



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر . بسكرة .

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قطب شتمة -

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

دور التلفزيون في توجيه السلوك الانتخابي للمواطن الجزائري

دراسة مسحية مقارنة على عينة من مشاهدي قناة النهار والجزائرية الثالثة

خلال الانتخابات الرئاسية 2014

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

بخوش نجيب

إعداد الطالب:

ناصر فؤاد

السنة الجامعية: 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وتقدير

أحمد الله الودود الذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع طمعاً في أن يوفقني للمزيد بإذنه ومشيبته ولأنه من لم يشكر الناس لم يشكر الله أتوجه بخالص الشكر والإمتنان لكل من ساعدني وقدم لي يد العون كي يدفعني قدما نحو إتمام هذا الجهد وعلى رأس هؤلاء يأتي أستاذي الفاضل: الأستاذ نجيب بخوش الذي كان لي نعم الناصح فله مني كل التقدير والإحترام. كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل أساتذتي الكرام.

فؤاد

## إهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا:

إلى الوالدين الكريمين، أطال الله عمرهما وجازاهما الله خيراً عني.

إلى كل العائلة صغيراً وكبيراً، شكراً لكم.

إلى رفيقا الدرب سفيان وعبد الحكيم. و كل الأصدقاء

وإلى كل من أزرني في مسيرة عنوانها: إقرأ.

شكراً لكم وبارك الله فيكم

ناصر فؤاد



العنوان	الصفحة
شكر وتقدير	
مقدمة	أ
<b>الجانب المنهجي</b>	
إشكالية الدراسة	2
تساؤلات الدراسة	3
فرضيات الدراسة	4
أسباب إختيار الموضوع	4
أهمية الدراسة	5
أهداف الدراسة	6
منهج الدراسة	6
عينة الدراسة	7
أدوات الدراسة	8
تحديد المفاهيم	9
الدراسات السابقة	12
<b>الجانب النظري</b>	
<b>الفصل الأول: التفسير النظري للسلوك الإنتخابي</b>	
المبحث الأول : المشاركة السياسية والسلوك الإنتخابي	18
المطلب الأول: المشاركة السياسية والإنتخابية	18
المطلب الثاني: مفهوم السلوك الإنتخابي والعوامل المتداخلة في تكوينه	27
المطلب الثالث: النظريات المفسرة للسلوك الإنتخابي	55

66	المبحث الثاني: أنماط السلوك الانتخابي
66	المطلب الأول: التصويت
72	المطلب الثاني: الإمتناع عن التصويت
	<b>الفصل الثاني: الإعلام السياسي عبر القنوات الفضائية التلفزيونية</b>
80	المبحث الأول: الإطار النظري للإعلام السياسي
80	المطلب الأول: النظريات المفسرة للعلاقة بين الإعلام والسياسة
89	المطلب الثاني: دور الإعلام السياسي في تشكيل الرأي العام
97	المبحث الثاني: التلفزيون والسلوك الانتخابي
97	المطلب الأول: التلفزيون ودوره في التنشئة السياسية
105	المطلب الثاني: التلفزيون ودوره في نشر ثقافة المشاركة الانتخابية
108	المطلب الثالث: تأثير التلفزيون على السلوك الانتخابي
	<b>الجانب التطبيقي</b>
	<b>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية</b>
112	الأساليب الإحصائية
112	لمحة عن الانتخابات الرئاسية 2014
116	التلفزيون كمصدر للمعلومات السياسية
144	التلفزيون كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية 2014
193	دور القنوات الفضائية في توجيه السلوك الانتخابي
229	نتائج الدراسة الميدانية
238	<b>الخاتمة</b>

242	الملاحق
244	المراجع

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
114	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس	1
115	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن	2
116	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	3
117	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المهنة	4
118	الإهتمام بالسياسة	5
122	القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات	6
127	كيفية متابعة المواطن الجزائري للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014	7
131	مناقشة المواطن مع غيره حول موضوع الانتخابات	8
134	أطراف النقاش حول موضوع الانتخابات	9
139	صفات الشخص الذي تم النقاش معه	10
144	ذكر المترشحين لرئاسيات 17 أبريل 2014	11
148	مصدر الحصول على المعلومات	12
153	صفات المترشحين	13
155	النتائج الخاصة بصفة حسن التسيير	14
158	النتائج الخاصة بصفة النزاهة	15
161	النتائج الخاصة بصفة الماضي العريق	16
164	النتائج الخاصة بصفة قوة الشخصية	17
167	النتائج الخاصة بإجابة لا أعرف شيئاً	18
169	مصدر الحصول على المعلومات المتعلقة بصفات المترشحين	19
170	النتائج الخاصة بقناة النهار كمصدر للمعلومات المتعلقة بصفات المترشحين	20
171	النتائج الخاصة بقناة الجزائرية الثالثة كمصدر للمعلومات المتعلقة بصفات المترشحين	21
174	قناة الجزائرية الثالثة كمصدر للمعلومات حول المترشحين	22

175	قناة النهار كمصدر للمعلومات حول المترشحين	23
177	النشرة الإخبارية لقناة الجزائرية الثالثة كمصدر للمعلومات حول المترشحين	24
179	برنامج "حوار مع المترشحين" كمصدر للمعلومات حول المترشحين	25
181	"حصة خاصة بالحملة الإنتخابية" كمصدر للمعلومات حول المترشحين	26
183	النشرة الإخبارية لقناة النهار كمصدر للمعلومات حول المترشحين	27
185	حصة " صريح جداً " كمصدر للمعلومات حول المترشحين	28
187	حصة " حوار خاص " كمصدر للمعلومات حول المترشحين	29
189	حصة "إكتشف مترشحك" كمصدر للمعلومات حول المترشحين	30
193	برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة كمصدر لإتخاذ القرار الإنتخابي	31
197	التصويت في الإنتخابات	32
200	إختيار المترشح	33
204	القناة التي كان لها تأثير على الإختيار الإنتخابي	34
206	النتائج الخاصة بمشاهدي قناة النهار	35
208	النتائج الخاصة بمشاهدي قناة الجزائرية الثالثة	36
211	كيفية إقناع القناة	37
213	قناة النهار	38
216	قناة الجزائرية الثالثة	39
219	السلوك الإنتخابي	40
222	برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة	41
225	حيادية قناة النهار والجزائرية الثالثة	42

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
51	مخطط يوضع العملية الإتصالية في الحملة الإنتخابية	01
65	النموذج المثالي لتفسير السلوك الانتخابي	02

## مقدمة

إن السياسة في الأصل هي تحويل المواجهات والمشادات إلى مباحثات، أي إنتهاج الأسلوب السلمي في حل المشكلات، وفي ظل كبر الدول وارتفاع تعداد سكانها، فإن كيفية تحقق المباحثات وتنظيم الأمور بشكل سلمي يحتاج إلى آليات وأولويات تهيئ بشكل عملي الظروف المادية والذهنية اللازمة، ويعتبر أسلوب الإنتخابات من أهم تلك الآليات وأنجعها، لذا فهي آلية لا غنى عنها لتحقيق الديمقراطية.

وأصبح الإنتخاب من الممارسات المألوفة لدى الأفراد في مختلف الأنظمة والمجتمعات منذ زمن طويل، كما عرف على طول المراحل التاريخية تطوراً من حيث شكله والقواعد التي تحكمه فاتجه الاهتمام إلى دراسته، فظهر علم اجتماع الانتخابات الذي يختص بدراسة الإنتخابات، ولقد استطاع هذا العلم أن يطور في الأنظمة الانتخابية، وآليات القياس، كما استطاع الاهتمام بدراسة السلوك الانتخابي الذي أصبح أحد أهم محاور هذا العلم.

ويمكن دراسة السلوك الانتخابي للأفراد من عدة زوايا، أما بحثنا هذا فهو يسير في وجهة ما فعله paul lazarsfeld وزملاؤه من جامعة كولومبيا في الولايات المتحدة الأمريكية في الأربعينيات، حيث تساءلوا في دراستهم لماذا ينتخب الأمريكيون بالطريقة التي ينتخبون بها وليس بطريقة أخرى؟ كما تساءلوا عن مدى تأثيرهم بوسائل الإعلام في خياراتهم الانتخابية.

ولأهمية التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية واسعة الإنتشار، قام التلفزيون الجزائري خلال الإنتخابات الرئاسية 2014 دوراً بارزاً من خلال إعداده لعدد من البرامج المختلفة،

---

والتي كان لها الأثر البالغ في توجيه سلوك الناخب الجزائري، ومن بين القنوات التلفزيونية التي قامت بدور بارز خلال الإنتخابات نجد "قناة النهار" الفضائية الخاصة، و قناة "الجزائرية الثالثة" الفضائية العمومية.

إن أهمية دراسة دور قناة النهار والجزائرية الثالثة في توجيه السلوك الإنتخابي للمواطن الجزائري خلال الإنتخابات الرئاسية 2014، جاءت من كون الإنتخابات تعتبر محطة مهمة في تاريخ الجزائر ، وكذا محاولة لفهم المشهد الإنتخابي الرئاسي في الجزائر والذي كُرس فيه التلفزيون كوسيلة حاسمة لنتائج الإنتخابات ومؤثر في توجيه السلوك الإنتخابي للمواطن الجزائري.

وبناءً على ما تقدم جاءت دراستنا تحمل عنوان " دور التلفزيون في توجيه السلوك الإنتخابي للمواطن الجزائري. دراسة مسحية مقارنة على عينة من مشاهدي قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال الإنتخابات الرئاسية 2014 ". قسمنا هذه الدراسة إلى مجموعة من الفصول تصب في تناولها في أبعاد الموضوع وصولاً إلى المجال الميداني والذي يجيب على تساؤلات الدراسة.

## الجانب المنهجي

- إشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- فرضيات الدراسة
- أسباب إختيار الموضوع
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- منهج الدراسة
- عينة الدراسة
- تحديد المفاهيم
- أداة الدراسة
- الإطار الزمني والمكاني للدراسة
- الدراسات السابقة



### 1. إشكالية الدراسة:

أصبحت وسائل الإعلام من بين أهم الوسائط التي تتدفق من خلالها المعلومات السياسية نظرا لقدرتها على صنع التأثير والتوجيه. ولقد أكدت الدراسات أن هناك علاقة جد وثيقة بين التعرض لوسائل الإعلام وبين السلوك السياسي، ومما يلاحظ أثناء الأحداث السياسية الهامة كالإنتخابات أن الجمهور يتجه إلى وسائل الإعلام كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة، فتكون النتيجة تشكل سلوكيات سياسية لدى المشاهد.

وأصبح الإنتخاب من الممارسات المألوفة لدى الأفراد في مختلف الأنظمة والمجتمعات منذ زمن طويل، كم عرف على طول المراحل التاريخية تطورا ملموسا من حيث شكله والقواعد التي تحكمه، ويمكن دراسة السوك الإنتخابي للأفراد من عدة زوايا، فالمختصون في القانون يقومون بدراسته من خلال مختلف النصوص القانونية التي تعتبر الإنتخاب حقا من الحقوق، ويسعى الباحث في علم الإجتماع إلى تسليط الضوء على الدلالة الإجتماعية التي يحملها السلوك الإنتخابي كسلوك يؤدي بإنفراد.

أما دراستنا هذه فهي تسير في نفس وجهة ما فعله Paul Lazarsfeld وزملاؤه من جامعة كولومبيا في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تساءلوا عن مدى تأثير الأمريكيون بوسائل الإعلام في خياراتهم الإنتخابية.

وبوصفها الأداة الأكثر مشاهدة في العالم يعتبر التلفزيون وسيلة هامة في الحملات الانتخابية حيث يلعب دورا كبيرا، ومؤثرا في إتجاهات وبلورة الرأي العام، وتوجيه مساره وسلوكه الانتخابي.

وعرفت الجزائر خلال سنة 2014 إنتخابات رئاسية لعبت خلالها القنوات الفضائية الجزائرية ومن بينها قناة النهار والجزائرية الثالثة دورا كبيرا في وصف الحملات الانتخابية، إذ قامت بتغطية الحملات التي قام بها المرشحون، وكذا تقديم جملة من البرامج السياسية خلال الإنتخابات.

تأسيسا على ماسبق فإن الإشكالية تكمن في: كيف وجهت قناة النهار والجزائرية الثالثة السلوك الانتخابي للمواطن الجزائري؟

### 2. تساؤلات الدراسة:

\*مادى إعتقاد المواطن الجزائري على القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات السياسية؟

\*هل توجد علاقة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية الجزائرية خلال الإنتخابات والسلوك الانتخابي للمواطن؟

\*هل ساهمت برامج القنوات الفضائية الجزائرية في رفع نسبة الناخبين؟

\*هل كانت لبرامج القنوات الفضائية الجزائرية دور في توجيه المواطن المشاهد نحو نمط معين للسلوك الانتخابي؟

3. فرضيات الدراسة:

- يعتمد المواطن الجزائري على القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر أول في إستقاء معلوماته السياسية.
- تعرض المواطن الجزائري لنسبة عالية من البرامج الخاصة بالانتخابات الرئاسية من القنوات الفضائية الجزائرية تجعله يتخذ سلوك إنتخابي معين.
- ساهمت برامج القنوات الفضائية الجزائرية في رفع نسبة الناخبين .
- ساهمت برامج القنوات الفضائية الجزائرية في توجيه المشاهد نحو التصويت العقلاني الهادف.

4. أسباب إختيار الموضوع:

(أ) سبب ذاتي:

الميل إلى البحث في المواضيع الإعلامية ذات البعد السياسي.

(ب) أسباب موضوعية:

1- الإستعمال الواسع للتلفزيون في الحملات الإنتخابية في الجزائر كوسيلة إتصال سياسية قوية التأثير.

2- جدة الموضوع بالنسبة للإنتخابات الرئاسية 2014

3- قلة الدراسات التي تناولت السلوك الإنتخابي فمعظم الدراسات التي أمكن الإطلاع عليها عالجت المشاركة، والتنشئة، والوعي السياسي.

5. أهمية الدراسة:

يلعب الإعلام والتلفزيون على وجه الخصوص دورا كبيرا لا يمكن الإستهانة به والتغاضي عنه في عملية التنمية السياسية، وتحريك المواطن نحو المشاركة الإنتخابية الإيجابية، وتوجيه سلوكه الإنتخابي فهو يساهم في خدمة وطنية كبيرة.

فالتلفزيون أصبح من الأسلحة الحاسمة التي تستعمل خلال الإنتخابات للتأثير على السلوك الإنتخابي للأفراد.

ومن هنا تبرز أهمية الدراسة والتي يمكن إدراجها في النقاط التالية:

- تكمل هذه الدراسة دراسات سابقة تناولت مثل هذا الموضوع إلا أنها لم تتطرق للسلوك الإنتخابي كمتغير في الدراسة، حيث عالجت معظمها الوعي السياسي، التنشئة السياسية...
- دراسة وتحليل موضوع الإنتخابات في الجزائر.
- دراسة السلوك الإنتخابي وأنماطه المختلفة.
- إبراز دور وسائل الإعلام والتلفزيون على وجه الخصوص خلال الإنتخابات.
- تتطلع الدراسة إلى توضيح السلوك الإنتخابي لعينة الدراسة خلال الإنتخابات الرئاسية 2014 ودور القنوات الفضائية الجزائرية في ذلك.
- إلقاء الضوء على السلوك الإنتخابي للمواطن الجزائري خلال الإنتخابات الرئاسية 2014، ومدى إرتباط هذا السلوك بمشاهدة التلفزيون، و القنوات الفضائية الجزائرية على وجه الخصوص.

6. أهداف الدراسة:

يمكن حصر أهم أهداف الدراسة في :

- الوصول إلى معرفة أهداف قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال الإنتخابات الرئاسية من خلال برامجها ومدى نجاحها أو إخفاقها في تحقيق هذه الأهداف.
- محاولة الوصول وفهم العلاقة الإرتباطية بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية الجزائرية خلال الإنتخابات الرئاسية 2014 وطبيعة السلوك الإنتخابي للمواطن .
- إبراز دور التلفزيون كوسيط إتصالي في المجال السياسي، ومحاولة التوصل إلى نتائج تسمح لنا بالحكم على قوة التلفزيون كوسيط للإعلام السياسي في الجزائر، أو وجود وسائل إعلام أخرى جعلته يفقد دوره كوسيلة إعلام ذات تأثير وإنتشار واسع.

7. منهج الدراسة :

يتم تحديد منهج أي دراسة وفق طبيعتها ونوعها، وتعد دراستنا هذه من نوعية البحوث الوصفية التي تسعى إلى وصف الظاهرة وتشخيصها. وتعتمد الكثير من البحوث في مجال الإعلام على هذا النوع من البحوث والذي هو: "إستقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصره أو بينها وبين ظواهر أخرى" (1).

(1) - رحيم بونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، عمان: دار دجلة، 2008، ص 97.

ويرتبط تصميم البحث الوصفي بنوع المنهج الذي يتبعه الباحث في الدراسة، ووفقا لتعريف عقيل حسين عقيل يتضح لنا ضرورة الإعتماد على المنهج المسحي في دراستنا هذه والذي هو جهدا علميا يعمل على إكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات، والذي يستوجب تقصي الحقائق عنها بإجراء مسح للمجتمع المستهدف في الدراسة. (1)

تتطلب دراستنا بالإضافة إلى المنهج المسحي، إعتقادنا على أسلوب المقارنة والذي يعد تكملة لمنهج المسح حيث يسمح لنا بالربط بين النتائج المتوصل إليها والفرضيات المطروحة.

كما أن هذا الأسلوب يساعدنا في هذه الدراسة من خلال مقارنة نتائج العينة المشاهدة لقناة النهار والمشاهدة للجزائرية الثالثة وإنعكاس تلك النتائج على السلوك الانتخابي.

### 8. عينة الدراسة:

العينة هي فئة من المجتمع المراد دراسته، أو هي جميع مفردات الظاهرة المدروسة، وحسب دراستنا فإنه يصعب دراسة كل المجتمع الجزائري المشاهد لقناة النهار والجزائرية الثالثة الفضائيتان، وبالتالي أخذت عينة من المجتمع المشاهد للقائتين خلال الإنتخابات الرئاسية 2014 . وقد شملت العينة 100 مفردة تم إختيارهم بطريقة عشوائية من جامعة محمد خيضر ببسكرة.

(1) – عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، القاهرة: مكتبة مدبولي، 1999، ص 76.

وقد قمنا بتشكيل عينتنا بالأخذ بعين الإعتبار لأربع خصائص أساسية لدى الأفراد هي: السن والجنس والمستوى التعليمي والمهنة

### 9. أدوات الدراسة

تتعدد أدوات جمع البيانات في الدراسات المسحية سواء في عملية جمع البيانات من الناحية النظرية أو ميدانيا، وطبيعة هذه الأدوات تتحدد وفق إشكالية الدراسة.

ونظرا لطبيعة دراستنا فإننا إعتدنا على الإستبيان والذي هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.<sup>(1)</sup>

مما يجعل الباحث يعمم أحكامه من خلال النتائج التي توصل إليها على الآخرين الذين لم يضعهم الباحث ضمن العينة المدروسة.<sup>(2)</sup>

تم توزيع إستمارة الإستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين\*\*، المتخصصين في علوم الإعلام والإتصال، لفحص الأداة والحكم على صلاحيتها، وقد أبدى الأساتذة رؤاهم حول الإستبانة، وقدموا بعض الملاحظات التي أفادت الباحث، وتم قياس متوسط الإتفاق بين المحكمين وقدرت النتيجة بـ 0.96.\*\*

(1) – محمد عبيدات، وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان: دار وائل للنشر، 1999، ص 63.

(2) – عقيل حسين عقيل: مرجع سبق ذكره، ص 148.

\* الأساتذة محكمي إستمارة الإستبيان: الأستاذ محمودي بشير – الأستاذة حفيظي نهلة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.  
\*\* أنظر الملحق رقم 3.

### الإطار الزمني والمكاني للدراسة:

دامت فترة الدراسة قرابة السنة، وكانت في مرحلتها الأولى بالبحث في الإطار النظري، وفي مرحلة ثانية إنطلق العمل في الجانب التطبيقي بتوزيع الإستمارات واسترجاعها بعد مدة من المبحوثين.

أما بالنسبة للمجال المكاني فإن دراستنا تختص بالبحث في كل أفراد جامعة محمد خيضر على إختلاف مستوياتهم ووظائفهم، وجاء إختيارنا لهذا المجتمع كون موضوع الدراسة يتناول الإنتخابات، والتي تهتم جميع أفراد المجتمع .

### 10. تحديد المفاهيم:

يفضي المجال المعرفي الذي تطرقه أي دراسة في الغالب الأعم إلى تحديد طبيعة ونوع المفاهيم التي من المحتمل أن تتعامل معها هذه الدراسة، ومادامت خاصية أي مجال معرفي هي كونه مجال خبرة مشترك للعديد من المختصين والباحثين فإن الغموض قد لا يكون دائما هو الدافع الأساسي لتحديد المصطلحات، وإنما طبيعة الإستخدام الوظيفي للمصطلح ضمن الدراسة هي التي تفرض تحديد دلالاته على نحو ما.

وفي دراستنا هذه لا توجد مجموعة من المفاهيم الغامضة أو المصطلحات غير المفهومة، كون معظم مصطلحاتها ومفاهيمها قد عرفت في دراسات وبحوث سابقة، إلا أننا أخذنا مجموعة تعاريف منها الجاهزة والإجرائية المطابقة لدراستنا.



- الإعلام السياسي:

هو جملة إخبارية منظمة هادفة تطلقها الدولة ( المرسل ) إلى الجمهور ( المستقبل ) لتنفيذ

التأثير في نفوسهم لتحقيق أهداف تتعلق بسياسة الدولة تجاه موقف معين.(1)

الإعلام السياسي هو مجموع الرسائل الصادرة من الحكام والموجهة إلى المحكومين بواسطة

دعائم وسائل الإعلام والاتصال.(2)

- الانتخابات:

التعريف الإصطلاحي:

هي المظهر الرئيسي للمشاركة السياسية من قبل الشعب لإختيار ممثليهم عن طريق

التصويت، وهي الطريق الوحيدة لتنفيذ الديمقراطية التمثيلية في ظل تزايد أعداد السكان

وعدم إمكانية تطبيق الإجتماع الكامل لأفراد الشعب.(3)

يرى "بول BALL" أن الانتخابات هي الوسائل التي يختار المواطنون بواسطتها ممثليهم

ويمارسون عليهم قدرا من الضبط وإذا كانت الانتخابات تعتبر شكلا من أشكال الإتصال

السياسي بين الحكومات والمحكومين فإنها تعتبر في نفس الوقت وسائل إضفاء الشرعية على

حق الحكام في ممارسة الحكم.(4)

(1)- محمد عبد أبو سمرة : الإعلام السياسي، عمان: دار الراجية للنشر والتوزيع، 2011، ص 20.

(2)- صحراوي بن شيخة، وآخرون: التسويق السياسي، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010، ص 260.

(3)- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية، الإسكندرية: ددن، 2005، ص 59.

(4)- عبد الهادي الجوهري: دراسات في العلوم السياسية وعلم الإجتماع السياسي، الإسكندرية: المكتبة الجامعية، 2001، ص 151.

### التعريف الإجرائي:

تعتبر الإنتخابات إحدى أشكال الديمقراطية النزيهة حيث تتجسد من خلال التصويت الذي يقوم به المواطنين خلال موعد إنتخابي معين لإختيار الشخص الذي يحكمهم، وفي دراستنا هذه تعتبر الإنتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014 الموعد الذي إختار فيه المواطنين الرئيس الذي يحكمهم من جملة مترشحين.

### - المشاركة السياسية:

#### التعريف الإصطلاحي:

هي تلك الأنشطة الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع بهدف إختيار حكامهم وممثلهم، والمساهمة في صنع السياسات والقرارات على نحو مباشر.<sup>(1)</sup> ويعرف "هينجتون" و "ويلسون" المشاركة السياسية على أنها ذلك النشاط الذي يقوم به المواطن من أجل التأثير على عملية صنع القرار السياسي الحكومي.

#### التعريف الإجرائي:

المشاركة السياسية هي عمل إرادي طوعي يقوم به المواطن، وتهدف لإشراك المواطن في الحياة السياسية بشكل مباشر أو غير مباشر، من خلال إختيار الحكام والممثلين والتأثير عليهم، وتعتبر الوسيلة الأمثل لإرساء الديمقراطية.

(1) مكي ثروت: الإعلام والسياسة، وسائل الإتصال والمشاركة السياسية، القاهرة: ط1، عالم الكتب، 2005، ص65.

- السلوك الانتخابي:

هو ذلك الفعل أو التصرف الذي يقوم به المواطن بمناسبة عملية إنتخابية معينة، لإختيار الرئيس الذي يحكمهم.

هو عبارة عن مجمل العمليات المادية والرمزية التي يحاول الناخب تحقيق ذاته وإمكانياته وخفض تواتراته التي تدفعه إلى الحركة بتهديدها لتكامله فالسلوك تفكير وإتصال.<sup>(1)</sup>

11. الدراسات السابقة:

تعتبر هذه الخطوة من أهم خطوات البحث العلمي، فهي تجعل الباحث على علم بالأبحاث السابقة، وتعرفه على مايمكن أن يضيفه البحث المقترح للدراسات العلمية، إضافة إلى أن هذه الخطوة تساعد على توفير الوقت والجهد والمال، وتجعل الباحث يبدأ من حيث إنتهى الآخرون<sup>(2)</sup>، وفي دراستنا هذه حاولنا جمع مجموعة من الدراسات التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بموضوع الدراسة، نوردها فيما يلي:

الدراسة الأولى:

دراسة محمد إسماعيل 1991: <sup>(3)</sup>

عنيت بالكشف عن دور نشرات الأخبار التي يقدمها التلفزيون المصري في التنشئة السياسية للمراهقين.

<sup>(1)</sup>-سمير بارة: « أنماط السلوك الانتخابي والعوامل المتكمنة فيه: دراسة ميدانية لطلبة كلية الحقوق بجامعة مولود معمر -تيزي وزو-»، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2007، ص 11.

<sup>(2)</sup>- منال هلال مزاهرة: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عمان: دار كنوز المعرفة، 2011، ص 46.

<sup>(3)</sup>-سمير خطاب: التنشئة السياسية والقيم، القاهرة: دار إيتراك للنشر والتوزيع، 2004، ص 96.

وأجريت الدراسة على عينة مكونة من 500 طالب من المدارس الإعدادية بمحافظة القاهرة والشرقية تراوحت أعمارهم بين 13 / 15 سنة.

واختار الباحث عينة من نشرات الأخبار التي تم تبويبها في الفترة من أكتوبر حتى ديسمبر 1990 ومن أبريل حتى جوان 1991.

وقام بتحليل مضمون النشرات، كما أعد إستبياناً لمعرفة عدد مشاهدة الأفراد للنشرات.

### أهم النتائج المتوصل إليها:

- إحتلت الأخبار السياسية المرتبة الأولى ضمن ما تحمله النشرات الإخبارية من أبناء.
- وعن القضايا التي ركزت عليها النشرات وترتيبها برزت القضايا العربية في مقدمة القضايا التي عالجتها النشرات، ثم العالمية واخيراً المحلية.
- وجد أن 60% فقط من أفراد العينة هم الذين يتابعون النشرات وكان معدل الريف أعلى من الحضر، والذكور أعلى من الإناث، وبصفة عامة فإن معرفة أفراد العينة ومعلوماتهم المحلية كانت ضعيفة.
- وتوحي هذه النتائج بانخفاض دور نشرات الأخبار في تنمية وعي المراهقين بالأحداث السياسية المحلية.

الدراسة الثانية:

دراسة جوهانسن أولوف 1991 johansson olof : (1)

عنيت بفحص العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ونمو المعومات السياسية والقيم، وأجريت على عينة مكونة من 911 طالبا من السويد، تراوحت أعمارهم بين 14 / 15 سنة. وأظهرت النتائج وجود فروق جوهرية بين الأكثر تعرضا لوسائل الإعلام والأقل تعرضا في المعلومات السياسية، والفروق إلى جانب المجموعة الأولى، كذلك في القيم. وارتبذ التعرض لوسائل الإعلام بنمو القيم والإتجاهات الديمقراطية.

وبصورة عامة تؤكد النتائج على أن التعرض لوسائل الإعلام يجب أن ينظر إليه كواحد من أهم العوامل المؤثرة في الثقافة السياسية لصغار النشء، بالإضافة إلى كون وسائل الإعلام تعد واحدة من أهم المؤسسات الفعالة في التنشئة السياسية.

الدراسة الثالثة: (2)

عنوان الدراسة: السلوك الإنتخابي والإتصال - دراسة ميدانية وصفية لسلوك عينة من

الناخبين في ولاية الجزائر العاصمة خلال الإنتخابات الرئاسية لأفريل - 1999م.

صاحبة الدراسة: أمينة راس العين

(1) - سمير خطاب: المرجع السابق، ص 97.

(2) - أمينة رأس العين: « السلوك الإنتخابي والإتصال: دراسة ميدانية وصفية لسلوك عينة من الناخبين في ولاية الجزائر العاصمة خلال الإنتخابات الرئاسية لأفريل 1999»، رسالة ماجستير في الإتصال غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2003.

مكان وتاريخ انجاز الدراسة: جامعة الجزائر - الجزائر - 2003م.

### ملخص ونتائج الدراسة:

- الناخبين في رئاسيات 1999 لم ينتخبوا وعيا بأدوارهم داخل النظام السياسي، فمعظمهم لا يبدون إهتمام كبير بالسياسة ولا يكتسبون قدرا كافيا من المعلومات السياسية التي تدل على ذلك الوعي، أما المزاج السياسي الذي يتمتع به هؤلاء الناخبين فهو مزاج معتدل.
- أم المقاطعين للإنتخابات ليسو قليلي الإهتمام بالسياسة فحسب بل ان نظرتهم للأوضاع تبدو حالكة، إذ أنهم يرون أنها سيئة جداً.
- الناخبين بالرغم من جهلهم السياسي وقلة إهتمامهم بالسياسة، إلا أنهم يتحلون بنوع من المسؤولية اتجاه وطنهم.
- معظم المقاطعين قالوا أن سبب تلك المقاطعة هو أنهم لا يؤمنون أن الإنتخابات ستغير شيئا.
- الإلتناء والبعث الجهوي كان له دور كبير في تحديد السلوك الإنتخابي.
- المنتمين إلى الشرق والجنوب هم الأكثر مشاركة.
- لا توجد علاقة معينة بين مدى متابعة وسائل الإعلام وبين المشاركة أو المقاطعة الإنتخابية، كما أن أفراد العينة يعزفون على نتبغ المضامين السياسية في التلفزة والراديو بشكل كبير في حين أن الصحف تبدو الوسيلة المفضلة لذلك.

الدراسة الرابعة: (1)

عنوان الدراسة: أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطلاب الجامعي-  
دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين.

صاحب الدراسة: أحمد أمين فورار

مكان وتاريخ انجاز الدراسة: جامعة الجزائر-3- الجزائر - 2011 م.

ملخص ونتائج الدراسة:

النتائج المتوصل إليها تشير إلى أن الطلبة الجامعيين الجزائريين سواء عن سابق معرفة منهم، أم لا يتعرضون بشكل متزايد لوسائل الإعلام الجديدة، حتى وإن كان بعضهم يجهل ذلك كما تؤكد على وجود تأثير سياسي لهذه الوسائل على مستخدميها من الفئة المعنية بالدراسة، ورغم أن هذا التأثير إيجابي في كثير من جوانبه إلا أن ذلك لا يعني وجود بعض التأثيرات السلبية خاصة في جوانب متعلقة بانتشار بعض التوجهات السياسية التي لا تتفق مع الهوية الوطنية الجزائرية، على سبيل المثال التأثير بالسياسات المتطرفة التي يتبناها تنظيم القاعدة الإرهابي، أو التأثير ببعض السياسات العنصرية، عدا ذلك فإن أهم إيجابيات هذه الوسائل تكمن في تشجيع الطلبة الجامعيين على مزيد من الإهتمام بالشأن السياسي العام، مع وجود إختلاف في مستويات هذا الإهتمام.

(1) - أحمد أمين فورار: « أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطلاب الجامعي: دراسة إستطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين »، رسالة ماجستير في الإتصال غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2011.

# الجانب النظري

- الفصل الأول: التفسير النظري للسلوك الانتخابي
- الفصل الثاني: الإعلام السياسي عبر القنوات الفضائية التلفزيونية



## الفصل الأول: الإطار النظري للسلوك الانتخابي

### المبحث الأول : المشاركة السياسية و السلوك الانتخابي

#### المطلب الأول : المشاركة السياسية والانتخابية

##### 1. مفهوم المشاركة السياسية:

تعتبر المشاركة السياسية من المواضيع والقضايا المحورية التي يتناولها علم الاجتماع السياسي بالدراسة والتحليل، فمنذ أن برز المفهوم لأول مرة، وذلك إبان الثورة الفرنسية (1789)، وما نتج عنها من إعادة ترتيب وصياغة البناء الاجتماعي، أصبح أصحاب السلطة السياسية يحاولون إدماج طبقة الشعب في بعض أوجه النشاط السياسي، لذا إرتبط مفهوم المشاركة السياسية باكتساب قطاع من الجماهير لبعض الحقوق السياسية كالإنتخاب.<sup>(1)</sup>

والمشاركة السياسية هي نتاج أو محصلة لحالة التطور التي تشهدها البلدان فهي ظاهرة لا مناص منها حيث ان عدم الوصول إلى وضعية ملائمة لها لا بد أن يؤدي إلى مزيد من عدم الإستقرار السياسي.<sup>(2)</sup>

وتعني كلمة المشاركة Participation مشتقة من إسم المفعول للكلمة اللاتينية Participate ويتكون هذا المصطلح من جزئين Pars بمعنى جزء Part والثاني Compar وتعني "القيام

(1) -زايد الطيب مولود: علم الاجتماع السياسي، ط1، الزاوية: منشورات جامعة السابع من أبريل، 2007، ص85.

(2) - جمال كريمي بنشقرن: « واقع المشاركة السياسية »، المغرب: صحيفة الناس، العدد: 306، 2014/10/29.

بـ " والبتالي المشاركة تعني To take Part أي القيام بدور. (1)

ورغم أنه لا يوجد إتفاق عام حول مفهوم المشاركة السياسية، إلا أنه من خلال سرد بعض التعريفات يمكن الوصول إلى مؤشرات محددة لهذا المفهوم.

فالمشاركة السياسية في علم السياسة في أوسع معانيها هي حق المواطن في أن يؤدي دورا معيناً في عملية صنع القرارات السياسية بكل الوسائل الشرعية، وكذا حق المواطن في مراقبة هذه القرارات، بالتقويم عقب إصدارها من طرف الحاكم. (2)

ومن وجهة نظر علم السياسة أيضاً، تتصل بإعطاء الحق الديمقراطي الدستوري لكافة أفراد المجتمع البالغين، العاقلين، في الإشتراك بصورة منظمة، في صنع القرارات السياسية التي تتصل بحياتهم معا في مجتمع من المجتمعات، وتكون ممارسة هذا الحق ممارسة فعلية بعيداً عن أي ضغط أو إجبار. (3)

وفي علم الإجتماع هي تلك الأنشطة الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع بهدف إختيار حكاهم وممثليهم، والمساهمة في صنع السياسات والقرارات على نحو مباشر. (4)

(1) - صالحه سهيل العامري: « دور المرأة الإماراتية في المشاركة السياسية »، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط: الإمارات، كلية الأدب والعلوم، 2013، ص 18.

