آخر يليه. ويمكن تمثيل هذه العلاقة التي تدعى بالعلاقة غير الخطية التي تكون منحنية Curviligne<sup>(11)</sup> مثلما هو موضح في هذا الرسم البياني.

شكل بياني (11) - منحنى لعلاقة غير خطية (منحنية)



وهناك معاملات لاختبار وجود علاقة غير خطية بين متغيرين، ومن أهمها  $\hat{\eta}$  وهو يمكننا من اختبار دلالة  $r$  بيرسن فعلا كمعامل للعلاقة. وعادة ما تكون قيمة  $\hat{\eta}$  أكبر من  $r$  قليلا، وإذا كان الفرق بينهما ملحوظا وبارزا فإن ذلك يعني أن  $r$  لا يعبر حقيقة عن العلاقة الموجودة، وأن العلاقة ليست خطية.

ويشترط في حساب  $\hat{\eta}$  أن يحدد أي المتغيرين مستقل وأيهما تابع، ويقدم SPSS

قيمتين لـ  $\hat{\eta}$  إحداهما باعتبار المتغير الأول مستقلا والثاني تابعا، والثانية بقلب الأمر.

11. Ibid. P. 328- 329.

وإذا كانت المعاملات الأخرى تشترط أن يكون المتغيرين من نفس مستوى قياسها هي أو أن لا يقل أحدهما عنه فإن  $\hat{\text{Eta}}$  يشترط معه فقط أن يكون المتغير التابع متناسب المسافات والمستقل يمكن أن يكون اسمياً nominal ، أو ترتيبياً ordinal أو ذو مسافات متناسبة. وتحسب قيمة  $\hat{\text{Eta}}$  كما يلي:

$$\hat{\text{Eta}} = \sqrt{1 - \frac{\sum y_i^2 - \sum nk \cdot y_{ik}^2}{\sum y_i^2 - n(\bar{y})^2}}$$

حيث:  $y_i$  = قيمة مشاهدات المتغير المستقل.  
 $\bar{y}$  = الوسيط الحسابي لـ  $y_i$ .

$\bar{y}_{ik}^2$  = مربع الوسيط الحسابي لكل واحدة من الفئات (K) للمتغير المستقل

$n_k$  = عدد الحالات في كل فئة (K) للمتغير المستقل .

وشدة  $\hat{\text{Eta}}$  تتراوح بين 0 و 1 .

ويمكن تلخيص كل المعاملات في الجدول التالي:

جدول (20) - المعاملات المستخدمة في التحليل: حسابها وقراءتها

المعامل	طبيعة المتغيرين الذين يختبر علاقتهما	علاقته الحسابية	شدته واتجاهه التفسيريين
$\text{Chi}^2$	مهما كانا ويستخدم لاختبار وجود العلاقة	$\text{Chi}^2 = \frac{\sum (f_o - f_c)}{f_c}$	يقارن بجدول القيم النظرية
$\Phi$	أن يكون على الأقل أحدهما ثنائي التفرع، ويستخدم مع المتغيرات الاسمية	$\phi = \frac{(n_{11} \times n_{22}) - (n_{21} \times n_{12})}{\sqrt{n_{1.} \times n_{2.} \times n_{.1} \times n_{.2}}}$ أو $\phi = \sqrt{\frac{\text{Chi}^2}{n}}$	من 0 إلى 1
<b>GAMMA</b>	أن لا يكونا أدنى من مستوى قياس ترتيبي	$\text{GAMMA} = \frac{N_1 - N_2}{N_1 + N_2}$	من (1-) إلى 1
"r" Pearson	أن لا يقل مستوى قياس أحدهما عن القياس متناسب المسافات	$r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$	من (1-) إلى 1
$\hat{\text{Eta}}$	أن لا يقل المتغير التابع عن مستوى المسافات متناسبة	$\hat{\text{Eta}} = \sqrt{1 - \frac{\sum y_i^2 - \sum nk \cdot y_{ik}^2}{\sum y_i^2 - n(\bar{y})^2}}$	من 0 إلى 1

كما أننا نستخدم أحيانا المعاملات التي تدعى معاملات من النوع RHO وهي معاملات محددة لمستوى التفسير. وتتمثل في مربعات أهم المعاملات التي أخذناها:  $r^2 =$  يقيم مدى تفسير المتغير الأول ذو المسافات المتناسبة على الأقل لتغيرات المتغير الثاني.

$$O^2 = \text{يقيم مدى تفسير المتغير المستقل الاسمي لمتغيرات المتغير التابع.}$$

$\hat{E}ta^2 =$  يقيم مدى تفسير المتغير المستقل - مهما كان - لتغيرات المتغير التابع الذي يجب أن يكون من مستوى مسافات متناسبة.

ومثال ذلك: إذا كان  $r^2 = 0,1218$  فإن المتغير الأول يفسر 12,18% من تغيرات المتغير الثاني.

ونعتمد في تحليل العلاقات الارتباطية فيما يلي على منهجية تتطرق بحساب  $Khi^2$  للتأكد من وجود العلاقة، ثم حساب قيم معاملات التجميع الأخرى لتحديد شدة واتجاه العلاقة وحتى المتغيرات من النوع RHO لتحديد مستوى التفسير.

وننبه إلى أن شروطا متعلقة بحساب  $Khi^2$  تجعلنا نتجاوز تقديمه عند عدم توفرها ونمر مباشرة لدراسة العلاقة من خلال المعاملات التجميعية. هذه الشروط تتمثل أساسا في ضرورة أن لا تنزل قيمة أي خانة من جدول التقاطع النظري بين المتغيرين عن (1)، وأن لا يتعدى عدد الخانات التي تقل قيمتها عن 5، 20% من مجموع الخانات.

وسنتناول تحليل العلاقات بين متغيري متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية باستخدام المؤشرات التي بنيناها وقدمناها في الفصلين الأولين من الدراسة بصفة عامة، وكذا العلاقات بين العناصر المكونة لكل منهما كلما أمكن ذلك.

## 2. الخصائص العامة لمتابعة المبحوثين لوسائل الإعلام

يقول Roland Cayrol أن وسائل الإعلام لا تؤثر بنفس الطريقة في الأفراد، كما أن التأثيرات الواقعة على الفرد الواحد تختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية. ويخضع هذا التأثير إلى عوامل عديدة مثل درجة ثقة الأفراد في وسائل الإعلام، وعمليات التعرض الانتقائي<sup>(12)</sup> فوجود تأثير لوسائل الإعلام يرتبط بشكل أو بآخر بحجم وطريقة متابعتها. أما عن حجم المتابعة فما أشار إليه نموذج التعلم دون انغماس - أو دون اندماج - الذي قدمناه في بداية القسم الأول من الدراسة، عن حدوث التأثيرات على المدى الزمني المتوسط والبعيد في حال تكرر متابعة الأمور التي لا نعتبرها هامة بالشكل الذي يجعلنا نخضعها للتحليل والتمحيص وهو الأمر الذي يؤدي إلى تبني سلوكيات جديدة لا ننتبه إليها كثيرا. ومن هذا المنطلق كان لزاما علينا أن ندرس حجم ومستوى متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام المختلفة في استجلاء العلاقة بين هذه المتابعة وسلوك المشاركة السياسية - الذي نتناوله في القسم الثاني من هذا المبحث -.

أما عن طريقة المتابعة فإننا نعتبر أنه من الانتقائية التي يمارسها الفرد في مستوى أول من متابعته لوسائل الإعلام، قيامه بتحديد محاور الاهتمام في المواد الإعلامية وتفضيلاتها. فمن الانتقائية أن يتفادى قليل الاهتمام بالسياسة مثلا متابعة المحاور والمواضيع السياسية في وسائل الإعلام. لتأتي في المستوى الثاني من الانتقائية عملية اختيار التعرض فقط للمنبهات التي تتوافق مع الأفكار والاتجاهات التي يملكها الأفراد مسبقا. ولا نهتم في بحثنا هذا بالمستوى الثاني، واكتفينا بالتعرف على الانتقائية الموجهة نحو المواضيع السياسية في وسائل الإعلام ومكانتها مما يتابعه المبحوثون فيها.

وبناء على هذه العناصر، وعلى ما تقدم من تحليل لأدوار وسائل الإعلام في الحياة السياسية وتأثيراتها المحتملة والمؤكد سنقدم في هذا المبحث صورة عن متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام تحتوي العناصر التالية:

أولا: تفضيلات المبحوثين بين مختلف الوسائل الإعلامية.

ثانيا: الثقة بوسائل الإعلام وموقع الموضوعات السياسية من المتابعة.

ثالثا: المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام.

رابعا: تأثير الخصائص الفردية والاجتماعية على درجة متابعة وسائل الإعلام.

12. Roland Cayrol. Op. Cit., P. 428.



## 1.2 . تفضيلات المبحوثين بين مختلف وسائل الإعلام

بالإضافة إلى الاختلافات البنائية والشكلية، والخصائص الفنية التي تميز بين أنواع وسائل الإعلام المكتوبة، المسموعة، والمرئية المسموعة، فإن واقع الإعلام في الجزائر تطبعه مميزات خاصة خصوصا فيما تعلق بملكية وتسيير وسائل الإعلام بين صحافة مكتوبة، في غالبيتها خاصة وصادرة بالفرنسية، وبين إذاعة بقنوات عمومية كلها، حالها في ذلك كحال التلفزيون.

وتجعل هذه العناصر حتما من متابعة الأفراد لوسائل الإعلام مختلفة وقائمة على تفضيلات بحسب الخصائص المختلفة لكل نوع من الوسائل الإعلامية.

وتحتل الصحافة المكتوبة صدارة الوسائل الإعلامية التي يتابعها الأفراد المبحوثين، فقد أجاب 91,48% منهم بنعم على السؤال الأول من الاستمارة المتعلق بقراءة الصحافة الوطنية، ويتابع 85,10% من المبحوثين برامج التلفزيون الجزائري بقنواته المختلفة، وتبلغ نسبة الذين يستمعون لواحدة على الأقل من قنوات الإذاعة المقترحة (القناة الأولى، القناة الثانية، القناة الثالثة، والإذاعات المحلية) 80,85% .

والتعليق الذي يمكن أن يقدم حول هذه الأرقام يتجه مباشرة نحو مقارنة النسب بين هذه الوسائل . والتي تظهر أن الصحافة المكتوبة بسحبها المتواضع (مليون و 200 ألف نسخة<sup>(13)</sup>) \* تملك متابعة من قبل المبحوثين أكبر من المتابعة التي يتمتع بها التلفزيون بقنواته الثلاث وبثها المتواصل على مدار 24 ساعة يوميا، أو التي تحظى بها الإذاعة وقنواتها المختلفة . وتتميز مقروئية المبحوثين للصحف بتواتر ومداومة أكبر إذا ما قورنت بمداومة وحجم المشاهدة اليومية للتلفزيون أو الاستماع للراديو . فقد بلغت نسبة الذين يقرءون الصحافة يوميا وبشكل اعتيادي 26,74% من مجموع 86 مبحوثا الذين أكدوا قراءتهم للصحف . فيما بلغت نسبة الذين يشاهدون التلفزيون أكبر وقت في اليوم من مجموع مشاهديه 15% ، ولم تتعدى نسبة الذين يستمعون للإذاعة فترات طويلة في اليوم 1,31% .

ويوضح الجدول الموالي ذلك بالتفصيل .

13. Fij. Centre d'Alger, Rapport 1999 sur la situation des médias et de la liberté de la presse en Algérie, Alger, 1999.

\*- انظر جدول سحب الصحف، ملحق 03 ، ص 157 .

جدول (21) - تواتر ودورية متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الوطنية

النسبة ب (%)	التكرار	الدورية والتواتر	النسبة أ (%)	التكرار	متابعة وسائل الإعلام
26.74	23	يوميًا	91.48	86	نعم
45.34	39	3 إلى 4 مرات في الأسبوع			
11.62	10	مرة في الأسبوع			
16.27	14	أقل من ذلك			
			8.51	8	لا
57.50	46	من ½ ساعة إلى ساعة و½	85.10	80	نعم
27.50	22	من ساعة و½ إلى 3 ساعات			
15.00	12	3 ساعات فأكثر			
			14.89	14	لا
56.57	43	من ½ ساعة إلى ساعة و½	80.85	76	نعم
42.10	32	من ساعة و½ إلى 3 ساعات			
1.31	1	3 ساعات فأكثر			
			19.14	18	لا

أ- النسب محسوبة إلى مجموع المبحوثين (94).

ب- النسب محسوبة إلى مجموع المجيبين بنعم.

ويمكن أن يكون لإقبال الأفراد على قراءة الصحف علاقة بقدر المصادقية التي تتمتع بها الصحف الخاصة في مقابل وسائل الإعلام العمومية. ويمكن أن نبرز تخلي الجمهور عن هذه الوسائل لصالح الصحافة الخاصة. فبينما عرفت سحب الخاصة منها تطوراً متزايداً في أغلب الأحيان، عرفت سحب العمومية تناقصاً متواصلاً فقد نزل سحب صحيفة الشعب مثلاً من 120000 نسخة سنة 1992 إلى 30 ألفاً سنة 1994. فيما عرف سحب الخبر قفزة من 20 ألف إلى 80 ألف في نفس الفترة\* (14).

والأمر الذي يشد الانتباه كذلك في تعامل المبحوثين مع وسائل الإعلام المختلفة هو الإقبال الكبير على متابعة وسائل إعلام أجنبية، فقد بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم على السؤال (11) المتعلق بها 90,42% من مجموع المبحوثين وهو ما يضعها مباشرة وراء الصحف الوطنية وقيل التلفزيون والراديو الوطنيين. وتغلب على هذه المتابعة مشاهدة قنوات تلفزيونية أجنبية بنسبة 92,94% من مجموع المتابعين لوسائل الإعلام الأجنبية، ويقراً

14. Brahim Brahimi. Le pouvoir, La presse et les droits de L'homme en Algerie. Alger. Marinoor. 1995. P. 140 – 141.

\*- يمكن الاطلاع على تطور أرقام السحب الملحق رقم (04) ص. 158 .

جدول (22) - متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الأجنبية

متابعة وسائل الإعلام الأجنبية	التكرار	النسبة %	نوع الوسيلة	التكرار	النسبة %
نعم	85	90.42	صحف	20	23.52
			قنوات تلفزيونية	79	92.94
			إذاعات	19	22.35
لا	9	9.57			
المجموع	94	100.00			

2.2. الثقة بوسائل الإعلام وموقع المواضيع السياسية من المتابعة

كما أشرنا إليه في بداية هذا العنصر من خلال العوامل التي يعتبرها Cayrol محددات لتأثير وسائل الإعلام ، ومثلما تطرقنا إليه عند تناول دور وسائل الإعلام في بناء حقائق الأفراد عن الحياة والبيئة عموماً وعن السياسة خصوصاً مثلما أكد عليه بسيوني إبراهيم حمادة. فإن عنصر الثقة بوسائل الإعلام يُشكل عاملاً فاصلاً في تحديد وقع رسائلها على الأفراد. فعلى نحو ما قاله إبراهيم حمادة فإن الفرد العادي يتقبل ما تقدمه وسائل الإعلام دونما تقييم أو نقد، وأساس علاقته بوسائل الإعلام الثقة فيما تقدمه كأساس لفهم الذات والعالم المحيط ولتحقيق الإشباع الفكري والعاطفي وبهذه الطريقة تؤثر وسائل الإعلام في حياتنا<sup>(15)</sup>. وقد سعينا لمعرفة مستوى ثقة الأفراد فيما تقدمه لهم وسائل الإعلام الوطنية التي يتابعونها، وعلى الخصوص ثقتهم في كونها تقدم صورة صادقة ومطابقة للواقع عن الحياة السياسية في البلاد. وغلب الذين لا يتقنون بذلك من المجيبين بلا عن السؤال (10) المتعلق بها على من أجابوا بنعم على ذات السؤال.

جدول (23) - ثقة المبحوثين في الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام عن الحياة السياسية

الثقة في صورة وسائل الإعلام عن الحياة السياسية	التكرار	النسبة %
نعم	30	31.91
لا	59	62.76
بدون إجابة	5	5.31
المجموع	94	100.00

15. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 207.

وقد تفسر هذه الأرقام بطبيعة عمل وسائل الإعلام الوطنية والممارسة المهنية فيها، اللتين تركتا انطباعهما على صورة وتمثل هذه الوسائل لدى جمهورها. فالتلفزيون والإذاعة يوسمان بكونهما في خدمة السلطة والجهاز التنفيذي بشكل تسيطر فيه وجهة نظرهما وتصورهما حول مختلف القضايا على المواد الإعلامية والأخبارية خصوصا فيها. وأما الصحافة المكتوبة الخاصة - حتى لا نقع في تضليلات عبارة "الصحافة المستقلة" الشائعة الاستخدام - فإن تشوهات تطبع ممارستها الإعلامية بالتركيز على كل ما هو مثير وجدلي في الساحة السياسية سعيا لاستقطاب القراء، ولا بُد أن للأزمة المتعددة الأوجه التي تعيش البلاد حدثها منذ عشرية كاملة دورها في تعزيز هذا الاتجاه لدى الصحافة الجزائرية. ويبقى أن هذه التفسيرات احتمالية قائمة على قرائن عابرة، لا يمكن تأكيدها إلا في ضوء دراسات أخرى تشمل تحليل محتويات وسائل الإعلام والصورة التي يبينها الأفراد عنها.