(2) - شريفة ماشطي: « المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي »، الجزائر: مجلة الباحث الإجتماعي، العدد: 10، 2010/09/10، ص 150.

(3) - زايد الطبيب مولود ، مرجع سبق ذكره، ص 88.

(4) - مكى ثروت ، مرجع سبق ذكره، ص 65.

وترى مارجریت كونواي **M. Conway** أن المشاركة السياسية تعني النشاطات التي يحاول الافراد عن طريقها التأثير في نظم الحكومة وأبنيتها. واختيار المسؤولين فيها وتحديد سياستها وهذه النشاطات إما أن تكون مؤيدة لوجود الحكومة أو مناوئة لها.<sup>(1)</sup>

أما فيليب برو فيعريف المشاركة السياسية بأنها مجموع النشاطات الجماعية، التي يقومون بها المحكومون، وتكون قابلة لأن تعطيم تأثيراً على سير عمل المنظومة السياسية، ويقترن هذا المعيار في النظم الديمقراطية، التي يعتبر فيها مفهوم المواطنة قيمة أساسية.<sup>(2)</sup>

والمشاركة السياسية هي عملية إجتماعية- سياسية طوعية ورسمية، تتضمن سلوكاً منظماً ومشروعاً متواصلًا. يعبر عن إتجاه عقلائي رشيد ينم عن إدراك عميق لحقوق المواطنة وواجباتها، وفهم واع لأبعاد العمل الوطني وفعاليتها. من خلالها يباشر المواطنون أدواراً وظيفية فعالة ومؤثرة في ديناميات الحياة السياسية ومخرجاتها، سواء من حيث إختيار الحكام والقيادات السياسية في شتى المستويات، أم تحديد الغايات العليا للمجتمع ووسائل تحقيقها، أم المعاونة في إدارة العمل السياسي وتوجيهها، أم الإسهام جدياً- على نحو مباشر أوغير مباشر- في صنع القرار السياسي وتشكيله، فضلا عن تنفيذه ومتابعته بالمتاح أو المستحدث من فعاليات الرقابة والضبط والتقويم.<sup>(3)</sup>

(1) - عبد الله محمد عبد الرحمن، السيد شحاته: علم الإجتماع السياسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005، ص281.

(2) - فيليب برو: علم الإجتماع السياسي، ط 1، (ترجمة : محمد عرب صاصيلا)، بيروت: المؤسسات الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998، ص 301.

(3) - السيد عبد الحليم الزيات: التنمية السياسية: دراسة في الإجتماع السياسي البنية والأهداف . ج 2، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2002، ص 88-89.

ومن خلال ماسبق يمكن أن نلاحظ مجموعة من الخصائص المشتركة للمشاركة

السياسية، والتي تكاد تتفق عليها معظم التعريفات، والتي من أهمها:

- المشاركة السياسية هي عمل طوعي يقوم به المواطن
- المشاركة السياسية هي مجموع النشاطات التي تهدف لإختيار الحكام والممثلين.
- تسعى إلى إدماج المواطن في الحياة السياسية بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال صنع القرار السياسي وتشكيله، وكذا التأثير على صناع القرار والرقابة والضبط.

## 2.1. مبادئ المشاركة السياسية:

هناك أربعة مبادئ تقوم عليها المشاركة السياسية الشعبية:

1. لا تعني المشاركة مشاركة أفقية فقط، أي بين أناس من طبيعة واحدة، وإنما مشاركة أفقية ورأسية بين مختلف المستويات.
2. إتخاذ القرار من أجل التخطيط و أولوياته، لا يجب أن تقوم به مجموعة فقط تعتبر نفسها صفة مميزة في المجتمع، وهي الجديرة والأحق بتحديد الأولويات واتخاذ القرارات، وإنما لابد أن تكون المشاركة واسعة النطاق بحيث تمس القاعدة العريضة من المواطنين، وليس مشاركة الصفة فقط.
3. يجب أن يعكس التخطيط إحتياجات الناس بصفة عامة، كما أن خطط التنمية يجب أن تشارك في وضعها ومناقشتها مختلف الشرائح من المواطنين.

4. يجب أن تتضمن عملية المشاركة عملية الضبط والرقابة والمشاركة في إتخاذ القرار بالعضافة لتبادل الآراء بين المواطنين والمسؤولين.<sup>(1)</sup>

### 3.1. أشكال المشاركة السياسية:

تتجسد المشاركة السياسية في أشكال مختلفة ما بين المجتمعات، وداخل المجتمع الواحد من زمن إلى آخر، ومن نظام حكم إلى آخر<sup>(2)</sup>، وقد إجتهد الباحثون في تحديد أشكال المشاركة السياسية حسب واقعهم، ومن بين التقسيمات نجد:

1. ممارسو النشاط السياسي: ويشمل من تتوافر فيهم بعض الشروط الهامة مثل: عضوية منظمة سياسية، والتبرع لمنظمة أو مرشح، وحضور الإجتتماعات السياسية، والمشاركة في الحملات الإنتخابية، الحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة...

2. المهتمون بالنشاط السياسي: ويشتمل الذين يصوتون في الإنتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث في الحياة السياسية.

3. الهامشيون في العمل السياسي: ويشمل من لا يهتمون بالسياسة ولا يميلون للعمل السياسي ولا يخصصون أي وقت أو موارد له، وإن كان بعضهم يضطر للمشاركة في وقت الأزمات أو عند وجود تهديد لمصالحهم.

4. المتطرفون سياسيا: وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة، ويلجأون إلى

(1) - محمد السويدي: علم الإجتماع السياسي: مبادئه وقضاياها، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1990، ص ص 159، 160.

(2) - جمال كريمي بنشقرن، « واقع المشاركة السياسية »، المغرب: صحيفة أخبار اليوم، العدد: 1509، 2014/10/29.

اساليب العنف<sup>(1)</sup>، فنتيجة شعور الفرد باللامبالاة والسلبية والإغتراب يصبح لا يهتم بالمشاركة وينظر إلى الأمور والأحداث السياسية نظرة متلبدة لا تعنيه في شيء<sup>(2)</sup>، وقد يلجأ في هذه الحالة إلى العنف.

ويرى "ميلبراث" أن ثمة ثلاث فئات يمثلون مواقف ثلاث بالنسبة للمشاركة السياسية:<sup>(3)</sup>

المنزلون: وهم الإيجابيون أو المقاتلون في السياسة

المتفرجون: وهم قلبي التفاعل مع العمليات السياسية

اللامبالون: وهم الذين لا يشاركون، أو الذين إنسحبوا من العملية السياسية

## 1.2- علم إجتماع الإنتخابات:

### 2. المشاركة الإنتخابية:

تزايد الإهتمام بدراسة نتائج الإنتخابات وتحليلها منذ الحرب العالمية الثانية، وقد إنعكس هذا الإهتمام على تطور وسائل البحث في هذا المجال حيث إستخدم الباحثين طرقاً عديدة لإختبار سير العمليات الإنتخابية، واستخدموا الإستبيان والمسح الميداني والمقابلات الشخصية واستخدموا الأساليب الإحصائية المختلفة من أجل التنبؤ بنتائج الإنتخابات أو تحليل النتائج الفعلية لها للتعرف على التغير الحادث في السلوك الإنتخابي.<sup>(4)</sup>

(1)- علي ناصر الشيخ: دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، فلسطين: المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، 2010، ص 32.

(2)- عبد الله محمد عبد الرحمن، شحاتة السيد: علم الإجتماع السياسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 298.

(3)- زايد الطيب مولود: مرجع سبق ذكره، ص 87.

(4)- عبد الهادي الجوهري: مرجع سبق ذكره، ص 150.

ويهتم علم إجتماع الإنتخابات بدراسة السلوك الإنتخابي وغيره من القضايا المرتبطة بالإنتخابات، ويرجع العديد من العلماء الفضل في ظهور علم إجتماع الإنتخابات إلى العالم الفرنسي "أندريه سيجفريد" الذي إهتم قبل الحرب العالمية الثانية عن الإمتدادات السياسية للجغرافية البشرية، وكرد فعل لأوجه التقارب مع الجغرافية السياسية الألمانية، إقترح "سيجفريد" ضرورة الإحاطة بالعوامل المفسرة للسلوك الإنتخابي، وقد إستند في البداية على فرضية الإستقرار أو التغير التقدمي للهيكل الإنتخابي.

ويركز علم إجتماع الإنتخابات على الناخبين كما يلاحظ الظروف التي تعمل من خلالها مختلف المؤسسات في سبيل مشاركة المواطنين في عملية إختيار حكامهم، واتجاهات الناخب عند إختيار المرشحين.

وتطور هذا العلم في الولايات المتحدة الأمريكية على يد "لييست ولازارسفيلد" وأتباعه حيث ركزت دراساتهم على الحدث الإنتخابي بشكل عام، حيث وضع العالمان "لييست ولازارسفيلد" أربع إقتراحات مفسرة لمختلف أنواع المشاركة الإنتخابية، تتفاوت من جماعة إنتخابية إلى أخرى.<sup>(1)</sup>

## 2.2. الإنتخابات:

تشكل الإنتخابات حدثا سياسيا هاما بامتياز يؤهل لقياس التحولات التي يعرفها المجتمع، وتحديد على مستوى مايتعلق بطبيعة التصورات المنسوجة حول السياسة وحول السلطة،

(1) - محمد السويدي: مرجع سبق ذكره، ص ص 149، 152.

وحول السياسي بشكل عام.<sup>(1)</sup>

وتساهم الانتخابات في ترسيخ الديمقراطية الحديثة وتمكين أغلب المواطنين من ممارسة حقوقهم السياسية والمدنية<sup>(2)</sup>، وهذا ما أكدت عليه الشرائع الإجتماعية والسياسية عبر التاريخ الإنساني، كما تعد الأداة الأنجع التي تمكن المواطنين من إختيار ممثليهم حيث يمكنهم عبر ممثليهم المشاركة في توجيه القرار السياسي.<sup>(3)</sup>

وتعد الانتخابات فرصة للمواطن الذي تتوفر في شروط الإختيار وكان متمتعاً بحقوقه المدنية والسياسية، ولم يوجد في حالة فقدان الأهلية المحددة في التشريع المعمول به.<sup>(4)</sup>

والإختيار هو إختيار واحد لشغل منصب وهذا بموافقة الناخبين، ويكون الإختيار فردياً إذا إقتصرت حق الناخب على إختيار مرشح واحد<sup>(5)</sup>، كالإنتخابات الرئاسية.

ويعرف "ميشيل روش" و"فيليب ألتوف" أن الإختيار عبارة عن وسائل لإختيار بين بديلين أو أكثر من خلال إيداء الاصوات وتختلف عملية الإختيار من موقف لآخر طبقاً لثلاث تساؤلات من الذي ينتخب؟ ينتخب من؟ كيف تتم عملية الإختيار؟

وبصفة عامة يمكن القول أن الإختيار في الأنساق السياسية عملية تتم على عدة أبعاد هي:

(1) - جمال كريمي بنشقرن: « السلوك الإختياري »، المغرب: صحيفة الأحداث المغربية، العدد: 3738، 2009/05/22.

(2) - سمير بارة، سلمى ليمام: « النماذج الإختيارية: نحو مقارنة ميدانية لتحليل الأنماط الإختيارية في الجزائر »، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، جامعة ورقلة- الجزائر، 2011/04، ص 190.

(3) - علي أسعد وطفة: « محددات السلوك الإختياري النيابي وديناميته في دولة الكويت: قراءة سوسيولوجية في آراء طلاب جامعة الكويت »، حوليات الآداب والعلوم الإجتماعية، الحولية 32، جامعة الكويت، 2012، ص 8.

(4) - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة: قانون الإختيارات، 2012، ص 1.

(5) - محمد السويدي: مرجع سبق ذكره، ص ص 176، 177.



-الإختيار بين بديلين أو أكثر (أشخاص - قوائم حزبية - برامج ...).

-التفضيل بين هذه البدائل بناء على مجموعة من المؤهلات التي تتصف بها وطبقا للموقف الذي تتم فيه الإنتخابات.

-تدخل مجموعة من المتغيرات الإجتماعية، السياسية، والإقتصادية في التأثير في عملية الإختيار.

-الناخبون والمصوتون.

كما تتسم الإنتخابات بمجموعة من المعايير وهي على النحو التالي:

- معيار فعالية الإنتخابات الديمقراطية: ويعني أن للإنتخابات مقاصد ووظائف، وتترتب عليها مجموعة من النتائج الفعلية في نظام الحكم، وليست هدفا في حد ذاتها.

- معيار حرية الإنتخابات الديمقراطية : وتتمثل في كون الإنتخابات تجرى في إطار حكم قانوني، وتتسم بالتنافسية، وتحترم الحقوق والحريات.

- معيار نزاهة الإنتخابات الديمقراطية: أي أنه تتم بشكل دور ومنتظم، وتتسم عملية إدارتها والإشراف عليها والإعلان عن نتائجه بالحياد والشفافية.<sup>(1)</sup>

(1) - أحمد الدين، وآخرون: الإنتخابات الديمقراطية وواقع الإنتخابات في الوطن العربي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2009، ص 33.

المطلب الثاني : مفهوم السلوك الإنتخابي والعوامل المتداخلة في تكوينه

### 1. مفهوم ودلالة السلوك الإنتخابي:

#### 1.1. مفهوم السلوكية:

م لا شك فيه أن السلوك الإنساني هو أساس علم السياسة ومبرر وجوده لأن السياسة في نهاية المطاف، لا يمكن أن تأخذ حقيقتها الملموسة إلا عبر الافراد الذي تتوجه إليهم. وليس هناك من علم سياسة فعلي يمكن فهمه بصورة مادية إن لم يكن محوره الإنسان. فهذا الأخير هو الذي يحدد أنماط واشكال السلطة التي تحكم المجتمعات البشرية، وهو الذي يسمح بتصنيفها بحسب المعايير المعروفة.<sup>(1)</sup>

وخلال الحقبات الثلاث الماضية اصبح السلوك السياسي يمثل مدخلاً جديداً للبحث في الظواهر السياسية، وكان ذلك يمثل إنعكاسا واضحا لتأثير تطور تراث العلوم السلوكية منذ مطلع عام 1960، ومما عمل على تمهيد الطريق امام ظهور هذا الإتجاه كتابات "أرثر بنتلي A.F. BENTLEY و جراهام والاس G.WALLAS، وتشارلز ميريام C.MERRIAM. وفي هذه الحقبة طهرت الكثير من الدراسات والإتجاهات إلا أنها ظلت محدودة الأثر، إلى أن كتب تشارلز ميريام مؤلفه بعنوان: افاق جديدة للسياسة وحدد منذ ذلك الحين اتجاه مدرسة شيكاغو في العلوم السياسية. وقد تميزت هذه المدرسة باتجاه متداخل بين مختلف فروع العلوم وباهتماماتها الإمبريقية. تعبر عن ذلك محاولات "هارولد لازويل" للإفادة من نظرية

(1) - خضر خضر: مفاهيم أساسية في علم السياسة، طرابلس: المؤسسة الحديثة للكتاب، 2008، ص 256.

التحليل النفسي في دراسة السلوك السياسي، ودراسات "هارولد جوزنل" الحقلية لتنظيم الأحزاب السياسية والسلوك الانتخابي.

وعموما فإن الحركة السلوكية قد أكدت الحاجة الماسة إلى دراسة وتفسير السلوك السياسي الفعلي الذي يمارسه الإنسان، بدلا من الإقتصار على الدراسات الشكلية للقواعد واللوائح.<sup>(1)</sup>

### 2.1. مفهوم السلوك:

السلوك ينجم عن الطبع، ويخضع لتأثير البيئة والعوامل الخارجية وهو الجواب المباشر الذي يبديه الطبع تجاه الوضع والحدث.

من الناحية الذاتية، السلوك هو طريقة معينة في التصرف. ومن الناحية الموضوعية هو مجموعة الأفعال الخارجية التي تبرز من خلالها الشخصية الإنسانية.

وتعتبر المدرسة الأنجلو- سكسونية أن السلوك هو نوع من المقاربة للنظام إنطلاقا من التصرفات الإجتماعية المعني بها الفرد السياسي. أي أنه دراسة إجتماعية للتصرفات الجماعية الموجهة من قبل خطاب السلطة في مجتمع كلي.<sup>(2)</sup>

### 3.1. السلوك السياسي:

السلوك السياسي هو مدخل من مداخل علم السياسة، بدأ بإحياء الإهتمام السيكلوجي في الدراسات السياسية، وهو يتناول ممارسة الناس السياسية والإتجاهات والمعاني والقيم خلف

(1) - إبراهيم وجيه محمد: أصول الإجتماع السياسي: السياسة والمجتمع في العالم الثالث، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 39، 40

(2) - خضر خضر: مرجع سبق ذكره، ص 257.

التنظيمات السياسية والقانونية القائمة.<sup>(1)</sup>

السلوك السياسي هو نمط مهم من أنماط السلوك الإجتماعي ويخضع إلى نفس الشروط والموصفات والأحكام والقوانين التي يخضع لها السلوك الإجتماعي.

إلا انه يركز على النشاطات والفعاليات المتعلقة بحكم وقيادة وتنظيم وتنسيق المجتمع بغية تحقيق أهدافه وإشباع طموحات وتطلعات أفراد شريطة ان تنسجم هذه التطلعات والطموحات مع طبيعة النظام الإجتماعي، التي تحاول القيادة السياسية تعزيزه والحفاظ على نهجه من الأخطار والتحديات الداخلية والخارجية وفي نفس الوقت تعمل جاهدة على تنميته وترسيخه وتطويره خدمة لأهداف المجتمع التكتيكية والإستراتيجية. إن السلوك السياسي هو النشاط والفاعلية التي يمارسها فرد او مجموعة أفراد يشغلون أدوارا سياسية معينة يستطيعون من خلالها تنظيم الحياة السياسية في المجتمع وتحديد مراكز القوى فيه وتنظيم العلاقات السياسية بين القادة وال جماهير.<sup>(2)</sup>

ويتمثل السلوك السياسي بشكل عام في الفعل السياسي المباشر وغير المباشر من جهة، وفي الدوافع والمواقف التي تساهم في بناء التمثلات والمطالب والرغبات من جهة أخرى.<sup>(3)</sup>

(1) - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: مرجع سبق ذكره، ص 243.

(2) - إحسان محمد الحسن: علم الإجتماع السياسي، ط1، عمان: دار وائل للنشر، 2005، ص 115.

(3) - جمال كريمي بنشقرن: «السلوك الإنتخابي للأحزاب السياسية بالمغرب»، المغرب: صحيفة الإتحاد الإشتراكي، العدد: 10.832، 2014/10/16.

## 4.1. السلوك الانتخابي:

أصبح السلوك الانتخابي موضوعاً حيويًا اليوم في مجال علم الاجتماع السياسي، حيث إتجه الكثير من الباحثين والمفكرين إلى دراسة العوامل المؤثرة في الثقافة والسلوك الانتخابي للأفراد في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، وبدأ علم الاجتماع بدراسة نسق من العوامل والمتغيرات التي تؤثر في السلوك الانتخابي مثل الطبقة الاجتماعية، والعمر، والمهنة، والمناخ الانتخابي، كما يدرس وسائل الإعلام.<sup>(1)</sup>

إن علم السلوك الانتخابي هو علم دراسة الانتخابات وأنماط التصويت والسلوك الانتخابي وكذلك التنبؤ بنتائج الانتخابات وقد أصبح هذا الميدان فرعاً متخصصاً في علم الاجتماع وذلك مع انتشار استطلاعات الرأي المنتظمة (الدورية) حول نوايا التصويت لدى الناخبين والمسوح الضخمة التي تجرى في أعقاب الانتخابات وسهولة الاطلاع على احصاءات التعدادات السكانية، وتدقيق اساليب وعمليات تحليل البيانات وبرامج بناء النماذج.<sup>(2)</sup>

كما يدرس هذا العلم عملية التصويت والإتجاهات المختلفة اثنائها، وهو وسيلة لتقرير الإتفاق العام والحفاظ عليه في المجتمعات الديمقراطية<sup>(3)</sup>، و يركز السلوك الانتخابي على مفهوم التصويت بإعتباره إستجابة لعملية الانتخابات ويستند إلى عدة متغيرات تتلخص في:

(1) - علي أسعد وطفة: مرجع سبق ذكره، ص 10.

(2) - منصور بن عبد الرحمان بن عسكر: « يتحدث عن علم السلوك الانتخابي » جريدة الرياض، السعودية: 2004/11/30. تم تصفح الموقع بتاريخ: 2015/03/06.

[http://www.alriyadh.com/Contents/30-11-2004/Mainpage/LOCAL1\\_25493.php](http://www.alriyadh.com/Contents/30-11-2004/Mainpage/LOCAL1_25493.php)

(3) - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: مرجع سبق ذكره، ص 243.

الخصائص الإجتماعية والجغرافية والتاريخية، وفي متغيرات فردية مثل: الخصائص الشخصية، سلوك الفرد والعلاقات المتشابكة للفرد.<sup>(1)</sup>

وانطلاقاً من كل التعاريف السابقة يمكن القول أن السلوك الإنتخابي هو جميع الأفكار، والممارسات، والوجدانات الموجبة والسالبة، التي تصدر عن الفرد عند إختياره ما يمثله في المجتمع.<sup>(2)</sup>

كما يعرف على أنه كل أشكال التصرف أو الأفعال وردود الأفعال التي يظهرها المواطن في موعد إنتخابي معين نتيجة تآثره أو عدم تآثره بمجموعة من العوامل والمتغيرات ( البيئية، النفسية، الإجتماعية ... ).<sup>(3)</sup>

ولهذا فإن للسلوك الإنتخابي العديد من الدلالات يمكن تصنيفها في أربعة مجموعات كالتالي:

### 1. الدلالات السياسية للسلوك الإنتخابي:

- يتخذ الفرد سلوك إنتخابيا كتعبير عن وعيه السياسي حيث يربط المواطن هنا بين الحقوق التي يحصل عليها كونه جزءاً من المجتمع، وواجباته تجاه هذا المجتمع.

- يتخذ الفرد سلوك إنتخابيا كأداة للتعبير عن مطالب محددة قد تكون مطالب نقابية أو سياسية أو إجتماعية.

(1) - سامية خضر صالح، 2005: المشاركة السياسية والديمقراطية: اتجاهات نظرية منهجية حديثة تساهم في فهم العالم من حولنا، مصر: د د ن، ص ص 111، 112.

(2) - إبراهيم مرتضى الأعرجي: « السلوك الإنتخابي وعلاقته بالإعتقاد بعدالة العالم لدى طلبة جامعة بغداد: دراسة عن الإنتخابات النيابية في العراق عام 2010 »، العراق: مجلة كلية الأديب، العدد: 98، ص 532.

(3) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 52.

- يتخذ الفرد سلوك إنتخابيا خوفا من السلطة ويظهر هذا النوع في بعض دول العالم الثالث حيث يعتبر المواطن أن المشاركة في التصويت مثلا تعتبر إنصياعا لأوامر ورغبات السلطة ودرءا لخطرها.

### 2. الدلالات العقلانية للسلوك الإنتخابي:

يقوم الفرد بحسابات عقلية حول المنافع التي سيحققها باتخاذ سلوك إنتخابي معين دون آخر فمثلا يصوت الفرد عن المترشح الذي يوفر له منصب أو موقع وظيفي أفضل.

### 3. الدلالات النفسية للسلوك الإنتخابي:

- حيث يسعى الفرد لإثبات وجوده كإنسان حر الإرادة قادر على إتخاذ موقف في موضوع سياسي هام.

- السلوك الإنتخابي كسياسة دفاعية ضد خطر متوقع، كظهور أفكار عنصرية أو قوى متطرفة تهدد مصالح الدولة وقيم المواطن.

### 4. الدلالات الإجتماعية للسلوك الإنتخابي:

- المشاركة بالتصويت بدوافع عرقية أو دينية: ويظهر هذا النوع من المشاركات عند الحركات القومية والجماعات الدينية حيث يسعى أفراد هذه الجماعات لإظهار فكرهم القومي أو الديني.

-المشاركة بالتصويت كمظهر من مظاهر التضامن العائلي أو القبلي، حيث لا يكون للناخب أي ميول سياسية لكنه يمارس الإنتخاب إنتصارا لقريب ما.(1)

## 2.العوامل المتداخلة في تكوين السلوك الإنتخابي:

أظهرت الدراسات الميدانية أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة في السلوك الإنتخابي والتصويتي تتمثل أهمها في الفلسفة السياسية للحكم ونظم الإنتخابات المتبعة ووسائل الإعلام ودرجة الوعي السياسي والمكانة الإجتماعية والإقتصادية والإعتبرات القبلية والعائلية والشخصية والحملات الإنتخابية والخبرات السابقة.(2)

وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى البعض من هذه العوامل المؤثرة في السلوك الإنتخابي، كون العامل الذي هو محور دراستنا يتمثل في الإعلام "التلفزيون" والذي خصصنا له المبحث الثالث من الفصل الثاني.

وسيتم تقسيم هذه العوامل في هذا المطلب على النحو التالي:

1-العوامل المتعلقة بالوعي الإنتخابي.

2-العوامل التنظيمية للبنية الإنتخابية.

أولاً: العوامل المتعلقة بالوعي الإنتخابي:

أ.التنشئة السياسية:

المتتبع لتاريخ الفكر الإنساني يلمس إهتماما واضحا بالتنشئة السياسية كإحدى العمليات التي

(1)- ناصر الشيخ علي: مرجع سبق ذكره، ص37.

(2)- عبد الهادي الجوهري، مرجع سبق ذكره، ص 152.



يقوم بها المجتمع في ثانيا عملية التنشئة الإجتماعية ففي مختلف الحضارات نجد دلائل على إنشغال الفلاسفة والمفكرين بالبحث عن أنجح السبل لتنشئة وإعداد طبقات إجتماعية بعينها سياسيا وعقليا، أو تحديد مواصفات المواطن الصالح.(1)

ففي القرن السادس قبل الميلاد أرجع الفيلسوف الصيني "كونفيشيوس" فساد الحكم إلى غياب "المواطنة الصالحة" بسبب عجز الأسرة عن تلقين قيم الفضيلة... والمصلحة العامة، لهذا دعى جهاز الدولة إلى تحمل مهمة تعليم الناشئة إبتغاء خلق نظام سليم.

وذهب أفلاطون في كتابه "الجمهورية" إلى إعتبار التعليم واحد من أهم اعمدة الدولة الفاضلة، في حين كرس أرسطو كتابه الأخير "السياسة" للحديث عن التربية، وكان لـ"هرايرت هايمان" السبق إل قيادة التطور الجديد في دراسة التنشئة السياسية فمنذ صدور مؤلفه الشهير "التنشئة السياسية" دراسة في سكولوجية السلوك السياسي،(2) لتتوالى بعد ذلك الدراسات في هذا

المجال، وبناءا على هذا الإهتمام بالتنشئة السياسية منذ القدم إلى وقتنا الحاضر يجعلنا نتساءل حول مفهوم التنشئة السياسية؟ وكيف تؤثر على السلوك الإنتخابي؟

## 1. مفهوم التنشئة السياسية:

عرف الكثير من العلماء في الفكر الفلسفي، والسياسي والإجتماعي، ويمكن أن نورد بعض التعاريف التي توضح هذا المفهوم.

(1) - سمير خطاب: مرجع سبق ذكره، ص 37.

(2) - سماح قارح: « التغيير الإجتماعي والتنشئة السياسية » الجزائر، مجلة كلية الآداب والعلوم الإجتماعية، العدد: 2 و3، جامعة بسكرة، جانفي-جوان/ 2008، ص3.

يعرف "فاجن *Fagn*" التنشئة السياسية بأنه عملية غرس المعلومات والقيم والممارسات سواء كانت رسمية أو غير رسمية، وبأسلوب مخطط له أو غير مخطط له، لبقاء ونمو المجتمع.

ويعرفها "ريتشارد داوسن" على أنها العمليات التي يكتسب الفرد من خلالها توجهاته السياسية الخاصة، ومعارفه، ومشاعره، وتقييماته البيئية، ومحيطه السياسي، كما أن التنشئة السياسية تعتبر عملية تطويرية يتمكن المواطن من خلالها من النضوج سياسياً.<sup>(1)</sup>

كما يعرفها البعض على أنها العملية التي تسعى كافة مؤسسات التنشئة من خلالها إلى إكساب الفرد القيم والمعايير والتوجهات السياسية اللازمة لتحقيق التكيف مع أهداف المجتمع، ليس فقط من أجل الحفاظ على الوضع القائم في نقل الثقافة السياسية من جيل لآخر بصورة جامدة و آلية، لكن تتضمن كذلك عملية تغيير أو خلق الثقافة السياسية الملائمة لاستقرار المجتمع.

وتتعدد المؤسسات التي تقوم بعملية التنشئة السياسية والتي تسعى إلى تأهيل المواطن لكي يصبح قادراً على التفاعل الإيجابي ضمن النسق السياسي من خلال أداء دوره في المجتمع بصورة فعالة، وهذه المؤسسات قد تتباين في تأثيرها على المواطن تبعاً للمرحلة العمرية، والبيئية الإجتماعية، وهذه المؤسسات منها الرسمية وغير الرسمية نذكر منها مايلي:<sup>(2)</sup>

#### الأسرة:

أكدت معظم الكتابات التي تناولت التنشئة على أن الأسرة هي أهم أدوات التنشئة، نظراً لما

(1) - مولود زايد الطيب: مرجع سبق ذكره، ص ص 158، 159.

(2) - سمير خطاب: مرجع سبق ذكره، ص ص 41-58.

لها من تأثير حلزوني يمتد ليطرق كل الادوات الأخرى مثل جماعات الرفاق والمدرسة والسلطة ووسائل الإعلام وغيرها، لكن تبقى هي الوحدة المشتركة بين كل المجتمعات، أيا كانت طبيعتها وتطورها.

ويرى "هربرت هايمان" أن الأسرة في كل الثقافات تحتل المرتبة الأولى في التنشئة السياسية نظرا لما لوحظ من تشابه بين الآباء والأبناء في المعرفة السياسية والاختيار الحزبي، والإلتزام بالقضايا والآراء السياسية.<sup>(1)</sup>

#### المدرسة:

تلعب المدرسة دورا مهما في عملية التنشئة السياسية وذلك من خلال المواد التي تدرس، وبغض النظر عما تحويه البرامج المدرسية سواء من حيث النوعية والوضوح، فإنها تسعى إل ترسيخ مجموعة من المبادئ والقيم والمعلومات والمفاهيم السياسية لدى الأطفال وهو ما جعلها تحتل مكانا حساسا في عملية التنشئة.<sup>(2)</sup>

#### جماعة الرفاق:

تعتبر من المؤسسات المهمة نظرا لأهمية وفعالية العلاقات التي تنشأ بين الفرد وجماعته وطول المدة التي يقضيها الفرد مع هذه الجماعة، ومن خلالها يتم تناقل التجارب العملية

(1)-سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 100.

(2)-عبد المؤمن مجنوب ، وآخرون: « السلوك الإنتخابي في الجزائر: دراسة في المفهوم، الأنماط والفواعل »، تم تصفح الموقع بتاريخ 2015/03/6.

وتبادل الخبرات والمهارات وحتى المعتقدات ونقل ثقافة المجتمع وتعزيز القيم الاجتماعية القائمة، ويكون التفضيل السياسي للجماعة وليس للفرد.<sup>(1)</sup>

### وسائل الإعلام:

الإعلام هو إنعكاس حقيقي لطبيعة النظام السياسي والواقع الاجتماعي والسياسي السائد في المجتمع، حيث يلعب بوسائله المختلفة دورا كبيرا لا يقل أهمية عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى في عملية التنشئة ومؤثرا في إتجاهات وبلورة الرأي العام والتحكم بمساره وتوجهاته، كما يمثل هذا الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام سلاحا ذا حدين، ففي الوقت الذي يتم فيه عن طريقها نقل القيم والمعايير الاجتماعية المتفق عليها بين الأفراد فإنها في الوقت نفسه تقوم بصورة غير مباشرة بتغيير هذه القيم والمعايير وإحلال أخرى جديدة (سلبية).<sup>(2)</sup>

### 2. تأثير التنشئة السياسية على السلوك الانتخابي:

إن تأثير التنشئة السياسية على السلوك السياسي، يمر عبر تأثيرها وتدخلها في تكوين آرائهم، وقيمهم، واتجاهاتهم، ويولي علم الاجتماع السياسي أهمية خاصة لدراسة كيفية تكوين وتغيير الإتجاهات السياسية لدى الأفراد.

فالتنشئة أو التربية في جوهرها العام تهدف إل تنمية الوعي لدى الأفراد من خلال المعلومات والخبرات والقيم التي تنقل وتلقن من طرف المواطن، والتي تسمح له بالإدراك الجيد والإستيعاب الواعي لمختلف الأوضاع المحيطة به.

(1) -سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 101.

(2) -سمير خطاب: مرجع سبق ذكره، ص 55.

وعليه يكون اكتساب الوعي السياسي هو أحدهم وأهداف التنشئة السياسية، التي تشكل للفرد المواطن إرثا مكتسبا من شأنه أن يكون وعيا سياسيا معيناً، يترجم في صورة سلوك سياسي ومن بينه السلوك الانتخابي، فجوهرها الحقيقي يتمثل فيما تقدمه وما تقوم به من دور في تشكيل سلوك الفرد من خلال مؤسساتها.

أما تأثيرها على السلوك السياسي فإنه يكمن في تدخلها في تكوين الآراء و القيم و الاتجاهات التي تعتبر استعدادات كامنة لأداء استجابات سلوكية محددة.<sup>(1)</sup>

وعليه يتضح أن التنشئة السياسية هي محدد أساسي لمشاركة المواطن سياسيا من عدمها وإيجابية هذه المشاركة داخل المجتمع، على أساس أن مكتسبات المواطن منها هي التي توجه وتقود تصرفاته وردود أفعاله في الحقل السياسي، فيما يتصل بالمشاركة الانتخابية ، وهي بهذا المعنى تعد أحد المحددات الرئيسية لنمط السلوك الانتخابي، كما أن لها دور كبير في الأنشطة الإرادية التي يشارك بمقتضاها المواطن في انتخاب واختيار الحكام وصانعي القرار السياسي في أي مجتمع من المجتمعات، ثم في صياغة طبيعة ونوع الظروف التي يود أفراد المجتمع العيش فيها، ورسم السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر، أي إشراك المواطن العاقل البالغ في مختلف مستويات النظام السياسي.

ويشير "لوسيان باي *Lucian Pye*" إلى أن هناك ثلاث مراحل أساسية لعملية التنشئة السياسية وهي:

(1) -عبد المؤمن مجنوب ، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 17.

1. مرحلة يتحدد وفقا لها انتماء الطفل لثقافة وتاريخ وقيم ونظام معين .
  2. مرحلة يفهم فيها هويته , ويزداد إدراكه للعالم السياسي والأحداث السياسية .
  3. مرحلة يشارك فيها الفرد مشاركة فعلية في الحياة السياسية، من خلال عمليات التصويت وانتماءاته السياسية وتوليه المناصب السياسية.
- فالتنشئة السياسية تعنى وتهتم في المقابل بمشاركة المواطن سياسيا، ومن ذلك ممارسة حقه الانتخابي إذ أن ممارسة هذا الحق تستلزم قدرا من النضج والوعي السياسي، الذي توفره التنشئة السياسية من خلال إكساب المواطن مجموعة من المعلومات والمفاهيم والقيم والاتجاهات والقناعات، وما يرتبط بها من عادات وسلوك وممارسات تنمي وعيه السياسي، وتساعد على فهم العالم السياسي الذي يعيش فيه وأن يؤدي دوره فيه فيما بعد بوعي وخلق وكفاءة ومسؤولية.
- ولهذا فالسلوك الانتخابي للمواطن يتحدد بقدر كبير بما اكتسبه من اتجاهات وقيم ومعلومات سياسية في مرحلة الطفولة، إذ كشفت دراسات في السلوك الانتخابي درجة التأثير البالغ الذي تمارسه الأسرة كأحدى مؤسسات التنشئة على أفرادها في سلوكهم الانتخابي، ولذا اتجه دارسوا السلوك الانتخابي إلى التنبؤ بهذا السلوك انطلاقا من معرفة توجهات الآباء وكيفية أدائهم لواجبهم الانتخابي.
- لقد أعيد بناء أدوار الأسرة بالشكل الذي يقزم دورها ويقلل من فعاليتها، إذ أصبحت مؤسسات أخرى تقاسمها بعض أدوارها، هذا إضافة إلى المشاكل التي تتخبط فيها كمشكل

التمزق مثلاً، هذا بغض النظر عما تواجهه من مشاكل وتحديات في المجال الاقتصادي والاجتماعي، وهو ما يقلل من دور الأسرة في هذا المجال، وفي المقابل تلعب المدرسة دوراً مهماً في هذه العملية، وذلك من خلال المواد التي تدرس، فهي تسعى إلى ترسيخ مجموعة من المبادئ والقيم والمعلومات والمفاهيم السياسية لدى الأطفال وهو ما جعلها تحتل مكاناً حساساً في عملية التنشئة.<sup>(1)</sup>

إن هذه المؤسسات الرسمية وغيرها هي التي ترسخ تنشئة سياسية قادرة على إعطاء شرعية للنظام السياسي، كما بإمكانها التشكيك في تلك الشرعية وبالتالي رفض النظام وعلى ظروف هذا الرفض يتوقف بقاء أو تغيير النظام السياسي، والأمر نفسه فيما يتعلق بالنظام الانتخابي كجزء من النظام السياسي.<sup>(2)</sup>

### ب. الثقافة السياسية:

تعد الثقافة السياسية جزءاً من الثقافة العامة، وعليه فإننا نجد تداخلاً كبيراً بين المفهومين، ويعكس ذلك التراث العلمي الذي يوضح لنا أن العلماء إهتموا بشكل واضح بمفهوم الثقافة الكلي، معتبرين أن الثقافة السياسية هي ثقافة فرعية، وأنه تتأثر بالاشمل، لذلك نجد (دونالد ديفين) يقول أن الثقافة السياسية ليست هي كل ثقافة المجتمع وإنما هي الجانب السياسي من ثقافة المجتمع.<sup>(3)</sup>

(1) -سمير باره: مرجع سبق ذكره، ص 104، 105.

(2) -سمير باره: المرجع نفسه، ص 106.

(3) -مولود زايد الطبيب: مرجع سبق ذكره، ص 182.

إن مفهوم الثقافة السياسية يعد من المفاهيم الحديثة نسبياً في علم السياسة، إذ أن ظهوره يرجع إلى عام 1956 عندما استخدمه الأستاذ الأمريكي "جبريل ألموند *G.Almond*" كأحد أبعاد

### 1. مفهوم الثقافة السياسية:

تحليل النظام السياسي، فكل نظام سياسي عنده يترسخ حول أنماط محددة من التوجهات التي تضبط التفاعلات التي يتضمنها النظام الاجتماعي، وبالمثل تكون الثقافة السياسية بمثابة التنظيم غير المقنن للتفاعلات السياسية، أي أنها جزء من الثقافة العامة للمجتمع وإن كانت تتسم بشيء من الاستقلالية داخلها ويتم تناقل القيم التي تحويها الثقافة السياسية عبر عملية التنشئة السياسية، وهي العملية التي يتم بواسطتها إدخال القيم الثقافية لنسق القيم لدى أفراد المجتمع، باعتبارها منظومة من القيم والأفكار والمعتقدات المرتبطة بظاهرة السلطة في المجتمع.

ويرى "ألموند" أن الثقافة السياسية هي عبارة عن توزيع معين للاتجاهات والقيم والأحاسيس والمعلومات والمهارات السياسية، ومثلما تؤثر اتجاهات الأفراد على ما يقومون به، فإن الثقافة السياسية للدولة تؤثر على تصرفات مواطنيها وزعمائها تجاه جميع جوانب النظام السياسي، وبما أننا نستطيع مقارنة بعض أبعادها في دول مختلفة، فإنه يمكن أن نفهم الميل والنزعات تجاه السلوك الحاضر والمستقبلي عند الاقتراب من نظام سياسي معين، وبهذا ترتبط الثقافة السياسية عند "ألموند" كما يظهر مما سبق بشدة مفهوم النسق السياسي، ويرى



بأنها ليست نظرية، بل هي مجموعة من المتغيرات التي يمكن استخدامها في بناء النظريات، فهي مفهوم مكون من نسق من المعتقدات الامبريقية والرموز العاطفية (التعبيرية) والقيم التي تعرف الموقف الذي يحدث فيه الفعل السياسي، وهي تهتم بالتوجهات السيكولوجية نحو الموضوعات الاجتماعية والنسق السياسي المدمج في مدركات وتقييمات المواطنين، وتتضمن الشعور بالوحدة الوطنية، والاتجاهات التي يعتنقها الشخص تجاه نفسه كمواطن في الدولة والتوقعات نحو أداء الحكومة والمعارف المتصلة بعمليات اتخاذ القرارات السياسية.<sup>(1)</sup>

ويرى "جبريل ألموند *G.Almond*" " أن الثقافة السياسية مجموعة من التوجهات السياسية والاتجاهات والأنماط السلوكية التي يحملها الفرد تجاه النظام السياسي " ومكوناته المختلفة وتجاه دوره كفرد في المجتمع، بمعنى توجهات وآراء الأفراد حول أداء النظام السياسي.

ويرى "جبريل ألموند " أن الثقافة السياسية تتكون من إدراكات وأحاسيس ومشاعر وتقييمات، فهي تشمل معلومات ومعارف ومعتقدات حول الواقع السياسي، ومشاعر وأحاسيس تجاه العملية

السياسية، والتزام بقيم سياسية معينة.<sup>(2)</sup>

ويذهب " فليب برو *Philippe Breau*" إلى أن الثقافة السياسية تتكون من مجموعة معارف ومعتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقاتهم بالسلطة التي تحكمهم، كما تسمح للمجموعات باستخدامها كمرجع للتعريف بهويتها، وهي بذلك تسمح لكل مواطن بتحديد

(1) -سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص ص 107، 108.

(2) - حياة قزاودي، 2008: الصحافة والسياسة: أو الثقافة السياسية والممارسة الإعلامية في الجزائر، الجزائر: طاكسيج كوم

للدراستات والنشر والتوزيع، ص 36.

موقعه في المجال السياسي المركب، وذلك من خلال تعبئة أدنى حد من المظاهر الواعية أو غير الواعية التي ترشده في سلوكه كمواطن على سبيل المثال أو في سلوكه كناخب.<sup>(1)</sup> ويرى "الموند وفيربا" أن الثقافة السياسية ليست واحدة عند كل الأفراد المنتمين للنظام السياسي، فكل ثقافة سياسية تتضمن عناصر محلية وعناصر الخضوع وعناصر المشاركة، ومنه قدم الباحثان تصنيفا لأنواع الثقافة السياسية وهي:

## 2. الثقافة السياسية المحلية:

توجد مثل هذه الثقافة في المجتمعات البسيطة التي لا تخصص فيها ولا عمق في فهمها للوضع السياسي أو الحكم وأساليبه أو النظام السياسي وتركيبته بدقة ووعي للوضع السياسي أو الحكم وأساليبه أو النظام السياسي وتركيبته بدقة ووعي، حيث يقوم بأداء أدوار متعددة في الوقت نفسه، فلا توجد أدوار ووظائف سياسية متخصصة بمعنى أين يقوم رئيس المجتمع القبلي (مثلا) بأداء أدوار سياسية ودينية وإجتماعية مختلفة دونما تمييز واضح ومحدد بين هذه الأدوار والنشاطات. والفرد في مثل هذه الثقافة لديه معلومات ضيقة خاصة بالمجتمع المحلي، أما إدراكه ووعيه بنظامه السياسي ككل فهو محدود وغير واضح لذلك فإن إدراكه للجوانب المختلفة للنظام من مدخلات ومخرجات ودور الذات هو غدراك بسيط ومشوش ويندر هؤلاء المحليون نسبيا في المجتمعات الغربية الصناعية لكنهم يوجدون في جماعات إقليمية واسعة في مناطق معينة من المجتمعات الإنتقالية.

(1) - مولود زايد الطبيب: مرجع سبق ذكره، ص 183.

**3. الثقافة السياسية التابعة أو الخاضعة:**

هي تلك الثقافة التي يكون لدى الأفراد فيها تصور عام عن النظام السياسي دون أن يكون لهم تأثير على قراراته رغم أنهم قد يعارضون أو يؤيدون ولكن غالبا ما يكون موقفهم سلبيا لأنهم يحسون بأنهم عاجزون وغير قادرين على التأثير أو التغيير أو توجيه هذا النظام نحو الوجهة التي يرونها مناسبة، وهذا ما يدفعهم إلى الخضوع للأمر الواقع فيضطرون لمساندة القرارات وعدم تحديها أو التمرد عليها بمعنى توجد هذه الثقافة عندما يكون هناك إدراك لدى الأفراد<sup>(1)</sup>

بالنظام ككل وبجانب المخرجات، مع غياب أو تذبذب الإدراك بجانب المدخلات ودور الذات في العملية السياسية وفي التأثير على النظام السياسي.

**4. الثقافة السياسية المشاركة:**

في هذه الثقافة يكون الفرد عادة مدركا للنظام السياسي ومخرجاته ومدخلاته ودور الذات في هذا النظام. فالفرد يدرك دوره في النظام السياسي ويعرف حقوقه وواجباته ويثق بكفاءته وقدرته على التأثير في الحياة السياسية ويفسر دوره على أنه إيجابي وفعال في العملية السياسية. ويصاحب هذا الإدراك مشاعر وأحاسيس معينة تجاه النظام ومكوناته، وهذا إلى جانب وجود نوع معين من التقييم والحكم على النظام ومكوناته.

(1) - حياة قزاودي: مرجع سبق ذكره، ص ص 37، 38.

وهذه التوجهات قد تكون سلبية أو إيجابية بمعنى أن الشعور وتقييم الفرد للنظام السياسي بجوانبه المختلفة قد يتراوح بين القبول والرفض. ويعد هذا النوع حسب أوموند وفيربا بمثابة النمط المعزز لبناء الديمقراطية في أي مجتمع من المجتمعات، وأن الدول التي تقدمت في مجال بناء الديمقراطية إنما هي الدول التي تمتاز بانتشار وسيادة الثقافة السياسية المشاركة.<sup>(1)</sup>

## 5. الثقافة السياسية الجزائرية والسلوك الانتخابي:

إن الحديث عن الثقافة السياسية لمجتمع معين يشير إلى النظام السياسي الذي أدمجه الفرد في تفكيره ومشاعره وقيمه بمعنى اتجاهات الأفراد نحو النظام السياسي ومشاركتهم في صنع القرارات، ويضم ذلك الخصائص التي يتميز بها النظام السياسي القائم كالسلطة والنفوذ والحرية والمساواة والثقة أو عدم الثقة. أما مفهوم الثقافة السياسية في المجتمع الجزائري يعد محصلة لتأثيرين هامين: أحدهما الثقافة العامة للمجتمع والثانية في التجارب التاريخية خاصة تلك المتعلقة بحرب التحرير والتي أنتجت الصراع السياسي ضمن القيادة السياسية، هذا ما نجم عنه ثقافة سياسية متصارعة حيث ساد النخبة السياسية منذ الإستقلال خاصة عداوة شديدة وعدم الثقة، الشيء الذي تجسد في بداية الإستقلال في عمليات الإعتقال والنفي أو الإنسحاب الجبري أو الطوعي من الواجهة السياسية، غير أن الصراع والتنافس في كل الدول يكون بين الأحزاب خاصة، لكن ما يميز الصراع في الجزائر هو أنه يوجد بين الأفراد

(1) - حياة قزاودي: المرجع نفسه، ص 39.

ضمن الحزب الواحد، ويرجع هذا إلى وجود عدة تيارات سياسية متصارعة داخل نفس الحزب.<sup>(1)</sup>

لكن ما يمكن قوله عموماً أن الجزائر عرفت في فترة الاستعمار أكثر الإنتخابات السياسية تزويراً، كما كانت هذه الإنتخابات البلدية والتشريعية فرصة لبروز انقسامات داخل الحركة الوطنية السياسية.

أما في أعقاب الاستقلال فقد شهدت الدولة الجزائرية نظام الحزب الواحد الذي أعتمد على التعبئة والتجنيد كآلية لإذاعة ونشر قيمه ومبادئه، هذه الآلية استلزمت وجود ثقافة سياسية تأيد وتناصر حكم الحزب الواحد وهذا ما شهدته الساحة السياسية آنذاك، وهي انتشار ثقافة الخضوع ولذلك كانت نسب المشاركة في العملية الانتخابية التي شهدتها هذه الفترة مرتفعة وكانت تصب في صالح السلطة.

وبعد أحداث أكتوبر 1988 سعت الجزائر إلى توطين الديمقراطية، واعتماد النظام التعددي إثر الأزمة السياسية الحادة التي شهدتها النظام السياسي، والملفت للانتباه هو الانتقال المفاجئ والمباشر إلى النظام الديمقراطي، من دون وجود ثقافة سياسية ترسخ المبادئ والقيم الديمقراطية، كلفت الجزائر فيما بعد الكثير من الفوضى وانتشار ثقافة سياسية تستببح العنف، فمن بين أهم العناصر التي تحقق الاستقرار في أي مجتمع هو أن يعكس النظام السياسي القيم الثقافية والاجتماعية الرئيسية في المجتمع.

(1) - حياة قزاودي: المرجع السابق، ص ص 79، 80.

إن تجاهل ضرورة الأخذ بعين الاعتبار عامل الثقافة السياسية كأحد الفواعل الرئيسية في العملية السياسية عامة، والعملية الانتخابية على وجه الخصوص، لم يمكن من فهم الميكانيزمات التي يتشكل بها السلوك الانتخابي.<sup>(1)</sup>

ويرجع الكثير من المحللين السياسيين نجاح الجبهة الإسلامية للإنقاذ في الانتخابات البلدية والولائية سنة 1990، إلى عامل الثقافة السياسية من خلال استخدام آليات تعبوية مختلفة أهمها نظرية تعبئة الموارد (*Reassures Mobilization theory*) ، إذ أن الجبهة الإسلامية استغلت الكثير من الموارد المانحة لها ووظفت تكتيكات فعالة يلخصها الباحث الأمريكي "غراهام فولر" *Graham fuller* في التعليم واستخدام المال ونشر خطاب واضح، استعمال الوسائل الإعلامية العصرية وتقنيات الحملة الانتخابية العصرية، وتوظيف شبكات دعم واسعة من الأنصار، حيث جاء بعضها حتى من جبهة التحرير الوطني الحزب الحاكم، كل هذه العوامل تدخل بشكل مباشر أو غير مباشر في تشكيل ثقافة سياسية معينة، فالتحول الديمقراطي آنذاك كانت تغذيه ثقافة سياسية تولت الجبهة الإسلامية للإنقاذ إذاعة القسط الكبير منها.

ولقد حاولت الدولة الجزائرية بعد أحداث أكتوبر 1988 وأزمة انتخابات 1990 و1991 أن تستدرك الخلل الثقافي في أوساط المجتمع الجزائري، وسعت إلى توطيد الديمقراطية من خلال نشر ثقافة سياسية توطدها وترسخها عن طريق مناهج التربية

(1) - عبد المؤمن مجذوب ، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 19.

والتعليم، وسائل الإعلام، الوعظ والإرشاد والتركيز على كيفية تجاوز العوامل الثقافية الجزئية وضرورة الاندماج الثقافي وتنمية الفهم الشعبي والنخبوي الديمقراطي.

إن هذه التجربة التي عاشها المجتمع على المستوى السياسي، من حيث مكانة الظاهرة السياسية قبل وبعد الاستعمار، هي التي أنتجت هذه الثقافة السياسية السائدة إجتماعيا، والتي تم في إطارها المسلسل الانتخابي بحلقاته المعروفة بعد الاستقلال، فمن خلال تجربته التاريخية لما قبل الاستقلال توصل الفرد الجزائري إلى إنتاج قيم رئيسية على المستوى الإجتماعي والسياسي، أهمها اللاقانونية ومعاداة الدولة في التعامل السياسي، وحتى السلوك الإجتماعي اليومي... إلخ.<sup>(1)</sup>

إن المتمعن في الخصائص السيكولوجية الثقافية للشخصية الجزائرية، يستطيع تفسير التقلبات التي تحدث على السلوك الانتخابي في الجزائر، خاصة تلك السلوكات التي تظهر من انتخابات لأخرى (محلية، تشريعية، رئاسية)، إن التخوف السائد لبعض المتتبعين للمسار الديمقراطي في الجزائر من استمرار تهديد التفكير الأوحده، والفراغ السياسي، دفع بالمتخصصين الاجتماعيين والسياسيين إلى الحديث عن ضرورة إكمال الصرح المؤسساتي، دولة الحق والقانون، المساواة التداول السلمي للسلطة، حرية الفكر والتنظيم بغية المزيد من انتشار الثقافة الديمقراطية.

(1) -سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص ص 115، 116.

فعملية الانتقال الديمقراطي معقدة جدا، حيث تستلزم الانتقال التدريجي، وأن تصطبها ثقافة ديمقراطية تغرس في ذهنية المواطن روح التسامح والحوار، واحترام وتقبل الرأي الآخر والسماع له وتجنب التعصب والأحكام النمطية والأنماط التمييزية والأحكام المسبقة، فالمتصفح لدفاتر الأزمة الجزائرية يجد أنه من أهم أسبابها غياب ثقافة سياسية تقود المواطنين وتوجههم عند الانفتاح الديمقراطي، إذ أنه وبمجرد المصادقة على دستور فيفري 1989، بدأت تظهر أحزاب سياسية وصل عددها إلى 60 حزبا، بعضها لا يتجاوز عدد أعضائه 15 عضوا، وهذا العدد الكبير من الأحزاب يعتبر طبيعيا لارتباطه بمسألة الانتقال الديمقراطي مثلما حدث في إسبانيا بعد "قرانكو"، إلا أن الإشكالية هو افتقار هذه الأحزاب لبرامج واضحة ومفصلة وكاملة.

وهذا يعود بالطبع إلى غياب الوعي السياسي الديمقراطي واقتصار مفهوم الديمقراطية على التعددية الحزبية في القضية الجزائرية.

مما سبق تستتبط أهمية الثقافة السياسية وفعاليتها ودورها في التأثير على السلوك الانتخابي، إذ أنها من العناصر المكونة والمشكل للوعي السياسي للمواطن الناخب، مما يجعله يساهم في المشاركة السياسية أو الامتناع عن أداء هذا الواجب، طبقا للثقافة السياسية التي تشبع بها. (1)

(1) - سمير بارة: المرجع السابق، ص ص 117، 118.



## 6 . الحملات الانتخابية:

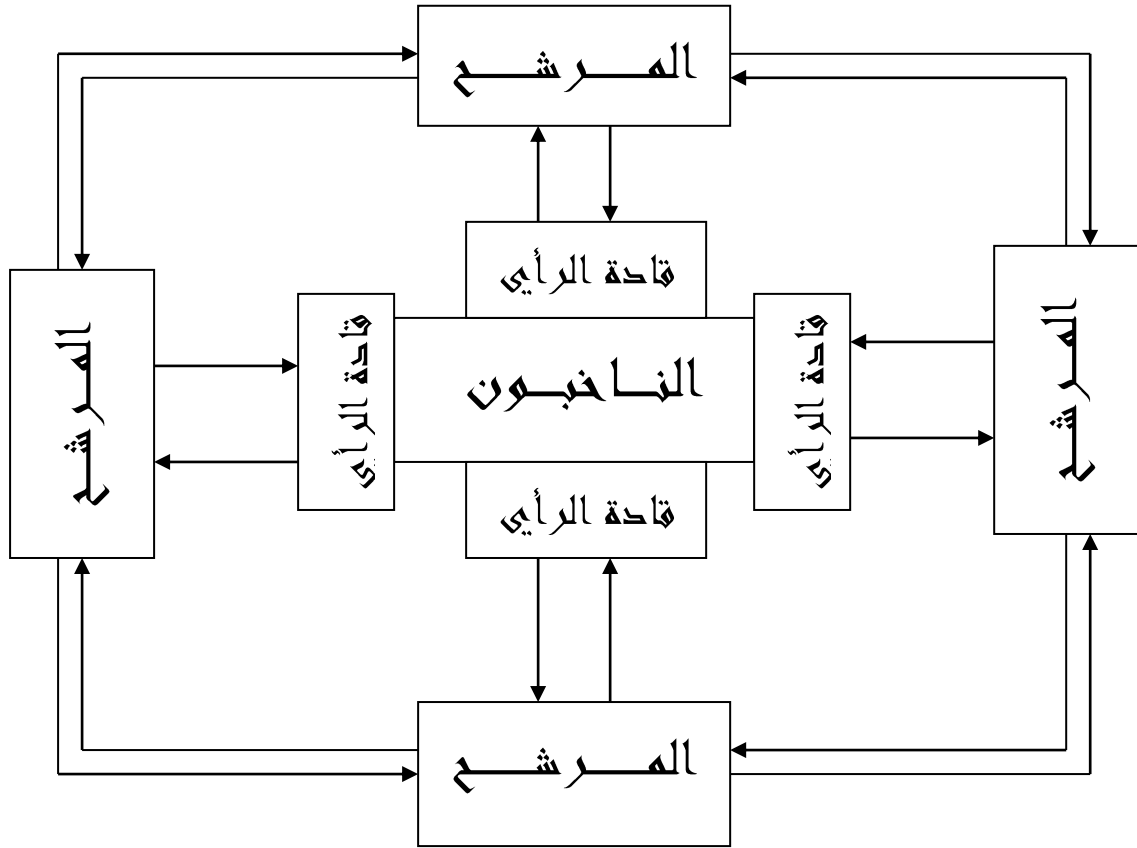
تعد الحملة الانتخابية آخر فرصة للمرشح من أجل استخدام التقنيات المتاحة له على سلوك الناخبين وذلك باستعمال ما يسمى بالدعاية أو الإقناع السياسي، وهو التعبير المستعمل من طرف المشتغلين في هذا المجال.

فهي جملة النشاطات المقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وإن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها بوصفها نشاطا إتصاليا سواء كان ذلك على مستوى البناء الإجتماعي أو على مستوى الحياة الفردية.

وتعد الحملة الانتخابية أنسقة إتصالية سياسية مخططة ومنظمة خاضعة للمتابعة والتقييم يمارسها مرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة، وتمتد مدة زمنية معينة محددة تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا بهدف تحقيق الفوز بالانتخابات عن طريق الحصول على أكبر عدد من الأصوات باستخدام وسائل الإتصال المختلفة وأساليب مؤثرة تستهدف جمهور الناخبين.<sup>(1)</sup>

(1) زكرياء بن صغبر ، 2004: الحملات الانتخابية: مفهومه وسائلها وأساليبها، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ص ص

الشكل (1): المخطط يوضح العملية الإتصالية في الحملة الإنتخابية



المصدر: زكرياء بن صغير: المرجع السابق ، ص : 47.

ثانياً: العوامل التنظيمية للبنية الإنتخابية:

### 1. النظام الإنتخابي:

إن النظام الانتخابي يلعب دوراً هاماً في دفع الناخبين إلى التوجه إلى صناديق الانتخاب، إذ من شأنه أن يشجع على المشاركة الانتخابية، ببساطة إجراءاته ووضوحها، ومن شأنه أن يزيد من نسبة الامتثال والعزوف الانتخابي بتعقيده وغموض إجراءاته.

وتشير العديد من الدراسات إلى العلاقة الموجودة بين النظام الانتخابي ونوعية كل من المرشح والناخب، مثلا أن يشيع الاعتقاد أن نظام الانتخاب القائم على أساس القوائم الحزبية هو نظام يحتاج إلى نظام حزبي مستقر، وناخب ذو انتماء حزبي قوي حتى يلتزم بالتصويت لقوائم حزبه.

فاختيار النظام الانتخابي وتنفيذه له أثر مباشر في الحقوق السياسية المتصلة به، حيث تميل أنظمة الأغلبية نحو تفضيل نظام الحزبين، وهي إن كانت دقيقة نسبيا، إلا أنها تقدم الاستقرار على المساواة في التمثيل في حالة تعدد الأحزاب، في حين تهدف أنظمة التمثيل النسبي إلى تخصيص مقاعد للأحزاب السياسية متناسبة مع قوتها الانتخابية، ومع ذلك قد تشجع على زيادة عدد الأحزاب وتشتت التصويت على أساس قوائم الحزب، وبالتالي تباعد بين الناخب والمرشح.

ويكشف اختيار النظام الانتخابي عن تباين كبير في الممارسة العملية، بل عن ثراء فيها، ففي كثير من الحالات لم يكن الاختيار نتيجة قرارات تشريعية واعية، بقدر ما كان وليد تطور تاريخي وسياسي معين، ولذا ليس من الضروري أن يكون هناك نموذج واحد تتبعه في هذا السياق على الرغم من أن أهداف أنظمة التمثيل الفردي قد تروق لدول في مرحلة الانتقال، حيث يكون الإجماع الشعبي على المدخل الديمقراطي للحكم مازال مفقودًا.

اذن فالنظام الانتخابي لا يقتصر تأثيره على توزيع المقاعد وحسب، بل يؤثر كذلك على السلوك الانتخابي ويظهر ذلك في توزيع الأصوات، فالناخبون لا يصوتون لذات

الأحزاب في نظام الأغلبية / والتمثيل النسبي، في نظام الاقتراع بدورة واحدة / وبدورتين، إذ أن سلوك الناخبين إلى حد ما هو انعكاس للنظام الانتخابي.

ويمكن أن نستدل بالتخلي عن نظام الأغلبية لصالح التمثيل النسبي (في سويسرا، الدنمارك والنرويج)، حيث أدى التغيير في أنظمة الانتخاب في هذه الدول مع فاصل زمني قصير، من دون أن يطرأ تغيير واضح في حقوق التصويت فيها، مما أدى إلى تغيير واضح في توزيع الأصوات وهو تغيير عميق بفعل الإصلاح الانتخابي، هذا التغيير الذي كان إلى حد كبير نتيجة دخول ناخبين جدد بعدما تخلوا عن موقفهم الامتناعي السابق، من خلال تحفيز الفرص التي يتيحها نظام التمثيل النسبي للأحزاب الطرفية من تمثيل، وكذا الأقليات وهذا يزيد من حدة التنافس.<sup>(1)</sup>

## 2. تأثير التسجيل في القوائم الانتخابية على السلوك الانتخابي:

يشيع الإعراف الدستوري أو القانوني الرسمي بحق المواطن في التصويت بين معظم الدول ويلعب دوراً جوهرياً وبناءً للثقة، وتجعل بعض الدول التصويت إجبارياً، ومع ذلك فحق التصويت ليس مطلقاً، وقد يكون محلاً لقيود معقولة غير تحكمية ولا تتعارض مع رأي الشعب في التعبير الحر.<sup>(2)</sup>

(1) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص ص 137، 138.

(2) - جاي س. جودوين - جيل: الانتخابات الحرة والنزيهة: القانون الدولي والممارسة العملية. ط1، (ترجمة: أحمد منير وفايزة حكيم)، مصر: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2000، ص 84.

وفي الجزائر وطبقاً للقانون العضوي رقم 12-1 الصادر في 12 جانفي 2012 و المتعلق بالنظام الإنتخابي، فإن المادة 06 منه تنص على إجبارية التسجيل في القوائم الإنتخابية بالنسبة لكل مواطن ومواطنة تتوفر فيهما الشروط المطلوبة قانوناً.<sup>(1)</sup>

أما عن تأثير التسجيل في القوائم الإنتخابية في السلوك الإنتخابي، فلقد وجهت إلى العديد من الإنتخابات الحديثة إنتقادات ترجع تحديداً إلى أوجه القصور في تسجيل الناخبين، ناهيك عن الأسماء المحذوفة التي ألفت بظلال من الشك في نزاهة بعض العمليات الإنتخابية، وذلك من خلال المخالفات التي تحصل أثناء تسجيل الناخبين، كأن يحصل ناخب واحد على بطاقتين إنتخابيتين، أو عدم حذف الناخبين المتوفين، أو عدم حذف المنتقلين من دائرة إنتخابية إلى أخرى...إلخ. إن كل هذه المخلفات من شأنها أن تؤثر في السلوك الإنتخابي، لأنها بكل بساطة تفقد ثقة المواطنين في النظام الإنتخابي، وتساهم في نشر ثقافة معينة ترتبط باللامبالاة، ومن ثم تعتبر إستقامة نظام التسجيل في القوائم الإنتخابية من الأهمية البالغة بمكان، إذ يلعب تسجيل الناخبين ونشر القوائم الموثوق بها التي تضم اسماءهم، دوراً مهماً في توطيد ثقة جمهور الناخبين بالنظام الإنتخابي وهذا يساهم في ضمان إجراء إنتخابات حرة ونزيهة، إذ أن هناك حاجة ماسة لشفافية عملية الإنتخاب من دون إقصاء لأجزاء مهمة من السكان من حق التصويت، من جراء التلاعب في عملية التسجيل وفي هذا السياق تساهم الأحزاب السياسية بدور جوهري في فحص القوائم المؤقتة وتصحيح الأخطاء فيها. وتتفاوت

(1) - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة: مرجع سبق ذكره، ص 2.

الممارسة العملية بين أنموذج مسؤولية الدولة في التسجيل عن طريق الدراسات الإستقصائية للأسر والمواليد والوفيات، وبين أنموذج التسجيل الذاتي، حيث تكون المبادرة من الناخب.<sup>(1)</sup>

### المطلب الثالث: النظريات المفسرة للسلوك الانتخابي

إن معظم الدراسات والكتابات حول موضوع السلوك الانتخابي تبين عدداً من الاتجاهات في تفسير هذا السلوك أهمها:

-الاتجاهات البنائية (أو السوسولوجية) التي تركز على تأمل العلاقة بين البناء الفردي والبناء الاجتماعي وتضع الصوت الانتخابي في سياقه الاجتماعي، وتحاول أن تكشف عن تأثير بعض المتغيرات على التصويت، كالتبقة الاجتماعية، واللغة القومية، والدين والفروق الريفية والحضرية، والقبلية.

-الاتجاهات الايكولوجية (أو الاحصائية الاجمالية) التي تربط أنماط التصويت ببعض السمات الأساسية المميزة للمنطقة الجغرافية (الحي، أو الدائرة الانتخابية).

- الاتجاهات المنتمية إلى علم النفس الاجتماعي التي تربط الاختيارات الانتخابية بالميل أو الاتجاهات النفسية للناخب مثل الانتماء الحزبي للناخب، واتجاهاته من المرشحين وما إلى ذلك.

- اتجاهات الاختيار النفعي التي تحاول تفسير السلوك الانتخابي كمحصلة لمجموعة من حسابات الربح والخسارة والتي يقوم بها الفرد بشكل نفعي وهي الحسابات التي تحبذ درجة

(1) - عبد المؤمن مجذوب ، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص ص 26، 27.

الميل إلى اختيارات انتخابية معينة من واقع القضايا المطروحة والسياسات التي تؤمن بها الأحزاب المختلفة أو المرشحون المختلفون.<sup>(1)</sup>

ومن بين أهم النماذج التي تفسر السلوك الانتخابي نذكر:

### 1. نموذج التفسير البيئي:

هذا النموذج يقوم بدراسة العلاقات التفاعلية والترابطية بين المحيط البيئي بكل أجزائه والسلوكات الإجتماعية والسياسية للمواطنين، استناداً للحصيلة المعرفية التي يوفرها المحيط سواء من جانب مادي أو معنوي.

ويقسم التفسير البيئي السلوكات الانتخابية إلى ثلاثة أنواع أساسية: هي التفسير الجغرافي و الإجتماعي والتاريخي.

#### أ. التفسير الجغرافي:

يقوم على إنشاء علاقات ترابطية بين المعطيات الانتخابية مع متغيرات الوضع أين يظهر السلوك، كما يضع بوضوح وجود (معاهدة) ترابط بين الهيئة الانتخابية، ونسبة العمال في مختلف المناطق الإدارية، ولهذا فإن عملية التفسير ترتبط بمكان الإقامة والتضاريس والجيولوجيا التي يتميز بها المكان، ومن خلال هذا النموذج يتضح تأثير طبيعة تقسيم الدوائر الانتخابية على السلوك الانتخابي.<sup>(2)</sup>

(1) - منصور عبد الرحمان بن عسكر: مرجع سبق ذكره، ص 2.

(2) - سمير بارة، سلمى ليمام: « النماذج الانتخابية: نحو مقاربة ميدانية لتحليل الأنماط الانتخابية في الجزائر»، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد: خاص، جامعة ورقلة، الجزائر، 2011/04، ص ص 192، 193.

ويتبين انطلاقاً من هذا النموذج أن السلوك الانتخابي لسكان الجبال يختلف عن سلوك سكان الهضاب وسكان السهول، ولقد تطور هذا النموذج بفضل أعمال "فرونسوا فوجيل *François Gogel*" في بداية الثمانينات في كتابه "التواريخ الانتخابية *Chroniques Electorales*" في ثلاثة أجزاء، وقد بدأت الأبحاث بقيادته حول جغرافيا انتخابات 1945 الفرنسية، إذ أوضح خلالها العلاقة بين الاختلافات الجغرافية للمقاطعات الكبرى مع القانون العام المدني، وكذا الأبنية الاجتماعية للاتصالات الانتخابية (أجهزة الاتصالات)، هذه العلاقة التي أنتجت سلوكات الناخبين، ولم ينفي تأثير هذه السلوكات بالثقافة المحلية والثقافة العائلية (التنشئة الاجتماعية الأسرية) وردود الأفعال الناتجة عن شروط الانتخابات، إلا أنه يؤكد ضعف العوامل الثقافية القديمة، على فهم وتوحيد آثار أجهزة الاتصالات الاجتماعية، وعجزها عن تفسير ردود الأفعال الانتخابية أمام الظواهر المصادفة.<sup>(1)</sup>

#### ب. التفسير الاجتماعي والإقتصادي:

والتصويت هنا محدد بالوضع الاجتماعي للناخب، وكذلك دينه ومكان سكنه، وبالتالي يعطي إشارة لاستعداد سياسي لدى الناخب يمكن توقعه ولذلك يعتبر الجماعات التي ينتمي إليها الناخب، عاملاً حاسماً في تحديد سلوكه الانتخابي، كما أن هناك متغيرات اقتصادية، تتعلق بإشكالية العمل والانتماءات المهنية ومستوى الأجور في حين تركز المتغيرات الثقافية على مستوى التعليم، والانتماءات الطائفية والعرقية والولاءات الدينية .

(1) -سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص ص 55، 56.