ومن سمات أزمة ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام الوطنية، الموقع الذي تحتله وسائل الإعلام الأجنبية كأحد المصادر الأساسية لمعلومات المبحوثين عن الحياة السياسية الوطنية، فهي كذلك بالنسبة لـ 53,19% من المستجوبين وهذا يعاكس التوقع الذي يكون قد استنتجه البعض من تركيز المبحوثين في متابعتهم لوسائل الإعلام الأجنبية على مشاهدة القنوات التلفزيونية (92,92%) من أنه يقصد الترفيه والبحث عن الإشباع العاطفية التي قد لا يجدها المبحوثين في قنوات التلفزيون الجزائري فقط، فهم كذلك يستخدمون هذه الوسائل في تحصيل معلوماتهم عن الحياة السياسية في البلاد.

ونفس الدلالة تقريبا تحملها النسبة العالية (47,87%) ممن أكدوا أن شبكة أصدقائهم وأقاربهم تشكل واحدا من مصادرهم الأساسية للمعلومات عن الحياة السياسية.

ويظهر أن ثقة المبحوثين بوسائل الإعلام الثقيلة - حسب التعبير الشائع - التي تشمل التلفزيون والراديو أكثر اهتزازا من ثقتهم بالصحافة المكتوبة، لأن هذه الأخيرة في غالبها خاصة عكس الأولى التي هي عمومية. فيعتبر عدد أكبر منهم الصحف أحد مصادرهم الأساسية للمعلومات حول الحياة السياسية.

كما يلاحظ أن أغلب المبحوثين يعتمدون مصادر متعددة في التعرف على الحياة السياسية في البلاد ومستجداتها، وهذا ضامن للموضوعية إلى حد ما.

ويفصل الجدول الموالي اعتماد المبحوثين لمختلف المصادر التي يحصلون منها على معلوماتهم حول الحياة السياسية.

جدول (24) - المصادر الأساسية لمعلومات المبحوثين عن الحياة السياسية

النسبة (%)	التكرار	المصادر الأساسية للمعلومات حول الحياة السياسية
69.14	65	الصحف الجزائرية
53.19	50	وسائل الإعلام الأجنبية
47.87	45	الأصدقاء والأقارب
30.85	29	التلفزيون الجزائري
19.14	18	الإذاعة الجزائرية
4.25	4	أخر

إضافة إلى عامل الثقة بوسائل الإعلام، يتحكم مبدأ الانتقائية كذلك في تأثير وسائل الإعلام ومستواه. فالتعرض الانتقائي الذي يُعبر عن وجود علاقة إيجابية بين اتجاهات الأفراد ومواقفهم وبين ما يتابعونه من خلال وسائل الإعلام له علاقة مباشرة بمستوى الأثر الذي تتركه وسائل الإعلام في الأفراد والذي يكون بذلك غالباً تعزيزاً للمواقف والسلوكيات الموجودة أصلاً.

وكما أشرنا إليه فإن المستوى الأول من الانتقائية يتضمن فرز محاور الموضوعات التي يتابعها الفرد ثم التي يتفادها. وقد حاولنا التعرف على انتقائية المبحوث مع المواضيع السياسية في متابعته لمختلف وسائل الإعلام الوطنية.

وعلى هذا الأساس طلبنا من المبحوثين ترتيب المواضيع السياسية في نطاق مختلف مواضيع وأركان وسائل الإعلام بما يتناسب وتفضيلات متابعتهم لها. وأعطت إجابات المبحوثين، على ذلك الجدول التالي :

جدول (25) - موقع المواضيع السياسية من تفضيلات المبحوثين للمواد الإعلامية

الوسيلة الإعلامية	تفضيل المواضيع السياسية	التكرار	النسبة (%)
الصحافة المكتوبة	الأولى	32	37.20
	الثانية	22	25.58
	الثالثة	15	17.44
	الرابعة وأكثر	17	19.76
التلفزيون	الأولى	15	19.73
	الثانية	14	18.42
	الثالثة	24	31.57
	الرابعة وأكثر	23	31.26
الإذاعة	الأولى	14	17.50
	الثانية	19	30.26
	الثالثة	20	25.00
	الرابعة وأكثر	27	33.75
المعدل <sup>أ</sup>	الأولى		24.81
	الثانية		22.58
	الثالثة		24.67
	الرابعة وأكثر		27.92

أ - حسبنا المعدل لكل درجة تفضيل بجمع نسب هذه الدرجة للوسائل الثلاث وقسمتها على 3

ويظهر من الجدول أن الموضوعات السياسية في مواد وسائل الإعلام الوطنية التي يتابعها المبحوثون تشكل محورا لاهتمامهم ومتابعتهم ولكنها ليست المحور الأساسي ما دام مستوى معدل تفضيلها كاختيار أول أو ثاني على الأقل لا يتعدى 47,39% (مجموع معدلي التفضيل الأول والثاني).

كما يتضح أن هذا التفضيل يختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية وهذا راجع أساساً للصفات والإمكانيات التي تتيحها كل وسيلة. وتحتل المواضيع السياسية صدارة قراءة الصحف بـ 62,78% من المبحوثين، 37,20% من مجموعهم يقرعون الصحف للاطلاع على المواضيع السياسية أولاً. وتأتي المواضيع السياسية في صدارة الاهتمامات كأفضلية أولى أو ثانية عند 41,25% من المستمعين للإذاعة وهي تتفوق في ذلك على التلفزيون (38,16%) رغم أن ترتيب المواضيع السياسية عند مشاهدي التلفزيون كأولى الاختيارات (19,73%) أفضل منه لدى المستمعين للإذاعة (17,5%).

### 3.2. المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام

نظراً لتعدد عملية متابعة وسائل الإعلام من قبل الجمهور وتعدد جوانبها التجا الباحثون من البدايات الأولى للدراسات الإعلامية إلى بناء مؤشرات عامة حول متابعة

وسائل الإعلام مثلما كان الحال مع دراسة "The people's choice" لـ "Lazarsfeld" ومعاونيه سنة 1940. وقد عرف الباحثون المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام أو التعرض لها حسب المصطلح الذي استخدموه آنذاك: "بأنه ببساطة مجموع المعاملات أو المؤشرات الجزئية الموضوعية لتحديد عدد مقالات المجلات المقرؤة، والاستماع للأخبار في الإذاعة، والمناقشات السياسية وتواتر الاجتماعات العامة"<sup>(16)</sup>.

وعلى نفس المنوال قمنا بوضع مؤشر عام لمتابعة وسائل الإعلام الوطنية يمثل مجموع معاملات إحصائية تمنح لإجابات المبحوثين على الأسئلة التي تشكل المؤشرات المتفرعة بالنسبة لمتابعة كل واحدة من وسائل الإعلام. ويأخذ مؤشرنا العام بالحسبان ثلاثة قياسات أو معاملات بالنسبة لكل وسيلة (الصحافة، التلفزيون، الإذاعة). حيث يشتمل على معامل خاص بمتابعة الوسيلة عموماً من عدمه، يُضاف له معامل حول درجة المتابعة وتواترها أو حجمها، ويجمع إليها معامل ثالث حول أفضلية المواضيع السياسية في متابعات المبحوثين لكل وسيلة. والجدول التالي يلخص بناء المؤشر ومعاملاته.

---

16. Jean. G. Padiolcau, Op. Cit., P.329.

جدول (26) - بناء المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام

الوسيلة	رقم السؤال من الاستمارة ومغزاه	الاختيارات	المعامل	التبرير
الصحافة المكتوبة	س(1): قراءة الصحف	نعم	1	تمنح لكل من يقرأ الصحف
		لا	0	عموما علامة واحدة
دورية القراءة	س(2): دورية القراءة	يومية	4	تمنح علامة أعلى بدرجة واحدة
		3-4 مرات أسبوعيا	3	كلما كانت دورية القراءة أعلى
		مرة في الأسبوع	2	بدرجة
		أقل من ذلك	1	
موقع المواضيع السياسية من المتابعة	س(3): موقع المواضيع السياسية من المتابعة	الأولى	3	تمنح علامة أعلى بدرجة واحدة
		الثانية	2	كلما كانت المواضيع السياسية
		الثالثة	1	أكثر تفضيلا بدرجة
		الرابعة وأكثر	0	
المجموع	المجموع	أعلى مجموع للمؤشر العام لقراءة الصحف	8	يضم العلامات الأعلى في كل سؤال مما سبق
الإذاعة	س(4): الاستماع لواحده من قنوات الإذاعة على الأقل	نعم	1	تمنح علامة واحدة لكل من
		لا	0	يسمع لقناة إذاعية واحدة على الأقل
س(5): وقت الاستماع اليومي	س(5): وقت الاستماع اليومي	½ سا إلى سا و½	1	تمنح علامة أعلى بدرجة كلما
		سا و½ إلى 3 سا	2	كان الاستماع اليومي أعلى
		3 ساعات فكثر	3	بدرجة
س(6): موقع المواضيع السياسية من التفضيلات	س(6): موقع المواضيع السياسية من التفضيلات	الأولى	3	تمنح علامة أعلى بدرجة واحدة
		الثانية	2	كلما كانت المواضيع السياسية
		الثالثة	1	أكثر تفضيلا بدرجة
		الرابعة وأكثر	0	
المجموع	المجموع	أعلى مجموع للمؤشر العام للاستماع للإذاعة	7	يضم العلامات الأعلى في كل سؤال مما سبق
التلفزيون	س(7): مشاهدة التلفزيون	نعم	1	تمنح علامة واحدة لكل من
		لا	0	يشاهد التلفزيون الجزائري
س(8): وقت المشاهدة اليومي	س(8): وقت المشاهدة اليومي	½ سا إلى سا و½	1	تمنح علامة أعلى بدرجة واحدة
		سا و½ إلى 3 سا	2	كلما كان وقت الاستماع اليومي
		3 ساعات فكثر	3	أعلى بدرجة
س(9): موقع المواضيع السياسية من التفضيلات	س(9): موقع المواضيع السياسية من التفضيلات	الأولى	3	تمنح علامة أعلى بدرجة واحدة
		الثانية	2	كلما كانت المواضيع السياسية
		الثالثة	1	أكثر تفضيلا بدرجة
		الرابعة وأكثر	0	
المجموع	المجموع	أعلى مجموع للمؤشر العام لمشاهدة التلفزيون	7	يضم العلامات الأعلى في الأسئلة: 9،8،7
المجموع	مجموع علامات المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام		22	



وتكمن أهمية بناء هذا المؤشر العام، في كونه الطريقة الأنسب لدراسة احتمال وجود علاقة بين مستوى متابعة وسائل الإعلام ودرجة وحجم المشاركة السياسية، التي بنينا مؤشرها العام مثلما أوضحناه في القسم الثاني من الدراسة.

وكما يبدو من الجدول فإن أدنى قيمة يمكن أن يأخذها المؤشر هي "0" وأعلىها "22" وبينهما قيم عديدة، وتوزيع المبحوثين عليها يجعلنا نتعامل مع جداول إحصائية ضخمة. ولهذا فقد صنفناهم حسب مؤشراتهم العامة لمتابعة وسائل الإعلام إلى أربعة فئات. ولوضع حدود الفئات أخذنا بحالات نظرية للحد الأعلى لكل فئة. وجاءت الفئات كما يلي:

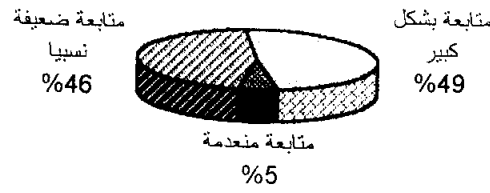
#### جدول (27) - بناء فئات متابعة وسائل الإعلام وتوزيع المبحوثين عليها

النسبة (%)	تكرار الفئة لدى المبحوثين	بناء الحد الأعلى	حدود الفئات	مستوى المتابعة
5.31	5	تمثل القيمة 4 مجموع المعاملات لمن يتابع وسيلة أو وسيلتين بأدنى تواتر وبترتيب رابع فاكتر للموضوعات السياسية. وهو ما اعتبرناه عرضياً يمكن إهماله واعتباره منعدماً	من 0 إلى 4	متابعة منعدمة
45.74	43	تمثل القيمة 12 مجموع معاملات من يتابع كل الوسائل، بثاني تواتر وثالث ترتيب للمواضيع السياسية، أو الحالة المعاكسة	من 5 إلى 12	متابعة ضعيفة نسبياً
48.93	46	تمثل القيمة 18 مجموع المعاملات لمن يتابع كل الوسائل بثالث تواتر (الأعلى) وبترتيب ثان للموضوعات السياسية	من 13 إلى 18	متابعة بشكل كبير
-	0	تمثل القيمة 22 أعلى مجموع للمعاملات للفرد الحصول عليه مثلما هو موضح في الجدول 25	من 19 إلى 22	متابعة بشكل مكثف
100.00	94			المجموع

وكما يظهره الجدول فإن أغلب المبحوثين يتوسطون جدول الفئات، وليس هناك ميل للابتعاد عن متابعة وسائل الإعلام الوطنية بشكل مطلق، أو الإقبال عليها بشكل مكثف، وينقسم المبحوثون تقريباً إلى نصفين في متابعتهم لوسائل الإعلام، نصف (48,93%) يتابع وسائل الإعلام بشكل كبير والنصف الآخر يتابعها بشكل ضعيف نسبياً (45,74%)، ولا يوجد أي مبحوث يتابعها بشكل مكثف.

ويوضح الشكل البياني التالي توزيع المبحوثين على فئات متابعة وسائل الإعلام.

شكل بياني (12) - الدائرة النسبية لتوزيع المبحوثين حسب درجة متابعتهم لوسائل الإعلام



وقد أسقطنا نفس تصنيف مستويات المتابعة بتطبيق نفس المؤشرات ونفس المبادئ في تحديد حدود الفئات، فأتضح أن المستوى العام لمتابعة المبحوثين لكل وسيلة مختلف فيما بينها، ومختلف عن المستوى العام لمتابعتهم لوسائل الإعلام الثلاث مجتمعة. وبدا واضحاً أن الصحافة هي التي تمثل نقل المتابعة الكبيرة والمكثفة في المؤشر العام لمتابعة الوسائل ككل. والجدول الموالي يوضح ذلك.

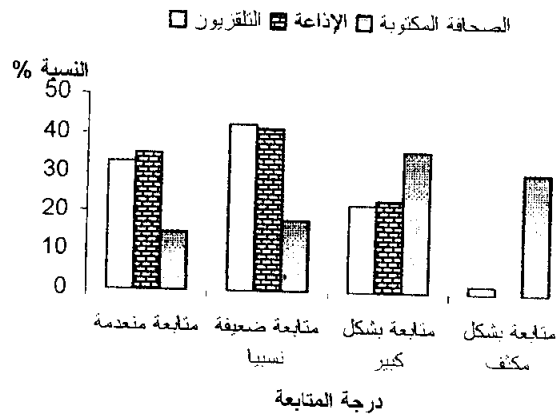
جدول (28) - توزيع المبحوثين حسب فئات درجة متابعة كل واحدة من وسائل الإعلام

النسبة (%)	التلفزيون	الإذاعة		الصحافة المكتوبة		حدودها	فئة درجة المتابعة
		النسبة (%)	التردد	النسبة (%)	التردد		
32.97	31	35.10	33	14.89	14	0 إلى 2	متابعة منعدمة
42.55	40	41.48	39	18.08	17	3 إلى 4	متابعة ضعيفة نسبياً
22.34	21	23.40	22	36.17	34	5 إلى 6	متابعة بشكل كبير
2.12	2	-	0	30.85	29	7 فأكثر	متابعة بشكل مكثف
100.00	94	100.0	94	100.0	94		المجموع

ويقدم الشكل البياني الموالي مقارنة بين مساهمة كل وسيلة في تحديد كل واحدة من

فئات المتابعة.

شكل بياني (13) - مقارنة درجات متابعة كل وسيلة من طرف المبحوثين



#### 4.2. تأثير الخصائص الفردية والاجتماعية على درجة متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام

يلخص الجدول التالي تقاطعات متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام بالخصائص

الفردية والاجتماعية ( الجنس، السن، المستوى الدراسي ).