### ج.التفسير التاريخي:

ترتبط الحدث بنتائجه بعد أن تتمعن في أسبابه، مما يسمح من الإستفادة من المعطيات التاريخية في تفسير الأحداث المعاصرة وتقويمها، لذا عند دراسة الإنتخابات لابد من التمعن في تطورها التاريخي، سواء من حيث التنظيم أو العملية أو النتائج أو السلوكات، وبالتالي إن التحليل التاريخي يسمح بالمقارنة بين مجمل السلوكات التي تشهدها العمليات الإنتخابية، وهي عملية توضح أهم المتغيرات المؤثرة في السلوك الإنتخابي، عبر محطات إنتخابية مختلف.<sup>(1)</sup>

### 2.نموذج التفسير النفسي:

يفترض هذا التفسير أن السلوك الإنتخابي للفرد لا يرجع إلى حسابات عقلية يقوم بها، إنما إلى إعتبرات نفسية عميقة في لا وعيه كالرغبة في الأمن، والحاجة إلى السلطة، أو على العكس الثورة عليها، أو الإنتساب الإرادي أو غير الإرادي إلى أحد المرشحين، أو على العكس الغيرة والعدوان نحوه، وأخيرا الصورة الأبوية أو الأموية التي يرفقها الناخبون ببعض المرشحين.

إن هذا النموذج يهتم بدراسة العلاقة بين الإفتتاح الفكري لدى الناخب وتقديره لذاته، ودوره في التصويت في الإنتخابات، أي كيف يؤدي المزاج السلطوي لديه على سبيل المثال، على سلوك إنتخابي يؤيد السلطة القائمة.

(1) - محمد تهامي: « السلوك الإنتخابي المفهوم والتفسير »، تم تصفح الموقع بتاريخ 2015/03/15.

ومن أهم الميكانيزمات النفسية التي تسمح بتفسير السلوك الانتخابي، ميكانيزم الانتساب لأحد المرشحين، وبالتالي التصويت لصالحه، وهذا الإرتياح يكون نتيجة العلاقات التي تربط المرشح بالجماعة المرجعية التي ينتمي إليها الناخب، كالفئة المهنية أو الدينية، أو جماعة الرفاق، الحزب السياسي والطبقة الاجتماعية والاقتصادية والأصل الجغرافي والخصوصيات الإثنية والثقافية والتاريخية والفئة العمرية أو الجنس.<sup>(1)</sup>

وأهم شيء هو أن التفسير النفسي يسمح بدراسة الدوافع النفسية، من خلال التوجه المباشر إلى الناخبين، وسؤالهم لماذا صوتوا أو امتنعوا عن التصويت في الانتخابات، ولماذا اختاروا المرشح (ب) دون المرشح (ج)، ولماذا بقوا أوفياء لأحزابهم أو قاطعوها. إن هذا النموذج هو عبارة عن عدد من الدراسات الانتخابية المحلية التي أجريت في دول مختلفة وهي: بريطانيا، فرنسا، النرويج، ألمانيا، فنزويلا، في السنوات 1960-1970م، وكل هذه الأبحاث كانت أكثر إدراكا لاستقرار انتخابات على أخرى، وارتباطه بالحملة الانتخابية أكثر من ارتباطه بمحددات أخرى، لأن الحملة الانتخابية تؤثر على نفسية الناخب ومن ثم قراره الانتخابي.

نقد أكدت العوامل النفسية دورها الحاسم والمهم في بناء السلوك الانتخابي، والتحكم في تحديد الأفضليات السياسية والانتخابية للناخب، من خلال دور الاستعدادات السياسية التي يخرسها الآباء أو دور البيئة الاجتماعية، فالانتخاب هو نتيجة لتفاعل متغيرات عدة، يمكن

(1)-امينة راس العين: مرجع سبق ذكره، ص 40.

توضيحها من خلال ما يعرف بنفق السببية للانتخاب، فهذه المتغيرات هي التي تسببت وأوجدت المجال للانفتاح السياسي للمجتمع الذي أدى وساعد على صنع قرارات سياسية انتخابية والانتماء لفئات مجتمعية معينة، وإلى أنظمة القيم، والتي أنتجت دراسات سياسية أكثر مباشرة في تفسير السلوك الانتخابي.<sup>(1)</sup>

### 3. نموذج السلوك الإستراتيجي للناخب:

لقد أثبتت الممارسة الإمبريقية العجز الجزئي الذي تتصف به الأنماذج السابقة على حد سواء ففي سنوات السبعينات بدأ يظهر توجه الناخبون في استخراج الاختيارات الدقيقة (اختيار النظم الانتخابية الدقيقة) استنادا إلى اهتماماتهم المباشرة، وهذا التقييم تسبب في بناء أنموذج جديد، إنطلق من فكرة مفادها أن السلوك الانتخابي دائما إستراتيجي (عقلاني).

و في نهاية الخمسينات اقترح مجموعة من المفكرين تحليل والتفكير في أجال و حدود السير الانتخابي، على أساس أن كل ناخب يسعى إلى تحقيق اهتماماته أثناء قيامه بالانتخاب، على اعتبار أن كل مواطن يجري مجموعة من الحسابات التي يحدد من خلالها المكاسب و التكاليف، ثم يقيم النتائج على أساس المنفعة التي يحققها، و هنا تظهر عملية المفاضلة بين الأحزاب و المرشحين و التي من خلالها يستطيع الناخب حساب النتائج التي يمكن لمرشح ما تحقيقها و مقارنتها مع نتائج باقي المرشحين.<sup>(2)</sup>

(1) -سمير بارة ، سلمى ليام: مرجع سبق ذكره، ص 197.

(2) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 64.

إن هذا النموذج يفترض أن الفرد على درجة عالية من الوعي بمصالحه وبدرجة

أولوية بعضها عن الآخر، كما يفترض أن له معلومات كافية حول المعلومات التي يقدمها

المرشحون.

والمنافع التي يحققها الفرد نتيجة سلوكه الانتخابي لا تقتصر على الجانب المادي فقط، بل قد

يحصل على بعض المنافع المعنوية، كمتعة إتباع الدفاع عن مبادئ أو إتباع قائد معين.<sup>(1)</sup>

وهناك من يطلق على الفرد هنا اسم الناخب العقلاني، الذي يفكر ويخمن في مجموعة من البدائل

ويحلل المعطيات المطروحة أمامه ثم يتخذ قراره الانتخابي. ويولي التفسير الإستراتيجي

أهمية للعرض السياسي من حملات إنتخابية وما يتصل بها من إعلام سياسي ودعاية إلى

غير ذلك، على اعتبار أنها أساس السوق السياسي الانتخابي، وبالتالي يعجز عن تفسير

سلوك الناخبين الذين يفتقرون إلى مستوى معين من الثقافة السياسية، والذين ليست لديهم

قدرة على التحليل والنقد والتفضيل بين المرشحين، كما أنه لا يستطيع تفسير السلوك

الامتاعي اللاعقلاني، خاصة في ظل حملات الدعاية الإعلامية والسياسية التي ينظمها

المرشحون على الناخبين، فيكون من السهل ترويج وتسويق الأفكار لهذه الفئات.

كما أن هذا النموذج يقوم على أساس أن الناخب يختار بشكل إستراتيجي استناداً لمبدأ

المصلحة، وهو بذلك يلغي عامل القناعات، وعامل الولاءات، ولهذا لا يمكن اعتماده لأنه

غير شامل فهو يغفل بعض الفئات، وجزئي لأنه يهمل بعض المتغيرات.<sup>(2)</sup>

(1) - امينة راس العين: مرجع سبق ذكره، ص 39.

(2) - سمير بارة ، ليمام سلمى: مرجع سبق ذكره، ص ص 199، 200.

## 4. نموذج التفسير بالإتجاهات:

يعرف هذا الأنموذج السلوك الانتخابي كمحصلة لاتجاهات الفرد المعرفية والعاطفية نحو السياسة والأحزاب والمرشحين، ويصنف "Denis Lindom"، هذا الأنموذج إلى نوعين أساسيين هما: أنموذج بين المرشحين عن المرشح المثالي، وأنموذج الإلغاء والاختيار المثالي.

## أ. نموذج بعد المرشحين عن المرشح المثالي:

يقوم هذا الأنموذج على مبدأ اختيار المستهلك لمنتجات معينة دون أخرى، وتقوم فرضيته الأساسية على أن لكل مواطن في كل مناسبة إنتخابية صورة في ذهنه عن مرشحه المثالي، وعلى انه يوم الإقتراع سيختار مرشحه المثالي الذي يقترب كثيرا من رأيه، أي من تلك الصورة الموجودة في ذهنه، ويمكننا اكتشاف تلك الصورة من خلال توجيه سؤال للناخبين في تحقيق ميداني عن الصفات التي يرغب الناخبون وجودها لدى ممثليهم أو من سيتم انتخابه، ثم ترتيب هذه الصفات حسب الأهمية، يليها تقييم الناخبين للمرشحين حسب ما سبق، عندها سيكون اختيار الناخب هو المرشح الذي يحوز على أكبر علامة، بعد إجراء محصلة العلامات الخاصة بكل الصفات والأهمية المولاة لكل صفة.

إن المرشح الفائز حسب هذا الأنموذج يمكن إستنتاجه عن طريق عملية رياضية حسابية، تربط بين

الأوصاف المثالية التي يرغب فيها الناخب وبين مدى إقتراب المرشحين من تلك الأوصاف.

ولكن من سلبيات هذا النموذج أنه لم تثبت صحته امبريقيا، وهو في الواقع تصور ذهني كما أنه في حالة ما إذا لم يقترب من الصورة المثالية أي مرشح لدى الناخب، فمن يختار من بين المترشحين؟<sup>(1)</sup>

### ب. نموذج الإلغاء والإختيار المثالي:

يرى أصحاب هذا النموذج أن السلوك الإنتخابي هو نتيجة لسلسلة من العمليات الذهنية المثالية، في كل منها يتم إلغاء أحد المرشحين، ليبقى في نهاية المطاف مرشح واحد. ولقد اقترح " وال *Wehl* " و"ليندون *Lindon* " عام 1974 أنموذج مشابه له، يفترض فيه أن الناخب يجري مقارنات مختلفة بين المرشحين، من الجانب الإيجابي والسلبي، وخلال المقارنة يركز الناخب في بداية الأمر على الجوانب الأكثر سلبية من المعايير المدرجة في المقارنة، كمساوى بعض المرشحين أو اختلافهم عن مزاجه السياسي، أو وصفهم بالعجز لعدم قدرتهم على حل بعض المشكلات، وهي بداية عملية التصفية عن طريق الإلغاء المباشر لهؤلاء المرشحين، تليها مرحلة جديدة من المقارنة تهتم هذه المرة بالجوانب الأكثر إيجابية من نفس المعايير، ليستخرج في الأخير المرشح الذي تتوفر فيه المعايير الأكثر إيجابية، وفي حالة عدم توفر هذا المرشح فإن الناخب سيعيد صياغة مجموعة من المعايير الأخرى، التي يفاضل من خلالها مرة أخرى بين المرشحين.<sup>(2)</sup>

ويبدو أن هذا النموذج قد أظهر فعاليته تجريبيا، من خلال مدى التطابق بين الخيار

النظري للناخب وبين خياره الفعلي أو نيته الإنتخابية التي يعلن عنها.

(1) - امينة راس العين: مرجع سبق ذكره، ص 42.

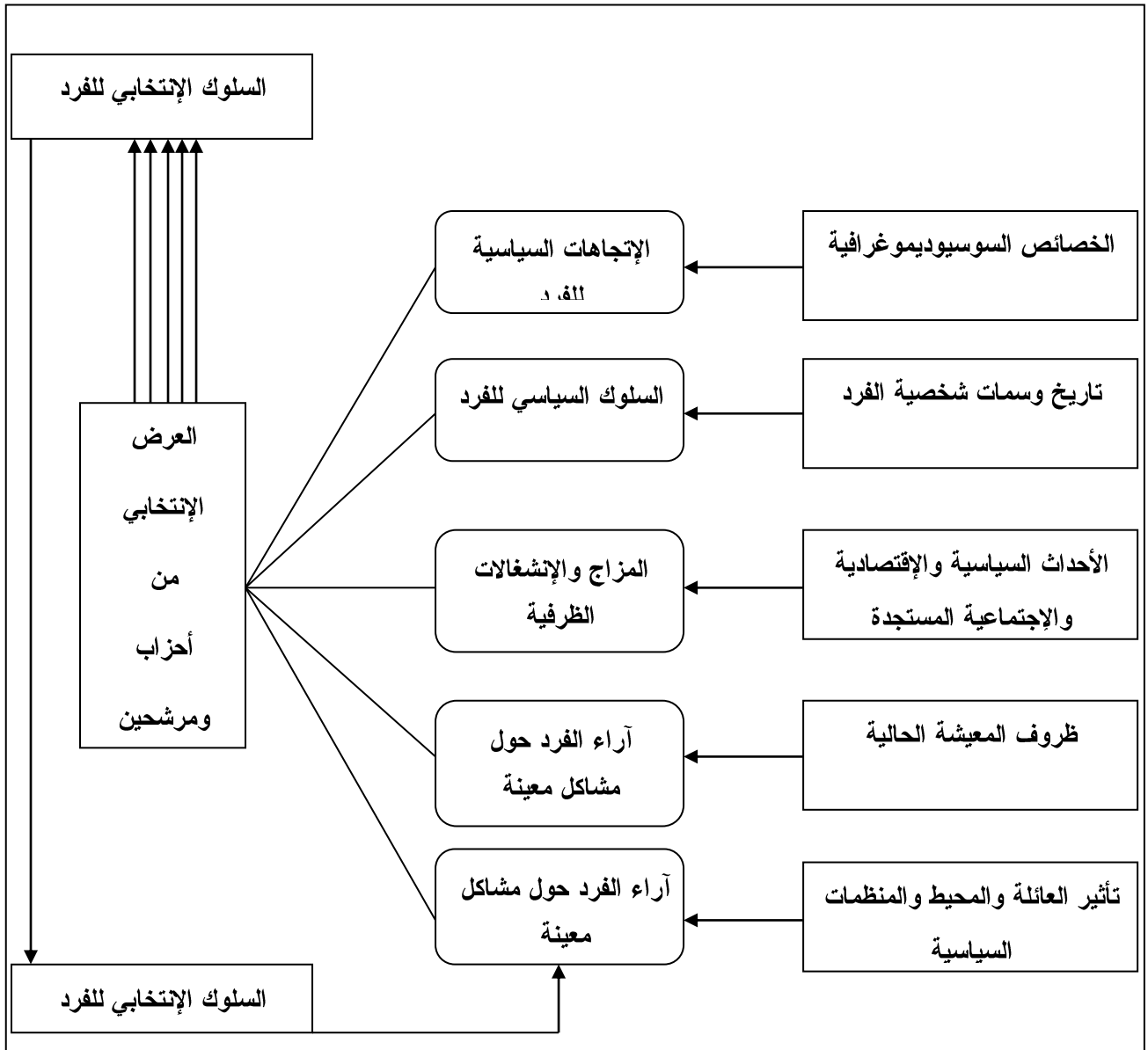
(2) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 66.

إلا أن هذا النموذج لم يختلف عن سابقه من حيث الشمولية والعموم، فمثاليته من دون شك تفترض تمتع الهيئة الناخبة بقدر معين من الثقافة التي تسمح له بتحديد مجموعة المعايير التي يقارن من خلالها، و هو ما قد لا يتوفر لذا جميع الناخبين، كما أنه ترك مجال تحديد المعايير مفتوح ، مما ينتج عنه تضارب.

ويوضح الشكل الآتي النموذج المثالي لتفسير السلوك الانتخابي والمتغيرات التي تتفاعل في إطاره.<sup>(1)</sup>

(1) - سمير بارة ، سلمى ليمام: مرجع سبق ذكره، ص 201.

الشكل (02): النموذج المثالي لتفسير السلوك الانتخابي حسب "Denes Lindor"



المصدر: امينة راس العين: مرجع سبق ذكره ، ص: 44.



## المبحث الثاني: أنماط السلوك الانتخابي

### المطلب الأول : التصويت وأنواعه

#### 1. التصويت:

يقول (وليم ف.ستون W.F.STONE): "إن التصويت في الانتخابات هو الصيغة الدنيا والأكثر إنتشاراً لانغماس الذات في المشاركة السياسية ولذلك فهو يتطلب حداً أدنى من الإلتزام. ويتوقف فور إدلاء الفرد بصوته. كما أنه يرتبط بمدى تكرار عملية الإنتخاب ذاتها. والهدف من التصويت عادة هو إختيار الحكام، وبناء على ذلك يعتبر التصويت في الكثير من الأحيان اداة ضغط على القادة لتعديل سلوكياتهم، ومراجعة سياساتهم وأساليب حكمهم، حتى يمكنهم الظفر بأصواتهم وثقتهم.(1)

يمكن أن يعرف التصويت بأنه "أحد أنماط السلوك الانتخابي، ومن أهم مظاهر المشاركة السياسية و أبسطها و أيسرها ممارسة، ويتمثل ذلك في الآلية التي تتم بمقتضاها المشاركة في عملية اتخاذ القرارات خلال العملية الانتخابية، وتعيين الحكام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهي آلية أساسية للإختيار الحر المقرون بالمسؤولية ويعتبر الصوت الذي يدي به المواطن في الانتخابات، هو النصيب الفردي للمواطن في المشاركة الانتخابية، ومجموع الأصوات المعبر عنها تشكل إرادة الأمة".(2)

(1) - السيد عبد الحليم الزيات: مرجع سبق ذكره، ص ص 107، 108.

(2) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 72.

## 2. أنواع التصويت:

### أ. التصويت العقلاني:

تعتبر العقلانية موقف فكري عام يقيم معتقداته على أساس سلطة العقل و تعود جذوره إلى ديكارت (1596 – 1650) و يقف العقلانيون موقف المتشكك من الممارسات المتوطدة التي لا يمكن تبريرها عقليا أو إسنادها إلى الخبرة التقنية، ولهذا ينطلق منظروا نظرية الاختيار العقلاني من افتراض أن كل إنسان هو شخص عقلائي في اختيار أكثر الوسائل نجاعة لتأمين أهدافه، فالعقلانية ترى أن كل فرد يريد تحقيق أكبر قدر ممكن من مصالحه، لكن حين تكون الموارد محدودة فإن عليه أن يقوم باختيارات معقدة بين مجموعة من البدائل المتنافسة، إن هذا المفهوم يدفعنا إلى التساؤل عن مفهوم التصويت العقلاني و آلياته و محدداته.

يرى "بوفالو *Buffalo Survey*" بالرغم أن التصويت في الإنتخابات، قد ارتبط بأعمال وطنية (حب الوطن، إظهار الوطنية، احترام الشرطة)، إلا أنه يعتبر عملا يؤكد الفرد من خلاله على إخلاصه وولائه للنظام، أكثر من كونه عملا يتقدم من خلاله بمطالبه إلى النظام السياسي.

ويعرف "ستيوارت ميل *Stewart mil*" التصويت بأنه وسيلة لتتقيف الروح العامة والذكاء السياسي.

وقد ظهر مفهوم الناخب العقلاني أو الناخب الإستراتيجي مع "أنتوني داونز" *Dauns* و *Anthony* الذي استخدم التحليلات الإستراتيجية في تفسير التصويت، إذ أنه أثناء العملية الإنتخابية يعرض المرشحون برامجهم و يصوغون وعودا تتضمن مجموعة من الخيرات، وعلى أساس أن الناخب يسعى إلى رفع فائدته إلى الحد الأقصى، أي الحصول على أكبر وأمثل تأثير<sup>(1)</sup> مقابل صوته، وذلك بحساب الأشياء الملموسة لوجوده، وهذا الأمر يستلزم منه التعرف على مصالحه، وتحديدتها والقدرة على تصنيفها في سلم الأفضليات، هذا إلى جانب تعرفه على الممثلين وجمع معلومات عنهم من حيث كشف الحسابات ومصداقية وعودهم ومستواهم العلمي.

إن من أهم العراقيل التي تواجه هذا العمل هو الصعوبة التي يلقاها الناخب أثناء جمع المعلومات عن الممثلين له، مما يجعل عملية الحساب العقلاني صعبة.

ولكن إذا وجد إجماع كاف لدى الجسم الانتخابي حول معايير تقييم المنظومة السياسية، فإن الديمقراطية يمكن أن تعمل بفعالية، حتى إذا لم يكن باستطاعة المجتمع أن يصل إلى درجة العقلانية الشاملة، وهنا يفسر 'داونز' إشكالية الناخب العقلاني بأنه الذي يقيم المفاضلة على أساس الكسب القابل لأن يأخذ شكلا ماديا، و تعني نظريا دراسة السبل و المناهج التي يختار بها الناخب ممثليه.

(<sup>1</sup>) - قوي بوحنية ، وآخرون: الإنتخابات وعملية التحول الديمقراطي في الخبرة العربية المعاصرة، عمان: دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 34.

واستنادا إلى هذا الرأي في مبدأ هذه العملية، فإنه من الصعوبة بمكان تحقيقها عمليا، على أساس وجود بعض المتغيرات التي لا يمكن للناخب أن يحسبها نحو امتثاله لشخصية كارزمانية أو التماثل مع قضية كبرى، وهذا التفكير أكثر واقعية لأنه أقل قابلية للاختزال في مقاربة اقتصادية بحتة من المكاسب المأمولة، إلا أنها تقود لأن تضع قيد التساؤل عمومية الحساب العقلاني.

وهنا نستخلص أن السلوك الانتخابي كغيره من أشكال السلوك الأخرى، يمكن أن يكون نتيجة عقلانية غير قابلة للنقاش.

ولهذا فالاختيار العقلاني يقوم على أساس معطيات العرض السياسي الذي من شأنه أن يشمل (مباراة ورهانات ومناقشات)، أي ما هي الجمل التي تخدم أفكار الحملة، وما هي المعطيات والظروف المحيطة بها (البطالة أو الهجرة، العلاقات الخارجية أو الأمن) أو ذلك الصراع الذي يدور بين الأحزاب عن طريق فرض بعض المجادلات أو تجنبها؟ إنما تحركه نزعة مشكلة البروز في بنية العرض السياسي التي تشمل المرشحين والكتل السياسية والترشيحات الموزعة والتحالفات المعلنة أو القابلة للتوقع، ويسعى الناخب العقلاني إلى اختيار وتفضيل المرشح الذي يشاطره أفكارا أكثر قربا، وفي الوقت نفسه آفاق نجاحه أفضل (التصويت المفيد)<sup>(1)</sup> ويمكن أن يفكر الناخب في هذه الحالة بنمط الإنسان الاقتصادي، الذي يبحث عن

(1) - قوي بوحنية، وآخرون: المرجع السابق، ص 35.

زيادة كسبه للحد الأمثل في وضع محدد، وهنا سيراعي مضطرا واحدا من برامج المرشحين، الذي يتوافق ومصالحته الشخصية.

إن نظرية "داونز" حول الناخب العقلاني تبحث عن الناخب المثالي، ولذلك فقد تعرضت للنقد خاصة فيما يتعلق بالمكانة المعطاة للاختيار العقلاني، إذ يصعب تحديد هذا الإختيار في ظل نظام ديمقراطي تعددي يستعمل المرشحون فيه خطب الإغراء، ويدعمون ذلك بلغة ذات مخارج متعددة ليس من البساطة تفسيرها من طرف كل المواطنين، بالإضافة إلى ثورة الإعلام التي تتحكم في كمية ونوعية المعلومات التي تصل إلى الناخب، كما أن الضغوط والإكراهات التي تمارس على الحكام لا تسمح بضمان التطابق بين الوعود الإنتخابية وتنفيذها، من دون أن يعزى بالضرورة هذا التفاوت للخداع وسوء النية، وهنا تعجز نظريات العقلانية عن ضبط دوافع مجموع الناخبين.

ثانيا: إن تشبيه السوق السياسي بالسوق الاقتصادي يعد مغالطة، على أساس أن مفهوم رأس المال السياسي يختلف عن خيارات الإنتاج الاقتصادي، كما أن الطلب السياسي يختلف عن الطلب الاقتصادي.<sup>(1)</sup>

وعليه فإن دراسة نظرية التصويت العقلاني لا تتوافق مع نظرية الإختيار العقلاني، لأن التصويت يكون على أساس مجموعة من الدوافع والأسس والمعطيات، وهذا خلاف ما يوجد في نظرية الإختيار العقلاني التي تفترض تحقيق المكاسب من جراء هذه العملية.

(1) - قوي بوحنية ، وآخرون: المرجع السابق، ص 36.

ب. التصويت اللاعقلاني:

توضح وتكشف التحقيقات والاستطلاعات الانتخابية أن نسبة معينة من المواطنين لا تعلم في بداية الحملة الانتخابية ما إذا كانت ستذهب للتصويت، ولمن ستمنح أصواتها إذا ما قررت الذهاب.

إن هذا التردد في أداء التصويت ينجر عنه في الغالب أداء عفوي وغير عقلاني، لأن التردد يعني عدم وجود دوافع تحفز الناخبين على التصويت، فإذا كان التصويت يعرف على أساس أنه عملية اختيار فإن هذا يعني وجود مجموعة من الأسس يفاضل الناخب بها بين المرشحين، وأن غياب هذه الأسس يعني أن عملية المفاضلة لن تكون، وأن الاختيار سيأخذ الشكل العشوائي.

ولهذا فالتصويت اللاعقلاني هو الذي تغيب فيه عملية المفاضلة بين المرشحين، ولا يخضع لأي أسس أو معطيات أو دوافع أو قناعات، يرمي من خلالها تحقيق غاية محددة، أي غياب الهدف من وراء التصويت .

إن هذا النمط من السلوك الانتخابي يظهر لدى الناخبين الذين يؤمنون بأهمية التصويت كعملية فقط، وفي المجتمعات التي تشيع فيها الأمية. وهناك أسباب عديدة تساهم في تشكل هذا السلوك منها:

- ضعف عملية التنشئة السياسية و فقدان المؤسسات الفعالة للقيام بذلك.
- انتشار التخلف السياسي و غياب عملية التثقيف السياسي.

- تعدد أسباب الاغتراب السياسي.<sup>(1)</sup>

## المطلب الثاني: الإمتناع عن التصويت:

### 1. مفهوم الإمتناع عن التصويت :

الامتناع هو عبارة عن ظاهرة ذات أهمية بالغة، ويفيد هذا المصطلح بالمعنى الضيق قرارا متعمدا بعدم التصويت، غير أنه أصبح يطلق على جميع من لا يقترعون، لاتصافهم بعدم المبالاة وفقدان الاهتمام بالأمر الخارجة عن نطاق الأسرة الضيق أو أنهم يشعرون بالاغتراب في الحياة العامة، أما الذين يتعمدون الامتناع عن التصويت فهم في العادة يعبرون عن آراء أحزابهم التي لا تشارك في الانتخابات.

وقد يبدأ هذا الامتناع انطلاقا من عدم التسجيل في القوائم الانتخابية، كأولى الأشكال التي يظهر فيها، كما يمكن أن يكون عن طريق عدم الذهاب إلى الانتخاب، وفي مستوى ثالث يظهر في إفساد ورقة التصويت، أو ترك الظرف فارغا، وكل هذه المظاهر تعد أشكالاً للإمتناع عن التصويت

والجدير بالذكر أن الامتناع عن التصويت *abstention* L في الأدبيات السياسية هو عدم مشاركة المواطن - الذي يمتلك حق الانتخاب - في الاستشارة، على أن هذا التعريف العام يجب أن يحدد بدقة حسب نظام الانتخاب المعمول به.<sup>(2)</sup>

(<sup>1</sup>) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص ص 80، 81.

(<sup>2</sup>) - قوي بوحنية، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 39.

في الجزائر قانونيا يعتبر ممتنعا عن التصويت كل مواطن مسجل في القوائم الانتخابية، و لم يذهب إلى الانتخاب يوم الاقتراع، و هذا التعريف يقصي المواطنين الذين لم يسجلوا أنفسهم في القوائم الانتخابية، رغم إجبارية التسجيل قانونيا بموجب المادة الثامنة ( 08 ) من الأمر 97/07 و المتضمن قانون الانتخابات.<sup>(1)</sup>

ويمكن تقسيم مظاهر الامتناع عن التصويت حسب بعض المفكرين إلى شقين :

الشق الأول: هو إحجام المواطن الناخب عن التوجه إلى الانتخاب للإدلاء برأيه، و يمكن وصف هذا الشكل بالامتناع الاختياري دون عذر يبرره.

أما الشق الثاني: فهو تعمد الناخب بعد توجهه إلى مكاتب الانتخاب ترك ظرفه فارغا (التصويت الأبيض)، أو تعمده إفساد ورقة الانتخاب، بارتكاب أحد الأعمال التي تبطل الاعتراف بالصوت الانتخابي.

إن هذا التقسيم في الواقع لا يعبر عن الامتناع الانتخابي بالشكل الكلي، و إنما يقتصر على آخر المظاهر التي يأخذها هذا السلوك وهذا تضيق وتقزيم وحصر للظاهرة، التي قد تكشف لنا عن أزمات عديدة: أزمة الثقة - الشرعية - الرضا على أداء النظام السياسي - الثقافة السياسية في المجتمع - التغيير السياسي.

و على هذا يمكن حصر مظاهر الامتناع عن التصويت في الأفعال التالية:

1 - عدم التسجيل في القوائم الانتخابية.

(1) - سمير بارة: مرجع سبق ذكره، ص 82.



2 - إجماع بعض المسجلين عن الذهاب إلى الانتخاب للإدلاء بأصواتهم.

3 - ترك الناخب لظرفه فارغا ( التصويت الأبيض ).

4 - تعمد الناخب إفساد الورقة الانتخابية.

و للتمعن أكثر في هذه المظاهر ودراستها و تحليلها، وكما أوضحنا سالفاً أن أساس التقسيم و التمييز بين أنواع السلوك الانتخابي هو معيار العقلانية في أداءه.

## 2. أنواع الإمتناع عن التصويت:

### 1.2. الإمتناع العقلاني:

وهو الذي يصدر عن المهتمين بالسياسة والمطلعين عليها والمتابعين لأخبارها، لأن امتناعهم هنا يعد تعبيراً سياسياً مقصوداً ذو أهداف محددة، لأنه قائم على مجموعة من الأسس والمعطيات والشروط، وقد أصبحت هذه الظاهرة عالمية على اعتبار أن جل دول العالم لم تسلم من هذا المرض الانتخابي، بما فيها الدول ذات التقاليد الديمقراطية العريقة، والأكثر نضجاً في الممارسة السياسية الانتخابية.<sup>(1)</sup>

ويفرق فيليب برو بين عدم التسجيل في القوائم الانتخابية و الإمتناع الإنتخابي ، فالظاهرة الأولى

حسب فيليب برو تعتبر أحد أشكال اللامبالاة المدنية، والرفض الصريح للمشاركة السياسية.

أما ظاهرة الإمتناع الإنتخابي فلها صيغتين تميزها عن الأولى هي صيغة الإمتناع الموحى باندماج

(1) - قوي بوحنية ، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 40.

إجتماعي ضعيف، والصيغة الأخرى تتعلق بالعكس بأناس مهتمين بالسياسة، ويعد إمتناعهم تعبيراً عن رفض الإختيار ضمن شروط العرض الإنتخابي، كما يبدو لهم.<sup>(1)</sup>

ويأخذ الإمتناع العقلاني الأوجه التالية:

**الوجه الأول:** يمتنع هؤلاء الممتنعين على أساس إحساسهم أو علمهم بعدم نزاهة العملية الإنتخابية، فالمواطنون المثقفون ذوي المعرفة السياسية بطبيعة العملية السياسية الإنتخابية، وما قد يشوبها من تدخل حكومي من جهة، وظاهرة الترهل الحزبي من جهة أخرى، فكلما تواجدت هذه المظاهر كلما زاد إقتناع المهتمين بعدم جدوى مشاركتهم.

**الوجه الثاني:** وهو نفسه الذي وضعه "فليب" حيث ينفي عامل السلبية عن هؤلاء المتعلمين والمثقفين وما امتناعهم عن التصويت إلا تعبير عن موقف سياسي رافض للممارسة الإنتخابية بصورتها المعروضة، أي عدم الإقتناع بالبدائل التي تتيحها، وفي كلا الوجهين هم يشاركون من خلال امتناعه عن التصويت.

**الوجه الثالث:** يتعلق بمن امتنع عن التصويت لأسباب قاصرة كالمرض، السفر، العمل... إلخ، لكن في قراراتهم مقتنعون بالمشاركة.<sup>(2)</sup>

## 2.2. الإمتناع اللاعقلاني:

هو الإمتناع عن المشاركة الإنتخابية من دون أن يكون له أسباب واضحة ومعينة، والتي تظهر في ابتعاد المواطن عن الممارسة السياسية ككل، بدءاً بالمستوى الأول للمشاركة

(<sup>1</sup>) - فيليب برو: مرجع سبق ذكره، ص ص 329، 330.

(<sup>2</sup>) - عبد المؤمن مجذوب، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص ص 13، 14.

السياسية وهو التصويت في الإنتخابات، ويأخذ امتناعه شكل عدم التسجيل في القوائم الإنتخابية نهائياً، ويكون ذلك نتيجة العديد من العوامل، وهو عبارة عن حالة من اللامبالاة بالسياسة عموماً والإنتخابات خصوصاً إذ يعرف المواطن اللامبالي بأنه ذلك المواطن الذي لا تربطه أية علاقة عقلية أو عاطفية بالسياسة أو الذي يتحاشى الإنغماس في العمل السياسي برمته، بسبب فقدانه اتجاه يناصره، أو عجزه عن الحركية أو الفعالية، وضعف وعيه السياسي أو نتيجة للتخلف السياسي، أو لظروفه الإجتماعية والإقتصادية أو بحكم القوانين الإنتخابية.

إن اللامبالاة في معناها العام هي حالة نفسية تتميز بعدم القدرة على الاستجابة أو الاكتراث وجدانياً، فلا يهتم الشخص بما يقع حوله من أحداث، ولا يستجيب لها على أي نحو كان، أو هي عدم اكتراث كثير من السكان لما يحدث في مجتمعهم، وتقاعسهم عن المشاركة في المشروعات العامة التي تتوخى النهوض بالمجتمع، أو هي كما تعرف عدم الاهتمام بالأفراد والمواقف أو الأحداث بصفة عامة أو خاصة، وعدم الاكتراث بكل ما يجري في المجتمع بأسره أو في بعض قطاعاته.

وعلى العموم يتصف المواطن اللامبالي بمجموعة من الصفات تميزه وتحدد ردود

أفعاله أو استجابته إزاء ما يجري في المجتمع من حوله، ويمكن إجمالها فيما يلي:

- انعدام قدرة المواطن على الاعتراف بمسؤوليته الشخصية.

- غموض ما يستشعره من قلق وعدم الاستقرار والتهديد.

- عجز المواطن من الإفصاح بآرائه.
- امتثاله كليا للسلطة القائمة والقيم السائدة.
- عدم التأثر بالأحداث السياسية ومتغيراتها.
- العزلة السياسية وعدم المشاركة في الحياة السياسية.
- عدم الاهتمام بحقوقه الديمقراطية كحق الإنتخاب.(1)

### 3. أسباب الإمتناع عن التصويت:

#### أ. أسباب الإمتناع العقلاني:

- 1 - نتائج العمل السياسي غير المؤكدة في الغالب، وكذا الفجوة بين القول و الفعل في المجتمع.
- 2 - المناخ السياسي العام: والذي يرتبط بفعالية التنظيمات والمؤسسات السياسية القائمة في المجتمع ومدى تمثيلها لفئاته.
- 3 - المنظومة القانونية الإنتخابية ومدى وضوحها و شفافيته و مرونتها.
- 4 - عدم الرضا على النسق السياسي برمته: إذ أن عدم الرضا لدى المواطنين على السياسات العامة يعتبر من الأسباب المؤدية إلى زيادة الامتناع عن التصويت.
- 5 - جدول الاختيارات: والمقصود بذلك قلة البدائل المعروضة والمرشحين، وبالتالي محدودية الاختيار الأمر الذي يدفع بهم إلى الامتناع عن التصويت.