جدول (29) - تقاطعات درجة متابعة وسائل الإعلام والمتغيرات الفردية، الاجتماعية

المجموع	متابعة بشكل مكثف		متابعة بشكل كبير		متابعة ضعيفة نسبياً		متابعة منعومة		درجة المتابعة	المتغيرات الفردية، الاجتماعية
	النسبة (%)	الترار	النسبة (%)	الترار	النسبة (%)	الترار	النسبة (%)	الترار		
44.68	42	-	0	42.85	18	45.23	19	11,90	5	ذكور
55.31	52	-	0	53.81	28	46.15	24	0	0	إناث
58.51	55	-	0	58.18	32	40.00	22	1,81	1	20 إلى 29 سنة
25.53	24	-	0	33.33	8	58.33	14	8,33	2	30 إلى 39 سنة
11.70	11	-	0	36.36	4	54.54	6	9,09	1	40 إلى 49 سنة
4.25	4	-	0	50.00	2	25.00	1	25,00	1	50 سنة فأكثر
13.82	13	-	0	38.46	5	61.53	8	-	0	ابتدائي/متوسط
21.27	20	-	0	20.00	4	65.00	13	15.00	3	ثانوي
54.25	51	-	0	54.90	28	41.17	21	3,92	2	جامعي: تدرج
10.63	10	-	0	90.00	9	10.00	1	-	0	ما بعد التدرج
100.0	94	-	0	48.93	46	45.74	43	5.31	5	مجموع كل فئة

وتظهر أرقام الصفيين الأولين من الجدول أن الإناث أكثر متابعة لوسائل الإعلام من الذكور، إلا أن التفاوت بين الجنسين ليس كبيراً. مع ملاحظة وجود نسبة 11,90% من الذكور لا يتابعون تقريباً وسائل الإعلام الوطنية المختلفة، في حين لا توجد أيًا من المبحوثات أعربت عن كونها عديمة المتابعة لوسائل الإعلام. وتبرز ضالة التفاوتات بين الجنسين من خلال قيمة  $\Phi = 0,268$  للعلاقة بين متغيري متابعة وسائل الإعلام والجنس، وهو ما يعني أن الجنس يفسر 7,18% من تغيرات درجة متابعة وسائل الإعلام. ويفسر تقدم الإناث على الذكور في متابعة وسائل الإعلام بالوقت المتوفر لهن واهتمامهن بالمواد الترفيهية والدرامية في التلفزيون على الخصوص، حيث وجدنا أن حجم ودورية المتابعة هو ما يمثل أهم العلامات التي حصلت عليها الإناث في المؤشر العام في مقابل مستوى ضعيف من متابعة المواضيع السياسية في وسائل الإعلام. أما عن متغير السن

فأرقام الجدول واضحة، ويمكن استنتاج العلاقة دونما اللجوء إلى حساب معاملات الارتباط والتجميع . فهناك تطور عكسي لدرجة المتابعة بازدياد سن المبحوث، وهذا ما تؤكدته القيمة السالبة لمعامل الارتباط  $r = -0,217$  ، لكن يبقى أن هذه العلاقة ليست قوية فهي بعيدة عن مستوى القوة النسبية في 0,500 ، فهي علاقة سلبية ضعيفة الشدة. ويرجع التطور السلبي لدرجة متابعة وسائل الإعلام بزيادة سن المبحوث، إلى أن الأفراد الأكثر شبابا هم الأميل لمتابعة وسائل الإعلام لتوفر الوقت والتفرغ الكافي لديهم في مقابل الأكثر سنا الذين يعملون أو تشغلهم أمور أخرى عن متابعة كبيرة لوسائل الإعلام. كما أن المتابعة الكبيرة لوسائل الإعلام قيمة مقبولة أكثر في ثقافة الفئات الإجتماعية الأقل سنا من الفئات العمرية الأعلى.

وتظهر خانات تقاطع المستوى الدراسي ومتابعة وسائل الإعلام قدرا معتبرا من الترابط من حيث الطردية الموجودة بين تزايد المستوى الدراسي والمتابعة، وهذا ما تؤكدته القيمة المعتبرة  $\Gamma = 0,508$  ( حسبنا GAMMA وليس  $r$  نظرا لكون المستوى الدراسي متغيرا من مستوى قياس ترتيبي ). فالعلاقة بين المستوى الدراسي ومتابعة وسائل الإعلام إيجابية وقوية، وقد وجدنا أن لاهتمام أصحاب المستوى الدراسي الأعلى فالأعلى بمتابعته المواضيع السياسية في وسائل الإعلام أثر هام في مجموع العلامات التي تشكل مؤشرهم العام لمتابعة وسائل الإعلام.

### 3. علاقة المكونات السلوكية للمشاركة بمكوناتها المعرفية والانفعالية

#### 1.3. نماذج التفاعل بين المكونات الثلاثة:

نقصد بالمكونين المعرفي والانفعالي للمشاركة السياسية، كل من مستوى المعرفة السياسية المتعلقة بنشاطات المشاركة السياسية والحياة السياسية عامة، والاتجاه نحو سلوك المشاركة السياسية.

فالمشاركة السياسية تُعد جزءا من السلوك السياسي ونوعا من أنواعه. فالسلوك السياسي أشمل من المشاركة السياسية باعتباره يشمل "كل تصرفات الفرد تجاه المجتمع السياسي الذي يعيش فيه، ولا يمكن حصر أشكاله، فخطاب النائب البرلماني فوق منصة مجلس النواب سلوك سياسي، والنشاط الحزبي داخل الحزب هو أيضا سلوك سياسي،...<sup>(17)</sup>"، كما يعرف على أنه "أي فعل أو تفاعل بين الأشخاص أو بين الجماعات له مضمون سياسي معين"<sup>(18)</sup>.

17. سويم العزي، المفاهيم السياسية المعاصرة ودول العالم الثالث: دراسة تحليلية نقدية، القاهرة، المركز الثقافي العربي، 1987، ص. 157 – 158 .

18. حامد ربيع، مقدمة في العلوم السلوكية، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1971، ص. 44 .

وقد عرف علما النفس والاجتماع تطورا هاما مع ظهور مفهوم "الاتجاه" بدل مفهوم "الغريزة" الذي كان يحكم تفسير الظواهر، وأهم ما مكن منه المفهوم الجديد هو القدرة على قياسه وتحديد مستويات ترتيبه له. وطور علم النفس من مفهوم السلوك الإنساني الذي كان يتمثل في الاستجابة العملية للمنبه في منطق النظرية السلوكية التقليدية BEHAVIOURISM ليصبح المفهوم الحديث للسلوك عبارة عن مركب لثلاث عناصر هي المكون المعرفي، المكون الانفعالي والمكون السلوكي<sup>(19)</sup>.

ويمكن لتفاعل العناصر الثلاثة أن يعطي بحسب العديد من الدراسات عدة نماذج يمكن تلخيصها في ثلاثة نماذج رئيسية هي على النحو التالي :

1.1.3. النموذج الأول: إن المعارف نحو موضوع ما تؤدي إلى بناء مكون عاطفي إيجابي نحوه، وهذا يقود إلى بناء مكون سلوكي، أي أن المعرفة السياسية تنتهي بالفرد إلى القيام بالسلوك. ويمكن أن نمثل هذا التفاعل على النحو التالي:

$$C \longrightarrow A+B$$

(C = المكون المعرفي، A = المكون العاطفي (الاتجاه)، B = المكون السلوكي)، وأكدت دراسات معهد جالوب للرأي العام هذا النموذج من التفاعل.

2.1.3. النموذج الثاني: إن القيام بسلوك قد يدفع إلى بناء مكون معرفي يساهم بدوره في بناء المكون العاطفي. ويمثل ذلك على النحو التالي:

$$B \longrightarrow C+A$$

وقد أيد هذا المنطق بأبحاثهم كل من Mc Quail , Storms , Cook , Brehem . لكن تأييدات النموذج الأولى أقوى من الدلائل التي قدمها هؤلاء لهذا النموذج.

3.1.3. النموذج الثالث: إن تقدير المرء لمرشح معين يدفعه إلى البحث عن معلومات حوله مما يقود إلى التصويت عليه. ويمثل على النحو التالي:

$$A \longrightarrow C+B$$

وقد أيد هذا النموذج Contor و Rosenberg<sup>(20)</sup>.

وبما أن وسائل الإعلام تقوم في العملية الاتصالية بنقل المعلومات والخبرات إلى الجمهور فإن هذا الأخير بالضرورة يحصل على معارف جديدة يُضيفها إلى المعارف التي يملكها أو يعدل بسببها هذه الأخيرة. فالظاهر أن وسائل الإعلام تؤثر أولا على المعارف، والنموذج

19. بسيني إبراهيم حمادة، استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1995، ص. 08.

20. المرجع نفسه، ص. 8 - 9 .

الذي يتطابق مع تأثير محتمل لوسائل الإعلام هو النموذج الأول الذي تدعمه بحوث مركز جالوب لدراسات الرأي العام.

وهذا ما أخذ به مندلسن Mandelsen في بنائه لمقياس تحديد أثر الاتصال في السلوك السياسي<sup>(21)</sup> والذي يحتوي ثلاث مراحل:

- 1 - الاستجابة الأولية ومؤشراتها تذكر بعض المعلومات عن مضمون الاتصال.
- 2 - الاستجابة العاطفية ومؤشراتها هي الاهتمام والإعجاب بمضمون الاتصال في مقابل اللامبالاة.
- 3 - الاستجابة السلوكية وقياس بالاستعداد والنية السلوكية والاعتراف بأهمية الفكرة وتقديمها للآخرين والقيام بالسلوك ذاته.

ولكن المشكلة مع هذا النموذج أن دراساتٍ أثبتت عدم إلزامية حدوث التفاعل، وأن اكتساب الجمهور للمعلومات لا يؤدي بالضرورة إلى تغيير اتجاههم، وأن تغيير اتجاهات الأفراد لا يفضي بالضرورة إلى تغيير تصرفاتهم وسلوكياتهم (دراسات Trenaman و Mc Quail - 1961).<sup>(22)</sup>

ولهذا وجب في دراسة علاقة متابعة وسائل الإعلام بالمشاركة السياسية دراسة علاقة المتابعة بكل واحدة من المكونات الثلاث لسلوك المشاركة. وقبل ذلك من المفيد جدا أن نعرف إن كانت العلاقات والتفاعل بين المكون المعرفي، العاطفي، السلوكي للمشاركة السياسية ضرورية وإيجابية.

وبما أننا لم نعلم في القسم السابق سوى بتكريم وقياس المكون السلوكي للمشاركة نم خلال المساهمة في مختلف صور المشاركة السياسية، فسنبدأ أولا بتكريم وقياس المكونين المعرفي والعاطفي قبل تحليل علاقة كل واحد منهما بالمكون السلوكي للمشاركة السياسية، ثم علاقتهما بالمكون السلوكي لمتابعة وسائل الإعلام والذي كمنناه وقسناه في الأولى من هذا الفصل، وهو ما سيكون محورا للعنصر الرابع منه.

### 2.3. مستوى المعرفة السياسية للمبجوثين:

تعني المعرفة السياسية مجموع المدارك والمعلومات التي يملكها الفرد عن الحياة السياسية ودو اليب سيرها، فاعليها، ومؤسساتها وكذا عن الإمكانيات الممنوحة له للمساهمة فيها.

21. المرجع نفسه، ص. 11.

22. دنيس مكويل، الإعلام وتأثيراته: دراسات في بناء النظرية الإعلامية، تر: عثمان العربي، دم، دن، 1992، ص. 123.

ولقياس مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين، قمنا ببناء مقياس ضمناه السؤال 29 من استمارة الاستبيان الذي وزع على المبحوثين.

ويحتوي المقياس على تسعة أسئلة بسيطة تقبل إجابات محددة، طلب من المبحوثين تقديم أكبر عدد ممكن منها. هذه الأسئلة تتعلق بمجموعة معارف سياسية ترتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بنشاطات وصور المشاركة السياسية، وهذه الأسئلة هي:

- ما اسم غرفتي البرلمان؟

- من هو رئيس المجلس الشعبي الوطني؟

- ما اسم وزير الخارجية؟

- ما هي الأحزاب المشاركة في الحكومة؟

- اذكر أسماء خمسة من زعماء الأحزاب السياسية الجزائرية؟

- ما هو عدد أعضاء مجلس الأمة؟

- متى تجرى الانتخابات البلدية القادمة؟

- ما هي السن القانونية للترشح لمنصب عضو المجلس الشعبي الوطني؟

- ما هو نوع النظام الانتخابي الذي اعتمد في الانتخابات التشريعية لسنة 1997؟

وقد منحنا معاملاً لكل سؤال، حيث أرفقنا كل إجابة صحيحة بعلامة 1، وفضلنا عدم إرفاق الإجابات بعلامات مختلفة بحسب صعوبة تذكر أو معرفة المعلومات المطلوبة حتى لا تظهر الإجابات العرضية على أسئلة كهذه، وكان أصحابها يملكون معارف سياسية كبيرة دون أن يجيبوا على أي من الأسئلة الأخرى. ولهذا فضلنا أن يمثل مجموع العلامات لكل مبحوث بالضرورة عدد المعلومات التي يمتلكها، وليس قدر المعلومات الهامة أو الصعبة التي قد لا يعرفها إنما كانت إجاباته عليها خاضعة للحظ مثلاً، وبهذه الطريقة فإن أصحاب العلامات الأعلى إنما يمثلون مستوى أعلى من تراكم المعلومات والمعارف.

وبما أن مقياسنا يحتوي 9 أسئلة، وكل سؤال أرفقناه علامة 1، فإن أعلى علامة قد

يحصل عليها الفرد هي: 9.

وقد جاء توزيع المبحوثين حسب مجموع النقاط أو عدد المعارف السياسية التي يملكونها. كما هو موضح في الجدول الموالي الذي يوضح تصنيف المبحوثين حسب مجموع المعلومات الصحيحة التي يملكونها عن أسئلة المقياس.

جدول (30) - توزيع المبحوثين حسب مجموع معارفهم السياسية

النسبة التراكمية (%)	النسبة من مجموع المجيبين (%)	النسبة من مجموع المبحوثين (%)	التكرار	مجموع المعاملات المحصل عليها
12.08	12.08	11.70	11	0
25.26	13.18	12.76	12	1
42.84	17.58	17.02	16	2
59.32	16.48	15.95	15	3
78.00	18.68	18.08	17	4
90.08	12.08	11.70	11	5
97.77	7.69	7.44	7	6
98.86	1.09	1.06	1	7
100.00	1.09	1.06	1	8
-	-	-	0	9
	100.00	96.08	91	مجموع المجيبين
		3.19	3	بدون إجابة
		100.00	94	المجموع الكلي

ويظهر الجدول أن غالبية المبحوثين يملكون قدرا ضئيلا جدا من المعلومات الصحيحة عن الحياة السياسية في البلاد، فنسبة 78% (مجموع الصفوف الخمس الأولى) منهم يملكون أقل من خمس معلومات صحيحة. وقد صنفنا مستوى المعرفة السياسية بحسب المقياس الذي بنيناه إلى أربع فئات يتوزع عليها المبحوثين، وهي:

1.2.3. ذوو المعرفة السياسية المنعدمة:

ويشمل الأفراد الذين تحصلوا على مجموع معاملات بين 0 و 1، وقد اعتبرنا أن من يملك معلومة واحدة صحيحة فقط عديم المعارف السياسية لأنها لا تُعبر في حقيقة الأمر إلا عن تذكر المبحوث لمعلومة بفعل تكرارها المستمر في بيئته أو عن طريق الحظ، كما قد يشير إلى اكتساب معلومة واحدة بطريقة عرضية.

وقد بلغت نسبة أصحاب المعرفة السياسية المنعدمة 25,27% وهو ما يمثل ربع المبحوثين، وينم عن مستوى عام ضعيف للمعرفة السياسية لدى المبحوثين، خصوصا وأن نسبة من لا يملكون أي معلومة صحيحة بلغت 12,08% ممن أجابوا على المقياس، يضاف إليهم 3,19% - إذا ما اعتبرنا من لم يجب على المقياس قد فعل ذلك لأنه لا يملك أية إجابة صحيحة - الذين لم يجيبوا على المقياس.



### 3.2.2. ذوو المعرفة السياسية الضئيلة:

وهم من تحصلوا على مجموع معاملات ما بين 2 و 4 . وقد بلغت نسبتهم 52,74% ويشكلون أكبر فئات المعرفة السياسية.

### 3.2.3. ذوو المعرفة السياسية المتوسطة:

وهم من تحصلوا على مجموع معاملات ما بين 5 و 7 علامات فهم من يعرفون أكثر من نصف الإجابات الصحيحة دون الإلمام بها كلها، وقد بلغت نسبتهم 20,87% .

### 4.2.3. ذوو المعرفة السياسية العالية:

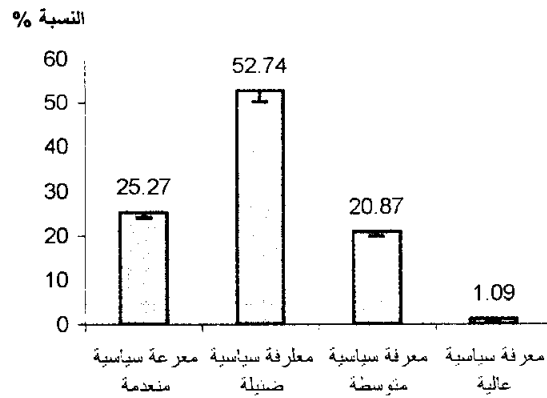
وهم من يملكون الإجابات الصحيحة كاملة أو تعثروا في واحدة منها فقط. وقد بلغت نسبتهم 1,09% ، بعد أن حصل مبحوث واحد فقط على 8 علامات من 9 ، ولم نجد أيا من المبحوثين يملك كامل المعلومات الصحيحة حول أسئلة المقياس.

وبمقارنة بسيطة بين الفئتين الدنيا والعليا من مستويات المعرفة السياسية لدى المبحوثين، يظهر الفرق الشاسع بينهما، كما يتضح المستوى العام المتدني لمعارف المبحوثين السياسية.

ويوضح الرسم البياني الموالي توزيع وتمركز المبحوثين حسب مستويات معارفهم

السياسية.

شكل بياني (14) - توزيع المبحوثين حسب مستوى معارفهم السياسية



### 3.3. اتجاه المبحوثين نحو سلوك المشاركة السياسية

يعتمد التحليل الحديث للسلوك الإنساني في العلوم الاجتماعية على كونه مركبا من

عناصر يمثل فيها مفهوم الاتجاه محورا مركزيا .

ويعرف الاتجاه على أنه " الميل للفعل أو رد الفعل، إيجابياً أو سلبياً تجاه أوضاع معينة، وهو قائم على القيم الشخصية، ومتجذر في الخبرة الاجتماعية للفرد<sup>(23)</sup>". ويعتبره G.W. ALLPORT - الذي طبعت أعماله كثيراً هذا المفهوم - " حالة استعداد عقلية أو عصبية تنهيا من خلال الخبرة، ويكون لها أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد للأشياء والأحوال التي ترتبط بها"<sup>(24)</sup>.

ويؤكد علماء النفس والاجتماع على الدور الحركي الذي يلعبه الاتجاه في صنع السلوك السياسي، فهذا الأخير ما هو إلا التعبير عن طريق الفعل عن الأول، ويقابله في ذلك الرأي الذي هو تعبير عن الاتجاه عن طريق اللفظ. ومن مميزات الاتجاه أنه يبقى ثابتاً لفترات طويلة ويصعب تغييره.

ومنذ ظهور المفهوم (الاتجاه) ظهرت معه محاولات قياسه وتكميته والتعرف على خصائصه، لكل مجال من مجالات الدراسات، وظهرت سلالم لقياس الاتجاه، أشهرها ثلاثة: مقياس ثورستن، مقياس ليكرت، ومقياس غوتمان.

ويُعد مقياس ليكرت أحد أفضلها، لكونه يُتيح إمكانية ترتيب الأفراد حسب اتجاهاتهم نحو موضوع على سلم من خمس درجات تتطرق من السلبية المطلقة نحو الإيجابية المطلقة. وقد تمكن ليكرت من بناء طريقته في تصميم سلالم أو مقاييس الاتجاه إثر دراسة ميدانية أنجزها بين عامي 1929 و 1931. وتُعد طريقته أفضل وأسهل وأكثر تقدماً للمعلومات من طريقتي ثورستن وغوتمان<sup>(25)</sup>.

وتعتمد طريقة ليكرت على تقديم اقتراحات وعبارات تحمل أحكاماً معينة تتعلق كلها بالموضوع المدروس، ويطلب من المبحوثين أن يختاروا درجة تأييدهم لها، والتي تترتب على سلم من خمس درجات هي:

موافق - أو مؤيد - جداً، موافق - أو مؤيد، محايد - لا يهمني، معارض، معارض جداً<sup>(26)</sup>. ولمعرفة الاتجاه العام للفرد نحو الموضوع المدروس والذي تمثله الاقتراحات المقدمة، يتم إرفاق كل واحدة من درجات التأييد بمعامل، ويرفق البعض درجة موافق جداً بعلامة 5 ،

23. Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, A taxonomy of concepts in communication, 3<sup>rd</sup> ed., New York, 1982, P.62.

24. Jean Meynaud et Alain Lancelot, Les attitudes politique, Paris, PUF, coll. « Que sais-je », 1962, P.06.

25. Madeleine Grawitz, Méthodes des sciences sociales, 10<sup>e</sup> ed., Paris, Dalloz, 1996, P.683.

26. Ibid.

ودرجة معارض جدا أو بشدة بعلامة 1 ، وترفق الدرجات موافق، محايد ومعارض بالعلامات 4 ، 3 ، 2 على التوالي، ولكن توجد موازنة أخرى أكثر تعبيراً عن معنى كل درجة تنطلق من (- 2) لتصل إلى (+ 2) ويمثل فيها مستوى الحياد علامة (0)<sup>(27)</sup> .  
وتجمع العلامات المحصل عليها من قبل الفرد في واحدة من المقترحات لتشكل اتجاهه نحو الموضوع المدروس.

وعلى هذا النحو بنينا مقياس للاتجاه نحو المشاركة السياسية، ضمناه السؤال 28 من استمارة الاستبيان التي وزعناها على المبحوثين .

ويحتوي المقياس على خمسة عبارات تتضمن أحكاماً بخصوص أبرز نشاطات المشاركة السياسية في الجزائر وهي:

العبارة الأولى = الانخراط الحزبي في الجزائر وسيلة لتحقيق المصالح الشخصية.

العبارة الثانية = المسؤولون الجزائريون لا يأخذون اقتراحات وتظلمات المواطنين بعين الاعتبار .

العبارة الثالثة = الخوض والنقاش في السياسة مضيعة للوقت لا طائل منها.

العبارة الرابعة = الحملة الانتخابية تغليط الناخبين من أجل كسب أصواتهم.

العبارة الخامسة = المشاركة بالتصويت في الانتخابات واجبة على من يعتبر نفسه مواطناً صالحاً.

ويوضح الجدول الموالي موازنة العلامات بحسب درجات التأييد\*.

#### جدول (31) - نظام موازنة (ponderation) مقياس الاتجاه نحو المشاركة السياسية

معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	درجة التأييد العبارة
2	1	0	1-	2-	الأولى
2	1	0	1-	2-	الثانية
2	1	0	1-	2-	الثالثة
2	1	0	1-	2-	الرابعة
2-	1-	0	1	2	الخامسة

\* لا تتفق العبارة الخامسة مع الأربع الأولى في اتجاهها، مادامت تشير إلى تقييم إيجابي على نشاط التصويت عكس التقييم السلبي لبقية النشاطات في العبارات الأربع. ولهذا عكسنا نظام الموازنة معها. فكما يقول (Sondages. An dré Trambly 1991. 205) فإن الاحتياط الوحيد الذي يجب اتخاذه هو توزيع المعاملات حسب اتجاه المقياس.

27. André Tremblay. Op. Cit.. P.205.

وبعد جمع علامات كل فرد لكامل المقياس قمنا بتصنيف المبحوثين حسب اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية طبقا إلى خمس فئات على سلم ترتيبي مثلما تتيحه الاختيارات الخمس لدرجة تأييد العبارات.

حيث أن المجموع النظري لمن يمتلك اتجاهها سلبيا جدا نحو المشاركة السياسية، ولا يرى لها معنى تماما في إطار الحقل السياسي الجزائري، يساوي (-10) والذي يمثل مجموع العلامات الموافقة لاختيار موافق جدا في العبارات الأربع الأولى واختيار معارض جدا في الخامسة. والمجموع النظري لأصحاب الاتجاه السلبي هو (-5)، وللمحايدين الذين لا يملكون اتجاهها محددًا هو (0)، ولأصحاب الاتجاه الإيجابي (+5)، والإيجابي جدا (+10) لمن يملكون استعدادا كبيرا لممارسة نشاطات المشاركة.

ولكن بين هذه العلامات النظرية قد يحصل الفرد على مجموع لا يساوي واحدة منها بالضبط إلا أنه يوجد في المجال بين اثنتين منهما. ولهذا فقد كان من الضروري إرفاق الفئات بمجال من قيم المجموع بدل قيمة واحدة للمجموع مع جعل القيم النظرية المذكورة أعلاه هي مركز المجال الذي يحتوي خمس قيم.

وعليه حصلنا على الجدول التالي لتوزيع المبحوثين حسب اتجاههم نحو سلوك

المشاركة السياسية.

جدول (32) - اتجاه المبحوثين نحو المشاركة السياسية

الاتجاه نحو المشاركة	مجال قيمه	التكرار	النسبة من مجموع المبحوثين (%)	النسبة من مجموع المجيبين (%)	النسبة التراكمية (%)
سلبى جدا	[ 10 إلى -8 ]	14	14.89	15.38	15.38
سلبى	[ 7 إلى -3 ]	35	37.23	38.46	53.84
محايد	[ 2 إلى 2 ]	33	35.10	36.26	90.10
إيجابى	[ 3 إلى 7 ]	9	9.57	9.89	100.00
إيجابى جدا	[ 8 إلى 10 ]	0	-	-	-
مجموع المجيبين		91	96.80	100.00	
بدون إجابة		3	3.19		
المجموع		94	100.00		

ويظهر ذلك جليا أن الفكرة التي تبرز من الجدول هي وجود اتجاه عام سلبي نحو المشاركة السياسية لدى المبحوثين، وهو ما تعبر عنه نسبة 53,84% من أصحاب الاتجاه السلبي والسلبي جدا، وفي المقابل لا نجد سوى 9,89% يملكون استعدادات إيجابية

للمشاركة. والشيء اللافت للنظر هو انعدام الفئتين الخامسة لأصحاب الاتجاه الإيجابي جدا، وكذا النسبة الهامة (36,26%) ممن لا يملكون اتجاها محددًا.

وللاستفادة أكثر من معطيات المقياس، قمنا بدراسة توزيع المبحوثين بحسب درجة

تأييدهم لكل واحدة من العبارات، فكان الجدول التالي :

**جدول (33) - درجة تأييد المبحوثين لكل واحدة من العبارات التي تشكل مقياس الاتجاه**

الاتجاه الإيجابي (معارض) / معارض جدا		اتجاه محايد ( محايد )		اتجاه سلبي ( موافق / موافق جدا )		الاتجاه
النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	العبارة
7.69	7	10.98	10	81.31	74	الانخراط الحزبي في الجزائر وسيلة لتحقيق المصالح الشخصية
4.39	4	13.18	12	82.41	75	المسؤولون الجزائريون لا يأخذون تظلمات المواطن بعين الاعتبار
40.65	37	21.97	20	37.36	34	الخوض والنقاش في السياسة مضيعة للوقت ولا طائل منه
24.17	22	14.28	13	61.63	56	الحملة الانتخابية تغليط للناخبين من أجل كسب أصواتهم
(موافق / موافق جدا)		( محايد )		(معارض / معارض جدا)		
النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	
25.27	23	15.38	14	59.34	54	المشاركة بالتصويت في الانتخابات واجبة على من يعتبر نفسه مواطناً صالحاً.

ويتضح ما يلي:

- 1 - هناك اتجاه سلبي معمم نحو الانخراط الحزبي لدى المبحوثين، وهو ما قد يفسر بالتشوهات التي تطبع العمل الحزبي والنظام الحزبي في الجزائر.
- 2 - وجود اتجاه سلبي مفرط نحو نشاط التقرب من المسؤولين لطرح القضايا العامة والإسهام في تسييرها.
- 3 - يعبر التوازن الواضح بين المؤيدين والمعارضين لفكرة النقاش حول السياسة مضيعة للوقت، عن توازن الاتجاه العام نحو هذا السلوك كما يؤكد وجود الاهتمام بالسياسة لدى المبحوثين ما داموا لا يعارضون الخوض في أمورها.
- 4 - تقل حدة الاتجاه السلبي للمبحوثين نحو المساهمة في حملة انتخابية عن حدته مع نشاطي الانخراط الحزبي وتقديم التظلمات والاقتراحات للمسؤولين.
- 5 - يمثل نشاط التصويت أقل الأنشطة المقترحة بعد النقاشات السياسية ارتباطاً باتجاه سلبي لدى المبحوثين. ولكن نسبة 59,34% لأصحاب هذا الاتجاه دالة كذلك على مستوى كبير من السلبية في الاتجاه الذي لا يتوافق مع طبيعة التصويت كأهم أدوات ممارسة التدخل في تحديد مآلات التنافس السياسي والتأثير على القرارات السياسية.

### 4.3 العلاقات بين المكونات الثلاثة لسلوك المشاركة السياسية

#### 1.4.3. العلاقة بين المكون المعرفي والمكون السلوكي للمشاركة السياسية

أمكن تصميم الجدول الموالي من تقاطعات مستويات المعرفة السياسية بمستويات

المشاركة السياسية للمبحوثين.

جدول (34) - تقاطع مستوى المشاركة السياسية والمعرفة السياسية لدى المبحوثين

المجموع	معرفة سياسية عالية		معرفة سياسية متوسطة		معرفة سياسية ضئيلة		معرفة سياسية منخفضة		مستوى المعرفة السياسية	مستوى المشاركة السياسية
	النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد		
25.27	23	-	0	2.19	2	16.48	15	6.59	6	إنزال حدي
58.24	53	1.09	1	12.08	11	30.76	28	14.28	13	مشاركة متقطعة
6.59	6	-	0	2.19	2	2.19	2	2.19	2	مشاركة اعتيادية غير نشطة
9.89	9	-	0	4.39	4	3.29	3	2.19	2	مشاركة نشطة
100.0	91	1.09	1	20.87	19	52.74	43	25.74	23	المجموع

وأفضل طريقة لإعطاء أرقام الجدول معناها في تحديد العلاقة القائمة بين المشاركة السياسية والمعرفة السياسية هو حساب معاملات التجميع. وبما أننا قد حددنا مستويات المشاركة السياسية للمبحوثين باستخدام الطرق الإحصائية التي تمكن من منح علامة وقيمة محددة لكل مستوى من المستويات. فإننا نعد متغيري مستوى المشاركة السياسية ومستوى المعرفة السياسية من درجة قياس عالية عند مستوى القياس المتناسب المسافات (Par intervalle)، وعليه نستطيع حتى أن نحسب المعامل  $r$ .\*

وقد أعطى التحليل الآلي عن طريق SPSS النتيجة التالية:  $r = 0,147$  وهو ما يعني أن العلاقة بين المتغيرين إيجابية، ولكنها ضعيفة جداً، ولا يمكن الحديث عن أثر مباشر للمعرفة السياسية على المشاركة بما أن قيمة  $r^2 = 0,021$ ، وهو ما يعني أن التغيرات في مستوى المشاركة السياسية للمبحوثين يفسر منها 2,16% فقط مستوى المعرفة السياسية لديهم.

\* لا يمكن أن نثق بقيمة  $Khi^2$  لأن الشروط المرتبطة به والمذكورة في العنصر الأول من هذا القسم غير متوفرة في حالتنا هذه.

### 2.4.3. العلاقة بين المكون العاطفي والمكون السلوكي للمشاركة السياسية

أعطت تقاطعات مستويات المعرفة السياسية للمبحوثين باتجاههم نحو هذا السلوك

الجدول التالي:

جدول (35) - تقاطع مستوى المشاركة السياسية للمبحوثين واتجاههم نحو المشاركة

المجموع		إيجابي جدا		إيجابي		محايد		سلبي		سلبي جدا		الاتجاه نحو المشاركة	مستوى المشاركة السياسية
النسبة (%)	التردد	النسبة (%)	التردد	النسبة (%)	التردد	النسبة (%)	التردد	النسبة (%)	التردد	النسبة (%)	التردد		
24.17	22	-	0	-	0	9.89	9	10.98	10	3.29	3	إنزال حدي	
59.34	54	-	0	8.79	8	23.07	21	19.78	18	7.69	7	مشاركة متقطعة	
6.59	6	-	0	-	0	2.19	2	2.19	2	2.19	2	مشاركة اعتيادية غير نشطة	
9.89	9	-	0	1.09	1	1.09	1	1.09	5	2.19	2	مشاركة نشطة	
100.0	91	-	0	9.89	9	36.26	33	38.46	35	25.74	35	المجموع	

وانطلاقاً من معطيات هذا الجدول أعطى حساب معاملات الارتباط والتجميع عن طريق SPSS حالة من عدم إمكانية الأخذ بـ  $\chi^2$  لوجود أكثر من خانة في جدول لتقاطع نقل قيمتها عن 1 ، كما أن  $\hat{\eta}^2 = 0,187$  (بأخذ الاتجاه كمتغير مستقل والمشاركة كمتغير تابع) و  $\hat{\eta}^2 = 0,260$  (بأخذ المشاركة كمتغير مستقل والاتجاه كمتغير تابع)، وهي أعلى بشكل ملحوظ من قيمة ( $r = -0,063$ ) وهو ما يعني أن  $r$  ليس دالاً عن العلاقة لكونها غير خطية، بل هي منحنية.

فالعلاقة بين الاتجاه نحو سلوك المشاركة السياسية وممارسة هذا السلوك تكون إيجابية في مجال أول ثم تستقر في مجال ثان وتصبح سالبة في الأخير، أي أن تحولاً في الاتجاه من سلبي جداً إلى سلبي يزيد من مستوى المشاركة السياسية ويتواصل هذا الارتباط الإيجابي مع الاتجاه المحايد، ولكنه يعود لينعكس مع الاتجاه الإيجابي.

ولكن يبقى أنه حتى هذه العلاقة غير الخطية تعد ضعيفة جداً، فالإتجاه لا يفسر

سوى 3,49% من تغيرات مستوى المشاركة السياسية (لأن  $\hat{\eta}^2 = 0,0349$ )، والمشاركة

السياسية لا تفسر سوى 4,88% من تغيرات الاتجاه ( $\hat{\eta}^2 = 0,0488$ ).

## 4. العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية

### 1.4. متابعة وسائل الإعلام كنشاط قاعدي للمشاركة السياسية

رغم أننا لم نورد متابعة وسائل الإعلام والتعرض للمنبهات السياسية نم خلالها في نطاق صور المشاركة السياسية التي تضمنتها النقطة 1.II من الدراسة. إلا أن أغلب تصنيفات نشاطات وصور المشاركة السياسية تعده النشاط القاعدي لنشاطات المشاركة فمليبرث Milbrath يصنف هذا النشاط كأدنى النشاطات في هرمه للمشاركة السياسية<sup>(28)</sup>.

ويعدده كذلك J. Maynaud و A. Lancelot ، إذ يعتبران البحث عن المعلومات، خصوصا عن طريق وسائل الإعلام ثاني مستوى من المشاركة السياسية بعد التصويت. كما يدل على اهتمام معتبر بالسياسة والحياة السياسية<sup>(29)</sup>.

وعلى هذا الأساس يعد التعرض لوسائل الإعلام ومتابعتها واحدا من أنشطة المشاركة الأكثر انتشارا لدى الأفراد إلى جانب التصويت في الانتخابات والنقاش السياسي. وقد أظهرت دراسات عديدة - في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية عموما - تناسبا كبيرا بين الاهتمام بالسياسة واستهلاك وسائل الإعلام، فهذا الاهتمام يترافق مع مستوى مرتفع من قراءة الصحف، الاستماع للإذاعة ومشاهدة التلفزيون. فسلوك متابعة وسائل الإعلام، واستهلاك محتوياتها ينم في واقع الأمر عن " نوع من المشاركة الاجتماعية، فليس عجيبا أن يكون مرتبطا بمستوى معين من المشاركة السياسية"<sup>(30)</sup>.

28. بسبوني إبراهيم حمادة، استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، مرجع سابق، ص. 22.

29. J. Maynaud et A. Lancelot, La participation des français à la politique. Paris. P.U.F., coll. " que sais-je?". 1961, P.19.