(1) - عبد المؤمن مجذوب ، وآخرون: المرجع السابق، ص 14.

9 - عدم توافق مطالب الناخبين مع البدائل المطروحة في العرض السياسي، و عدم تلبية برامج المرشحين لطموحاتهم.

10 - صعوبات التسجيل في القوائم الانتخابية، و تعقيد عملية التصويت، بالإضافة إلى

وجود أسباب أخرى مؤقتة وأنية لا يمكن تجاهلها وهي: توافق فترة التصويت مع ساعات

العمل وعدم وجود أماكن مناسبة للإدلاء بالصوت - تصويت محل الإقامة - المرض

المفاجئ - تعدد المسؤوليات - الواجبات العائلية.<sup>(1)</sup>

ب. أسباب الإمتناع اللاعقلاني:

1. قد يشعر الفرد أن إشتراكه في السياسة فيه تهديد لحياته الخاصة في غياب سيادة القانون.

2. قد يرى البعض أن المشاركة في العمل السياسي تؤثر على علاقته بالأصدقاء والجيران،

وقد يؤثر ذلك على وضعه الإجتماعي ومكانته.

3. قد يرى البعض أن المشاركة في السياسة قد تهدد مركزه المهني، لأن إنتمائه لمرشح

معين قد يدفع الآخرين إلى محاولة إلحاق الضرر به.

4. قد يرى البعض أن نتائج العمل السياسي غير مؤكدة وغير مفيدة.

5. غياب الإعلام السياسي الذي يقوم بالتنشئة السياسية السائدة في المجتمع.

6. المناخ السياسي العام، ويرتبط هذا بالمؤسسات السياسية القائمة في المجتمع، وبال دستور

وطبيعة النظام.<sup>(2)</sup>

(<sup>1</sup>) - قوي بوحنية ، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 44.

(<sup>2</sup>) - السيد عبد الحليم الزيات: مرجع سبق ذكره، ص ص 161، 162.

## 4. آليات علاج الإمتناع عن التصويت:

1 - تبسيط و تسهيل إجراءات التسجيل في القوائم الإنتخابية، وتقليل تكاليف المشاركة وتسهيل إجراءات التصويت، بخلق أساليب جديدة للتصويت كالاقتراع الالكتروني أو بالمراسلة وإمكانية الحصول على بطاقة انتخابية في نفس يوم الإنتخاب، والتخفيف من إجراءات الوكالة الإنتخابية. 2 - نشر الوعي السياسي بين المواطنين من خلال الاهتمام بالتنشئة السياسية والثقافة السياسية، وهذا عن طريق الدعاية المكثفة لإبراز القيمة المعنوية والرمزية لعملية التصويت، على أساس أنه حق وواجب ومسؤولية، وأحد السبل المؤدية إلى توطين العملية الديمقراطية، وأنه شكل من أشكال الوفاء للانتماء للوطن .

3 - بث روح الثقة في المجتمع: إن أهم سبب للإمتناع عن التصويت هو عدم توفر الثقة لدى المواطنين في العملية الديمقراطية ككل، إذ بتوفرها لديهم لن يترددوا عن ممارسة حقهم الإنتخابي.

4 - إن إحساس المواطن ( الناخب ) بأن الإنتخاب وسيلة فعالة لتحقيق الحرية والمساواة، والتوزيع العادل للثروة، وأحد أهم الأهداف السياسية للديمقراطية، فإن توجهه نحو صناديق الاقتراع سيكون مكثفا. (1)

(1) - قوي بوحنية ، وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 46.

## الفصل الثاني: الإعلام السياسي عبر القنوات الفضائية التلفزيونية

### المبحث الأول: الإطار النظري للإعلام السياسي

#### المطلب الأول : النظريات المفسرة للعلاقة بين الإعلام والسياسة

##### 1. مفهوم الإعلام السياسي:

طالما أن الإعلام هو أحد العلوم الإجتماعية والإنسانية والذي يعني مهمة توصيل رسالة ذات مضمون يهدف على تحقيق التأثير في سلوك الآخرين من أجل بلوغ غايات وأهداف منشودة للدولة أو إحدى مؤسساتها. ومن هنا فإن الإعلام السياسي هو أحد أنواع الإعلام الذي يهدف بشكل خاص إلى توصيل رسالة إعلامية من الدولة أو مؤسساتها بهدف تحقيق التأثير في الجماهير لتحقيق أغراض تخدم السياسة العامة للدولة أو توجهاتها في المجال السياسي كالإنتخابات.

"إذن فالإعلام السياسي هو جملة إخبارية منظمة هادفة تطلقها الدولة (المرسل) إلى الجمهور (المستقبل) لتنفيذ التأثير في نفوسهم لتحقيق أهداف تتعلق بسياسة الدولة تجاه موقف محدد أو معين".<sup>(1)</sup>

##### 2. أهمية وسائل الإعلام في الحياة السياسية:

لقد أثبتت الدراسات العلمية الحديثة في مجال الإعلام السياسي أن لوسائل الإعلام قوة مستقلة

(<sup>1</sup>) - محمد سمرة محمد عبد: الإعلام السياسي، عمان: دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 19، 20.

في المجتمع وأنها تلعب أدواراً سياسية من خلال ما تقدمه من رسائل إعلامية، كما أنها تلعب دوراً مؤثراً في عملية صنع القرار السياسي، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها:

- الحجم الكبير من المتلقين، سواء من المواطنين العاديين أو من أعضاء النخب يتعرضون لما تقدمه من مواد ورسائل إعلامية.

- ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.

- سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب المتلقين وزيادة أعدادهم من خلال أشكال متنوعة للفنون الإعلامية، التي قد يبدو بعضها بدون مضمون سياسي، وإن كان لا يخلو من دلالات سياسية.

- الكم الهائل من الرسائل الإعلامية الذي تبثه وسائل الإعلام يومياً يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمه من وسائل الإعلام.<sup>(1)</sup>

### 3. العلاقة بين الإعلام والسياسة:

يعتقد البعض أن العلاقة بين الإعلام والسياسة علاقة راهنة، فالإعلام يعني الإخبار وتقديم المعلومات وترجمة عاداتنا في خطب تثير أكبر قدر ممكن من الضوضاء، وعملية تتصف بطابع التضخيم والعلانية. أما السياسة فتثير في ذهن التحركات السرية المعقدة التي تبدأ

(1) - مجد هاشم الهاشمي: مرجع سبق ذكره، ص 73.



وتنتهي في الخفاء بين الكواليس بعيداً عن أعين الجماهير لا يدري بها أحد يغلفها التكتم ويحيط بها الصمت، هي قضية النظام الحاكم وليس الشعب.

إن العالم المعاصر لم يعد يقبل أن ينظر إلى السياسة على أنها أمور تبتعد عن إهتمامات الشعب، ومطالب الجماهير، إذ غيرت الابتكارات في مجال تكنولوجيا الإتصالات، طبيعة وسائل الإعلام العالمية وأدت إلى إنتشار المعلومات، ومنذ ظهور التلفزيون أتيحت الفرصة حتى لمن يعيشون في مناطق نائية للوصول المباشر للصوت والصورة.<sup>(1)</sup>

ولقد تمكن الباحثون والدارسون في تحديد الطرق المختلفة التي تترك وسائل الإعلام آثارها على الرأي العام وهذه الطرق هي:

تمكين الناس من الإحاطة بما يجري في العالم (اسلوب التعلم)، وتحديد القضايا والأحداث السياسية الهامة أو مشاكل الساعة (اسلوب ترتيب الأحداث)، أو لعب دور تأثيري في تحديد من من السياسيين ينبغي لومه أو مكافأته بشأن المواضيع والأحداث التي توردها الأخبار (تحديد المسؤولية)؟، واخيراً هناك أسلوب التأثير على الخيارات والميول السياسية للناس (الإقناع).

تعمل هذه الفئات الأربع من التأثيرات ضمن إطار أشبه ما يكون بالسلسلة، إذ تمثل عملية بث المعلومات التأثير الول لوسائل الإتصال، وبدورها تؤدي عملية زيادة الإحاطة إلى حدوث

(<sup>1</sup>) - الهاشمي مجد هاشم: المرجع السابق، ص 61.

تغييرات في بروز حدث أو قضية معينة، فمثلاً لو كانت البلاد تعاني من حالة الركود، سيدرك الناس عبر متابعتهم للتلفاز بأن ألقافاً من المواطنين أضحوا عاطلين عن العمل، وهو ما من شأنه أن يزيد إهتمام المواطنين بالوضع الإقتصادي. وإذا تحول إهتمام المواطنين إلى قضية أو حدث ما، فإنهم سيبادرون إلى محاولة تكوين فهم خاص بهم حول هذه القضايا عبر (تحديد المسؤولية) فهم سيطلبون بإيضاحات عديدة: ما الذي دفع الإقتصاد الوطني إلى هذا

الوضع السيء؟ ومن هي الجهة أو ما هي الوسيلة القادرة على تصحيح الأوضاع؟

أما الأسلوب الذي تتبعه وسائل الإعلام من التلفزيون والنشرات الإخبارية في المواضيع السياسية في إطار معين يمكن أن تقود المشاهدين إلى النظر إلى المسؤولية عما يجري بطرق مختلفة، ويمكن أخيراً للأخبار أن تقنع الأفراد بتغيير سلوكياتهم وخياراتهم السياسية. فلو قام التلفزيون بتعريض المواطنين إلى أخبار إقتصادية ولمدة طويلة، ستبرز البطالة كأهم قضية في نظرهم، وستقع مسؤولية ما آل إليه الوضع الإقتصادي على عاتق أولئك المتقلدين المناصب، والذين سيفقدون شعبيتهم وسيتحول الناخبون لمصلحة منافسيهم.<sup>(1)</sup>

#### 4. المداخل النظرية لدراسة الإعلام السياسي:

##### أولاً: المداخل النظرية

تعددت المداخل النظرية لدراسة الإعلام السياسي تأثراً بعاملين أساسيين:

(1) - مجد هاشم الهاشمي: المرجع السابق، ص ص 62، 63.

- تعقد الظاهرة السياسية وارتباطها القوي بالعديد من الأنشطة والظواهر الأخرى في المجتمع.

- إختلاف المنظور البحثي للظاهرة السياسية بين الباحثين، حيث تركت الخلفيات العلمية تأثيراتها الكيفية التي نظر بها الباحثون إلى الظاهرة السياسية بوجه عام، والإتصال السياسي بوجه خاص.

ويمكن تمييز أربعة مداخل نظرية حديثة في دراسة الإتصال السياسي هي:

#### أ. مدخل العملية:

وهو مدخل يركز على فكرة التغيير الدائم في السلوك الإتصالي السياسي، باعتباره جزءاً من عملية دائمة التغيير، ويصعب تحديد بدايتها أو نهايتها أو تتبع جزئياتها المختلفة. وتسيطر على هذا المدخل خمسة مفاهيم أساسية تمثل التراث التقليدي لأصحاب هذا الإتجاه. المفهوم الأول هو أن التاريخ يعيد نفسه في تكرارات محددة، والثاني أن التاريخ والتغيير السياسي لا يتمان فب دوائر منتظمة عبر الزمن، وإنما يتمان عبر دوائر متعاقبة، وهو ما يعني أن التاريخي لا يعيد نفسه تماماً، والتغيرات السياسية ليست متطابقة عبر الزمن، والثالث مفهوم تطوري لحركة التاريخ يرى أن العملية السياسية تؤدي إلى تغييرات نحو الأفضل عبر المراحل التاريخية.

والمفهوم الرابع مفهوم مناقض للمفهوم السابق، يرى أنه لا يمكن ملاحظة العمليات السياسية الرئيسية والتعرف عليها، ولكن ليس في إطار نموذج تاريخي تطوري. أما المفهوم الخامس وهو الأقل إنتشاراً في دراسات هذا المدخل، فيرى أن العملية السياسية عملية عشوائية لا تنتظم في نموذج ولا تتبع التطور.<sup>(1)</sup>

#### ب. مدخل الإستخدامات والإشباعات:

وينتمي هذا المدخل إلى النظرية الوظيفية في علم الإجتماع، التي تطورت في القرن التاسع عشر في فرنسا في مواجهة نظريات المنفعة الإقتصادية.

ويولي هذا المدخل أهمية خاصة للوظائف التي يؤديها الإعلام السياسي (الإتصال السياسي) بالنسبة للجمهور المشارك في عملية الإتصال السياسي في ضوء ما لديه من دوافع أو توقعات أو إشباعات، وترتكز إستخدامات هذا المدخل في دراسة الإعلام السياسي في مجالين:

- الكيفية التي يدرك بها الافراد الموضوعات والقضايا التي تعرضها الوسائل على أنها قضايا وموضوعات سياسية.

(1) - سعد بن سعود: « الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي: دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي »، رسالة دكتوراه في الإعلام غير منشورة، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، كلية الدعوة والإعلام، 2006، ص 42.

- الإهتمام بتحليل التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام وعلاقتها بالسلوك السياسي في المجتمع.

### ج. مدخل نشر المعلومات:

وهو مدخل يعنى بالكيفية التي تنساب فيها المعلومات السياسية عبر قنوات في المجتمع وقد إهتم

أصحاب هذا المدخل بالإجابة على التساؤلات، أبرزها:

- هل يؤدي إنتشار الرسائل إلى تأثيرات في السلوك الإنساني؟
- ما النتائج والآثار الناتجة عن أنماط إنتشار المعلومات السياسية؟
- هل يمكن تطبيق نموذج إنتشار المعلومات على كل المعلومات السياسية؟

### د. المدخل البنائي الوظيفي:

ويعد هذا المدخل من المداخل الحديثة في دراسة الإتصال السياسي ويفتح مجالاً لمزيد من الفهم للأسئلة البحثية المسيطرة على دراسات الإعلام السياسي ومن أهمها كيف يفهم الأفراد الرسائل السياسية وفي هذا المجال مثل: تأثير الإتجاهات السياسية على السلوك والوسائل

التي يمكن بها لخصائص الرسائل السياسية أن تؤثر على فهم الأفراد للأحداث السياسية والشخصيات السياسية.<sup>(1)</sup>

ثانياً: النظريات المفسرة للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة

### 1. نظريات لانغ:

ترجع هذه النظريات إلى "كورت لانغ" و "غلايس لانغ" اللذين يقولان بوجود ارتباط بين انتشار شبكات الأخبار وتوسع مشاعر الإنقطاع عن العملية السياسية، ذلك بأن طريقة تغطية الأخبار التلفزيونية للأحداث يمكن أن تؤثر في التوجهات الأساسية للناخبين اتجاه المؤسسات العامة. وهما يريان أن تلك التغطية تزيد من حدة العناصر المتضاربة للعملية السياسية التي تغذي بدورها سخرية الأفراد منها على نحو عام.

وفي الإتجاه نفسه، يؤكد "ميشال روبنسون" أن وسائل الإعلام، من قبيل التلفزة والجرائد، كمصدر للمعلومات السياسية تتسبب في العزوف السياسي، وذلك بفعل العوامل التالية:

- الحجم الكبير وغير المتجانس لمشاهدي الأخبار التلفزيونية.<sup>(2)</sup>
- التصورات العامة لشبكات الأخبار.
- الطابع التفسيري لتغطية الأخبار التي يقدمها التلفزيون.

(1) - سعد بن سعود: المرجع السابق، ص 43.

(1) - الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، وآخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2013، ص 31.

- تركيز التقارير الإخبارية على العناصر السابفة.

- تركيز شبكات الأخبار على المواضيع المرتبطة بالصراعات والعنف.

وقد ترسخ هذا الإتجاه النظري حول وسائل الإعلام في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات، واتخذ منحى خاصاً في السياق السياسي لأمریکا الشمالية: فأخبار التلفزة في الولايات المتحدة تقدم الحياة السياسية بطريقة أكثر سلبية من تلك التي تتضمنها الجرائد، ولهذا يمكن القول أن

العزوف السياسي يزداد بازدياد الأخبار السيئة في قصص السياسيين والمؤسسات السياسية.

وتتعين الإشارة إلى أن هذه النظرية تعرضت لانتقادات تتأسس على التأثير الكبير الذي يمارسه الإعلام على مختلف مناحي الحياة، انتقادات أدت إلى ظهور نظريات أخرى في مجال التأثير السياسي للإعلام، ومن بينها نظريات التعبئة السياسية التي سنتطرق إليها في الفقرة الموالية.

## 2. نظرية التعبئة السياسية:

على إختلاف الإتجاهات السابقة، تشدد النظريات على التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام في المحافظة على المشاركة الديمقراطية وتشجيعها. وبصفة، يرى أنصارها ضرورة التفرقة بين الآثار السلبية والآثار الإيجابية لمختلف وسائل الإعلام للرسائل والمشاهدين.

فعلى سبيل المثال تذهب بييا نوريس (p. Norris) إلى أن المستهلكين المنتظمين لأخبار التلفزة وبغض النظر عن مدى التغطية التي تقدمها تلك الرسائل، هم أكثر ميلاً إلى الإهتمام

والإطلاع والإنخراط في الحياة السياسية. وعلى العكس من ذلك، يعد المواطنون الذين يتعرضون لمحتويات الإثارة التي تتضمنها وسائل الإعلام أكثر ميلاً إلى إكتساب سلوكيات العزوف والسخرية من الأحداث السياسية.

### المطلب الثاني: دور الإعلام السياسي في تشكيل الرأي العام

#### 1. تعريف الرأي العام:

عرف "جون ستيوارت ميل" الرأي العام بأنه " ما يريده المجتمع أو الجزء السائد" وعرفه "كلوريدج كنج" بأنه " الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات إعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية" و اضاف "وليم البيج" ضرورة أن تكون المسألة ذات أهمية للجماعة كما أضاف التأكيد على ضرورة وسائل الإعلام حيث عرف الرأي على أنه تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معاً ومناقشتهم بشأن مسائل أو مشكلات موضع إهتمامهم وعادة ما تلعب وسائل الإعلام دوراً في هذا التفاعل.<sup>(1)</sup>

#### 2. أنواع الرأي العام:

- الرأي العام الاستاتيكي: أي المستقر أو غير المتحرك. ويتواجد هذا النوع من الرأي العام في المجتمعات والإقتصاديات الزراعية المختلفة أو شبه المختلفة. وهو يتلائم مع نظم الحكم

(1)- صبحي عسيلة: « الرأي العام »، مجلة مفاهيم الأسس العلمية لمعرفة، العدد: 23، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، مصر: 2006، ص 12.



المطلقة. ويستمد قوته من التقاليد والعادات والقيم والمبادئ المستقرة المصطلح عليه. ويجب ملاحظة أن وصف الرأي العام بأنه استاتيكي لا يعني أنه جامد تماماً بقدر ما يعني أنه مستقر إلى حد بعيد.

- الرأي العام الديناميكي: أي الذي ينشأ عن الرغبة في التغيير، ومن ثم فإنه يستمد قوته من إيمانه على الحيوية والتعقل والتمحيص أكثر من إيمانه على العادات والتقاليد والقيم المستقرة، يتلائم هذا الطراز من الرأي العام مع المجتمعات والإقتصاديات الصناعية المتقدمة.<sup>(1)</sup>

### 3. وسائل الإعلام ودورها في تشكيل الرأي العام:

تؤدي وسائل الإعلام دور بالغ الأهمية في تكوين وتشكيل الرأي العام، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول آراء وأفكار واتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافياً، أو غير متجانسة ديموغرافياً.

وأدت التطورات التكنولوجية الهائلة في وسائل الإعلام الجماهيرية، على إيجاد وتكوين الصورة الذهنية التي تخدم أغراض القائمين بالاتصال، وتعمل على نشر الإتجاهات والآراء التي يرغبها الإعلاميون محلياً ووطنياً ودولياً. ولا شك أن تعاظم الدور الإخباري لوسائل الإعلام وتزايد معدلات إستهلاك الأخبار لدى الجمهور أصبح ظاهرة واضحة، فالمجتمعات

(1) - صبحي عسيلة: المرجع السابق، ص 26

أصبحت مجرد بيئة رمزية لوسائل الإعلام. هذا ولا يحتمل أن يقوم رأي عام دون حملات الإعلام التي يكون لها فاعليتها وتأثيرها الواضح والشامل، فالرأي العام بحكم طبيعته ومراحل تكوينه يستلزم إثارة الجماهير وتنبيهها، وعادة ما تكون الأزمات أو الأحداث البارزة بمثابة المثير أو المنبه، وذلك من خلال الدور الفعال لوسائل الإعلام.

#### 4. الإعلام السياسي في الجزائر

لا خلاف بأن الإعلام السياسي هو الإخبار بأي مضمون له بعد سياسي أو تناول سياسي، وذلك إنطلاقاً من الدلالة اللغوية لكلمة "إعلام" والتي تعني حرفياً إخبار، أي الإخبار بشيء، "فالإعلام السياسي هو وسيلة سياسية من وسائل تحقيق التحول الفكري الإجتماعي المنشود، من خلال زيادة وعي المواطنين ليصبحوا قادرين بالفعل على المشاركة الجادة في صنع القرار السياسي، فالإعلام السياسي ضرورة لخلق الشخصية الإيجابية المتحركة على صعيد المجتمع.

وإذا ما اردنا التحدث عن واقع الإعلام السياسي في الجزائر فإننا نتكلم أولاً عن بناء

المؤسسات الضرورية لذلك، فقبل سنة 1962 كانت الجزائر تناضل لطرده المستعمر

الفرنسي، وبعد الإستقلال برزت تلك الصراعات والحزابات السياسية التي أضمرتها حرب

التحرير الوطني على مسرح المجال السياسي، وهذا الصراع والإختلاف بين السياسيين للاستحواذ على السلطة خلق رجالاً تختلف وجهات نظرهم إلى السياسة إختلافاً ذا مغزى.<sup>(1)</sup> ورغم تسجيل العديد من الأحداث المهمة والتاريخية طوال فترة الستينات، السبعينات والثمانينات، فإن الحدث البارز هو التعددية السياسية والإعلامية التي عرفتها الجزائر منذ بداية التسعينات، والذي أفرز ظهور العديد من التيارات السياسية ومعها وسائل الإعلام، وكانت الغلبة لوسائل الإعلام الفرنسية التي تلقت دعماً معتبراً. ومنه سننظر إلى الإعلام السياسي في الجزائر من خلال التلفزيون كونه أحد متغيرات دراستنا.

#### 4.1. التلفزيون:

يطلق على التلفزيون "الإعلام الثقيل" ونظراً لثقله، احتكرت السلطة قطاع السمعي البصري في الجزائر ولم تفتحه أمام الخواص. وينظر إلى هذا القطاع بحساسية مفرطة في بعض الأحيان نظراً للسمات والخصائص التي يتحلى بها من جهة، والخوف من انفلات الأمور وتعقدها وإستغلالها من طرف جهات معينة في حالة فسح المجال أمام الخواص من جهة أخرى. وظل موضوع الإفتتاح الإعلامي

(<sup>1</sup>) - عبد العالي دبله: الدولة الجزائرية الحديثة: الإقتصاد والمجتمع والسياسة، ط 1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 38.

في مجال السمعى البصرى مطروحاً بحدّة إلى غاية الساعة. ولا بد من الإشارة هنا على أن الكثير من دول العالم وحتى التي تدعى أنها من أرقى الديمقراطيات في العالم مازالت تهتم بهذا القطاع؟، لكنها تجاوزت إلى حد كبير الإشكالات المطروحة على مستوى الجزائر. نجد على سبيل المثال فرنسا، أين نجد المجلس الأعلى للسمعى البصرى يحدد الوقت المخصص للسياسيين في التلفزيون، حيث يعمل على تخصيص الثلث للحكومة، والثلث للأغلبية، والثلث الأخير للمعارضة. وفي المقابل نجد المادة رقم 09 من قانون الإعلام الجزائرى (1990) تنص على أن " الحكومة تبرمج وتبث أو تنشر في أي وقت التصريحات والبيانات المكتوبة والمنطوقة أو المتلفزة التي تراها ضرورية على أن يعلن على أنها صادرة عن الحكومة ".

ويتضح من هذه المادة أن الوقت المخصص للحكومة غير محدد فضلاً عن منحها الحق في نشر كل ما تراه ضروري أي الحرية الكاملة في نشر ما ترغب فيه وهو ما يعني منحها إمكانية ترسيخ ما هو موجود دون إعطاء الحق أو الفرصة لأي طرف آخر في التغيير أو على الأقل طرح أفكاره والإقناع بها.

ويتضح مما سبق أن الإعلام السياسى على مستوى التلفزيون غير عادل إلى حد كبير، فضلاً عن كونه جد متاخر عما وصلت إليه الدول المتقدمة وحتى بعض دول في العالم الثالث وذلك نظراً لعدم مواكبة قانون الإعلام الجزائرى المتغيرات الوطنية والدولية، فالعالم

اليوم وخصوصاً على مستوى الإتصالات يتغير في كل لحظة، فيما لم يتغير قانون الإعلام الجزائري منذ سنوات عدة.<sup>(1)</sup>

## 5. الرأي العام والإعلام السياسي في الجزائر:

من المعروف أن الراي العام يتشكل من خلال القضايا الهامة والرئيسية المطروحة للنقاش عبر وسائل الإعلام،<sup>(2)</sup> وإذا ما تكلمنا عن الإعلام السياسي في الجزائر فإنه موجود ولكن بشكل علمي أو على الأقل بشكل واضح المعالم، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها قلة تنوع المعلومات السياسية التي تصب غالباً في إتجاه واحد، غياب وسائل إعلام متخصصة في السياسة بإمكانها إجراء تحليلات، ومن ثم خلق وعي سياسي لدى الافراد اتجاه مختلف القضايا.

ولا يقتصر السبب بطبيعة الحال على الجانب الإعلامي فقط، ولكن هناك جملة من التأثيرات والمعطيات الأخرى كالنظام السياسي، الإجتماعي، الإقتصادي، والثقافي السائد، فكله تمزج لتخلق هذا الواقع الجزائري.

وينبغي التاكيد على أن المستوى التعليمي والثقافي له دور ايضاً في محدودية الإعلام والإتصال السياسي وأفاقه الضيقة في الجزائر وهو ما أفرز بالتالي غياب وتغييب العنصر

(1) - فضيل دليو، وآخرون: الإتصال السياسي في الجزائر، الجزائر: مخر علم إجتماع الإتصال للبحث والترجمة، ص ص 153،154.

(2) - فضيل دليو، وآخرون: المرجع نفسه، ص 161.

والحلقة الأساسية في السياسة وهو الجمهور أو المواطن الجزائري لدرجة جعلت الأغلبية من المواطنين لا يعرفون الأحزاب السياسية الموجودة، ولا اتجاهاتها. وكخلاصة ظهر ما يسمى بالعزوف عن المشاركة السياسية وولد الخوف من مقاطعة الانتخابات، فالكثير من الجزائريين وصلوا لمرحلة التشبع والتخلي عن ما يمكن إعتباره واجبات سياسية تجاه المواطن وهو ما ولدته السياسات المتبعة من طرف الأحزاب والمنتخبين على وجه الخصوص، الذين يتساقبون لتحقيق مآرب ومصالح خاصة.

إن الإعلام السياسي في الجزائر إنطلاقاً مما سبق بحاجة في تقديرنا إلى إعادة تهيئة ووقفة تقييمية لمعرفة الأخطاء والسلبيات والعمل على تداركها وكذا تلمين الإيجابيات والعمل على تطويرها بما يخدم المصلحة الوطنية، فإهمال هذا الجانب سيكون له من دون شك انعكاسات اشد خطورة مستقبلاً ينبغي تفاديها منذ الساعة.<sup>(1)</sup>

ويضع الأستاذ "نصر الدين بوزيان" مجموعة من الإستراتيجيات لتطوير الإعلام

السياسي بالجزائر نذكر منها:

- إعادة النظر في خارطة السياسة للجزائر من خلال التركيبة الحزبية، فالكثير من مناصلي الأحزاب الجزائرية غائبون عن الساحة السياسية إلى في مواعيد محددة.
- العمل على خلق منافسة بين الأحزاب عوضاً عن إنصهارها في حزب واحد.

(1) - فضيل دليو، وآخرون: المرجع السابق، ص ص 158، 159.

- خلق ثقافة إتصالية وسياسية لدى الفرد الجزائري، والعمل على توعيته ليجيد التعامل مع المعطيات والمعلومات التي يحصل عليها. فمن غير المقبول إستغلال الفرد من طرف وسائل الإعلام الوطنية او الأجنبية.
- وضع قانون جديد للإعلام فقانون الإعلام الجزائري لا يتماشى مع التغيرات العالمية التي حصلت في هذا المجال.
- تطوير مجال الإتصالات فالإعلام السياسي يهتم بشكل كبير بالوسائل المعاصرة للإتصال.<sup>(1)</sup>

---

(<sup>1</sup>) - فضيل دليو، وآخرون: المرجع نفسه، ص ص 165، 166.

## المبحث الثاني : التلفزيون والسلوك الانتخابي

المطلب الأول : التلفزيون ودوره في التنشئة السياسية

أولاً: التلفزيون

### 1.تعريف التلفزيون:

لغويًا: مكون من مقطعين télé ومعناه عن بعد و vision ومعناه الرؤية ومعناه الرؤية عن

بعد. (1)

إصطلاحاً:

جاء في معجم المصطلحات الإعلامية أن التلفزيون " وسيلة من وسائل الإتصال تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد، ومن ثمة فقد جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة وخواص الرسائل المرئية، ويعمل التلفزيون على أساس تحويل الصورة والأشكال إلى أشعة، تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة لتتحول بواسطة الأشعة إلى موجات أثرية تنتشر في الجو، بحيث يصبح بالإمكان إلتقاطها بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الإستقبال التي تحول الموجات الأثرية إلى أشعة من جديد ثم تحول الأشعة إلى صورة"

(1) - سليمان سالم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 24.



وفي حقيقة الأمر فإن هذه الوسيلة شهدت تطوراً سريعاً في الشكل وفي المضمون وهذه التطورات متواصلة بفعل التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.<sup>(1)</sup>

## 2. القنوات الفضائية:

هي لفظة حديثة في الواقع وهي اختصار لقنوات التلفزيون الرقمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية.

"القنوات الفضائية هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموماً بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات"<sup>(2)</sup>

## 3. نشأة التلفزيون في الجزائر:

كانت أول بداية للتلفاز الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الإستعمارية حيث أقيمت محطة محدودة البث، وكانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية. ويعد استحداثها بمثابة اهتمام بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك. كما اقتصر بثها على المدن

(1) - محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور، الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2007، ص 12.

(2) - سليمان سالم عبد النبي: مرجع سبق ذكره، ص 24.

الجزائرية الكبرى، حيث أنشأت محطات بث ضعيفة تقدر بـ 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة والجزائر العاصمة ووهران.<sup>(1)</sup>

#### 4. خصائص التلفزيون:

- ❖ يعتمد على السمع والبصر لذا يؤثر في الناس.
- ❖ هو وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة دون بذل جهد.
- ❖ يعتمد على الحركة المرافقة لعرض الصورة المرافقة أيضاً بالصوت.
- ❖ متوفر في كل البيوت.
- ❖ يختصر الزمان بين حصول الحدث وعرضه للناس.
- ❖ له قدرة على الناس وانتباههم.
- ❖ له القدرة على تركيز إهتمام الناس في أشياء محددة.
- ❖ قدرة التلفزيون على الإنتشار

#### 5. مزايا التلفزيون:

الفرق بين التلفزيون وبعض الوسائل الإعلامية الأخرى:

يقول الدكتور (عبد العزيز النهاري) ضمن مقال إحصائي له في هذا المجال:

(<sup>1</sup>) - جمال محمد عبد الحي: « مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز »، مجلة أمراك، العدد: 7، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا - السعودية، 2012، ص 10.

إن لكل وسيلة إعلامية ميزتها الخاصة بها، و على ذلك وبناء على خصائص التلفزيون نستنتج مايلي:

-إن التلفزيون أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً.

-وأن الإذاعة أكثر الوسائل إنتشاراً.

-وأن الصحيفة أكثر الوسائل الإعلامية توثيقاً.

وتقول صاحبة كتاب " الأسس العلمية لنظريات الإعلام ":

(أغلب الآلات الحديثة كالراديو والتلفزيون اسرع من الصحافة، واقرب من الواقع؟، وأكثر

فورية، وهي أمور لم تتوفر للمطبوع).<sup>(1)</sup>

## 6. الدور السياسي للتلفزيون:

عدّ تطور وسائل الإعلام جزءاً من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصر البقاء، من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرها الإعلام، إن المعلومات المهمة عن الأحداث التي تقع في أي مكان من العالم، تبث في كل مكان في دقائق قليلة، وبذلك اصبحت اجزاء واسعة من هذا العالم بمثابة متلق واحد، تحركه الأحداث ذاتها وتدفعه الميول ذاتها.

(1) - سليمان سالم عبد النبي: مرجع سبق ذكره، ص 27.

ويجد "آلموند" إن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دوراً مهماً في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة للأمم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم، فغنها تنقل -سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة- القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث.

ويعد التلفزيون من أفضل الأدوات وأكثرها خطورة في ربط الصلة بين الحاكم والمحكوم، والذي يخضع عن وعي أو غير وعي، لتمثل تعكسه الممارسة السياسية.. إذ تترك بنية النظام السياسي بصماتها واضحة على تحديد مضمون الخطاب الإعلامي، وهنا تظهر أحد أشكال تدخلات السلطة في الإعلام.<sup>(1)</sup>

وفي تغيير الصور السياسية لحزب من الأحزاب، أو لسياسي ما خلال حملة إنتخابية، أو لنظام سياسي، صحيح قد لا يكون التأثير حاسماً، ولكنه يظل تأثيراً محسوباً في كل الأحوال وتسهم زيادة كمية الإعلام أو الدعاية السياسية المقدمة من خلال هذه الوسائل في تحسين الصورة أو التأثير في السلوك الإنتخابي في أوقات الحملات الدعائية أو السياسية تجاه موقف أو حدث ما، وإذا ما عدنا إلى تأثير بنية الوسيلة الإعلامية في الجمهور أو الجماهير المستهدفة بالرسالة الإعلامية، فسنجد التلفزيون يكاد يكون من أكثرها تأثيراً وبشكل خاص

(1) - عبد الرزاق إتصار إبراهيم ، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011، ص 51.

في الدول المتقدمة، فالعرض التلفزيوني لرجال السياسة على سبيل المثال، لا بد أن يقود إلى تحديد الشخصية التلفزيونية له، وهذا يعني إعطاء حكم معين نحو هذه الشخصية من خلال الجوانب التفصيلية في الحلقات الثلاث، فليس من الغرابة في شيء أن تصبح المقابلات التلفزيونية بين المرشحين الأمريكيين لمنصب الرئاسة في الحملات الانتخابية ذات تأثير حاسم في إختيار المرشح.<sup>(1)</sup>

### ثانياً: التلفزيون والتنشئة السياسية

تقوم وسائل الإعلام بدور لا يقل اهمية عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى في عملية التنشئة السياسية،<sup>(2)</sup> ويعمل التلفزيون كغيره من الوسائل الإعلامية على نقل عدة أنواع من الرسائل التي تؤثر على التوجهات السياسية. المعلومات اليومية عن الأحداث السياسية وتقييم هذه الأحداث يتم نقلها من الحكومة إلى المواطن، من جماعة إلى أخرى، من الجماعة إلى الفرد، ومن النخبة إلى غير النخبة عن طريق التلفزيون.

التعلم السياسي قد يكون نشطاً أو غير نشط، ويعتمد ذلك على درجة إنغماس الفرد بوعي في هذه العملية. التعلم السلبي أو غير النشط يحدث عندما يتعرض الفرد لنفس المنبه أو المثير التعليمي بصورة متكررة دون أن يكون منتبهاً، وعلى الرغم من أنه من المغزى أن

(1) - مجد هاشم الهاشمي: الإعلام الدبلوماسي والسياسي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والوزيع، 2008، ص ص 89، 88.

(2) - سمير خطاب: مرجع سبق ذكره، ص 55.

يقترح المرء أن رسائل المعلومات والقيم عن طريق وسائل الإعلام لا تتطلب سوى الإنتباه السلبي، وعليه فإنها أقل أهمية من المشاركة والإقحام النشط عن طريق التجارب والخبرات السياسية.

إلا أنه قد يكون هذا هو واقع الأمر، ودرجة إهتمام وانتباه الفرد للرسائل السياسية قد تكون هي الإعتبار المهم.<sup>(1)</sup>

التنشئة السياسية هذه الوظيفة اشار إليها "لاسويل" في نظرياته المفسرة لدور وسائل الإعلام السياسي إذ يقول: ان التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن من خلالها تشكيل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها أو تغييرها، والسمة الاساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان؟.

إن التلفزيون هو احد أعمدة التنشئة السياسية في العالم، لأن الكم الهائل من المعلومات التي يحصل عليها الجمهور عن طبيعة عالم السياسة يأتي من خلال تلك الوسائل وهي تصلهم مباشرة من خلال تعرضهم الإختياري للوسائل الإعلامية التي تبثها، وبهذا الصدد تشير دراسة هربيرت و هايمن إلى أن تأثيرات وسائل الإعلام تستطيع ان تنتسج وتكون مقياساً كافياً لخلق الروابط القومية للثقافات الفرعية خاصة في المجتمعات القبلية. وقد وجد

(1) - ريتشارد داوسن، وآخرون: التنشئة السياسية. (ترجمة مصطفى عبد الله، محمد زاهي محمد)، ط 1، بنغازي: دار الكتب الوطنية، 1990، ص 243.

( إنكز وسميث ) ان التعرض لوسائل الإعلام يعد مصدراً للمواقف السياسية، ويؤكد ألموند على أن وسائل الإعلام تستطيع ان تلعب دوراً هاماً في التنشئة السياسية من خلال التدعيم للعقائد المكتسبة، او من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة.(1)

وفي هذا السياق يستأثر التلفزيون بأهمية خاصة بين وسائل الإعلام الجماهيري، إذ هو ينقل الصورة والصوت، مرئية ومسموعة، فضلاً على انه يخاطب الأميين والمتعلمين على إختلاف مستوياتهم التعليمية.(2)

وتعد الفضائيات الإخبارية واحدة من أهم الوسائل الإعلامية التي يقبل عليها المشاهدين وذلك لما تتمتع به من مزايا تعمل على جذب هؤلاء المشاهدين وكافة قطاعات المجتمع لمشاهدتها ومتابعتها كالفورية في نقل الأخبار والأحداث السياسية بالصوت والصورة والعمل على تحليلها وتفسيرها، إضافة إلى أنها كسرت قاعدة أحادية المعلومات والأخبار التي تتدفق في كل لحظة.

وتكمن أهمية القنوات الفضائية الإخبارية في التنشئة السياسية من حيث قدرتها على إختراق الحواجز وتمكنها من توصيل رسالتها الإيديولوجية على المواطنين في منازلهم عبر نماذج عديدة كالبرامج والإعلانات والنشرات وغيرها، والتي تساهم في الوعي والتنشئة

(1) - الهاشمي مجد: مرجع سبق ذكره، ص ص 75، 76.

(2) - محمد نصر مهنا: الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، ط 1، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007، ص

السياسية بما تقدمه من المعلومات والمفاهيم والقيم السياسية والتي من شأنها إحداث تغيير في إدراكات الأفراد وفي سلوكياتهم السياسية.<sup>(1)</sup>

### المطلب الثاني: التلفزيون ودوره في نشر ثقافة المشاركة الانتخابية

يتفق المهتمون بأنماط المشاركة الانتخابية، أن الإعلام هو أحد أنواع المشاركة المؤثرة غير المباشرة، فمتابعة المادة الخبرية في التلفزيون تمنح الأفراد أفقاً واسعة لإتخاذ القرار بالمشاركة الانتخابية.

ولقد أصبح التلفزيون فضاء عاماً يرتاده الناس للتعبير عن إنشغالاتهم، كما يعمل على تقوية الرصيد المعرفي للأفراد وتزويدهم المستمر بالمستجدات والأحداث، وتتعدد الأدوار التي يقوم بها التلفزيون في مجال نشر ثقافة المشاركة الانتخابية، ويمكن تقسيم أدوار التلفزيون في مجال نشر ثقافة المشاركة الانتخابية إلى ثلاث مجالات كالتالي:<sup>(2)</sup>

#### أ. التأثيرات المعرفية للتلفزيون في مجال نشر ثقافة المشاركة الانتخابية:

- تعريف المواطنين بحقوقهم السياسية كما كفلها الدستور والقانون.
- تعريف المواطنين بواجباتهم السياسية كما حددها الدستور والقانون.

(1) - إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين: دراسة عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2009، ص 176.

(2) - شريفة ماشطي: مرجع سبق ذكره، ص 157.



- تعريف المواطنين بمواقيت إجراء الإنتخابات، وبرامج الأحزاب، والأشخاص...إلخ.
  - تعريف المواطنين بمفردات البيئة السياسية المحيطة وكافة مواقع صنع القرار، وأشكال المساهمة في إتخاذ القرار.
  - تعريف المواطنين بأساليب الممارسة الديمقراطية على مستوى المشاركة في إتخاذ القرار، التعبير عن الرأي الشخصي، الشرعية للتعبير عن الذات.
  - تعريف المواطنين بالمجريات السياسية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي من خلال تقديم معلومات صادقة ودقيقة وشاملة تساعد على تكوين رأي مستنير بشأن هذه الأحداث.
  - تغيير الثقافة التقليدية للمشاركة الإنتخابية، واستبدالها بثقافة جديدة ومعاصرة تساعد على المشاركة الفعالة.
- ب. التأثيرات الوجدانية للتلفزيون في مجال نشر ثقافة المشاركة الإنتخابية:
- تتعدد التأثيرات الوجدانية للتلفزيون في مجال المشاركة الإنتخابية، ويمكن تلخيصها في النقاط الآتية:
- تشكيل إتجاهات وآراء الأفراد نحو المؤسسات السياسية الفاعلة في المجتمع.
  - تشكيل إتجاهات وآراء الأفراد بشأن النظام الإنتخابي المعمول به، وكذلك تشكيل إتجاهاتهم بشأن العملية الإنتخابية وأسلوب إدارتها.
  - تشكيل إتجاهات وآراء الأفراد بشأن أهمية المشاركة الإنتخابية على كافة المستويات.

- تشكيل اتجاهات وآراء الأفراد حول مخاطر عزوف الأفراد عن المشاركة الانتخابية، والآثار السلبية المترتبة على ذلك إقتصادياً وسياسياً واجتماعياً.<sup>(1)</sup>

- تشكيل اتجاهات وآراء الأفراد بشأن المشاركة الانتخابية في المجتمع مقارنة بوضع المشاركة الانتخابية الفاعلة للجمهور في الدول الأخرى.

### ج. التأثيرات السلوكية للتلفزيون في مجال المشاركة الانتخابية:

تتعدد التأثيرات السلوكية التي يؤديها التلفزيون في مجال المشاركة الانتخابية، ويمكن إختصار أهم هذه التأثيرات في النقاط الآتية:

- تشجيع المواطنين من ساقطي القيد على إثبات قيدهم رسمياً واستخراج الأوراق الرسمية.
- تشجيع المواطنين على القيد بجداول الانتخابات واستخراج البطاقة الانتخابية.
- تشجيع المواطنين على ممارسة حقوقهم السياسية التي كفلها الدستور والقانون، واستخدام صوتهم الانتخابي في الإشتراك في عملية التصويت.
- تشجيع المواطنين على المشاركة في عملية صنع القرار والإدلاء بأرائهم والتعبير في كافة الوسائل الشرعية المتاحة مثل التلفزيون.<sup>(2)</sup>

(1) - عادل عبد الغفار: المشاركة السياسية للمرأة: رؤية تحليلية واستشرافية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص 120.

(2) - عادل عبد الغفار: المرجع السابق، ص 122.

## المطلب الثالث: تأثير التلفزيون على السلوك الانتخابي

إن التطور الذي عرفه الفضاء السياسي، أدى إلى إعادة النظر في علاقة الإتصال الجماهيري بالسلوك الانتخابي للأفراد، فقد أصبح يعطى لتلك الوسائل أكبر قسط في تفسير ذلك السلوك، في مقابل العوامل ذات التأثير طويل المدى عليه، من تقاليد تاريخية، وخصائص إجتماعية، وإقتصادية وثقافية، إذ يفترض أن لوسائل الإعلام تأثيرات قصيرة المدى خلال فترة الإنتخابات، تتمثل في تصوير الوضع السياسي القائم في تلك الفترة، بل أكثر من ذلك أصبح يعتقد أن الإتجاهات والسلوكات الانتخابية يمكن أن تتغير خلال فترة وجيزة جداً.

وبشكل عام تختلف التأثيرات التي قد تتركها وسائل الإعلام على السلوك الانتخابي للأفراد باختلاف الوسيلة الإعلامية، وما تؤدي إليه من طرق مختلفة في طرح المعلومات والقضايا واختلاف الفئات الإجتماعية التي تتوجه إليها ضمن مجموعة الناخبين.

وتشير الكثير من الدراسات إلى أن التلفزة هي الوسيلة المستعملة بشكل أكبر في فترة الإنتخابات،<sup>(1)</sup> فقد أعاد التلفزيون بمواده الإخبارية المتنوعة تشكيل المؤسسات السياسية في أوروبا وأحدث ثورة سياسية في العالم الغربي لأنه على حد قول الباحثين الأوائل أمثال مارشال ماكلوهان يخلق نوع جديد من القادة القوميين يتعاطف معهم الجمهور وتتزايد أهمية

(1) - أمينة راس العين: مرجع سبق ذكره، ص ص 80، 82.

المادة الخبيرة التلفزيونية يوما بعد يوم في تشكيل آراء وإتجاهات الغالبية العظمى من الجماهير.

وفي دراسة حول إشتراك الناخبين في الإنتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1980 وردود أفعال الجماهير اتجاه الميديا المختلفة كمصدر للمعلومات السياسية ثبت أن المبحوثين اختاروا أخبار التلفزيون كأكثر مصدر مفيد في مجال المعلومات السياسية.

وأكدت دراسة "كيفن أوريللي" على أن أخبار التلفزيون تمد المتلقي بالأنشطة الذهنية الضرورية التي يجب أن يتعلمها عندما يشاهد أخبار التلفزيون ومثل هذه الأنشطة الذهنية تساعد على خلق روح المبادرة لدى الأفراد وتقوية الرغبة في المشاركة الإنتخابية.

وفي دراسة "بيب وشارلتون وموتى" السابقة حول تأثير المشاهدات التلفزيونية في عملية توجيه السلوك الإنتخابي واتخاذ موقف سياسي من قبل المشاهد البريطاني، أثبت أن المشاهدة المكثفة لبرامج الأحداث الجارية قوى من الإحساس بالإلتزام السياسي وتدعيم التعدد الحزبي والإيديولوجي من خلال المناقشات والتحليلات التي تقدم.

وفي إطار هذا الإتجاه العام توصل "كورت لانج" إلى وجود العلاقة بين التعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية تعرف فيه على النوايا الإنتخابية، وربط "لانج" بين نوع المعلومات وحجم الإستقرار أو التغيير في النوايا الإنتخابية حيث أن نسبة المعلومات ودرجة المشاركة

السياسية تزداد بزيادة التعرض لوسائل الإعلام والوعي السياسي.(1)

نصل في آخر هذا العرض إلى أن تأثير التلفزيون على السلوك الإنتخابي ليس تأثير ألي ومطلق، لكنه موجود، فمجرد إدراك الفرد للواقع السياسي كما تصوره وسائل الإعلام يعد تأثير، كما أن إقتناعه بأن لديه دور ومكانة في خضم ذلك الواقع يعد أيضاً تأثير. وكخلاصة فإن التلفزيون يتحكم بشكل أو بآخر في السلوك الإنتخابي للأفراد، من خلال تقديم المعارف وشرحها، وخلق الوعي السياسي، وبمسؤولية الفرد على أداء دور فيها، بالمشاركة السياسية، التي يعد الإدلاء بالصوت في الإنتخابات واحد من مستوياتها.(2)

(1) - حنان يوسف: الإعلام والسياسة مقارنة إرتباطية، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2006، ص ص 108، 110.

(2) - راس العين أمينة: مرجع سبق ذكره، ص 83.

# الجانب التطبيقي

الدراسة الميدانية

• الأساليب الإحصائية

• لمحة عن الإنتخابات الرئاسية 2014

• التلفزيون كمصدر للمعلومات السياسية

• التلفزيون كمصدر للمعلومات حول الإنتخابات الرئاسية 2014

• دور القنوات الفضائية في توجيه السلوك الإنتخابي

• نتائج الدراسة

### الأساليب الإحصائية:

تتعدد طرق عرض البيانات وتنظيمها، وفي دراستنا هذه إعتدنا على الجداول الإحصائية التي تعتمد على معيار عدد المتغيرات، حيث استخدمت الجداول البسيطة، والجداول المركبة في جميع أسئلة الإستمارة.

وقد إعتدنا في تفرغ البيانات على التكرارات والنسب المئوية بإدراج كل واحد في خانة، مع إضافة رسم بياني ممثل بدوائر ومدرجات أعمدة حسب كل سؤال.

### لمحة عن الإنتخابات الرئاسية 2014:

لم تحمل الإنتخابات الرئاسية الجزائرية مفاجأة من حيث النتائج ولكن يفترض أنها ستحمل حقائق ووقائع من حيث المآلات المستقبلية.

وفي حملة إنتخابية دامت أقل من شهر ابتدأت بتاريخ 23 مارس إلى غاية 13 أبريل قادها وكلاء الرئيس السبعة من ممثلي الأحزاب والنقابات بشكل رددوا فيه أثناء تجمعاتهم الإنتخابية عظمة الإنجازات بصورة جعلتهم يتحدثون عن ماض وليس عن مستقبل، ومع ذلك فإن الجزائريون كانوا أكثر إتقافاً حول شخص بوتفليقة الذي أكد مراراً على تقديم نفسه كمرشح حر رغم كونه محسوباً على حزب جبهة التحرير الوطني التي يعتبر رئيسها الشرفي.

وفي الوقت الذي كانت الحملة يقودها منافسوها الخمسة: لويزة حنون وخصمه اللدود علي بن فليس وموسى تواتي وعلي فوزي ربايعين وعبد العزيز بلعيد، بشكل إنفرادي كان محيط الرئيس متحكماً في خارطة سياسية يرسم هندستها المستقبلية لمرحلة ما بعد الرئاسة في

معركة بدا متأكداً من حسم نتائجها في الدور الأول رغم دعاوي واتهامات البعض بالتزوير وهو ما تنافى مع تقارير دولية وإفريقية وكذا رد المجلس الدستوري الذي رأى عدم دستورية الطعون وعدم قبولها من الناحية الشكلية.

يعتبر فوز الرئيس عبد العزيز بوتفليقة أمراً طبيعياً خصوصاً أنه فاز بنسبة تجاوزت 80 بالمائة مكنته من كسب معركة أمام من يمكن تسميتهم خصومه الذين فشلوا في استنساخ تجربة حركة كفاية المصرية أو حركة 20 فبراير المغربية رغم تواجد حركات أطلقت على نفسها: رفض، وحركة بركات.

بلغت نسبة المشاركة\* في الرئاسيات الجزائرية الأخيرة ما يعادل 51.70 بالمائة وهو ما اعتبر في نظر المحللين إنقساماً وتصدعاً في السلوك الانتخابي السياسي الجزائري وتدمراً من رتبة في العمل السياسي الحزبي وقتامة أيضاً في المشهد السياسي الذي لا يمكن إنكاره<sup>(1)</sup>.

(1) - بوحنية قوي: « الانتخابات الرئاسية في الجزائر: العهدة الرابعة لبوتفليقة وتحديات المشهد », مركز الجزيرة للدراسات،

2014/05/13، تم تصفح الموقع بتاريخ: 2015/03/09. <http://studies@aljazeera.net>

\* أنظر الملحق رقم 2.

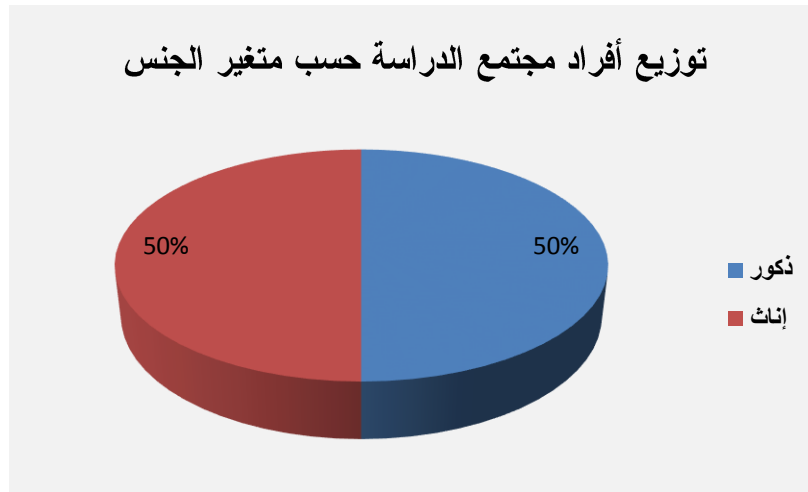


## خصائص عينة الدراسة

تعتبر البيانات الأولى كالسن والجنس والمستوى التعليمي والمهنة، ذات أهمية لتفسير الظاهرة المراد دراستها، كما أن هذه المتغيرات تلعب دوراً هاماً في تفسير اتجاهات المواطن كما أنها تؤثر عليه بشكل عام أو مباشر.

### جدول رقم (1): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	50	50%
أنثى	50	50%
المجموع	100	100%



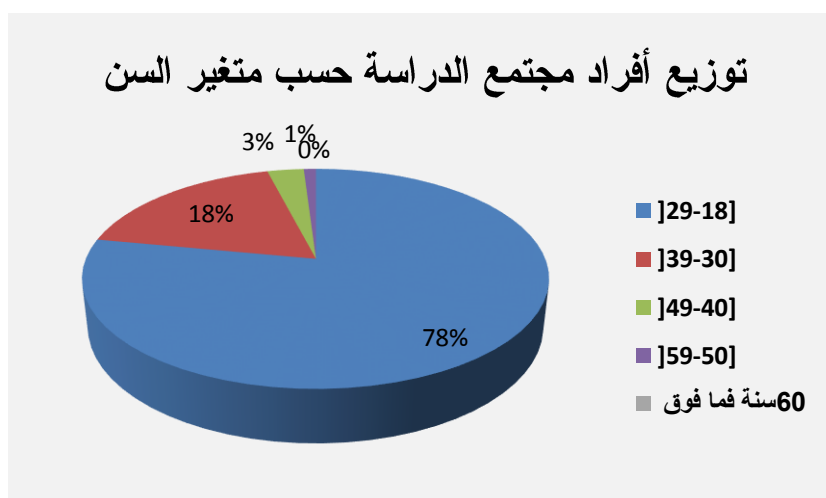
يلاحظ من الجدول (1) ما يلي:

يوضح الشكل أن فئة الذكور والتي بلغ عددها 50 من مجموع أفراد العينة، تشكل ما نسبته (50%)، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ (50%) تشكل مجتمع الإناث، ويعود هذا التقسيم لإستعمالنا للعينة القصدية في تحديد نسبة الجنسين.

ثانياً: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير السن

جدول رقم (2)

النسبة	التكرار	السن
%78	78	[29-18]
%18	18	[39-30]
%3	3	[49-40]
%1	1	[59-50]
%0	0	59] فما فوق
%100	100	المجموع



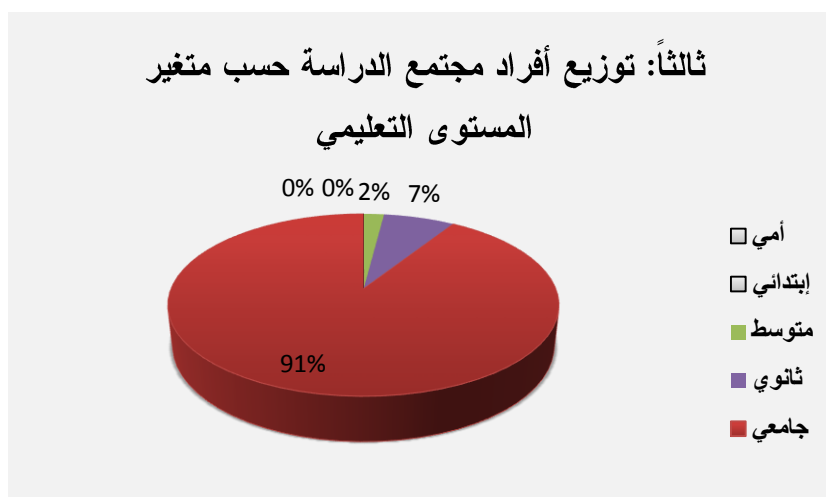
يلاحظ من الجدول (2) ما يلي:

من الشكل يتضح أن أغلب أفراد مجتمع الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة و 29 سنة بنسبة 78%، وهذا يعني أنه مجتمع الدراسة معظمه شباب، لتليها فئة [39-30] بـ 18% ، وتبقى الأعداد تتخفف من فئة لأخرى، وهذا يرجع إلى أن نسبة الشباب في الجامعة والذين معظمهم طلبة تفوق عن بقية المستويات.

ثالثاً: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

جدول رقم (3)

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%0	0	أمي
%0	0	إبتدائي
%2	2	متوسط
%7	7	ثانوي
%91	91	جامعي
<b>%100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>



يلاحظ من الجدول (3) ما يلي:

حسب الشكل تتوزع نسبة المبحوثين بناء على مستواهم وفق ما يلي:

- أمي %0 .

- مستوى إبتدائي %0 .

- مستوى متوسط 02% .

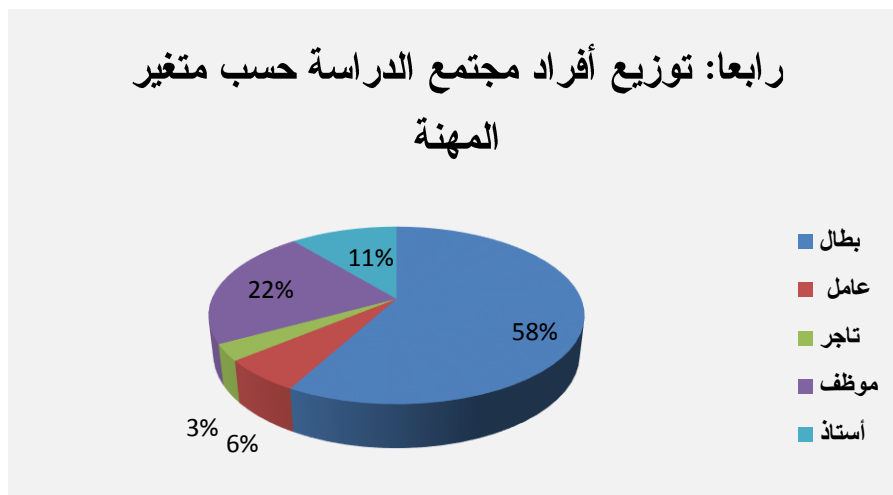
- مستوى ثانوي 07% .

- مستوى جامعي 91% .

رابعاً: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المهنة

جدول رقم (4)

النسبة	التكرار	المهنة
58%	58	بطل
6%	6	عامل
3%	3	تاجر
22%	22	موظف
11%	11	أستاذ
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول (4) ما يلي:

يبين هذا الشكل توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغير المهنة، إذ يظهر أن فئة البطالين أكبر من بقية الفئات حيث تشكل 58%، فيما فئة الموظفين بنسبة 22%، و الأساتذة بنسبة 11%، والعمال بنسبة 6%، بينما فئة التجار تمثل نسبة 3% من أفراد المجتمع ككل.

### الخلاصة:

يمكن القول أن مجتمع الدراسة تغلب عليه الصفات الآتية:

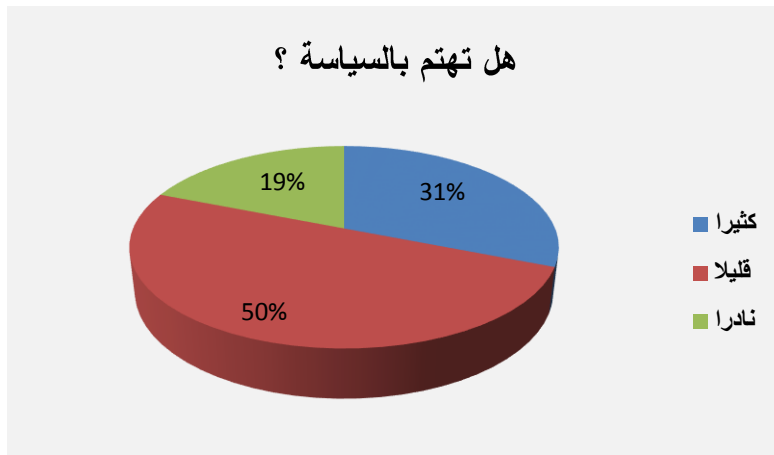
1. النسبة متساوية بين الذكور والإناث وتبلغ 50%.
2. أغلب أفراد مجتمع الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة و 29 سنة بنسبة 78%.
3. أغلب أفراد مجتمع الدراسة، مستوى جامعي بنسبة 91%.
4. أغلب أفراد مجتمع الدراسة من فئة البطالين حيث تشكل 58% وهي أكبر من بقية الفئات.

### التلفزيون كمصدر للمعلومات السياسية

(1). إجابات المبحوثين حول مدى إهتمامهم بالسياسة:

جدول رقم (5): الإهتمام بالسياسة

النسبة	التكرار	البيانات
31%	31	كثيراً
50%	50	قليلاً
19%	19	نادراً
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول (5) ما يلي:

أن (31%) من أفراد العينة يهتمون كثيراً بمتابعة السياسة، و(50%) من أفراد العينة يهتمون بها قليلاً، و(19%) من أفراد العينة نادراً ما يهتمون بالأمر السياسية.

نادرا		قليلا		كثيرا		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%9	9	%20	20	%22	22	ذكر	الجنس
%10	10	%30	30	%9	9	أنثى	
%19	19	%50	50	%31	31	المجموع	
%14	14	%38	38	%25	25	[29-18]	السن
%2	2	%12	12	%05	05	[39-30]	
%3	3	%0	0	%1	1	[49-40]	
%0	0	%0	0	%0	0	[59-50]	
%0	0	%0	0	%0	0	[59 فما فوق]	
%19	19	%50	50	%31	31	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%1	1	%1	1	%0	0	متوسط	
%2	2	%3	3	%2	2	ثانوي	
%16	16	%46	46	%29	29	جامعي	
%19	19	%50	50	%31	31	المجموع	
%14	14	%28	28	%16	16	بطل	المهنة
%1	1	%2	2	%3	3	عامل	
%0	0	%1	1	%2	2	تاجر	
%3	3	%15	15	%4	4	موظف	
%1	1	%4	4	%6	6	أستاذ	
%19	19	%50	50	%31	31	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة إهتمام الذكور بالسياسة تفوق نسبة الإهتمام لدى الإناث، حيث كانت نسبة الذكور 22% ونسبة الإناث 19%، وهذا راجع إلى عدة أسباب نذكر منها طبيعة الجنس حيث أكدت الكثير من الدراسات أن الذكور يهتمون بالأمور

السياسية أكثر من الإناث، وكذا طبيعة المجال المعقد حيث يميل إليه الذكور بينما تحبذ الإناث رغبات وميولات أخرى.

كما اتضح من خلال الجدول أن نسبة الإهتمام بنسبة أقل تفوق عند الإناث بنسبة 30%، فيما عند الذكور بنسبة 20%، وهذا يرجع إلى إهتمام الذكور بنسبة عالية عكس الإناث. إتضح أيضاً أن أفراد العينة لا يهتمون كثيراً (نادراً) بالأمر السياسية، حيث مثل الذكور نسبة 20% والإناث نسبة 30%، بينما الذين نادراً ما يهتمون بالسياسة فقد مثلوا نسبة 9% و 10% على التوالي.

- أما فيما يخص فئات العمر فإننا نجد فئة [18-29] قد أجابوا بنسبة 38% بإهتمامهم قليلاً بالأمر السياسية، لتبدأ بالإنخفاض في الفئات العمرية الأخرى، ويرجع هذا الإرتفاع لدى الفئة العمرية الأولى إلى كون معظم العينة هي من فئة الشباب.

- فيما يخص المستوى التعليمي إتضح أن أفراد العينة لا يهتمون كثيراً بالأمر السياسية عند الجامعيين بنسبة 46%، وبنسبة 29% في إهتمامهم بالأمر السياسية، بينما نسبة 16% نادراً ما يهتمون، وهذا في نفس الفئة. فيما تنخفض هذه النسب عند المستوى الثانوي والمتوسط وتندعم عند الإبتدائي والامي كون هذا المستوى غاب في عينة الدراسة.

وهذه النتائج ترجع لعدة أسباب منها: إرتفاع المستوى الجامعي في عينة الدراسة، وكذلك لكون هذه الفئة أكثر وعياً سياسياً وتتبعاً للأمر السياسية.



أما بصفة عامة فإن أفراد العينة بمختلف مستوياتهم العلمية، ليس لديهم مفهوم واضح للسياسة وبالتالي درجة متابعتهم لها نسبة تؤول إلى القلة، وعليه لا يؤثر المستوى التعليمي على درجة الإهتمام بالسياسة.

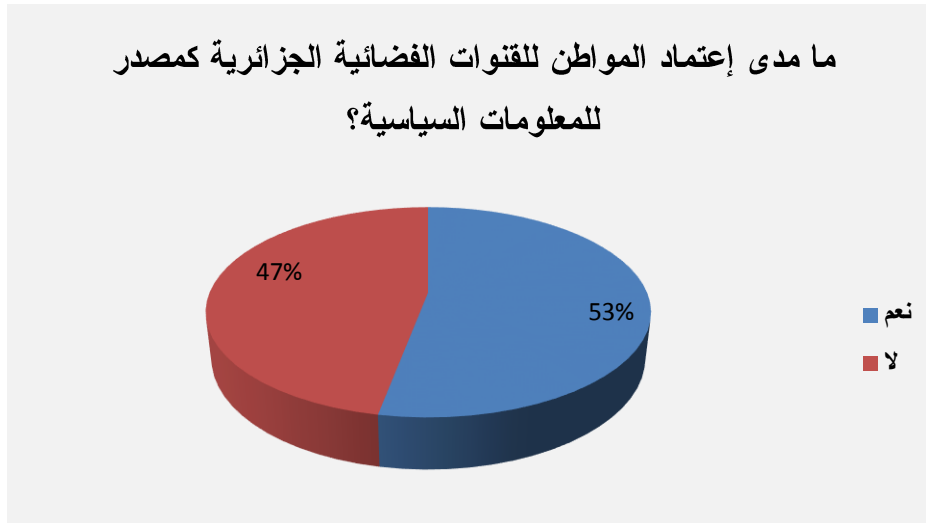
تشير كذلك البيانات على مستوى المهنة أن فئة البطالين قليلاً ما يهتمون بالأمر السياسية بنسبة 28%، تليها فئة الموظفين بـ 15% لتتخفص عند بقية المهن، فيما تهتم فئة البطالين كثيراً بنسبة 16% والموظفين بنسبة 4%، فيما نجد فئة البطالين نادراً ما يهتمون بنسبة 14% و التجار بنسبة 3%، ومنخفضة عند بقية المهن.

أما إجمالي الإهتمام فإننا نجد أفراد العينة قليلاً ما يهتمون بالأمر السياسية وهذا يرجع ربما إلى طبيعة التنشئة السياسية التي تلقاها أفراد المجتمع والتي عززت لديهم موقف الإبتعاد نوعاً ما عن السياسة.

(2): مدى إعتداد المواطن للقنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات السياسية:

جدول رقم (6): القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات

النسبة	التكرار	البيانات
53%	53	نعم
47%	47	لا
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول (6) ما يلي:

أن أعلى نسبة تكرار كانت للذين يرون بأن القنوات الفضائية تمثل مصدرهم حول المعلومات السياسية حيث بلغت النسبة 53%، بينما الذين يرون العكس فقد بلغت نسبتهم 47%.

لا		نعم		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%21	21	%29	29	ذكر	الجنس
%26	26	%24	24	أنثى	
%47	47	%53	53	المجموع	
%36	36	%42	42	[29-18]	السن
%8	8	%10	10	[39-30]	
%1	1	%2	2	[49-40]	
%1	1	%0	0	[59-50]	
%0	0	%0	0	[59 فما فوق]	
%46	46	%54	54	المجموع	
%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	0	%2	2	متوسط	
%4	4	%3	3	ثانوي	
%43	43	%48	48	جامعي	
%47	47	%53	53	المجموع	
%27	27	%30	30	بطل	المهنة
%4	4	%2	2	عامل	
%1	1	%2	2	تاجر	
%10	10	%13	13	موظف	
%5	5	%6	6	أستاذ	
%47	47	%53	53	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- تبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الذكور الذين يعتقدون أن القنوات الفضائية تعد مصدرهم للحصول على المعلومات بلغت 29%، بينما الإناث بلغت 24%، وهي نسبة متقاربة، أما الذين لا يرونها مصدراً للمعلومات فقد بلغت عند الذكور 21%، وعند الإناث 26%، وهذا يفسر على أنه لا علاقة بين الجنس بمصادر المعلومات عن السياسة لدى أفراد العينة.

- أما فيما يخص فئات العمر فإننا نجد فئة [18-29] يمثلون أكثر فئة ترى أن القنوات الفضائية تمثل مصدراً للمعلومات السياسية بنسبة 42%، فيما الذين لا يرونها كذلك فقد بلغت 36%، فيما تنخفض عند بقية الفئات حيث نجد فئة [30-39] ترى أن القنوات الفضائية تمثل مصدراً للمعلومات السياسية بنسبة 10%، وبـ 8% عكس ذلك. فيما فئة [40-49] ترى أن القنوات الفضائية تمثل مصدراً للمعلومات السياسية بنسبة 2% و 1% عكس ذلك، أما فئة [50-59] فإنها ترى أن القنوات الفضائية لا تمثل لها مصدراً بنسبة 1%، فيما تغيب النتائج في الفئة الأخيرة كونها لا توجد في العينة.