30. Roland Cayrol, Les medias: presse écrite, radio, télévision . Paris, P.U.F., 1991, P.443 – 444.



وقد قام Martin Harrop بدراسة تأثير متابعة وسائل الإعلام على أحد أنشطة المشاركة السياسية (وهو التصويت) وحددا عددا من الشروط التي تحكم هذا التأثير، ولخص ما توصل إليه في الجدول الموالي:

### جدول (36) - مركب تأثيرات وسائل الإعلام

تأثيرات ضعيفة لوسائل الإعلام	تأثيرات قوية لوسائل الإعلام	نوع التأثير المتغيرات والعوامل المتدخلة في التأثير	
- إما مرتفع أو نادر جدا - اعتيادية - كثيفة - المساندة	- متوسط - نادرة - محدودة - المراقبة	- التعرض لوسائل الإعلام - المناقشات السياسية - المعرفة السياسية - دافعية التعرض	الناخبون
قوي	ضعيف	الولاء للأحزاب والجماعات	المجتمع
قديمة	جديدة	عمر القضية	الرسالة
- الاتجاهات والسلوكيات - التحويل	- المعلومات - البلورة أو الدعم	- المستوى الذي يحدث فيه التأثير - طبيعة التأثير واتجاهه	التأثير

Source: Martin Harrop, " Voters ", in: Jean Seaton & Ben pinlott. the mass media in British politics. London, Dorth Mouth. 1987. p.47

ويمكن قراءة الجدول عموديا على النحو التالي :

1 - تترك وسائل الإعلام أثرا قويا على المعلومات حول القضايا الجديدة فتبلور المعارف حولها أو تدعمها لدى من يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل متوسط وبدافع المراقبة والفضول، دون أن تكون لديهم معارف سابقة كثيرة عن القضية، كما لا يتناقشون حولها إلا نادرا في إطار جماعاتهم الأولية، وولاءهم للأحزاب والجماعات ضعيفة.

2 - لوسائل الإعلام آثار ضعيفة على الاتجاهات والسلوكيات وتحويلها، وهو الأثر الأضعف والأندر لوسائل الإعلام. وتحدث هذه الآثار النادرة والضعيفة لدى الأفراد الذين يملكون معارف سابقة كثيفة عن القضايا المطروحة والتي تكون قديمة، عندما يكون تعرضهم لوسائل الإعلام إما مكثفا أو نادرا جدا بغرض البحث عن معلومات تعزز المواقف السابقة مع اعتياد الناخبين على النقاش السياسي حول هذه القضايا وغيرها، وتكون ولاءهم للأحزاب والجماعات قوية.

ونحاول فيما يلي التعرف على خصائص العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام وسلوك المشاركة السياسية من خلال دراسة بعض من العناصر التي أوردها Harrop في

تحليله والعلاقات بينها. فمؤشر متابعة وسائل الإعلام الذي تبنيه يحتوي عنصرين من العناصر والمتغيرات التي ضمنها Harrop الخانة الأولى من العمود الثاني لجدوله فهو يحمل عنصر كثافة التعرض لوسائل الإعلام، ودافعية التعرض على الأقل بخصوص التمييز بين من يتعرضون ولديهم اهتمامات بمتابعة القضايا السياسية بدرجات كبيرة ممن لا تهمهم بشكل كبير. وسنتناول كذلك عناصر الصف الأخير من الجدول من خلال دراسة مستويات العلاقة بالمعلومات والمعارف السياسية والاتجاهات والسلوك.

#### 2.4 . العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام والمكونين المعرفي والعاطفي للمشاركة السياسية

##### 1.2.4 . علاقة متابعة وسائل الإعلام بالمعارف السياسية للمبجوثين:

تتفق العديد من نتائج الدراسات الإعلامية على أن أهم أثر لوسائل الإعلام إنما يترك على المعارف، وعلى نفس النحو فإن أثرها على المعرفة السياسية هام وبارز. فالتأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام ترتب الأولى من بين الأنواع الثلاثة للتأثيرات قبل التأثيرات العاطفية والسلوكية<sup>(31)</sup>. وقد توصلت العديد من الدراسات التي أنجزت في دول مختلفة إلى أن استخدام وسائل الاتصال الجماهيري - وهذا ينطبق على الراديو، التلفزيون، والصحافة المكتوبة - يرافقه إثراء للمعلومات السياسية<sup>(32)</sup>.

وعلى سبيل المثال أثبتت هذا الأمر الدراسات التي قام بها chaffee و Tipan

(33)

و ward.

وقد استعرضنا في القسم الأول من الدراسة أهمية المعلومات التي يكتسبها الأفراد من وسائل الإعلام في بناء صورتهم عن العالم ككل وعن الحياة السياسية على الخصوص. ومن هنا تتبع أهمية السعي للتأكد من مدى صحة هذه التعميمات على حالة المبجوثين الذين شملتهم دراستنا. وقد أعطت تقاطعات مستويات المعرفة السياسية أو درجات متابعة وسائل الإعلام الجدول التالي :

31. دنيس مكويل، مرجع سابق، ص.130.

32. Roland Cayrol, Op. Cit., P.457.

33. بسويوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مرجع سابق، ص. 251.

جدول (37) - تقاطع مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين ودرجة متابعتهم لوسائل الإعلام

المجموع		متابعة بشكل مكثف		متابعة بشكل كبير		متابعة ضعيفة نسبياً		متابعة منعدمة		متابعة وسائل الإعلام	مستوى المعرفة السياسية
النسبة (%)	الترتيب	النسبة (%)	الترتيب	النسبة (%)	الترتيب	النسبة (%)	الترتيب	النسبة (%)	الترتيب		
25.27	23	-	0	6.59	6	15.38	14	3.29	3	معرفة سياسية منعدمة	
52.74	48	-	0	28.57	26	23.07	21	1.09	1	معرفة سياسية ضئيلة	
20.78	19	-	0	13.18	12	7.69	7	-	0	معرفة سياسية متوسطة	
1.09	1	-	0	1.09	1	-	0	-	0	معرفة سياسية عالية	
100.0	91	-	0	49.45	45	46.15	42	4.39	4	المجموع	

ويظهر حساب معامل الارتباط بين المتغيرين أن العلاقة بينهما ضعيفة نسبياً رغم اقترابها نوعاً ما من مستوى القوة المقبولة مادام  $r = 0,318$  ، ولكنها واحدة من أشد العلاقات التي درسناها في كامل الدراسة.

ويظهر الجدول الموالي التفاوتات في شدة العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين ودرجة متابعتهم لكل واحدة من وسائل الإعلام على حدٍ من خلال قيمة معامل الارتباط  $r$ .

جدول (38) - ارتباطات مستوى المعرفة السياسية للمبحوثين بدرجة متابعتهم

لكل واحدة من وسائل الإعلام

المتغيرين	قيمة "r"
درجة قراءة الصحف / مستوى المعرفة السياسية	0.395
درجة الاستماع للإذاعة / مستوى المعرفة السياسية	0.89
درجة مشاهدة التلفزيون / مستوى المعرفة السياسية	0.179

ويبدو جلياً أنه ورغم كون شدة الارتباط والعلاقة بين الوسائل الإعلامية المختلفة ومستوى المعرفة السياسية ضعيفة. فإن هناك تفاوتات ذات معنى بين درجة وشدة هذه الارتباطات. فالصحافة المكتوبة تلعب دوراً أفضل من الوسيطتين الأخرين في بناء المعرفة السياسية للأفراد، والشدة التي بلغت علاقتها بها، تعد ذات مستوى مقبول مقارنة بالأخرى

ما دامت تقترب من مستوى ( $r = 0,500$ ) الذي تعد عنده العلاقة قوية نسبيا. ويظهر كذلك أن الارتباط بين متابعة التلفزيون والمعرفة السياسية أشد من الارتباط بين متابعة الراديو والمعرفة السياسية، وهذا على الأقل يتطابق مع التحول الذي حصل منذ ظهور التلفزيون كوسيلة إعلامية قوية مع مطلع الخمسينيات والتطور الذي عرفته في الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي، مع التغطية الكونية للأحداث والنقل الحي المباشر، وفضاءات النقاش المفتوحة. ولا بُد أن للصورة دورها في مفاضلة التلفزيون على الراديو كأداة لاكتساب المعارف السياسية.

أما بالنسبة لأفضلية الصحافة المكتوبة على التلفزيون فإن خاصيتين أساسيتين يمكن أن تفسرا ذلك رغم تناقضه مع نتائج بعض الدراسات، فكما يقول Roland Cayrol فإن "المواطن، [...]، خاضع لوسائل الإعلام - وللتلفزيون أولا، الذي يُعد أهم مصادر معلوماته السياسية - في التعرف على "النقاط الساخنة" [بين مزدوجين في الأصل] للنقاش السياسي<sup>(34)</sup>".

وأولى الخاصيتين تتعلق بجوهر طريقة وخصائص الوسيطتين والرسائل التي تقدمها، فإذا كان يعزى للتلفزيون قدرته على تمرير الرسائل دون مقاومة كبيرة من المتلقين باستخدام المؤثرات السمعية المرئية. وهو ما يعطل القدرات التحليلية للمشاهد، في المقابل تمكن الصحافة المكتوبة من عزل الرسائل والعودة إليها بنظرة نقدية "فالمعلومة المكتوبة، التي يقرأها كلّ على هواه وحسب فضوله، لا تزال تعد حاليا طريقة أفضل بكثير للاستعلام الدائم"<sup>(35)</sup>.

أما الخاصية الثانية فتتعلق بالممارسة الميدانية لوسائل الإعلام الوطنية وملكيّتها والتي ترتب عنها توزيع غير متكافئ للثقة بها مثلما أوضحناه سابقا، والذي تميل كفته لصالح الصحافة المكتوبة، نظرا لملكيّتها الخاصة في أغلبها، والافتراض المسبق للقراء بمصداقيّتها ما دامت لا تنقل الوجهة الرسمية للسلطة والحكومة.

#### 2.2.4. علاقة متابعة وسائل الإعلام بالاتجاه نحو المشاركة السياسية

تشير جميع الدراسات الإعلامية إلى وجود آثار ضئيلة وعلى المدى البعيد لوسائل الإعلام على الاتجاهات، رغم أن الاعتقاد السائد في دراسات أجريت في الأربعينيات والخمسينيات كان يربط تأثير وسائل الإعلام مباشرة بالاتجاهات لكونها المحرك الأساسي

34. Roland Cayrol, Op. Cit., P.455.

35. Daniel Bounoux, Introduction aux Sciences de la communication, Alger, casbah éditions, coll. "Approch", 1999, P.93.

للسلوك، قبل أن تثبت دراسات فيما بعد أن التغيير في الاتجاه لا يؤدي بالضرورة إلى تغيير السلوك، وبالتالي فإن السلوك المرتبط بالوسائل الإعلامية ليس وليد ارتباط وسائل الإعلام بالاتجاه نحو هذا السلوك.

وقد أعطي تقاطع طبيعة اتجاه المبحوثين نحو المشاركة السياسية، ودرجة متابعتهم لوسائل الإعلام، الجدول الموالي:

جدول (39) - تقاطعات اتجاه المبحوثين نحو المشاركة السياسية ودرجة متابعتهم لوسائل الإعلام

المجموع		متابعة بشكل مكثف		متابعة بشكل كبير		متابعة ضعيفة نسبياً		متابعة منعومة		متابعة وسائل الإعلام
النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد	النسبة (%)	عدد	الاتجاه نحو المشاركة السياسية
15.38	14	-	0	4.39	4	7.69	7	3.29	3	سلبى جدا
38.46	35	-	0	13.18	12	24.17	22	1.09	1	سلبى
36.26	33	-	0	23.07	21	13.18	12	-	0	محايد
9.89	9	-	0	7.69	7	1.09	1	1.09	1	إيجابى
-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	إيجابى جدا
100.0	91	-	0	48.35	44	46.15	42	5.49	5	المجموع
توجد 9 خانات بها قيم أقل من 1										قيمة $\chi^2$
0.333										قيمة "r"
0.334 (الاتجاه متغير مستقل) 0.362 (الاتجاه متغير تابع)										قيمة $\hat{\eta}$

تشير أرقام الجدول وخصوصاً قيمة  $r = 0,333$  إلى وجود علاقة مقبولة الشدة نسبياً عند مقارنتها بالعلاقات التي درسناها إلى حد الآن. وهو ما يعني أن هناك ارتباطاً بين الاتجاه الذي يوجد لدى المبحوثين نحو المشاركة السياسية، ومتابعتهم لوسائل الإعلام. والتفسير الذي يمكن تقديمه هنا ينطلق أساساً من نموذج بحث الجمهور في وسائل الإعلام عما يعزز اتجاهاتهم السالفة، وبحساب  $r^2 = (0,333)^2 = 0,1108$ ، وهو ما يعني أن متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام تفسر 11% من تغيرات اتجاهاتهم.

### 3.4. علاقة متابعة وسائل الإعلام بالسلوك الفعلي للمشاركة السياسية

بعد بناء المؤشرين العاملين عن متابعة وسائل الإعلام، والمشاركة السياسية، وكذا دراسة العلاقات الارتباطية للسلوك الفعلي للمشاركة بمكوناته العاطفي والمعرفي، وكذا علاقات هذين المكونين بالمتابعة تأتي إلى دراسة آخر العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية كمارسة.

وقد أعطت التقاطعات بين فئات المؤشرين العاميين لهذين المتغيرين النتائج التي

يلخصها الجدول التالي:

جدول (40) - تقاطعات متابعة وسائل الإعلام من قبل المبحوثين مع حجم مشاركتهم السياسية

النسبة (%)	المتابعة بشكل مكثف	متابعة بشكل كبير		متابعة ضعيفة نسبياً		متابعة منظمة		متابعة وسائل الإعلام	مستوى المشاركة السياسية	
		النسبة (%)	المتابعة بشكل مكثف	النسبة (%)	المتابعة بشكل كبير	النسبة (%)	المتابعة منظمة			
24.64	23	-	0	9.57	9	13.82	13	1.06	1	إبنزال حدي
59.57	56	-	0	29.78	28	26.59	25	30.19	3	مشاركة
6.38	6	-	0	4.25	4	1.06	1	1.06	1	مشاركة اعتيادية
9.57	9	-	0	5.31	5	4.25	4	-	0	مشاركة نشطة
100.0	94	-	0	48.93	46	45.74	43	5.31	5	المجموع
توجد 5 خانات تحمل قيماً أقل من 1									قيمة $\chi^2$	
0.098									قيمة "r"	
0.101 (متابعة وسائل الإعلام متغير مستقل) 0.118 (المشاركة السياسية متغير مستقل)									قيمة $\hat{\epsilon}$	

وتظهر قيم المعاملات الارتباطية علاقة ضعيفة جداً تكاد تكون مهملة بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام ومشاركتهم السياسية. فتغيرات درجة متابعة وسائل الإعلام لا تفسر سوى 0,96% من التغيرات في مستوى المشاركة السياسية ما دامت قيمة

$$0,0096 = r^2 = (0,098)^2$$

فالعلاقة بين المؤشرين العاميين لمتابعة وسائل الإعلام المختلفة، والمشاركة في الصور المختلفة للمشاركة السياسية منعدمة تقريباً، وهذا ما يؤكد ما وصلت إليه أغلب دراسات وسائل الإعلام بخصوص تأثيرها في السلوك الإنساني من جانبه السلوكي البحث. وإذا كانت هذه حال علاقة المشاركة السياسية لمتابعة وسائل الإعلام عموماً، فما

طبيعة علاقته بمتابعة كل نوع من وسائل الإعلام على حدا؟

ويلخص الجدول الموالي أهم نتائج حساب معاملات الارتباط والتجميع

Association لهذه العلاقات.

جدول (41) - ارتباطات مستوى المشاركة السياسية بدرجة متابعة كل واحدة من وسائل الإعلام

المتغير	قيمة "r"
دورية متابعة الصحافة المكتوبة/ مستوى المشاركة السياسية	0.201
دورية متابعة الإذاعة/ مستوى المشاركة السياسية	0.120
دورية متابعة التلفزيون/ مستوى المشاركة السياسية	0.097

ويتضح أن العلاقات كلها ضعيفة جداً، لكنها متفاوتة، فتظهر علاقة المشاركة بمتابعة وقراءة الصحف أقوى من علاقتها بمتابعة الوسيلتين الأخرين خاصة التلفزيون الذي تقترب علاقة متابعته بالمشاركة السياسية من الانعدام تماماً.

### خلاصة جـزئية III :

في خطوة عملية ثانية في اتجاه تحليل العلاقات بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام ومشاركتهم السياسية، قمنا بدراسة الخصائص العامة لمتابعتهم لوسائل الإعلام الوطنية، بعد أن حللنا مشاركتهم السياسية في القسم الثاني من الدراسة.

اتضح أن هذه الوسائل تحظى عموماً بحدٍ أدنى من المتابعة، وتتصدرها الصحافة المكتوبة التي يتابعها 91,84% من المبحوثين. كما لفت انتباهنا اهتمام جمهور المبحوثين بوسائل الإعلام الأجنبية التي يتابعها 90,42% منهم، وأغلبهم يشاهدون القنوات التلفزيونية الأجنبية (92,94%).

وتتمتع وسائل الإعلام والصورة التي تقدمها وتنقلها عن الحياة السياسية للبلاد بثقة ضعيفة نسبياً عند المبحوثين، حيث لا يثق في أن هذه الصورة مطابقة للواقع وصادقة 62,76% من المبحوثين.