إن هذا التفاوت بين الفئات حيث نجد الفئة العمرية الأولى هي أعلى نسبة ترى أن القنوات الفضائية الجزائرية تمثل مصدراً للمعلومات السياسية، قد يرجع إلى ظهور القنوات الفضائية الخاصة والتي إهتمت بهذا الميدان خاصة خلال الإنتخابات واستطاعت أن تستقطب فئة الشباب أكثر، فيما نجد أيضاً نسبة عالية من الذين يرون عكس ذلك، وهذا قد يرجع إلى إعتادهم على قنوات فضائية أجنبية والتي عالجت قضايا سياسية تخص الجزائر والتي لم تسمح السلطة للقنوات الجزائرية بالتطرق لها، مثل بعض فضائح الشخصيات في السلطة، فأصبح المواطن الجزائري يستقي معلوماته السياسية من قنوات أجنبية.

- في المستوى التعليمي نجد أن فئة الجامعيين تمثل أعلى نسبة في الإجابات حيث ترى نسبة 48% من الأفراد أن القنوات الفضائية تمثل لها مصدراً، فيما نجد 43% ترى العكس.

ويرى 3% من مستوى الثانوي أن القنوات الفضائية تمثل لهم مصدراً، فيما نجد 4% ترى العكس، بينما المتوسط فيرى 2% من أفراده أن القنوات الفضائية تمثل مصدراً للمعلومات السياسية، وهذه النتائج ترجع لكون الجامعيين هم الطبقة الأكثر تعليماً، واستهدافاً من وسائل الإعلام، وبالتالي يتضح هذا من خلال إجاباتهم.

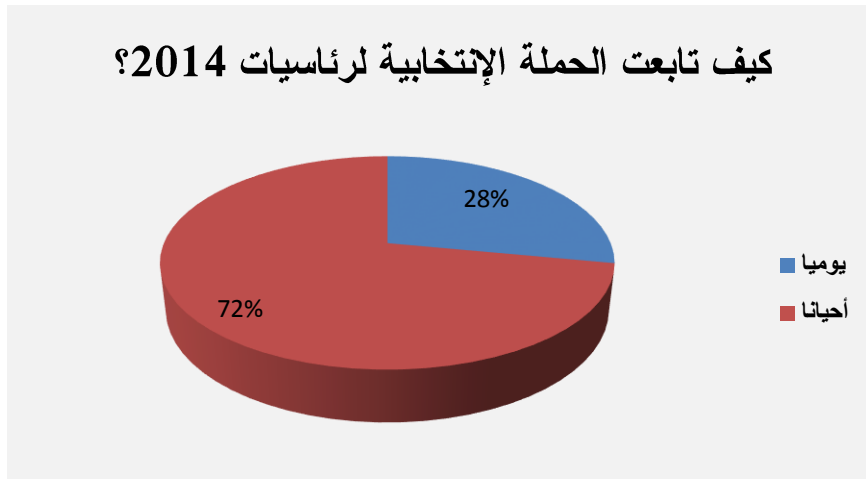
وعلى مستوى المهنة نجد البطالين يمثلون أعلى نسبة حيث نجد 30% يجيبون بنعم، و 27% يجيبون بـ لا، فيما تنخفض عند الفئات الأخرى، حيث يجيب 2% من العمال بنعم، و 4% بـ لا، والتجار بـ 2% بنعم، و 1% بـ لا. بينما النسبة ترتفع قليلاً عند الموظفين حيث يجيب 13% منهم بـ نعم و 10% بـ لا، فيما يجيبون نسبة 6% من الأساتذة بنعم و 5% بـ لا.

كل هذه النتائج والتفاوت الحاصل بين مختلف الفئات من حيث النسب، وفي نفس الوقت التقارب بين النتائج بين من يرون أن القنوات الفضائية الجزائرية تعتبر مصدراً للمعلومات السياسية، وبين من يرون عكس ذلك، قد يرجع إلى ما هو جلي اليوم من تنوع في مصادر الأخبار السياسية، وكذا رؤية المواطن السلبية للقنوات الفضائية الجزائرية حيث يرى الكثير أنها قنوات تابعة للنظام، ومظللة للحقيقة ولا وجود للإعلام الحر في الجزائر.

(3): متابعة المواطن الجزائري للحملة الإنتخابية لرئاسيات 2014

جدول رقم (7): كيفية متابعة المواطن الجزائري للحملة الإنتخابية لرئاسيات 2014

النسبة	التكرار	البيانات
72%	73	يومية
28%	27	أحيانا
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول (7) ما يلي:

تابع مجريات الحملة الإنتخابية يوميا 28% من أفراد العينة، بينما تابعها 72% أحيانا. هنا

يمكن أن نقول أن متابعة الحملة الإنتخابية من طرف أفراد العينة إلى حد ما مقبولة.

أحيانا		يوميا		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%33	33	%17	17	ذكر	الجنس
%39	39	%17	11	أنثى	
%72	72	%28	28	المجموع	
%61	61	%17	17	[29-18]	السن
%8	8	%10	10	[39-30]	
%2	2	%1	1	[49-40]	
%1	1	%0	0	[59-50]	
%0	0	%0	0	[59 فما فوق]	
%72	72	%28	28	المجموع	
%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	0	%2	2	متوسط	
%4	4	%3	3	ثانوي	
%68	68	%23	23	جامعي	
%72	72	%28	28	المجموع	
%42	42	%17	17	بطل	المهنة
%4	4	%2	2	عامل	
%3	3	%0	0	تاجر	
%7	7	%4	4	موظف	
%17	17	%5	5	أستاذ	
%75	75	%28	28	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- بلغ المتابعين للحملة الإنتخابية من الذكور بصفة يومية نسبة 17%، و 11% من الإناث، بينما تابع الحملة أحيانا 33% من الذكور، و 39% من الإناث. وهذا راجع لعدة عوامل منها أن الذكور يميلون دائماً إلى الثقافة السياسية أما عن الأنثى فلها رغبات أخرى.

- تابع أفراد الذين تتراوح أعمارهم بين [18-29] الحملة الانتخابية يوميا فهناك 17 فرداً ممن اختاروا هذه الدرجة أي بنسبة 17%، ومن تابع الحملة أحيانا فهم 61%.

أما الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين [30-39] فقد تابع 10 من أفرادها الحملة بصفة يومية، و8 أفراد أحيانا.

وتابع في فئة [40-49] فرداً واحد الحملة بصفة يومية و 2 من أفرادها أحيانا.

بينما في فئة [50-59] نجد فردا واحدا تابع الحملة أحيانا.

بغض النظر عن سن أفراد العينة، لم يتابع هؤلاء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 يوميا، وقد يعود هذا إلى عدة عوامل أهمها العامل النفسي الذي جعل الفرد المواطن لا يحس أن ما صدر عن السلطة يعنيه مباشرة.

- تقع درجة من لديهم مستوى المتوسط عند المتابعة بصفة يومية بنسبة 2% من أفرادها.

تابع 3% من أفراد المستوى الثانوي بصفة يومية، و 4% أحيانا. وتابع 23% من الجامعيين الحملة بصفة يومية وهي أعلى نسبة في كل الفئات، و 68% أحيانا.

هذا ويوضح الجدول عموماً، أن أفراد العينة وبغض النظر عن مستواهم التعليمي يتابعون الحملة الانتخابية أحيانا، بحيث نجد النسبة الأعلى عند الجامعيين وتتنخفض عند بقية المستويات، لأن إعتقادهم الجماعي أن تلك المتابعة لا داعي منها باعتبارهم مهمشين عن أطرها ورأيهم لا يؤخذ بعين الإعتبار، وكذا سواد مفهوم الوعود الكاذبة للمترشحين أثناء الحملات الانتخابية.



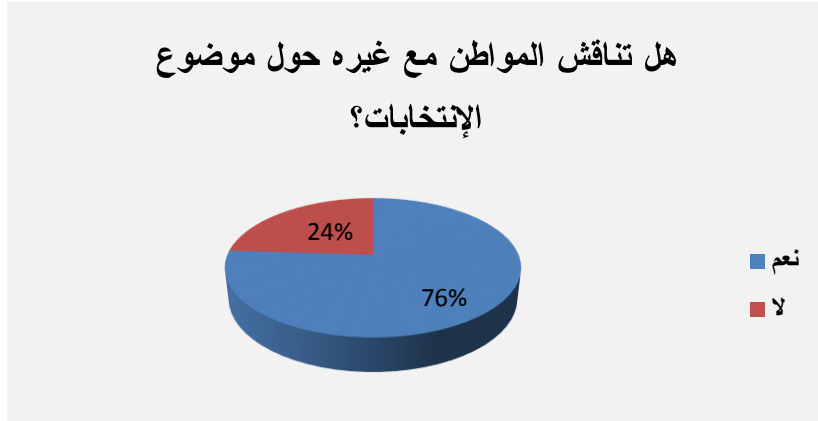
أما بالنسبة للمهنة فنجد أن أعلى نسبة مثلتها صفة البطالين حيث نجد 17% يتابعون الحملة بصفة يومية، و42% أحياناً، ونجد 2% من العمال يتابعونه بصفة يومية و 4% أحياناً. ونجد 3% من الموظفين يتابعون الحملة أحياناً، كما نجد 5% من الأساتذة يتابعون الحملة الانتخابية بصفة يومية، و 17% أحياناً.

عموماً يوضح لنا الجدول أن فئة البطالين هم أعلى نسبة من حيث المتابعة بصفة يومية وأحياناً، إلا أن نسبة المتابعة أحياناً هي أكبر بكثير من المتابعة بصفة دائمة، وهذا قد يفسر من عدة نواحي إلا أن الملاحظ يجد أن فئة البطالين ترى أنها مهمشة، وأنها عانت من وعود المترشحين الكاذبة، فسادت النظرة السلبية عند هذه الفئة حول الحملات الانتخابية.

#### (4): إجابات المبحوثين عن مناقشتهم لموضوع الانتخابات

جدول رقم (8): مناقشة المواطن مع غيره حول موضوع الانتخابات

النسبة	التكرار	البيانات
76%	76	نعم
24%	24	لا
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول (8) ما يلي:

تناقش 76 فرداً أي نسبة 76% من العينة حول موضوع الانتخابات، بينما لم يناقش هذا الموضوع 24% من أفراد العينة، ويوضح هذا على أن أفراد العينة تناقشوا حول موضوع الانتخابات بنسبة كبيرة.

لا		نعم		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%13	13	%37	37	ذكر	الجنس
%11	11	%39	39	أنثى	
%24	24	%76	76	المجموع	
%18	18	%60	60	[29-18]	السن
%3	3	%15	15	[39-30]	
%2	2	%1	1	[49-40]	
%1	1	%0	0	[59-50]	
%0	0	%0	0	[59 فما فوق]	
%24	24	%76	76	المجموع	
%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	أبتدائي	
%2	2	%0	0	متوسط	
%2	2	%5	5	ثانوي	
%20	20	%71	71	جامعي	
%24	24	%76	76	المجموع	
%11	11	%47	47	بطل	المهنة
%0	0	%6	6	عامل	
%1	1	%2	2	تاجر	
%9	9	%13	13	موظف	
%3	3	%8	8	أستاذ	
%24	24	%76	76	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- من خلال الجدول السابق يلاحظ أنه يوجد فارق كبير بين المتناقشين وعدم المتناقشين

حول الإنتخابات، إلا أننا لا نجد فارق كبير بين الجنسين، حيث نجد 37% من الذكور و

39% من الإناث تناقشوا، بينما نجد 13% و 11% على التوالي لم يتناقشوا.

وهذا يدل على أن أفراد العينة من الإناث والذكور يسعون للحصول على المعلومات السياسية من خلال النقاش، وهذا يدل أيضاً على إهتمامهم بالسياسة.

وعلى مستوى السن نجد أن الفئة العمرية [18-29] تمثل أعلى نسبة في مناقشة أفرادها لموضوع الانتخابات حيث نجد نسبة 60%، و 18% من لم يناقشوا الموضوع.

أما الفئة الثانية [30-39] فنجد نسبة 15% من الذين ناقشوا الموضوع، و 3% لم يناقشوا حول الموضوع. بينما الفئة الثالثة [40-49] فتناقش فردا واحد من أفرادها وإثنان لم يناقشوا. بينما بقية الفئات لم يناقش أفرادها.

وعليه نفهم أن للسنة علاقة بالإهتمام بالسياسة ومناقشة موضوع الانتخابات، كون هذه الفئة ترى أن مستقبلها هو بيد صانعي القرار، وبالتالي تتبعها لموضوع الانتخابات يعرفها على المترشحين وبرامجهم ووعودهم نحوهم.

- بالنسبة للمستوى التعليمي فإننا نجد أن أفراد المستوى المتوسط لم يناقشوا حول الانتخابات، بينما تناقش 5% من المستوى الثانوي و 2% لم يناقشوه، أما المستوى الجامعي فيمثل أفراد عينته أعلى نسبة حيث تناقش 71%، و 20% لم يناقشوا موضوع الانتخابات.

هنا أيضاً يمكن القول أن للمستوى التعليمي دور كبير في مدى إهتمام أفراد العينة بموضوع الانتخابات ومناقشتهم لهذا الموضوع، وهذا يرجع إلى كون هذه الفئة أكثر وعياً وثقافة وإحتكاكا بالبيئة السياسية.

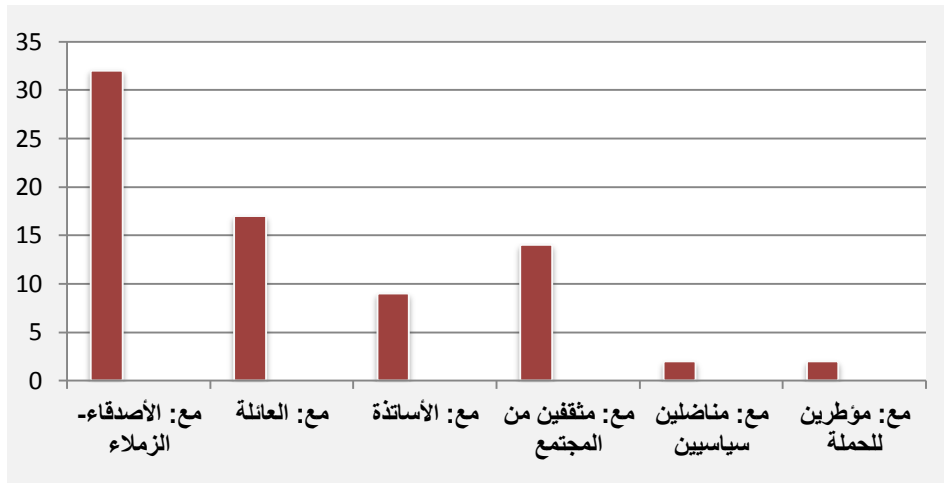
- فيما يخص المهنة فإننا نجد فئة البطالين تمثل نسبة 47% من الذين تناقشوا حول موضوع الانتخابات، و 11% لم يتناقشوا، والعمال بنسبة 6% ممن تناقشوا، فيما التجار 2% من أفرادها تناقشوا و 1% لم يتناقش، بينما الموظفين فنجد 13% تناقشوا، و9%. نجد 8% من الأساتذة تناقشوا و3% لم يتناقشوا.

هذه النتائج توضح لنا أيضاً أن للمهنة دور في مناقشة الأفراد لموضوع الانتخابات حيث وإن وجد التفاوت بين المهن في نسب مناقشتهم إلا أن النسب تؤكد على أن الذين تناقشوا من بين كل الفئات، أكثر من الذين لم يتناقشوا، وهذا يرجع إلى سعي الأفراد للحصول على المعلومات حول الانتخابات والمترشحين، كون هذا سيقدر سلوكهم الانتخابي، وكذلك البحث عن مصالحهم الشخصية في برامج المترشحين.

#### (4-1) - إجابات المبحوثين الخاصة بالأطراف التي تم معها النقاش

#### جدول رقم (9): أطراف النقاش حول موضوع الانتخابات

النسبة	التكرار	البيانات
32%	32	مع: الأصدقاء- الزملاء
17%	17	مع: العائلة
9%	9	مع: الأساتذة
14%	14	مع: مثقفين من المجتمع
2%	2	مع: مناضلين سياسيين
2%	2	مع: مؤطرين للحملة
76%	76	المجموع



يلاحظ من الجدول (9) ما يلي:

يلاحظ من الجدول أن النقاش الذي أجراه أفراد العينة تم مع الأصدقاء والزملاء في العمل بنسبة 32%، ومع العائلة بـ 17%، والأساتذة 9%، ومع مثقفين من المجتمع بنسبة 14%، و 2% مع المناضلين السياسيين، ونفس النسبة مع مؤطرين للحملة.

مع: مؤطرين للحملة		مع: مناظرين سياسيين		مع: مثقفين من المجتمع		مع: الأساتذة		مع: العائلة		مع: الأصدقاء- الزملاء		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
2	2	2	2	7	7	4	4	7	7	15	15	ذكر	الجنس
0	0	0	0	7	7	5	5	10	10	17	17	أنثى	
2	2	2	2	14	14	9	9	17	17	32	32	المجموع	
2	2	2	2	11	11	8	8	15	15	22	22	-18]	السن
												]29	
0	0	0	0	3	3	1	1	2	2	9	9	-30]	
												]39	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	-40]	
												]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	فما فوق
												]59	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59]	
2	2	2	2	14	14	9	9	17	17	32	32	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4	4	ثانوي	
2	2	2	2	14	14	9	9	16	16	28	28	جامعي	
2	2	2	2	14	14	9	9	17	17	32	32	المجموع	
2	2	2	2	11	11	8	8	12	12	12	12	بطل	المهنة
0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	4	4	عامل	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	تاجر	
0	0	0	0	2	2	0	0	1	1	10	10	موظف	
0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	5	5	أستاذ	
2	2	2	2	14	14	8	8	17	17	32	32	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يتضح لنا من الجدول أن أفراد العينة من الإناث والذكور جعلوا المناقشات اليومية مصدرا

آخر للحصول على المعلومات، والفارق بين الجنسين ليس بالكبير في مدى مناقشتهم

لموضوع الإنتخابات، كما يلاحظ على أن أعلى نسبة للمناقشات كانت مع الأصدقاء والزملاء، حيث مثل الذكور نسبة 15%، والإناث 17%، وهذا راجع إلى كون الأصدقاء والزملاء يعتبرون بديلهم لفتح النقاشات والتعبير عن آرائهم إزاء هذه الإنتخابات، ومثلت العائلة ثاني مصدر، والأساتذة ثالثاً، والمتقنين رابعاً، والمناضلين السياسيين خامساً، والمؤطرين للحملة كآخر طرف تمت النقاشات معه.

وهذا الترتيب والتفاوت بين جهات النقاش يرجع لكون عينة الدراسة هي من فئة الطلبة والأساتذة والعمال، وبالتالي نسبة كبيرة من وقتهم ينقضي مع الأصدقاء و زملاء العمل، فكانت النسبة الأعلى مع هذه الفئة.

- وتظهر النسبة الأعلى في المناقشات عند الفئة [18-29] بنسبة 60% وهذا يدل على إهتمام فئة الشباب بالنقاشات حول الإنتخابات، وسعيهم للحصول على المعلومات السياسية وإبداء آرائهم حول هذا الموضوع، وبقي نفس الترتيب الخاص بالأطراف التي تم النقاش معها حيث بقي الأصدقاء والزملاء كجهة أولى لعينة الدراسة لفتح النقاشات، تليها بقية الجهات.

فيما يلاحظ إنخفاض عند بقية الفئات العمرية، حيث مثلت فئة [30-39] نسبة 15%، فيما كانت فئة [40-49] قد مثلت 1% من جملة النقاشات وكانت مع الأصدقاء والزملاء.



ويمكن تفسير هذه النسب على أن الفئة الأولى والتي كانت نسبة النقاش فيها مرتفعة تمثل فئة الشباب، والتي معظمها هم طلبة جامعيين، وبالتالي بديلهم عن وسائل الإعلام في الجامعة هو الإتصال الشخصي لإكتساب معلوماتهم السياسية.

- بالنسبة للمستوى التعليمي فإننا نجد المستوى الثانوي والجامعي، هم من أجروا النقاشات، فكان أفراد المستوى الثانوي قد أجروا نقاشاتهم مع الأصدقاء والزملاء والعائلة فقط. بينما أجرى أصحاب المستوى الجامعي نقاشاتهم مع كل الجهات، حيث مثلوا أعلى نسبة بـ 71%.

وهذا التفاوت في النسب وكذا الأطراف التي تم معها النقاش يوضح على أن للمستوى التعليمي دور في فتح النقاشات ومع أطراف معينة، فأصحاب المستوى الجامعي كانت نقاشاتهم مع كل الأطراف وبنسبة أعلى عن بقية المستويات، وهذا يرجع لثقافتهم ووعيهم السياسي، عكس المستويات الأخرى والتي كانت منخفضة ومحصور مع فئات معينين.

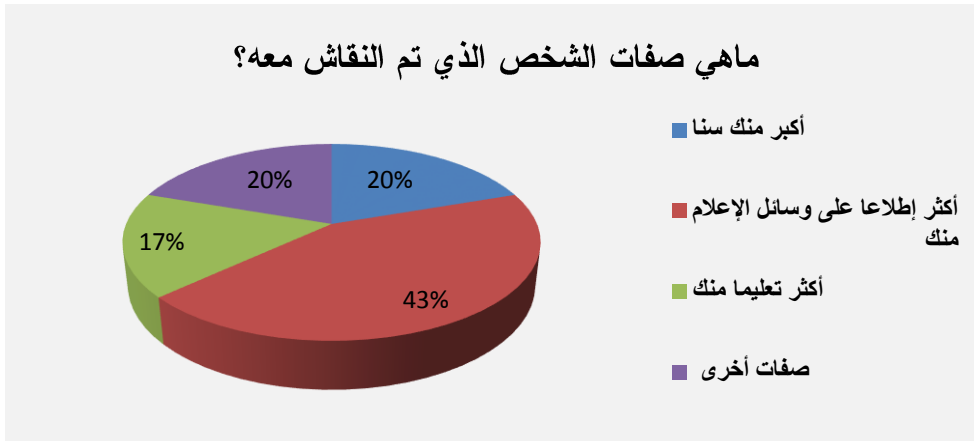
- على مستوى المهنة فإننا نجد كل الأفراد على إختلاف مهنتهم أجروا نقاشات حول الإنتخابات، إلا أن هناك تفاوت في النسب، حيث مثلت فئة البطالين نسبة 47% من النقاشات موزعة على كل الفئات، ومثل الزملاء والعائلة جهة أولى لفتح النقاشات تليها فئة المثقفين من المجتمع، بينما تفاوتت النسب لدى بقية المهن، حيث الموظفين في المرتبة في نسبة نقاشاتهم بـ 13% من نسبة النقاشات، تليها فئة الأساتذة ثم العمال والتجار.

يتضح من خلال الجدول على أن أفراد العينة إتجهوا نحو النقاشات حول موضوع الانتخابات، لإبداء آرائهم والحصول على المعلومات السياسية، حيث بلغت النسبة 76% وهذا يدل على إهتمامهم بالسياسة، وكان الزملاء والأصدقاء هم المصدر الأول في فتح النقاش وإكتساب المعلومات، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام لا تعتبر كمصدر وحيد في إستقاء المعلومات السياسية، بل إن الفرد يعتمد كذلك على الإتصال الشخصي لكسب المعلومات وإبداء آرائه الشخصية.

(2-4) - إجابات المبحوثين حول صفات الشخص الذي تم معه النقاش

جدول رقم (10): صفات الشخص الذي تم النقاش معه

النسبة	التكرار	الصفات
15%	15	أكبر منك سناً
33%	33	أكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام منك
13%	13	أكثر تعليماً منك
15%	15	صفات أخرى
76%	76	المجموع



يلاحظ من الجدول (10) ما يلي:

يوضح الجدول أن الأفراد الذين تم النقاش تختلف صفاتهم، إلا أن النسبة الأعلى التي تميز بها هؤلاء الأفراد هي أنهم أكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام حيث مثلوا نسبة 33% من مجمع الذين تم النقاش معهم، وكان السن وصفات أخرى ذكرها أفراد العينة تمثلت معظمها في إحتكاك هؤلاء بالمجال السياسي سواء كمؤطرين أو مناظرين، وتمثلت بنسبة 15%، فيما كان التعليم كصفة رابعة ميزت هؤلاء الأشخاص بنسبة 13%.

صفات أخرى		أكثر تعليماً منك		أكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام منك		أكبر منك سناً		الصفات	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
9	9	5	5	14	14	7	7	ذكر	الجنس
6	6	8	8	19	19	8	8	أنثى	
15	15	13	13	33	33	15	15	المجموع	
9	9	11	11	27	27	13	13	-18]	السن
								]29	
6	6	2	2	6	6	2	2	-30]	
								]39	
1	1	0	0	0	0	0	0	-40]	
								]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	
								]59	
0	0	0	0	0	0	0	0	59] فما فوق	
15	15	13	13	33	33	15	15	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
3	3	0	0	2	2	0	0	ثانوي	
12	12	13	13	31	31	15	15	جامعي	
15	15	13	13	33	33	15	15	المجموع	
5	5	9	9	22	22	9	9	بطل	المهنة
2	2	0	0	2	2	2	2	عامل	
0	0	2	2	1	1	0	0	تاجر	
5	5	1	1	5	5	3	3	موظف	
3	3	1	1	3	3	1	1	أستاذ	
15	15	13	13	33	33	15	15	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- أجرى كلا الجنسين نقاشاتهما مع اشخاص إختلفت صفاتهم، فتمثل عامل السن بنسبة

15% لكلا الجنسين حيث لا يوجد فارق كبير بين الذكور والإناث في مناقشتهم مع هؤلاء

الأشخاص، بينما كان الأشخاص الذين كانوا أكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام المصدر الأول

لأفراد العينة للنقاش معهم حيث مثلوا نسبة 33%، وتمثلت صفة التعليم ثالثا بـ 13% و صفات أخرى تمثلت في كون الأشخاص الذين تم النقاش معهم هم أكثر إحتكاكا بالمجال السياسي كمؤطرين للحملات الإنتخابية، ومناظرين سياسيين.

وبالتالي فإن عامل الجنس لم يكن له أثر حيث ساد التقارب بين الجنسين.

- على مستوى السن نجد أن الفئة العمرية [18-29] نالت أكبر حصة من النقاش، حيث مثلت نسبة 60% من النقاشات وكانت أكثرها مع الأشخاص الأكثر إطلاعا على وسائل الإعلام، بينما مثلت الفئة العمرية [30-39] نسبة 16% بينما الفئة العمرية [40-49] فنقاش 1% من أفرادها الإنتخابات.

الملاحظ هو أن عامل السن كان له الأثر في إختيار الجهة التي يتم معها النقاش، فمعظم افراد العينة من الشباب إختاروا أفرادا أكثر منهم إطلاعا على وسائل الإعلام، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام تستقطب فئة الشباب بنسبة كبيرة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

- في المستوى التعليمي نجد أن أفراد المستوى المتوسط لم يتناقشوا وهذا قد يرجع لقلة وعيهم السياسي، بينما ناقش ذوي المستوى الثانوي الموضوع بنسبة 5% حيث كان النقاش مع الأكثر إطلاعا على وسائل الإعلام، ومؤطرين ومناظرين سياسيين، بينما كانت النسبة الأعلى في النقاشات للجامعيين وكانت مع كل الفئات، وأعلى نسبة كانت مع الأكثر إطلاعا على وسائل الإعلام بـ 31%، وهذه النتائج تؤكد كذلك على أن للمستوى التعليمي دور في تحديد الأفراد الذين يتم النقاش معهم، فالجامعيون هم أكثر الفئات وعيا وبالتالي إختاروا

الأفراد الذين أكثر إطلاعاً منهم على وسائل الإعلام كونهم يمثلون مصدراً للمعلومات السياسية وذوي وعي سياسي نتيجة التعرض لوسائل الإعلام.

- الملاحظ على مستوى المهنة أنهم كلهم تناقشوا حول موضوع الانتخابات وبنسب مختلفة، فكان البطالين بأعلى نسبة 45%، يليهم الموظفون بـ 14% والأساتذة بـ 8%، و العمال بـ 6%، والتجار بـ 3%، والنسبة الأعلى كانت للبطالين في نقاشهم مع الأكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام تليه الأكثر تعليماً.

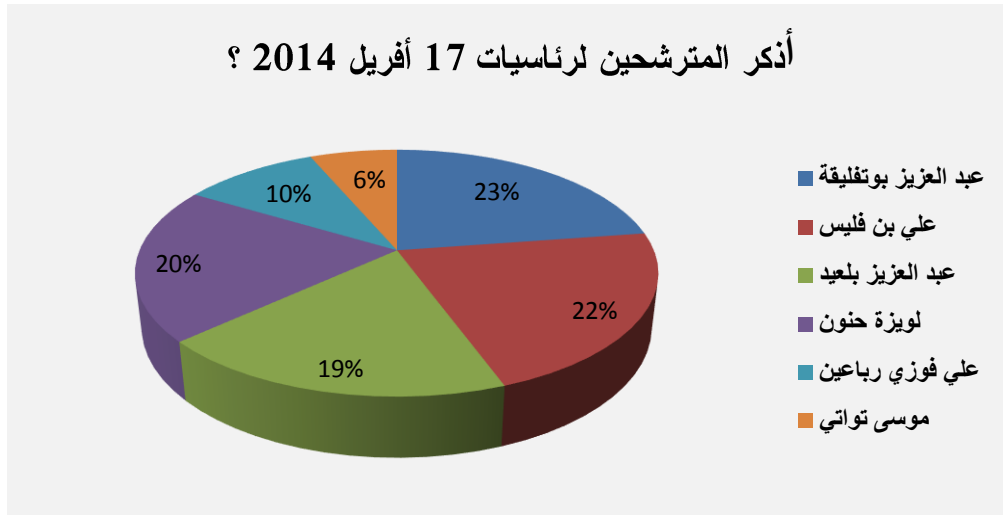
الملاحظ هو أنه هناك تفاوت في النسب من حيث المناقشة ، إلا أنهم يتفوقون في أن أعلى نسبة نقاشاتهم كانت مع الأكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام، وبالتالي فإن المهنة لم تؤثر على إختيارات أفراد العينة في من سيناقتشونه، بل إتجه معظمهم نحو الأكثر منهم إطلاعاً على وسائل الإعلام، وبالتالي هذا يوضح على أن وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية مست جميع أفراد المجتمع على إختلاف مهنتهم.

التلفزيون كمصدر للمعلومات حول الإنتخابات الرئاسية 2014

(5): مدى معرفة المبحوثين للمترشحين لرئاسيات 2014

جدول رقم (11): ذكر المترشحين لرئاسيات 17 أفريل 2014

المترشح	التكرار	النسبة
عبد العزيز بوتفليقة	95	23%
علي بن فليس	91	22%
عبد العزيز بلعيد	79	19%
لويزة حنون	85	20%
علي فوزي ربايعين	42	10%
موسى تواتي	27	6%



يلاحظ من الجدول (11) ما يلي:

يوضح الجدول على المترشح عبد العزيز بوتفليقة قد تم ذكره 23% من أفراد العينة، يليه

علي بن فليس بـ 22%، و عبد العزيز بلعيد بـ 19%، و لويضة حنون بـ 20%، و علي

فوزي ربايعين بـ 10%، و موسى تواتي بـ 6%.

موسى تواتي		علي فوزي ربايعين		لويضة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بوتفليقة		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
5%	21	7%	31	12%	49	11%	47	13%	54	13%	54	ذكر	الجنس
1%	6	3%	11	8%	36	8%	32	9%	37	10%	41	أنثى	
6%	27	10%	42	20%	85	19%	79	22%	91	23%	95	المجموع	
5%	23	8%	34	16%	69	15%	64	17%	72	18%	75	-18]	السن
												]29	
1%	4	1%	6	3%	12	3%	13	3%	15	4%	16	-30]	
												]39	
0%	0	0.5%	1	1%	3	0.5%	1	1%	3	1%	3	-40]	
												]49	
0%	0	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	1	-50]	فما فوق
												]59	
6%	27	10%	42	20%	85	19%	79	22%	91	23%	95	المجموع	
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	أمي	المستوى التعليمي
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	ابتدائي	
0%	0	0.5%	1	1%	2	1%	2	0.5%	1	1%	2	متوسط	
1%	2	1.5%	4	1.5%	4	0.5%	1	1.5%	6	1.5%	6	ثانوي	
6%	25	9%	37	19%	79	18%	76	20%	84	20%	84	جامعي	
6%	27	10%	42	20%	85	19%	79	22%	91	23%	95	المجموع	
4%	18	5%	23	12.5%	54	12%	49	12.5%	54	13%	56	بطل	المهنة
0%	0	1%	2	1.5%	5	1%	3	1.5%	5	1.5%	6	عامل	
0.5%	1	1%	2	0.5%	1	0%	0	1%	3	1%	3	تاجر	
1%	2	1.5%	5	3%	14	4%	16	4.5%	18	5%	19	موظف	
1.5%	6	2%	10	3%	11	3%	11	3%	11	3%	11	أستاذ	
6%	27	10%	42	20%	85	19%	79	22%	91	23%	95	المجموع	



في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يلاحظ أنه يوجد فارق بين الجنسين في ذكر المترشحين لرئاسيات 2014 حيث بلغت نسبة الذكور الذين ذكروا المترشحين 61% بينما الإناث 39%، وهذا يفسر متابعة الذكور للإنتخابات والسياسة أكثر من الإناث، ويلاحظ بالنسبة للمترشحين أن عبد العزيز بوتفليقة وعلي بن فليس هم أكثر المترشحين شعبية لدى الذكور وكذلك بالنسبة للإناث، حيث تحصلا عند الذكور على نسبة 13% لكلاهما، بينما عند الإناث فتحصل عبد العزيز بوتفليقة على 10% وعلي بن فليس 9% وهي نسب متقاربة، بينما تحصل عبد العزيز بلعيد على نسبة 19% لكلا الجنسين، ولويزة حنون على 20%، بينما تحصل بقية المترشحين على نسب ضئيلة 10%، و 6% على التوالي.

يلاحظ أن لمتغير الجنس دور في معرفة الأفراد للمترشحين من عدمها فالذكور كانت نسبة تعرفهم على المترشحين أعلى من الإناث، وهذا يرجع كما اشرنا سابقا إلى متابعة الذكور للحملة الإنتخابية أكثر من الإناث، وكانا المترشحين عبد العزيز بوتفليقة وعلي بن فليس قد نالا أعلى نسبة، وهذا نظرا للتسويق السياسي الذي قاما به خلال الحملة، وتركيز وسائل الإعلام على هؤلاء المترشحين، وكذلك نظراً لكونهم معروفين على الساحة السياسية في الجزائر.

على مستوى السن نجد أن الفئة الأولى [18-29] مثلت أعلى نسبة في ذكرها للمترشحين بـ 79%، والفئة الثانية بـ 12%، والفئة الثالثة بـ 4%، والرابعة 2.5%. ورغم التفاوت

في النسب بين الفئات إلا أنها كلها ذكرت المترشحين، وتلاقت النسب العالية عند المترشحين عبد العزيز بوتفليقة وعلي بن فليس، لذا فإن السن لم يكن له دخل في التعرف على المترشحين من عدمها، بل لعوامل أخرى دخل في ذلك.

- تبقى النسب مرتفعة عند المترشحين الأول والثاني عند المستوى الجامعي والثانوي، بينما المتوسط فنلاحظ أن النسب العالية تركزت عند المترشح الأول والثاني.