وتمثل الصحافة المكتوبة الوطنية أهم المصادر الأساسية لحصول المبحوثين على معلوماتهم عن الحياة السياسية في البلاد بنسبة 69,14%، وتأتي وراءها مباشرة وسائل الإعلام الأجنبية عند 53,19% من المبحوثين، وبعدهما شبكة العلاقات والاتصالات الشخصية مع الأصدقاء والأقارب (47,87%) ليأتي التلفزيون والإذاعة الوطنيين في المؤخرة بنسبة 30,85% و 19,14% على التوالي.

وتشكل المواضيع السياسية في مواد وسائل الإعلام الوطنية أولى اهتمامات الأفراد أو ثانيها في متابعتهم لهذه الوسائل بمعدل 47,39% من المبحوثين وهو ما يعني أنها تشكل محورا لاهتمامات المتابعة، ولكنها ليست المحور الأساسي. ويظهر أنها تشكل محورا أكثر أهمية في قراءة الصحف منه في مشاهدة التلفزيون أو الاستماع للإذاعة.

وعموماً وحسب ما أظهره المؤشر العام لمتابعة وسائل الإعلام الوطنية فإن المبحوثين ينقسمون نصفين بين متابعة ضعيفة نسبياً (45,74%) ومتابعة بشكل كبير (48,93%)، دون أن يكون هناك ميل للابتعاد عن متابعة وسائل الإعلام مطلقاً أو بالعكس الإقبال عليها بشكل مكثف ما دامت نسبة أصحاب المتابعة المنعدمة ضئيلة (5,31%) ونسبة المتابعين بكثافة ضعيفة ومنعدمة.

وتشكل الصحافة المكتوبة الثقل الأكبر في المتابعة الكبيرة في هذا المؤشر العام، لأن متابعتها تعرف استقطاباً عند مستويي المتابعة بشكل كبير والمتابعة بشكل مكثف، حيث



يبلغ مجموع نسبتي هاذين المستويين 67.02% من مجموع المبحوثين، فيما يحدث العكس مع متابعة التلفزيون والإذاعة.

وترتبط درجة متابعة وسائل الإعلام الوطنية ككل كثيراً بالمستوى الدراسي للمبحوثين، حيث بلغت قيمة  $r$  للعلاقة بينهما 0,501 وهي أعلى قيمة وأشد علاقة في كامل العلاقات التي تطرقنا إليها في دراستنا، وتعني أن الأفراد ذوي المستوى الدراسي الأعلى أكثر إقبالا على متابعة مختلف وسائل الإعلام الوطنية، وعلى الخصوص الاهتمام بمتابعة المواضيع السياسية فيها.

كما ظهر أن الإناث أكثر متابعة لوسائل الإعلام من الذكور دون أن يكون التفاوت بينهما كبيرا، حيث بلغت قيمة  $r = 0,268$ . ولعب السن دورا سلبيا في تحديد درجة متابعة وسائل الإعلام، فكلما كان المبحوث أكبر سنا قلت متابعته لوسائل الإعلام، ولهذا كانت قيمة  $r$  سالبة تساوي (-0,217)، ولكن هذه العلاقة ليست صحيحة إلا في حالات قليلة نظرا لأنها ضعيفة، فتغيرات السن لا تفسر سوى 4,70% من تغيرات درجة المتابعة ( $r^2 = 0,0470$ ).

وظهر أن مستويات المعرفة السياسية للمبحوثين متدنية، فأغلبهم يملك معارف سياسية ضئيلة (52,74%) أو حتى منعدمة (25,27%)، بينما بلغت نسبة أصحاب المعرفة السياسية المتوسطة أو المقبولة 20,87%، ولا يوجد سوى 1,09% من المبحوثين من أصحاب المعرفة السياسية العالية.

ويظهر تحليل المكون العاطفي لسلوك المشاركة السياسية أن هناك اتجاها سلبيا معمما لدى غالبية المبحوثين تجاه أنشطة المشاركة فقد بلغت نسبة أصحاب الاتجاه السلبي جدا 15,38% ونسبة أصحاب الاتجاه السلبي 38,46% مما يجعل الاتجاه السلبي يغلب على المبحوثين بنسبة 53,84%، ولا يمثل الاتجاه الإيجابي سوى 9,89% من المبحوثين ما دام الاتجاه الحيادي قد بلغت نسبته 36,26%.

وظهرت العلاقة بين المعرفة السياسية والمشاركة السياسية للمبحوثين ضعيفة جدا ( $r = 0,147$ ). فيما اتضح أن علاقة مشاركة المبحوثين باتجاههم السياسي غير خطية حيث تكون طردية إيجابية تزداد فيها المشاركة في المجال بين الاتجاه السلبي جدا والاتجاه الحيادي، لتتقلب سلبية عكسية مع الاتجاه الإيجابي، ولكن هذه العلاقة كذلك ضعيفة ما دامت قيمة  $\hat{\epsilon} = 0,260$  في أفضل حالاتها عند أخذ المشاركة كمتغير مستقل، وهو ما يعني أن التغيرات في المشاركة تفسر 6,76% من تغيرات الاتجاه.

ولا يظهر تحليل العلاقات بين متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام والمكونات الثلاثة للمشاركة السياسية أية علاقة مباشرة وضرورية شديدة القوة. فخارج الاتجاهات البحثية التي تعتبر متابعة وسائل الإعلام والانتباه لمنبهااتها السياسية في حد ذاتها نوعاً من المشاركة السياسية، وجدنا أن العلاقة بين المتابعة ومستوى المعرفة السياسية ضعيفة نسبياً ( $r = 0,318$ ) إلا أنها واحدة من أفضل الشدات لكل العلاقات التي درسناها. وفي مستوى تحليل أعمق وجدنا أن هذه العلاقة هي أكثر عند متابعة الصحافة المكتوبة بشكل كبير ( $r = 0,359$ )، وهي منعدمة تقريباً بالنسبة لمتابعة الإذاعة ( $r = 0,089$ ).

وليس شدة علاقة متابعة وسائل الإعلام بالاتجاه نحو المشاركة أفضل من شدة علاقتها بالمعرفة السياسية. حيث بلغت قيمة  $r = 0,333$  وهي علاقة إيجابية ضعيفة نسبياً، والظاهر أن الاتجاه السلبي المعمم لدى المبحوثين يتعزز بالتعرض المتزايد لوسائل الإعلام، وأن المبحوثين يبحثون عما يعززه في وسائل الإعلام.

ووجدنا أخيراً أن علاقة متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام بسلوكهم الفعلي للمشاركة السياسية كانت من أضعف العلاقات التي تطرقنا لها، وقاربت مستوى الانعدام ( $r = 0,98$ ). غير أن التعمق في دراسة هذه العلاقة يظهر أن علاقة متابعة الصحافة المكتوبة بالمشاركة أفضل حالاً ( $r = 0,210$ ) من العلاقة العامة، ومن علاقة المشاركة بمتابعة كلا من الإذاعة ( $r = 0,120$ ) والتلفزيون ( $r = 0,097$ ).

## خاتمة

توخينا في دراستنا للتعرف على متابعة الأفراد لوسائل الإعلام ومشاركتهم السياسية، أن نتعرف أولاً على خصائص متابعتهم لوسائل الإعلام - وهي ما يمثل النواحي الإجرائية للمفهوم - وكذا على مدى انغماسهم في نشاطات المشاركة السياسية. ولم يفتنا أخذ سلوك المشاركة السياسية في أبعاده الثلاثة: المعرفي، العاطفي، والسلوكي، في التعرف على خصائصها عند المبحوثين ودراسة علاقتها بمتابعتهم لوسائل الإعلام.

ويمكن إيجاز أهم ما توصلت إليه الدراسة في :

(1)- حجم المشاركة السياسية العام لدى المبحوثين ضئيل جداً، ولم تتعدى نسبة المشاركين النشيطين الاعتياديين على الأقل 15,95% معاً من مجموع المبحوثين، وأغلب الباقي (59,57%) مشاركون منقطعون. وبلغت نسبة الذين لم يشاركوا تماماً في النشاطات المقترحة أو الفين شاركوا في واحدة عرضياً 24,64% .

(2)- لا يتم الحجم المتدني من المشاركة عن لامبالاة وانعدام اهتمام بالسياسة عند المبحوثين مادام 68,07% منهم يهتم بالسياسة ولو بشكل متوسط، و 86,17% منهم يتناقشون في مواضيعها.

(3)- مشاركة المبحوثين في النشاط الحزبي ضعيفة جداً (10,63% )، والظاهر أن ذلك يعود للصورة والانطباع السيئين الذين يملكهما المبحوثون عن إطار العمل السياسي في الجزائر، وطبيعة النظام الحزبي القائم فيه على الخصوص.

(4)- تحظى وسائل الإعلام الوطنية بمتابعة المبحوثين في غالبهم ولو بشكل قليل. وتتصدرها الصحافة التي يتابعها 91,84% منهم، فالتلفزيون (85,10%) وأخيراً الإذاعة التي يستمع لواحدة من قنواتها على الأقل 80,85% .

(5)- وأظهرت دراسة المؤشر العام للمتابعة الذي يشمل حجم متابعة وسائل الإعلام وموقع المواضيع السياسية في تفضيلاتها، عدم وجود للابتعاد عن متابعتها بشكل مطلق لدى المبحوثين، ولكن غياب الإقبال عليها بشكل مكثف أيضاً. حيث توزع المبحوثون على الفئات التي تتوسط المتابعة بـ 45,74% لمن يتابعونها بشكل ضعيف نسبياً، و 48,93% لمن يتابعونها بشكل كبير. ولا يوجد أياً من المبحوثين من المقبلين على متابعة مكثفة لها.

6)- تشكل الصحافة المكتوبة الثقل الكبر في فئة المتابعة الكبيرة للمبجوثين من المؤشر العام، حيث بلغت نسبة من يقرؤونها بشكل كبير أو مكثفاً معاً 67,02% من مجموع المبجوثين.

7)- تغلب المستويات المتدنية على المعرفة السياسية للمبجوثين، و 52,74% منهم من ذوي المعارف السياسية الضئيلة، و 25,27% لا يملكون معارفاً حول النقاط التي أدرجناها مقياس المعرفة السياسية. ولم تتعدى نسبة أصحاب المعرفة السياسية المتوسطة أو المقبولة 20,87%، ولا يوجد سوى 1,09% من أصحاب المعرفة السياسية العالية.

8)- يغلب الاتجاه السلبي جداً نحو نشاطات المشاركة السياسية لدى المبجوثين بنسبة 53,84%، ولا يحمل أيّ منهم اتجاهاً إيجابياً جداً نحوها، فيما بلغت نسبة أصحاب الاتجاه الإيجابي 9,89%. ويبقى 36,26% من المبجوثين بين هذا وذاك دون اتجاه محدد.

9)- الارتباط بين مستوى المشاركة السياسية ومستوى المعرفة السياسية، ارتباط ضعيف وغير ذي دلالة ( $r = 0,147$ ).

10)- الارتباط بين اتجاه المبجوثين نحو المشاركة السياسية، ومستوى ممارستهم لأنشطتها، ارتباط غير خطي ولكنه ضعيف ولا يحمل دلالة كبيرة ( $\hat{\eta} = 0,260$ ).

11)- الارتباط بين مستوى المعرفة السياسية ودرجة متابعة وسائل الإعلام ارتباط ضعيف نسبياً، ولا يحمل دلالة كبيرة ( $r = 0,318$ ) وتتفاوت شدة هذا الارتباط بحسب كل وسيلة، وأفضلها مع درجة قراءة الصحف ( $r = 0,359$ ) وأدناها مع الاستماع للإذاعة ( $r = 0,089$ ).

12)- الارتباط بين الاتجاه نحو المشاركة السياسية ودرجة متابعة وسائل الإعلام ارتباط ضعيف نسبياً، ولا يحمل دلالة كبيرة ( $r = 0,333$ ).

13)- لارتباط بين مستوى المشاركة السياسية ودرجة متابعة وسائل الإعلام، ارتباط يكاد يكون منعدماً وليس له أية دلالة ( $r = 0,098$ )، ويظهر الارتباط بين مستوى المشاركة والاستماع إلى الإذاعة كأسوأ الارتباطات بحسب الوسيلة، وبلغت قيمة معاملته ( $r = 0,097$ ) فيما تبقى قراءة الصحف الأفضل كذلك في ارتباطها بالمشاركة كممارسة ( $r = 0,210$ ).

### مناقشة النتائج :

تشير النتائج المتعلقة بالمشاركة السياسية إلى أن التحول الديمقراطي في الجزائر لم يبلغ بعد عمق الارتساء على المستوى الجماهيري على الأقل، من خلال النسب الضعيفة

للأفراد المنغمسين فعلياً في أنشطة الحياة السياسية. وهو ما لا يحقق جوهر النظام الديمقراطي الذي تنشأ فيه السلطة عن سيادة الشعب، ويتأسس بالضرورة على مشاركته مثلما قدمنا له في بداية البحث.

ويمكن اعتبار ما توصلنا إليه - مع ضرورة الحذر من التعميم غير المبرر - مؤشراً عن أزمة للمشاركة السياسية في الجزائر. رغم أن هناك مشكلة أساسية في تحديد المستوى المرجعي للمشاركة المناسبة أو الكافية الذي يمكن أن تقارن به هذه الأرقام لتكون دالة عن أزمة أم لا؟ ، فحتى إذا حاولنا إجراء المقارنة مع مستويات المشاركة في الدول الداريجة على مسار الديمقراطية، فإننا نجد الكثير من الدارسين والمفكرين هناك يشيرون إلى وجود أزمة للمشاركة السياسية لديهم كذلك. وفي المقابل يعتبر Denni و Lecompte مثلاً أن المستويات المتدنية من المشاركة لديهم لا تعبر عن أزمة حقيقية، ولكنها غدت معطاً جديداً في كل الديمقراطيات الغربية.

وأهم ما توصلت إليه دراستنا في محور المشاركة السياسية، هو رفض المبحثين للنظام الحزبي كما هو قائم حالياً، والذي تجلّى من خلال ضعف نسب المنخرطين في الأحزاب والأسباب التي يقدمها الراضون للانخراط عن ذلك. وهو ما يشير إلى اختلال بنيوي أساسي في البناء الديمقراطي بالجزائر، بالنظر إلى مكانة الأحزاب السياسية في فلسفة وممارسة الأنظمة الديمقراطية.

كما يظهر جلياً أن الإرادة والطوعية اللتين تقوم عليهما المشاركة السياسية للأفراد لا تصمدان أمام المعطيات الهيكلية والبنوية لإطار النشاط السياسي، ولهذا وجدنا أن العلاقة بين الاتجاه نحو نشاطات المشاركة السياسية، والقيام بها فعلاً ليست ضرورية البتة، وأن ضعف المشاركة ليس قائماً على انعدام اهتمام الأفراد بالقضايا السياسية والحقل السياسي عموماً.

أما النتائج المتعلقة بمتابعة المبحثين لوسائل الإعلام، فإن أهم ما يمكن أن يقرأ منا هو الوزن الذي تمثله الصحافة المكتوبة في متابعة الأفراد لوسائل الإعلام الوطنية رغم سحبها الضعيف، ولكن إحدى خصائص قراءة الصحف تبرر النسب العالية من المبحثين الذين يقرعونها، وهي القراءة المتعددة لنفس النسخة في إطار علاقات الأصدقاء، الأسرة، والعمل مثلاً. وقد تشير درجة القراءة العالية للصحف إلى نقطتين أساسيتين: أولاً، أنه ورغم زمن البث الطويل للإذاعة والتلفزيون، وزمن المتابعة المعتبر لها من قبل الأفراد، إلا أنها لا تغطي تعطشهم للمعلومات المتعلقة بالحياة السياسية على الخصوص. وثانياً،

وهي الأهم، تتعلق بقدر الثقة والمصداقية التي تتمتع بها الصحافة والصحافة الخاصة بالتحديد ( وهو ما تشير إليه أرقام تطور سحب الصحف الخاصة والعمومية ) في مقابل الإذاعة والتلفزيون العموميين. ولكن هذه الثقة والمصداقية ليست مطلقة، ما دامت الكثير من الصحف الخاصة لا تُقدم سوى طروحات قريبة من أحزاب سياسية معينة، وقد يصبح إقبال الأفراد عليها في هذه الحالة لغرض التعرف على وجهات النظر الأخرى والمعارضة لوجهة نظر السلطة - التي تنقلها وسائل الإعلام العمومية - حول القضايا الهامة والمصيرية. والنتيجة العامة والرئيسية لدراستنا، هي انعدام العلاقة بين متابعة وسائل الإعلام الوطنية والمشاركة السياسية لدى الأفراد، وهذا يدل إلى حد بعيد على أن وسائل الإعلام لا تجعل في تناولها لقضايا وشؤون الحياة السياسية، من استجابة المواطنين ودفعهم للمشاركة السياسية، الأمر أحد رهاناتها وهو ما يشير إلى أنها لا تلعب أي دور في أحد أهم جوانب التحول الديمقراطي، سواء بالسلب عن طريق دفع الأفراد إلى سلبية أكبر، أو بالإيجاب بتحفيزهم على المشاركة السياسية في أنشطة الحياة السياسية.

والأخطر من ذلك أن متابعتها ( أي وسائل الإعلام ) لا ترتبط حتى بمستوى المعرفة السياسية لدى الأفراد، مما يعني بأنها لا تقدم حتى أدنى مساهمة في مجال التثوير السياسي للمواطنين.

وعلى أساس نتائج دراستنا، يظهر من المستعجل إعادة النظر في الكثير من القضايا والمعطيات في الحقل السياسي الجزائري.

فعلى مستوى الإطار السياسي وجب التوجه أكثر فأكثر للتركيز على دور المواطن في البناء الديمقراطي من خلال فتح المجال بصفة أفضل أمام الجماهير للمساهمة في تحديد السياسات وصناعة القرار، حتى وإن تطلب الأمر في بدايته إيجاد أنماط تدخل تتجاوز الأحزاب السياسية.

وفي نطاق الأحزاب السياسية وعملها، يظهر من الضروري إعادة النظر في بناء المنظومة الحزبية في الجزائر من خلال إعادة النظر في مكانة ودور الأحزاب. وعلى مستوى قياداتها وجب التحول عن الممارسات الملتوية التي تنهيه المواطن وتقلل من قدرته على تمييز العائلات السياسية وتصنيفها واتخاذ المواقف منها.

كما يجب العمل على الحد من " الأمية السياسية " - إن صحت تسميتها كذلك لدى المواطنين، وهنا يبرز دور وسائل الإعلام، والسمعية البصرية منها على الخصوص، في ترقية مستوى المعارف السياسية للمواطن، وما دامت الكثير من الدراسات أشارت إلى أن

الأفراد قليلو الاندماج في الحياة السياسية عندما نقل معارفهم عنها ويعتبرون السياسية شيئاً معقداً من اختصاص الساسة أو السياسيين فقط.

ويُنَاط بوسائل الإعلام كذلك أن تجعل من تحفيز الأفراد على المساهمة في صناعة مصائرهم السياسية و" مستقبل المجموعة " أحد محاور اهتمامها، إسهاماً منها في تشييد الديمقراطية.

ويبقى في الأخير أن نشير إلى أن التفاعل بين وسائل الإعلام والمجتمع بمجالاته المختلفة ومنها السياسية، موجود بدرجات متفاوتة ومتغيرة متطورة بحسب الأوضاع، البيئات، الأوقات، والأماكن. وعليه فدراستنا هذه ونتائجها لا بُد أن تؤخذ في نطاقها وسياقها الزماني والمكاني، ولا تملك سوى قدراً ضئيلاً من التعميم الذي قد لا يتعدى مستوى أخذها كمؤشرات.

كما أننا خلال دراستنا لإشكاليتنا، استرعى انتباهنا، وقفزت إلى أذهاننا، تساؤلات وإشكاليات كثيرة يمكن أن تمثل سبلاً بحثية لكل من أراد التعمق أكثر في موضوع دراستنا أو إحدى جوانبه. فمن المشروع جداً أن نتساءل عن الأسباب الكامنة وراء ضعف المشاركة السياسية. وما أسباب عزوف الأفراد الكبير عن الانخراط الحزبي؟ وكيف ومن أين يبني الأفراد معارفهم حول الحياة السياسية؟، وما مكانة وسائل الإعلام في هذا البناء؟. وكيف تظهر العلاقات بين متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية عند أخذها في سياق متغيرات وسيطة تدرس معها عن طريق التحليل العملي؟.

وفي الختام نشير إلى أننا حاولنا أن نضيف لبنة لبناء البحث العلمي الخاص بالحقل السياسي الإعلامي الذي لا يزال في الجزائر مجالاً بحثياً مفتوحاً وهاماً، تظل الدراسات بخصوصه ضئيلة ومطلوبة في أن واحد.

الملاحق



ملحق (01) - استمارة استبيان المبحوثين

جامعة الجزائر  
كلية الآداب واللغات  
قسم علوم الإعلام والاتصال

**سيدي، سيديتي :**

يسرنا أن تقبلوا المساهمة في هذا العمل العلمي بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة التي ندرس من خلالها علاقة متابعة الأفراد لوسائل الإعلام بمشاركتهم في الحياة السياسية، وذلك في إطار إعداد مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. وتقوا أن المعلومات التي تدلون بها لن يخرج استخدامها عن نطاق أغراض البحث العلمي.

**ولكم جزيل الشكر !!!**

الرجاء ملاءمة الاستمارة بوضع (X) في خانة الاختيار الذي يناسبكم، مع الانتباه للحالات والملاحظات التي يقترحها كل سؤال.

شراف: أ.د إبراهيم براهيم

إعداد الطالب: ساولي فيصل

س1: هل تقرأ صحفا جزائرية ؟

نعم  (انقل س2) لا  (انقل س5)

س2: هل تقرأها؟ :

يومية  3 - 4 مرات في الأسبوع  مرة في الأسبوع  أقل من ذلك

س3: ما هي المواضيع التي تهتم بمتابعتها باستمرار ؟ (رتبها بوضع رقم، حسب الأكثر متابعة)

سياسية  ثقافية  اقتصادية  رياضية  فنية

س4: هل تستمع لقنوات الإذاعة الجزائرية؟ (ضع x في كل الخانات التي تناسبك)

القناة الأولى  القناة الثانية  القناة الثالثة  إذاعات محلية  لا أستمع إليها  (انقل س7)

س5: ما معدل الوقت الذي تقضيه في الاستماع إليها يوميا ؟

نصف ساعة إلى ساعة ونصف  ساعة ونصف إلى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات

س6: ما هي البرامج التي تستمع إليها عادة ؟ (رتبها بوضع رقم، حسب الأكثر متابعة)

منوعات وحصص ترفيهية  حصص ثقافية  حصص اقتصادية  حصص سياسية وأخبار  رياضة

س7: هل تشاهد برامج القنوات التلفزيونية الجزائرية ؟

نعم  (انقل س8) لا  (انقل س11)

س8: ما معدل الوقت الذي تقضيه في مشاهدتها يوميا ؟

نصف ساعة إلى ساعة ونصف  ساعة إلى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات

س9: ما هي البرامج التي تتابعها ؟ (رتبها بوضع رقم، حسب الأكثر متابعة)

أفلام ومسلسلات وبرامج ترفيهية  الحصص الفنية  الرياضة  الحصص الخاصة (ثقافية، اقتصادية)   
حصص النقاش السياسي والأخبار

س10: هل تعتبر أن الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام الوطنية عن الحياة السياسية في البلاد صادقة ومطابقة للواقع؟

نعم  لا

س11: هل تتابع وسائل إعلام أجنبية ؟

صحف: نعم  لا

قنوات تلفزيونية: نعم  لا

قنوات إذاعية: نعم  لا

س12: ما هو مصدر الأساسي الذي تحصل منه على معلوماتك عن الحياة السياسية في الجزائر ؟

الجراند الجزائرية  التلفزيون الجزائري  الإذاعة الجزائرية  وسائل الإعلام الأجنبية   
الأصدقاء والأقارب  آخر، يذكر: .....

س13: كيف تقيم اهتمامك بالسياسة والحياة السياسية ؟

كبير  متوسط  قليل  منعدم

س14: خلال السنوات (6) الأخيرة، هل صوت في الانتخابات التالية ؟

الانتخابات الرئاسية: 16 نوفمبر 1995  استفتاء تعديل الدستور: 28 نوفمبر 1996

الانتخابات التشريعية: 5 جوان 1997  الانتخابات المحلية: 27 أكتوبر 1997

الانتخابات الرئاسية: 15 أبريل 1999  استفتاء قانون اللوائح المدني: 16 سبتمبر 1999

انتخابات جمعية أو نقابية

س15: هل تناقش مع غيرك في مواضيع سياسية ؟

نعم  لا

س16: إذا كان الجواب نعم، مع من تتناقش ؟

أفراد الأسرة  زملاء الدراسة والعمل  الأصدقاء  في إطار نقاش عام

س17: هل سبق أن راسلت مسؤولاً أو هيئة رسمية بخصوص أحد الموضوعات التالية ؟

شكوى حول موضوع عام ( في الحي، في البلدية، في الجامعة... )  استفسار حول قضية عامة   
اعتراض على قرار معين  لم يسبق لي أن أرسلت بخصوص أي ن هذه المواضيع

س18: هل سبق أن بعثت رسالة أو مقالا تعلق بقضية عامة لينشر في الصحافة ؟

نعم  لا

س19: هل حضرت تجمعات سياسية عامة ؟

نعم  لا

س20: هل ساهمت في الحملة الانتخابية لحزب أو مرشح معين ؟

نعم  لا

س21: في حالة نعم، ما هو النشاط الذي أسهمت به ؟

وضع ملصقات  محاولة إقناع غيرك بالتصويت لصالح مرشحك المفضل  مساهمة بالمال

آخر: .....  
س22: هل أنت منخرط في إحدى المنظمات التالية:

جمعية ذات طابع ثقافي أو اجتماعي  نقابة مهنية  لست منخرطاً في أي منها

س23: هل سبق لك أن ترددت على مقرات حزب معين ؟

نعم  لا

س24: هل أنت منخرط في حزب سياسي ؟

نعم  لا

س25: إذا كان الجواب لا، لماذا ؟

الانخراط يسبب مشاكل  الانخراط لا يحقق أية مصلحة  عدم الاقتناع بالأحزاب السياسية الموجودة في الساحة

آخر، يذكر: .....

س26: في حالة نعم، لماذا ؟

الاقتناع بمبادئ وأهداف الحزب  انتماء الأهل والأقارب إليه

البحث عن تحقيق مصالح شخصية  آخر، يذكر: .....

س27: هل سبق أن ترشحت لمنصب إداري في:

جمعية أو نقابة  حزب سياسي  مؤسسات وأجهزة للدولة  لم يسبق لي الترشح

س28: اختر درجة تأييدك لكل واحدة من العبارات التالية: (ضع علامة x في الخانة الملائمة لاختيارك)

معارض جداً	معارض	محايد	موافق	موافق جداً

س29: أجب باختصار على الأسئلة التالية:

- ..... ما اسم غرفتي البرلمان الجزائري؟  
..... من هو رئيس المجلس الشعبي الوطني؟  
..... ما اسم وزير الخارجية ؟  
..... ما هي الأحزاب المشاركة في الحكومة؟  
..... اذكر أسماء خمسة من زعماء الأحزاب السياسية الجزائرية؟  
..... ما هو عدد أعضاء مجلس الأمة ؟  
..... متى تُجرى الانتخابات البلدية القادمة؟  
..... ما هي السن القانونية المشترطة لمنصب عضو المجلس الشعبي الوطني ؟  
..... ما نوع النظام الانتخابي الذي اعتمد في الانتخابات التشريعية لسنة 1997 ؟

بيانات شخصية :

الجنس: ذكر  أنثى

السن: .....

المستوى الدراسي: جامعي: تدرج  ما بعد التدرج  ثانوي  ابتدائي، متوسط

المهنة: .....

الملحق (02) - خصائص العينة

جدول (42) - توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
44.68	42	ذ
55.31	52	أ
100	94	المجموع

جدول (43) - توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
13.82	13	ابتدائي أو متوسط
21.27	20	ثانوي
54.25	51	جامعي : تدرج
10.63	10	جامعي: ما بعد التدرج
100	94	المجموع

جدول (44) - توزيع المبحوثين حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
54.25	51	من 20 إلى 29 سنة
28.72	27	من 30 إلى 39 سنة
12.76	12	من 40 إلى 49 سنة
4.25	4	50 سنة فأكثر
100	94	المجموع

الملحق رقم (03) - معدل السحب اليومي للصحف الوطنية لسنة 1999م

المجموع	ENAP	مؤسسة الطبع المجاهد	مؤسسة الطبع الغرب	مؤسسة الطبع الشرق	مؤسسة الطبع الجزائر	العنوان
304030	-	-	51100	136830	116100	1 - الخبير
153540	-	-	13500	37040	103000	Liberté - 2
138715	-	113540	8275	16900	-	Le Matin - 3
103335	-	-	9950	27785	65600	El Watan - 4
72170	-	7370	60000	4800	-	Quotidien - 5
65240	-	-	6890	10800	47550	Le Soir D'Algérie - 6
25437	-	21937	-	3500	-	Horizons - 7
25401	-	19550	2000	3851	-	L'Authentique - 8
24200	-	-	3000	12700	8500	9 - اليوم
20216	-	10116	6000	4100	-	jeune Indépendant- 10
18490	-	-	-	-	-	11 - النصر
17771	-	12395	2376	3000	-	El Moudjahid- 12
22500	-	-	5000	10500	7000	13 - الصحافة
16872	-	10600	1960	4312	-	14 - الأصيل
16745	-	8650	2095	6000	-	15 - العالم السياسي
16000	-	-	2500	-	13500	Nouvelle- 16 République
15770	-	-	2320	5000	8450	17 - صوت الأحرار
14240	-	8240	3000	3000	-	18 - الشعب
12695	-	3430	9295	-	-	19 - الجمهورية
12550	-	-	-	3400	9150	20 - المساء
1260	-	1260	-	-	-	La Tribune - 21
12000	-	-	-	-	12000	Qoutidien de - 22 Kabylie
10570	-	-	10570	-	-	Ouest Tribune - 23
10266	-	-	-	10266	-	Al - Acil - 24
8729	-	-	8729	-	-	25 - الرأي
6526	-	-	-	2526	4000	Demain l'Algérie - 26
5700	-	5700	-	-	-	27 - المحقق
4000	-	-	-	-	4000	28 - أخبار العاصمة
-	-	-	-	-	-	Le Maghreb - 29
1160768	-	42980	203530	324800	340750	المجموع

المصدر : وزارة الاتصال والثقافة

الملحق رقم (04): تطور سحب الصحف اليومية العمومية والخاصة  
سحب الصحف اليومية العمومية، إحصائيات 1992 - 1995م

1995	1994	1993	1992	العنوان وتاريخ الإصدار
30.000	30.000	65.000	12.000	El Moudjahid (جانفي 65)
30.000	40.000	100.000	100.000	Horizons (أكتوبر 85)
15.000	20.000	20.000	40.000	الشعب (1963)
10.000	35.000	40.000	50.000	النصر (قسنطينة)
10.000	40.000	40.000	30.000	الجمهورية (وهران)
10.000	15.000	20.000	40.000	المساء (أكتوبر 85)
10.000	غير ثابت	15.000	30.000	السلام (1991)
	10.000	15.000	15.000	النهار (قسنطينة 91/3/7)
	10.000	40.000	40.000	العناب (قسنطينة)
<b>115.000</b>	<b>200.000</b>			<b>المجموع</b>

سحب الصحف اليومية للقطاع الخاص إحصائيات (1992 - 1995م)

1995	1994	1993	1992	العنوان وتاريخ الصدور
80000	150000	140000	80000	Libérté (صيف 1992)
70000	130000	120000	100001	El Watan (أكتوبر 1990)
70000	120000	130000	11000	Le Soir (سبتمبر 1990) d'Algerie
50000	100000	110000	120000	Le Matin (سبتمبر 1990)
50000	20000			La Tribune (أكتوبر 1994)
30000	40000	50000	30000	L'Opinion (1992)
20000	30000			L'Authentique (1994)
30000	20000			El Oumma (أكتوبر 1994)
20000				L'indépendant (أكتوبر 1995)
			30000	Le Quotidien d'Algerie
	20000	30000	40000	Alger républicain (أكتوبر 1990)
			30000	Le Journal (نوفمبر 1992)
20000	20000			Le quotidien dOran
			20000	L'Espoir (وهران، نهاية 1991)
40000	80000	60000	20000	الخبر (1991)
20000	20000	20000		الأصيل (قسنطينة)
			30000	الجزائر اليوم
10000	10000			الحياة العربية
	15000			Hiwar (13 جوان 1994)
	20000			حوار باللغة العربية
<b>510000</b>	<b>770000</b>			<b>مجموع السحب</b>

Source: Brahim Brahimi, Le pouvoir, La presse et les droits de l'homme en Algerie, Alger, Marinoor, 1997, p.141-142.

الملحق 05 - القائمة الاسمية للأحزاب السياسية المعتمدة إلى غاية نهاية سنة  
2000

جدول (45) -

N°	Dénomination du parti
01	Rassemblement National Démocratique RND
02	Mouvement National de la jeunesse Algerienne MNJA
03	Parti du Renouveau Algerien PRA
04	Union pour la Démocratie et la Liberté UDL
05	Parti des Travailleurs PT
06	Alliance Nationale Républicaine ANR
07	Rassemblement Algerien RA
08	Mouvement National pour la Nature et le Développement MNND
09	AHD 54
10	Mouvement de la Nation MN
11	Harakat Moudjtamaa Es-silm
12	Parti du Front de Libératin Nationale FLN
13	Front des Algeriens Démocrates FAD
14	Rassemblement Patriotique Républicain RPR ex MAJD
15	Parti Républicain Progressiste PRP
16	Mouvement de la Jeunesse Démocratique MJD
17	Parti National pour la Solidarité et le Développement PNSD
18	Rassemblement pour la Culture et la Démocratie RCD
19	Front des Fotces Socialistes FFS
20	Parti Socialiste des Travailleurs PST
21	Mouvement de l'Entente Nationale MEN
22	Rassemblement Pour l'Algerie RPA ex MSA
23	Rassemblement pour l'Unité Nationale RUN
24	Rassemblement National ConstitutioNnel RNC
25	Mouvement National d'Espérance MNE
26	Mouvement Islah MRN
27	Front National Algérien FNA
28	Mouvement Démocratique et Social MDS

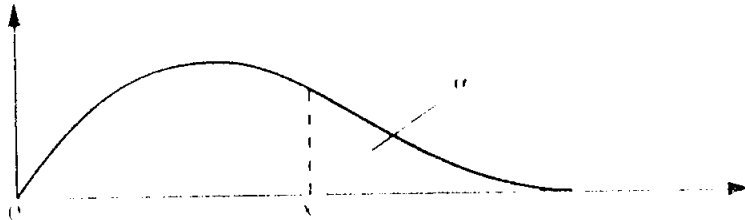
Source : Dérection des partis et des associations au ministère de l'intérieure et des collectivités locales.



جدول (46) - القيم النظرية ل  $\chi^2$

TABLE DES SEUILS DU  $\chi^2$

Valeur tabulée : le nombre  $x$  tel que  $P[X > x] = \alpha$   
 où  $X : \chi^2_{df}$



$\alpha$	0.995	0.99	0.975	0.95	0.9	0.8	0.7	0.5	0.5	0.4	0.3	0.2	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
1	0.000	0.000	0.001	0.004	0.016	0.064	0.148	0.275	0.455	0.708	1.074	1.612	2.706	3.841	5.024	6.635	7.879
2	0.010	0.020	0.051	0.103	0.211	0.446	0.713	1.022	1.386	1.833	2.408	3.219	4.605	5.991	7.378	9.210	10.597
3	0.072	0.115	0.216	0.352	0.584	1.005	1.424	1.869	2.366	2.946	3.665	4.642	6.251	7.815	9.348	11.345	12.838
4	0.207	0.297	0.484	0.711	1.064	1.649	2.195	2.753	3.357	4.045	4.878	5.909	7.779	9.488	11.143	13.277	14.860
5	0.412	0.554	0.831	1.145	1.610	2.343	3.000	3.655	4.351	5.132	6.064	7.289	9.236	11.070	12.832	15.086	16.750
6	0.676	0.872	1.237	1.635	2.204	3.070	3.828	4.570	5.348	6.211	7.231	8.558	10.645	12.592	14.449	16.812	18.548
7	0.989	1.239	1.690	2.167	2.833	3.822	4.671	5.493	6.346	7.283	8.383	9.803	12.017	14.067	16.013	18.475	20.278
8	1.344	1.646	2.180	2.733	3.490	4.594	5.527	6.423	7.344	8.351	9.524	11.030	13.362	15.507	17.535	20.090	21.955
9	1.735	2.088	2.700	3.325	4.168	5.380	6.393	7.357	8.343	9.414	10.656	12.242	14.684	16.919	19.023	21.666	23.589
10	2.156	2.558	3.247	3.940	4.865	6.179	7.267	8.295	9.342	10.473	11.781	13.442	15.987	18.307	20.483	23.209	25.188
11	2.603	3.054	3.816	4.575	5.578	6.989	8.148	9.237	10.341	11.530	12.899	14.631	17.275	19.675	21.920	24.725	26.757
12	3.074	3.571	4.404	5.226	6.304	7.807	9.034	10.182	11.340	12.584	14.011	15.812	18.549	21.026	23.337	26.217	28.299
13	3.565	4.107	5.009	5.892	7.042	8.634	9.926	11.129	12.340	13.636	15.119	16.985	19.812	22.362	24.736	27.688	29.819
14	4.075	4.660	5.629	6.571	7.790	9.467	10.821	12.079	13.339	14.685	16.222	18.151	21.064	23.685	26.119	29.141	31.319
15	4.601	5.229	6.262	7.261	8.547	10.307	11.721	13.030	14.339	15.733	17.322	19.311	22.307	24.996	27.489	30.578	32.801
16	5.142	5.812	6.908	7.962	9.312	11.152	12.624	13.983	15.338	16.780	18.418	20.465	23.542	26.296	28.845	32.000	34.267
17	5.697	6.408	7.564	8.672	10.085	12.002	13.531	14.937	16.338	17.824	19.511	21.615	24.769	27.587	30.191	33.409	35.718
18	6.265	7.015	8.231	9.390	10.865	12.857	14.440	15.893	17.338	18.868	20.601	22.760	25.989	28.869	31.526	34.805	37.156
19	6.844	7.633	8.907	10.117	11.651	13.716	15.352	16.850	18.338	19.910	21.689	23.900	27.204	30.143	32.852	36.191	38.582
20	7.434	8.260	9.591	10.851	12.443	14.578	16.266	17.809	19.337	20.951	22.775	25.038	28.412	31.410	34.170	37.566	39.997
21	8.034	8.897	10.283	11.591	13.240	15.445	17.182	18.768	20.337	21.991	23.858	26.171	29.615	32.671	35.479	38.932	41.401
22	8.643	9.542	10.982	12.338	14.041	16.314	18.101	19.729	21.337	23.031	24.939	27.301	30.813	33.924	36.781	40.289	42.796
23	9.260	10.196	11.689	13.090	14.848	17.186	19.021	20.690	22.337	24.069	26.018	28.429	32.007	35.173	38.076	41.638	44.181
24	9.886	10.856	12.401	13.848	15.659	18.062	19.943	21.652	23.337	25.106	27.096	29.553	33.196	36.415	39.364	42.980	45.559
25	10.520	11.524	13.120	14.611	16.473	18.940	20.867	22.616	24.337	26.143	28.172	30.675	34.382	37.652	40.647	44.314	46.928
26	11.160	12.198	13.844	15.379	17.292	19.820	21.792	23.579	25.336	27.179	29.246	31.795	35.563	38.885	41.923	45.642	48.290
27	11.808	12.879	14.573	16.151	18.114	20.703	22.719	24.544	26.336	28.214	30.319	32.912	36.741	40.113	43.194	46.963	49.645
28	12.461	13.565	15.308	16.928	18.939	21.588	23.647	25.509	27.336	29.249	31.391	34.027	37.916	41.337	44.461	48.278	50.993
29	13.121	14.256	16.047	17.708	19.768	22.475	24.577	26.475	28.336	30.283	32.461	35.139	39.087	42.557	45.722	49.588	52.336
30	13.787	14.953	16.791	18.493	20.599	23.364	25.508	27.442	29.336	31.316	33.530	36.250	40.256	43.773	46.979	50.892	53.672

Pour  $df > 30$ ,  $x \approx \frac{1}{2} [z + \sqrt{2df - 1}]^2$

الملحق 07: نموذج لمخرجات التحليل الآلي للبيانات عن طريق SPSS

## Frequencies

### Statistics

exposition au media

N	Valid	94
	Missing	0

exposition au media

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid de 0 a 4	5	5,3	5,3	5,3
5 a 12	43	45,7	45,7	51,1
13 a 18	46	48,9	48,9	100,0
Total	94	100,0	100,0	

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
participation par categories selon LINDON * exposition au media	94	100,0%	0	,0%	94	100,0%

participation par categories selon LINDON \* exposition au media Crosstabulation

			exposition au media			Total
			de 0 a 4	5 a 12	13 a 18	
participation par categories selon LINDON	1 et 0	Count	1	13	9	23
		% within participation par categories selon LINDON	4,3%	56,5%	39,1%	100,0%
		% within exposition au media	20,0%	30,2%	19,6%	24,5%
		% of Total	1,1%	13,8%	9,6%	24,5%
	2 à 4	Count	3	25	28	56
		% within participation par categories selon LINDON	5,4%	44,6%	50,0%	100,0%
		% within exposition au media	60,0%	58,1%	60,9%	59,6%
		% of Total	3,2%	26,6%	29,8%	59,6%
	5 à 7	Count	1	1	4	6
		% within participation par categories selon LINDON	16,7%	16,7%	66,7%	100,0%
		% within exposition au media	20,0%	2,3%	8,7%	6,4%
		% of Total	1,1%	1,1%	4,3%	6,4%
8 et plus	Count		4	5	9	
	% within participation par categories selon LINDON		44,4%	55,6%	100,0%	
	% within exposition au media		9,3%	10,9%	9,6%	
	% of Total		4,3%	5,3%	9,6%	
Total	Count	5	43	46	94	
	% within participation par categories selon LINDON	5,3%	45,7%	48,9%	100,0%	
	% within exposition au media	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	5,3%	45,7%	48,9%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)		
				Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	4,614 <sup>a</sup>	6	,594	,590 <sup>b</sup>	,580	,599
Likelihood Ratio	4,876	6	,560	,638 <sup>b</sup>	,629	,648
Fisher's Exact Test	4,712			,539 <sup>b</sup>	,529	,548
Linear-by-Linear Association	,900 <sup>c</sup>	1	,343	,362 <sup>b</sup>	,353	,372
N of Valid Cases	94					

### Chi-Square Tests

	Monte Carlo Sig. (1-sided)		
	Sig.	95% Confidence Interval	
		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square Likelihood Ratio Fisher's Exact Test Linear-by-Linear Association N of Valid Cases	,203 <sup>b</sup>	,195	,210

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,32.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is ,949.

### Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	participation par categories selon LINDON Dependent	,118
		exposition au media Dependent	,101

### Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Gamma	,188	,165	1,129	,259
	Spearman Correlation	,114	,101	1,105	,272 <sup>d</sup>
Interval by Interval	Pearson's R	,098	,096	,948	,346 <sup>d</sup>
N of Valid Cases		94			

### Symmetric Measures

		Monte Carlo Sig.		
		Sig.	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Ordinal by Ordinal	Gamma	,277 <sup>c</sup>	,268	,285
	Spearman Correlation	,270 <sup>c</sup>	,261	,279
Interval by Interval	Pearson's R	,362 <sup>c</sup>	,353	,372
N of Valid Cases				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

d. Based on normal approximation.

الملحق 08: الجدول التفريفية غير المدرجة في المتن

جدول (47) - تردد المبحوثين على مقرات الأحزاب

الاختيار	التكرار	النسبة %
نعم	24	25.53
لا	70	74.46
المجموع	94	100.00

جدول (48) انخراط المبحوثين في الأحزاب السياسية

الانخراط	التكرار	النسبة %
نعم	10	10.63
لا	84	89.36
المجموع	94	100.00

جدول (49) أسباب عدم الانخراط في الأحزاب

السبب	التكرار	النسبة %
الانخراط لا يحقق أية مصلحة	27	32.14
الانخراط يسبب المشاكل	07	8.33
عدم الاقتناع بالأحزاب الموجودة على الساحة	44	52.38
أخر	18	21.42

جدول (50) - أسباب الانخراط في الأحزاب

السبب	التكرار	النسبة %
الاقتناع بمبادئ الحزبي وأهدافه	6	60.00
انتماء الأهل والأقارب إليه	01	10.00
البحث عن تحقيق مصلحة	03	30.00
أخر	01	10.00

## قائمة المراجع:

### 1- المراجع باللغة العربية

#### أ - المؤلفات

- إبراهيم، حسن توفيق. "بناء المجتمع المدني: المؤشرات الكمية والكيفي"، في: سعيد بنسعيد العلوي وآخرون، المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية: بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1992.
- ابن منظور. لسان العرب، بيروت، دار إحياء التراث العربي؛ مؤسسة التاريخ العربي، 1993، المجلد الثاني.
- أبو يوسف، محمد. الإحصاء في البحوث العلمية، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، د.ت.
- جمعة، سعد إبراهيم. الشباب والمشاركة السياسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984.
- الجوهري، عبد الهادي وآخرون. دراسات في علم الاجتماع السياسي، أسبوط (مصر)، مكتبة الطليعة، 1979.
- حمادة، بسيوني إبراهيم. "السلوك الإتصالي ومصادقية الفعالية السياسية لدى الرأي العام"، في: السيد عبدالمطلب غانم (محررا)، السياسة والنظام المحلي في مصر، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، 1995.
- حمادة، بسيوني إبراهيم. استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1995.
- حمادة، بسيوني إبراهيم. وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، 1996.
- ربيع، حامد. مقدمة في العلوم السلوكية، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، 1971.
- شلبي، محمد. المنهجية في التحليل السياسي، الجزائر، ب.ن.، 1997.
- العبد، عاطف عدلي وزكي أحمد عزمي. الأسلوب الإحصائي واستخدامته في بحوث الرأي العام والإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993.
- العزي، سيويم. المفاهيم السياسية المعاصرة ودول العالم الثالث: دراسة تحليلية نقدية، القاهرة، المركز الثقافي العربي، 1987.

- عمر، محمد زيان. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط.4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1983.
  - محمد السيد، عزيزة. "البناء النفسي للنشطين سياسياً: دراسة ميدانية في مجال السلوك السياسي"، في: كمال المنوفي وحسين توفيق (محرران)، الثقافة السياسية في مصر بين الاستمرار والتغير، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1994، المجلد الأول.
  - مكويل، دنيس. الإعلام وتأثيراته: دراسات في بناء النظرية الإعلامية، تر: عثمان العربي، د.م.، دن. 1992.
  - المنوفي، كمال. أصول النظم السياسية المعاصرة، الكويت، شركة الرينعان للنشر والتوزيع، 1987.
- ب - المقالات:
- الدسوقي، أيمن إبراهيم. "المجتمع المدني في الجزائر: الحجرة - الحصار- الفتنة" المستقبل العربي، السنة 23، العدد 259 (سبتمبر 2000).

## 2- المراجع باللغات الأجنبية:

### a)- Ouvrages:

- Balle, Francis. *Médias et société*, 9<sup>e</sup> ed., Paris, Monchrestion, 1999.
- Badie, Bertrand et al. *Dictionnaire de la Science politique et des institutions politiques*, Paris, Armand Colin, coll. "cursus", 1994.
- Blake, Reed H. and Edwin O. Haroldsen. *A Taxonomie of concepts in communication*, 3<sup>rd</sup>ed., New York, 1982.
- Bounoux, Daniel. *Introduction aux Science de la communication*, Alger, casbah éditions, coll. "Approche", 1999.
- Brahim, Brahim. *Le pouvoir, La presse et les droits de L'homme en Algerie*, Alger, Marinoor, 1997.
- Breton, Philippe. *L'utopie de la Communication: L'émergence de " L'homme sans intérieur"*, Paris, La Dicouverte, 1995.
- Cayrol, Roland. *Les médias : Presse écrite, radio, télévision*, Paris, PUF, 1991.
- Cross, Jean- Jacques. " *Médias et vie politique* ", dans: Isabelle Crucifix ( red. chef ), institutions et vie politique, ed. mise à jour, Paris, La documentation Française, 1997.
- Cotteret, Jean- Marie. *Gouverner c'est paraître : réflexion sur la communication politique*, Paris, P.U.F., coll. " politique d'aujourd'hui", 1991.

- Denni, Bernard et Patrick Lecompte. *Sociologie du politique*. Grenoble, presse Universitaire deGrenoble, 1999.
- Fougeyrollas, Pierre. *la conscience politique dans la France contemporaine*, Paris, Edition De Noël, 1963.
- Gauthier, Benoît (dir). *Recherche Social: De la Problématique à la collecte de données*, Québec, Presse Universitaire du Québec, 1997.
- Gilles, Alain. *Eléments de Méthodologie et d'analyse statistique pour les sciences sociales*, Québec, McGraw-Hill. Editeurs, 1994.
- Grawitz, Madeleine. *Méthode Des sciences sociales*, 10° ed., Paris, Dalloz, 1996.
- Harrop, Martin. " *Voters* ", in: Jean Seaton & Ben Pinlott, the mass media in British politics, London, Dorth Mouth, 1987.
- Janda , Kenneth, Jeffrey M. Berry and Jerry Goldman , *The challenge of democracy : Government in America*, 2e ed. , Boston, Houghton Mifflin Company , 1989.
- Krauss, Sidney and Dannis Davis. *The effects of Mass communication on political Behavior*, London, University park and London, The pennsylvania state university press, 1976.
- Lindon, Denis. *Marketing politique et social*, Paris, Dalloz, 1976.
- Meynaud, Jean et Alain Lancelot, *La participation des français à la politique*, Paris, P.U.F, coll. "Que Sais-je – n° 911", 1961.
- Meynaud, Jean et Alain Lancelot, *Les attitudes politique*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je », 1962.
- Mayer, Nonna et Pascal Perrineau. *Les comportements politiques*, Paris, Armond Colin, 1992.
- Padioleau, Jean-G. "*Etude empirique des moyens de communication de masse et l'analyse des comportements politiques*", dans: Francis Balle et J-G. Padioleau, Sociologie de l'information: textes fondamentaux, Paris, Larousse, 1973.
- Prelot, Marcel. *Cours de Sociologie Politique* , Paris , les cours de Droit , 1965.
- Rush, M. and Ph. Althofly. *An introduction to sociology*, London. Thomas and Nelson L.T.D.,1971.
- Tremblay, André. *Sondages: historique, pratique et analyse*, Québec, Gaëtan Morin, 1991.

#### b)- Articles :

- Coulomb- Gully, Marlène. "*Moïse et Aaron en campagne*", MediasPouvoirs, n° 38(2° trimestre 1995).
- Freccero, Carlo. "*La démocratie antidémocratique*", Mediaspouvoirs, n° 38 ( 2° trimestre 1995).
- Huyse, L., W. Hilgers et C. Henryon. "*La participation politique en Belgique*", Les cahiers de la S.E.P.S, Louvain, Paris:Edtions Nauwelaerts ; Batrice-Nauwelacrts, n° 5 (Octobre 1966).
- Leblanc, Gérard. "*la décision des indécis*", Mediaspouvoirs, n° 38 (2° trimestre 1995).



- Schonfeld, W.R. & M.F. Toinet. “*Les abstentionnistes ont-ils toujours tort*”, Revue Française de Sciences politiques, n° 4 (1975).
- Steiner, Jürg. “*Un modèle pour L'explication du degré de participation politique*”, Traduit par: Nicolas Rubel, Paris, I.S.E.A., Revue: Economie et Société (1972).
- Subileau, Françoise. “*France: Crise dans la participation*”, Revue politique et parlementaire, 101e année, n° 1001( Juillet-Aout 1999).
- Wolton, Dominique. “*Communication et Démocratie*”, Mediaspouvoirs, n° 38 (2e trimestre 1995).

**c)- publications officielles et rapports:**

- République Algérienne Démocratique et Populaire. *Journal officiel*. 34<sup>e</sup> année, n°72(26/11/1995) ; 35<sup>e</sup> année, n°76(08/12/1996) ;36<sup>e</sup> année, n° 40(11/06/1997) ;38<sup>e</sup> année, n° 29(21/04/1999), n° 60(21/09/1999).
- Fij (Centre d'Alger). *Rapport 1999 sur la situation des médias et de la liberté de la presse en Algérie*, Alger, 1999.