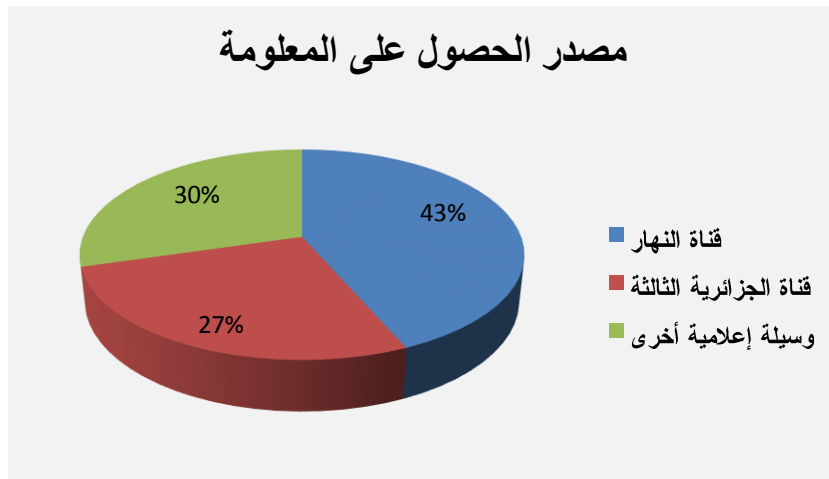
المستوى الجامعي كانت نسبة ذكر المترشح الأول والثاني متساوية بـ 20% وهذا يدل على شعبية المترشحين بينما إنخفضت قليلا عند المترشح الثالث والرابع، بينما المترشح الخامس والسادس فقد نالا نسبة ضعيفة. ومن خلال هذه النسب يتضح أنه ليس للمستوى التعليمي دخل في التعرف على المترشحين.

- هذا ونجد نفس النسب المرتفعة للمترشح الأول والثاني عند أفراد العينة على إختلاف مهنتهم، حيث كانت أعلى نسبة لدى البطالين بنسبة 59%، وهذا يرجع إلى تقاطع القضايا المطروحة في برامج المترشحين مع إهتمامات هذه الفئة كقضايا الشغل والسكن.

(5-1) - إجابات المبحوثين عن مصدر حصولهم للمعلومات

جدول رقم (12): مصدر الحصول على المعلومات

النسبة	التكرار	الوسيلة الإعلامية
35%	43	قناة النهار
35%	43	قناة الجزائرية الثالثة
30%	36	وسيلة إعلامية أخرى



يلاحظ من الجدول (12) ما يلي:

تحصلت قناة النهار على أعلى نسبة مشاهدة كمصدر للحصول على المعلومات حول المترشحين بنسبة 43%، و قناة الجزائرية الثالثة بـ 27%، ووسائل إعلامية أخرى بـ 30%.

وسيلة أخرى		قناة الجزائرية الثالثة		قناة النهار		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%3	4	%12	15	%20	25	ذكر	الجنس
%26	32	%23	28	%15	18	أنثى	
%30	35	%35	43	%35	43	المجموع	
%20	24	%26	32	%26	32	[29-18]	السن
%7	8	%9	11	%8	10	[39-30]	
%2	2	%0	0	%1	1	[49-40]	
%1	1	%0	0	%0	0	[59-50]	
%0	0	%0	0	%0	0	[59-50] فوق	
%30	35	%35	43	%35	43	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	
%1	1	%0	0	%2	2	متوسط	
%3	4	%2	2	%2	3	ثانوي	
%25	30	%34	41	%31	38	جامعي	
%30	35	%35	43	%35	43	المجموع	
%10	12	%17	21	%22	27	بطل	المهنة
%2	3	%3	4	%2	2	عامل	
%1	2	%0	0	%1	1	تاجر	
%11	13	%9	11	%7	9	موظف	
%4	5	%6	7	%3	4	أستاذ	
%30	35	%35	43	%35	43	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يبين الجدول أن مشاهدي قناة النهار من الذكور نسبتهم 20%، ومن الإناث 15% وبإجمالي مشاهدة 35% للجنسين، فيما نجد متابعي قناة الجزائرية الثالثة من الذكور كانت نسبتهم 12%، ومن الإناث 23%، بينما يتابع 3% من الذكور وسائل أخرى أهمها الصحافة المكتوبة، ونسبة 26% للإناث في تتبعهم لوسائل إعلامية أخرى أبرزها الصحافة المكتوبة

والإذاعة. وهذه النسبة قد تكون مرحلية تتعلق إلى حد ما بفترة الإنتخابات الرئاسية 2014، إلا أن الملاحظ هو منافسة وسائل إعلامية أخرى كالصحف والإذاعة بنسبة كبيرة للقنوات الفضائية خلال الإنتخابات الرئاسية، وهذا يدل على تنوع مصادر إستقاء المعلومات حول المترشحين.

- نجد نسبة متابعة قناة النهار والجزائرية الثالثة متساوية عند الفئة العمرية [18-29] بنسبة 26%، كما نجد إرتفاع في هذه الفئة في إستقاء معلوماتها حول المترشحين من وسائل أخرى كالصحف والإذاعة، وكما سبق وذكرنا فإن القنوات الفضائية خلال الإنتخابات سعت إلى إستهداف شريحة الشباب، وبالمقابل إهتمام هذه الفئة بالإنتخابات كون مصالح هذه الفئة مرتبطة بالذي سيفوز بالإنتخابات. فيما نلاحظ إنخفاض في بقية الفئات كونها تمثل نسبة قليلة من العينة مقارنة بالفئة الأولى.

- نلاحظ أن الأفراد ذوي المستوى المتوسط إستقوا معلوماتهم من قناة النهار والصحف، فقناة النهار إستطاعت أن تستقطب الفئات ذوي المستوى التعليمي الضعيف والمتوسط في مختلف الميادين ومنها السياسية، وبالتالي أصبحوا متابعين دائمين، أما بالنسبة للمستوى الثانوي والجامعي فنجد تقارب من حيث النتائج لتبقى قناتا النهار والجزائرية الثالثة متساويان من حيث نسبة المتابعة.

- على مستوى المهنة نجد البطالين يتابعون قناة النهار أكثر من قناة الجزائرية بفارق 5%، فيما نجد العمال عكس ذلك، أما التجار فهم لا يتابعون قناة الجزائرية الثالثة وهذا قد يرجع لرؤيتهم نحو هذه القناة على أنها لا تتحلى بالموضوعية ومنحازة للنظام.

بينما نجد الأساتذة يتابعون بنسبة أكثر نوعاً ما قناة الجزائرية الثالثة على قناة النهار ووسائل إعلامية أخرى، وهذا قد يرجع لكون قناة الجزائرية أقدم من حيث الظهور.

والملاحظ في هذا الجدول هو أن قناتي النهار والجزائرية الثالثة كانتا مصدرين للمعلومات حول المترشحين ولو خلال فترة الإنتخابات الرئاسية، وهذا ما يؤكد عليه "روس هاورد" من المعهد الكندي للإعلام أن الرسالة الإعلامية قد حولت الإعلام إلى أكثر القوى نفاداً وتأثيراً في العمليات السياسية وعلى رأسها العمليات الإنتخابية التي يجري تقديمها لصنع صورة لها تكون سهلة الإدراك وتكون الموضوعات الإعلامية حلقة وصل بين الحكومات والناخبين.

### أوجه التشابه.

- لجأ أفراد العينة لقناة النهار والجزائرية كمصدر للحصول على المعلومات حول المترشحين، وكانت النسبة بينهما متساوية، حيث مثلاً القناتان 35% من أفراد العينة، وهذا يؤكد على أن القناتين كانتا لهما دوراً في إستقاء الفرد لمعلوماته السياسية، وهذا يوضح أيضاً على أن القناتين جعلتا الإنتخابات الرئاسية 2014 أهم حدث في مضمونها.

أوجه الاختلاف.

- تكمن أهم الاختلافات بين القناتين في البيانات الشخصية للأفراد الذين إعتمدوا عليها كمصدر للحصول على المعلومات، حيث نجد الإختلافات في الجنس والسن، والمستوى والوظيفة. فالنسبة للجنس نجد أن نسبة الذكور في قناة النهار أكثر من الإناث، بينما قناة الجزائرية فعكس ذلك، وبالنسبة للسن فنجد الإختلاف على مستوى الفئة العمرية الثانية والثالثة.

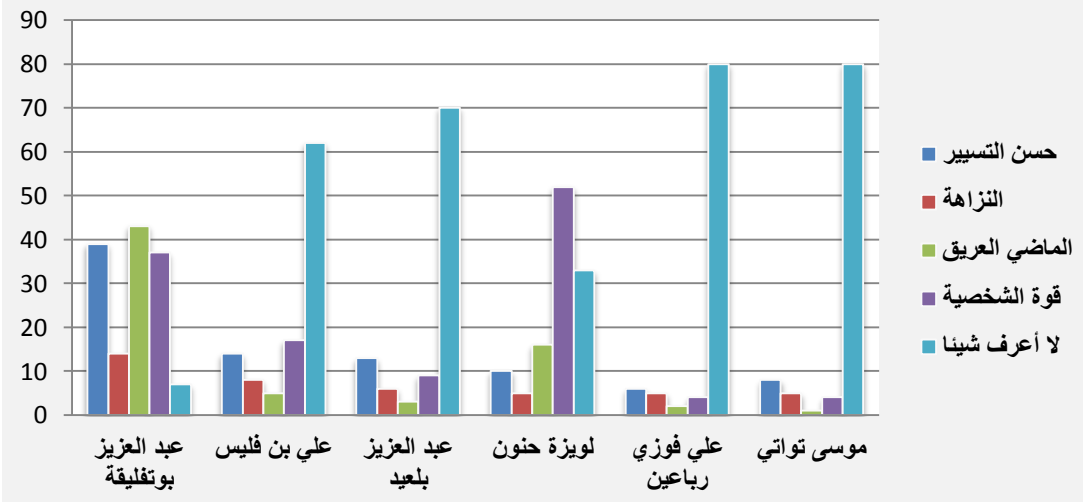
وفي المستوى التعليمي نجد أفراد المستوى المتوسط إتجهوا نحو قناة النهار دون الجزائرية الثالثة، ونجد إختلافات في المستوى الثانوي والجامعي وإن كان قليلاً. وعلى مستوى المهنة فإننا نجد تفاوتاً في النسب بين القناتين في كل المهن.

(6): إجابات المبحوثين حول صفات المترشحين

جدول رقم (13): صفات المترشحين

لا أعرف شيئا		قوة الشخصية		الماضي العريق		النزاهة		حسن التسيير		الصفات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المترشح
%1	7	%6	37	%7	43	%2	14	%6	39	عبد العزيز بوتفليقة
%9	62	%3	17	%1	5	%1	8	%2	14	علي بن فليس
%11	70	%1	9	%0.45	3	%1	6	%2	13	عبد العزيز بلعيد
%5	33	%8	52	%2	16	%1	5	%1	10	لويذة حنون
%12	80	%1	4	%0.30	2	%1	5	%1	6	علي فوزي ربايعين
%12	80	%1	4	%0.15	1	%1	5	%1	8	موسى تواتي

ماذا تعرف عن هؤلاء المترشحين





يلاحظ من الجدول (13) ما يلي:

- تحصل المترشح عبد العزيز بوتفليقة على أعلى نسب في كل الصفات ما عدا إجابة لا أعرف شيئاً، حيث كانت نسبة 6% في حسن التسيير، و2% في النزاهة، و7% في الماضي العريق، و6% في قوة الشخصية، بينما مثلت نسبة 1% الأفراد الذين أجابوا بلا أعرف شيئاً.
- تحصل المترشح علي بن فليس على 2% في حسن التسيير، و1% في النزاهة، و1% في الماضي العريق، و3% في قوة الشخصية، و 9% في إجابة لا أعرف شيئاً.
- تحصل المترشح عبد العزيز بلعيد على 2% في حسن التسيير، و1% في النزاهة، و0.45% في الماضي العريق، و1% في قوة الشخصية، و 11% في إجابة لا أعرف شيئاً.
- تحصلت المترشحة لويزة حنون على 1% في حسن التسيير، و1% في النزاهة، و2% في الماضي العريق، و8% في قوة الشخصية، و 5% في إجابة لا أعرف شيئاً.
- تحصل المترشح علي فوزي رباعين على 1% في حسن التسيير، و1% في النزاهة، و0.30% في الماضي العريق، و1% في قوة الشخصية، و 12% في إجابة لا أعرف شيئاً.
- تحصل المترشح موسى تواتي على 1% في حسن التسيير، و1% في النزاهة، و0.15% في الماضي العريق، و1% في قوة الشخصية، و 12% في إجابة لا أعرف شيئاً.

جدول رقم (14): النتائج الخاصة بصفة حسن التسيير

موسى تواتي		علي فوزي رباعين		لويزة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بوتفليقة		المرشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%3	3	%3	3	%5	8	%9	9	%9	9	%21	21	ذكر	الجنس
%5	5	%3	3	%5	2	%4	4	%5	5	%18	18	أنثى	
%8	8	%6	6	%10	10	%13	13	%14	14	%39	39	المجموع	
%6	6	%4	4	%5	5	%13	13	%14	14	%30	30	-18]	السن
												]29	
%2	2	%2	2	%5	5	%0	0	%0	0	%5	5	-30]	
												]39	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%4	4	-40]	
												]49	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-50]	فما فوق
												]59	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0		
%8	8	%6	6	%10	10	%13	13	%14	14	%39	39	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%1	1	%1	1	متوسط	
%0	0	%0	0	%2	2	%0	0	%5	5	%0	0	ثانوي	
%8	8	%6	6	%8	8	%13	13	%8	8	%38	38	جامعي	
%8	8	%6	6	%10	10	%13	13	%14	14	%39	39	المجموع	
%6	6	%4	4	%10	10	%9	9	%4	4	%21	21	بطل	المهنة
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%3	3	عامل	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%1	1	%1	1	تاجر	
%0	0	%0	0	%0	0	%2	2	%5	5	%11	11	موظف	
%2	2	%2	2	%0	0	%2	2	%4	4	%3	3	أستاذ	
%8	8	%6	6	%10	10	%13	13	%14	14	%39	39	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يوضح الجدول على أن نسبة إجابات الذكور والإناث الخاصة بحسن التسيير متقاربة عند

المرشح الأول وهي أعلى نسبة تحصل عليها المرشح عبد العزيز بوتفليقة، وتمثلت بـ

21% و 18% على التوالي، فيما تحصل بقية المترشحين على نسب متقاربة بين المترشح علي بن فليس وبلعيد، ولويزة حنون، بينما كانت ضعيفة نوعا ما عند المترشحين علي فوزي رباعين وموسى تواتي.

ويلاحظ أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث في كل المترشحين ما عدا المترشح موسى تواتي.

لذا فإن الجنس في هذه الحالة برز كمتغير أثر على النتائج الخاصة بصفة حسن التسيير للمترشحين، ليبقى المترشح عبد العزيز بوتفليقة الرجل الأول في حسن التسيير، وهذا يرجع إلى مسيرته السياسية الطويلة.

- بالنسبة للفئات العمرية فإن الفئة [18-29] مثلت أعلى نسبة لكل المترشحين، والملاحظ هو التفاوت الكبير في النسب بين المترشح الأول وبقية المترشحين، وحصول المترشح موسى تواتي على نسبة أعلى من علي فوزي ولويزة حنون، بينما لدى الفئة العمرية [30-39] فإننا نلاحظ تساوي في النسب بين عبد العزيز بوتفليقة ولويزة حنون، وهذه الفئة هي من العمال والموظفين والأساتذة وبالتالي إختيارهم لهؤلاء المترشحين يرجع لارتباط مصالحهم الشخصية بالرئيس لكم من عهدة والأمانة العامة للعمال.

أما فئة [40-49] فقد إختارت صفة حسن التسيير للمترشح عبد العزيز بوتفليقة دون غيره.

- بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أجاب من المستوى المتوسط على المترشح الأول والثاني بنسبة 1% لكل منهما، و أعطى أفراد الثانوي صفة حسن التسيير للمترشح علي بن فليس و

لوزية حنون، بينما أصحاب المستوى الجامعي فقد كانت الإجابات لكل المترشحين بينما يبقى المترشح الأول بأعلى نسبة.

وهذا يوضح على أن المستوى التعليمي كان له الأثر في إختيارات الأفراد فيلاحظ أن أصحاب المستوى الجامعي قد توزعت إجاباتهم على كل المترشحين وإن كان هناك تفاوت، بينما بقية المستويات فقد إنحصرت عند مترشحين معينين يرون فيهم الحلول لواقعهم المعيشي.

- أعطى البطالون والأساتذة صفة حسن التسيير لكل المترشحين وإن كان هناك تفاوت لصالح المترشح الأول، بينما نجد بقية المهن تنحصر إجاباتهم عند المترشح الأول والثاني، فقط عند الموظفين الذين أعطوا الصفة لعبد العزيز بلعيد.

بغض النظر عن المهنة فإن أفراد العينة يشعرون بأن المترشح عبد العزيز بوتفليقة تعامل وسيتعامل معهم بالعقلية الأبوية بحيث يجسد وعوده، ولعل أبرز ما جعله ينال نسبة كبيرة في حسن التسيير هي برامجه التنموية والإصلاحية وعلى رأسها المصالحة الوطنية، والتي أخرجت الجزائر من دوامة الإقتتال إلى الأمن.

جدول رقم (15): النتائج الخاصة بصفة النزاهة

موسى تواتي		علي فوزي رباعين		لويزة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بوتفليقة		المرشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%2	2	%4	4	%2	2	%3	3	%7	7	%9	9	ذكر	الجنس
%3	3	%1	1	%3	3	%3	3	%1	1	%5	5	أنثى	
%5	5	%5	5	5	5	%6	6	%8	8	%14	14	المجموع	
%3	3	%4	4	%4	4	%5	5	%5	5	%6	6	-18]	السن
												]29	
%1	1	%1	1	%1	1	%1	1	%2	2	%4	4	-30]	
												]39	
%1	1	%0	0	%	0	%0	0	%1	1	%4	4	-40]	
												]49	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-50]	فما فوق
												]59	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0		
%5	5	%5	5	%5	5	%6	6	%8	8	%	14	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%1	1	%	0	%0	0	%0	0	%1	1	%2	2	متوسط	
%0	0	%2	2	%1	1	%2	2	%3	3	%0	0	ثانوي	
%4	4	%3	3	%4	4	%4	4	%4	4	%12	12	جامعي	
%5	5	%5	5	%5	5	%6	6	%8	8	%14	14	المجموع	
%4	4	%4	4	%5	5	%4	4	%5	5	%9	9	بطل	المهنة
%0	0	%0	0	%0	0	%2	0	%1	1	%2	2	عامل	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	تاجر	
%1	1	%0	0	%0	0	%2	2	%0	0	%	0	موظف	
%1	1	%1	1	%0	0	%0	0	%2	2	%3	3	أستاذ	
%5	5	%5	5	%5	5	%6	6	%8	8	%0	14	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يوضح الجدول على أن نسبة إجابات الذكور والإناث الخاصة بصفة النزاهة ليست

مقاربة نوعاً ما عند المترشح الأول وهي أعلى نسبة تحصل عليها المترشح عبد العزيز

بوتفليقة، وتمثلت بـ 9% و 5% على التوالي، فيما تحصل بقية المترشحين على نسب متباعدة بين المترشح علي بن فليس وبقية المترشحين.

ويلاحظ أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث في كل المترشحين ما عدا عبد العزيز بلعيد أين تساوت النسب.

لذا فإن الجنس في هذه الحالة برز كمتغير أثر على النتائج الخاصة بصفة النزاهة للمترشحين، فالذكور كما ذكرنا سابقاً كانوا أكثر متابعة للحملة من الإناث، ليبقى المترشح عبد العزيز بوتفليقة الرجل الأول في حسن التسيير، وهذا يرجع إلى مسيرته السياسية الطويلة.

- بالنسبة للفئات العمرية فإن الفئة [18-29] مثلت أعلى نسبة لكل المترشحين، والملاحظ هو عدم وجود تفاوت كبير في النسب بين المترشح الأول وبقية المترشحين، بينما لدى الفئة العمرية [30-39] فإننا نلاحظ تفاوت في النسب بين عبد العزيز بوتفليقة وبقية المترشحين وهذه الفئة هي من العمال والموظفين والأساتذة وبالتالي إختيارهم لهؤلاء المترشحين يربط لارتباط مصالحهم الشخصية بالرئيس لكم من عهدة

أما فئة [40-49] فقد إختارت صفة النزاهة للمترشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 4%، فيما تحصل علي بن فليس وموسى تواتي على 1%.

- بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أجاب من المستوى المتوسط على المترشح الأول بنسبة 2% والثاني والسادس بـ 1% لكلاهما، و أعطى أفراد الثانوي صفة النزاهة لكل المترشحين

دون عبد العزيز بوتفليقة و موسى تواتي، بينما أصحاب المستوى الجامعي فقد كانت الإجابات لكل المترشحين بينما يبقى المترشح الأول بأعلى نسبة.

وهذا يوضح على أن المستوى التعليمي كان له الأثر في إختيارات الأفراد فيلاحظ أن أصحاب المستوى الجامعي قد توزعت إجاباتهم على كل المترشحين وإن كان هناك تفاوت، بينما بقية المستويات فقد إنحصرت عند مترشحين معينين يرون فيهم الحلول لواقعهم المعيشي.

- أعطى البطالون صفة النزاهة لكل المترشحين وإن كان هناك تفاوت لصالح المترشح الأول، بينما نجد بقية المهن تختلف إجاباته، فنجد أن التجار والموظفين لم يعطوا صفة النزاهة للمترشح عبد العزيز بوتفليقة وعلي بن فليس.

وهذه التفاوت والإختلاف في النسب قد يكون للمهنة عامل في ذلك، فمثلاً نجد صفة البطالين وهم من الشباب الذين مازالو يدرسون لهم أمل في وعود المترشحين الذي أعطوهم صفة النزاهة، بينما نجد التجار والموظفي قد إمتنعوا عن إعطاء هذه الصفة للمترشح الأول والثاني، نتيجة فقدانهم الثقة في أصحاب القرار.

جدول رقم (16): النتائج الخاصة بصفة الماضي العريق

موسى تواتي		علي فوزي رباعين		لويزة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بونفليقة		المرشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%1	1	%2	2	%7	7	%3	3	%3	3	%27	27	ذكر	الجنس
%0	0	%0	0	%9	9	%0	0	%2	2	%16	16	أنثى	
%1	1	%2	2	%16	16	%3	3	%5	5	%43	43	المجموع	
%1	1	%2	2	%11	11	%3	3	%4	4	%35	35	-18]	السن
%0	0	%0	0	%3	3	%0	0	%1	1	%5	5	]29	
%0	0	%0	0	%1	1	%0	0	%0	0	%2	2	-30]	
%0	0	%0	0	%1	1	%0	0	%0	0	%1	1	]39	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-40]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]49	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-50]	فما فوق
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]59	
%1	1	%2	2	%6	6	%3	3	%5	5	%43	43	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%1	1	%1	1	%1	1	%0	0	%0	0	%1	1	متوسط	
%0	0	%1	1	%0	0	%0	0	%1	1	%5	5	ثانوي	
%0	0	%0	0	%5	5	%3	3	%4	4	%37	37	جامعي	
%1	1	%2	2	%6	6	%3	3	%5	5	%43	43	المجموع	
%0	0	%1	1	%2	2	%0	0	%3	3	%35	35	بطل	المهنة
%0	0	%0	0	%0	0	%1	1	%1	1	%5	5	عامل	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%3	3	تاجر	
%1	1	%0	0	%4	4	%1	1	%1	1	%0	0	موظف	
%0	0	%1	1	%0	0	%1	1	%0	0	%0	0	أستاذ	
%1	1	%2	2	%6	6	%3	3	%5	5	%43	43	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يوضح الجدول على أن نسبة إجابات الذكور والإناث الخاصة بصفة الماضي العريق

ليست متقاربة نوعاً ما عند المترشح الأول وهي أعلى نسبة تحصل عليها المترشح عبد



العزیز بوتفلیقة، وتمثلت بـ 27% و 16% على التوالي، فيما تحصل بقية المترشحين على نسب متباعدة حيث حصلت لویزة حنون ثاني أعلى نسبة بإجمالي الجنسين 16%. ويلاحظ أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث في كل المترشحين ما عدا لویزة حنون أين تفوقت نسبة الإناث.

لذا فإن الجنس في هذه الحالة برز كمتغير أثر على النتائج الخاصة بصفة الماضي العريق للمترشحين، ، ليقى المترشح عبد العزیز بوتفلیقة الرجل الأول في الماضي العريق، وهذا يرجع إلى مسيرته السياسية الطويلة.

- بالنسبة للفئات العمرية فإن الفئة [18-29] مثلت أعلى نسبة لكل المترشحين، والملاحظ هو وجود تفاوت كبير في النسب بين المترشح الأول وبقية المترشحين ، بينما لدى الفئة العمرية [30-39] فإننا نلاحظ عدم وجود تفاوت في النسب بين عبد العزیز بوتفلیقة وبقية المترشحين وهذه الفئة هي من العمال والموظفين والأساتذة .

أما فئة [40-49] فقد إختارت صفة الماضي العريق للمترشح عبد العزیز بوتفلیقة بنسبة 2%، فيما تحصلت لویزة حنون على 1%، كما أعطى أفراد الفئة [50-59] صفة الماضي العريق بنسبة 1% للمترشح عبد العزیز بوتفلیقة ولویزة حنون.

- بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أجاب من المستوى المتوسط على المترشح الأول والرابع والخامس والسادس بنسبة 1%، و أعطى أفراد الثانوي صفة الماضي العريق لعبد العزیز

بوتفليقة بنسبة 5% ، بينما أصحاب المستوى الجامعي فقد كانت الإجابات لكل المترشحين

بينما يبقى المترشح الأول بأعلى نسبة 37%.

- أعطى البطالون صفة الماضي العريق لكل المترشحين دون المترشح موسى تواتي و عبد

العزیز بلعيد والذي هو جديد على الساحة السياسية في الجزائر ، بينما نجد بقية المهن

تختلف إجاباتهم، فنجد أن الموظفين والأساتذة لم يعطوا صفة الماضي العريق للمترشح عبد

العزیز بوتفليقة.

رغم التفاوت في النسب بين المترشحين في صفة الماضي العريق إلا أنه ليس للمهنة أثر في

إختيارات الأفراد كونهم أعطوا هذه الصفة للمترشح المؤلف على الساحة السياسية.

جدول رقم (17): النتائج الخاصة بصفة قوة الشخصية

موسى تواتي		علي فوزي رباعين		لويزة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بوتفليقة		المرشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%3	4	%0.80	1	%21	26	%6	7	%5	6	%23	28	ذكر	الجنس
%0	0	%2	3	%21	26	%1.50	2	%7	9	%7	9	أنثى	
%3	4	%3	4	%42	52	%7	9	%14	17	%30	37	المجموع	
%0.80	1	%2	3	%36	44	%5	6	%12	15	%19	23	-18]	السن
%2	3	%0.80	1	%6	8	%1.50	2	%1.50	2	%9	11	]29	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%1.50	2	-30]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%1.50	2	]39	
%0	0	%0	0	%0	0	%0.80	1	%0	0	%0.80	1	-40]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0.80	1	]49	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-50]	فما فوق
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]59	
%3	4	%3	4	%42	52	%7	9	%14	17	%30	37	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	0	%0	0	%0.80	1	%0	0	%0	0	%1.50	2	متوسط	
%0	0	%3	4	%0.80	1	%0.80	1	%1.50	2	%5	6	ثانوي	
%0	4	%3	4	%41	50	%6	8	%12	15	%24	29	جامعي	
%3	4	%3	4	%42	52	%7	9	%14	17	%30	37	المجموع	
%0.80	1	%2	3	%28	34	%4	5	%12	15	%11	14	بطل	المهنة
%0	0	%0	0	%0.80	1	0.80	1	%0	0	%1.50	2	عامل	
%0	0	%0	0	%1.50	2	%0	0	%0	0	%1.50	2	تاجر	
%1.50	2	%0.80	1	%8	10	%1.50	2	%2	3	%11	13	موظف	
%0.80	1	%0	0	%4	5	%0.80	1	%1.50	2	%5	6	أستاذ	
%3	4	%3	4	%42	52	%7	9	%14	17	%30	37	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يوضح الجدول على أن نسبة إجابات الذكور والإناث الخاصة بصفة قوة الشخصية كانت متساوية ما عند المترشحة لويزة حنون حيث حصلت على أعلى نسبة بإجمالي الجنسين 42%. وبالتالي تفوقت على المترشح عبد العزيز بوتفليقة، والذي تحصص على نسبة 30%، فيما حصلت لويزة حنون ثاني أعلى نسبة بإجمالي الجنسين 16%.

ويلاحظ أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث في كل المترشحين ما عدا لويزة حنون أين تساوت النسبة.

- بالنسبة للفئات العمرية فإن الفئة [18-29] مثلت أعلى نسبة لكل المترشحين، والملاحظ هو وجود تفاوت كبير في النسب بين المترشحة لويزة حنون وباقي المترشحين ، وكذلك لدى الفئة العمرية [30-39] فإننا نلاحظ وجود تفاوت في النسب بين لويزة حنون وبقية المترشحين .

- بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أجاب من المستوى المتوسط على المترشح الأول بنسبة 2% ولويزة حنون بـ 0.80%، و أعطى أفراد الثانوي صفة قوة الشخصية لعبد العزيز بوتفليقة بنسبة 5% ، بينما أصحاب المستوى الجامعي فقد كانت الإجابات لكل المترشحين بينما تبقى لويزة حنون بأعلى نسبة 41%.

- أعطى البطالون صفة قوة الشخصية لكل المترشحين وبتفوق لويزة حنون، بينما نجد بقية المهن تختلف إجاباتهم.

رغم التفاوت في النسب بين المترشحين في صفة قوة الشخصية إلا أنه ليس للمهنة أثر في إختيارات الأفراد كونهم أعطوا هذه الصفة للمترشحة المرأة الوحيدة من بين المترشحين.

جدول رقم (18): النتائج الخاصة بإجابة لا أعرف شيئاً

موسى تواتي		علي فوزي رباعين		لويزة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بونفليقة		المرشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
12.6 %5	42	%12	41	%6	19	10.5 0	35	%10	33	1.50 %	5	ذكر	الجنس
11.4 %4	38	%12	39	%4	14	10.5 0	35	%9	29	0.50 %	2	أنثى	
%24	80	%24	80	%10	33	%21	70	%19	62	%2	7	المجموع	
%19	63	%19	63	%8	26	%17	58	%15	50	1.50 %	5	-18] ]29	السن
%4	14	%4	14	1.50 %	5	%3	11	%3	11	0.30 %	1	-30] ]39	
0.50 %	2	0.50 %	2	0.30 %	1	0.30 %	1	0.30 %	1	%0	0	-40] ]49	
0.30 %	1	0.30 %	1	0.30 %	1	%0	0	%0	0	%0	0	-50] ]59	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	59] فما فوق	
%24	80	%24	80	%10	33	%21	70	%19	62	%2	7	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
0.50 %	2	0.50 %	2	0.30 %	1	0.50 %	2	0.50 %	2	%0	0	متوسط	
1.20 %	4	1.50 %	5	%1	3	1.50 %	5	%1	3	0.50 %	2	ثانوي	
%22	74	%22	73	8.70 %	29	%19	63	17.5 %	57	1.50 %	5	جامعي	
%24	80	%24	80	%10	33	%21	70	%19	62	%2	7	المجموع	
%16	54	%15	50	%6	20	%14	46	%16	54	1.80 %	6	بطل	المهنة
1.50 %	4	1.50 %	5	1.50 %	4	1.50	4	%1	3	0.30 %	1	عامل	
%1	3	%1	3	0.30 %	1	0.50 %	2	0.30 %	1	%0	0	تاجر	
%4	15	%6	19	2.40 %	8	%5	18	1.50 %	4	%0	0	موظف	
1.50 %	4	%1	3	%0	0	%0	0	0	0	%0	0	أسناد	
%24	80	%24	80	%10	33	%21	70	%19	62	%2	7	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يوضح الجدول على أن نسبة إجابات الذكور والإناث الخاصة بلا أعرف شيئاً كانت مختلفة حيث أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث في كل المترشحين.

وكانت الإجابة بلا أعرف شيئاً مرتفعة هند المترشح علي فوزي رباعين وموسى تواتي وعبد العزيز بلعيد وعلي بن فليس مقارن بعبد العزيز بوتفليقة ولويزة حنون حيث تحسلاً على نسب قليلة.

- بالنسبة للفئات العمرية فإن الفئة [18-29] مثلت أعلى نسبة لكل المترشحين، والملاحظ هو وجود تفاوت كبير في النسب بين المترشحين ، وكذلك لدى الفئة العمرية [30-39] فإننا نلاحظ وجود تفاوت في النسب بين المترشحين .

- بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أجاب من المستوى المتوسط بنسب متفاوتة على كل المترشحين دون عبد العزيز بوتفليقة و أجاب أفراد المستوى الثانوي بلا أعرف شيئاً لكل المترشحين بنسب مختلفة ، بينما أصحاب المستوى الجامعي فقد كانت الإجابات لكل المترشحين بينما يبقى المترشحان موسى تواتي وعبد العزيز بلعيد بأعلى نسبة.

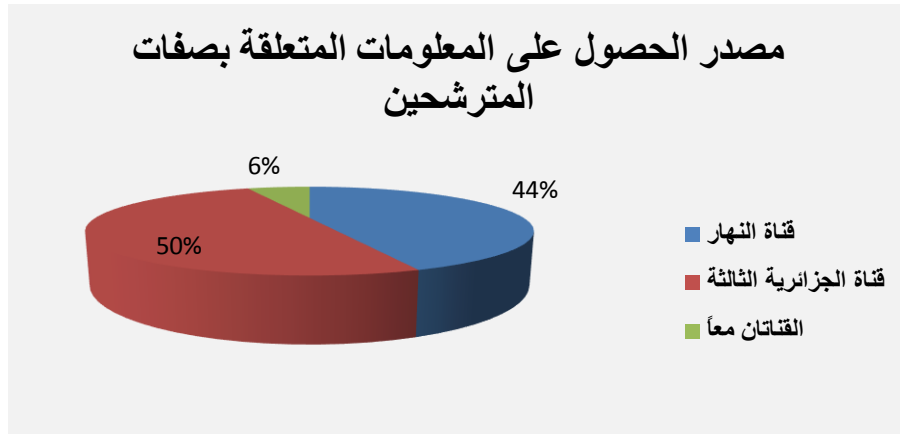
- أجاب البطالون بلا أعرف شيئاً لكل المترشحين ولكن بنسب متفاوتة، ماعدا علي بن فليس و موسى تواتي فقد تساوى بنسبة 16% وهي النسبة الأعلى.

بينما نجد تفاوت في النسب في بقية المستويات، إلا أن النسب الأعلى كانت للمترشح موسى تواتي وعلي فوزي رباعين.

(6.1). إجابات المبحوثين حول مصدرهم للحصول على المعلومات الخاصة بصفات المترشحين

جدول رقم (19): مصدر الحصول على المعلومات المتعلقة بصفات المترشحين

النسبة	التكرار	القناة
44%	44	قناة النهار
50%	50	قناة الجزائرية الثالثة
6%	6	القناتان معاً
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول ما يلي:

تشكل قناة الجزائرية الثالثة المصدر الأول لأفراد العينة للحصول على المعلومات الخاصة بصفات المترشحين بنسبة 50%، بينما يفضل 44% من أفراد العينة قناة النهار كمصدر للحصول على المعلومات، وهذا قد يرجع إلى أقدمية قناة الجزائرية عن قناة النهار مع قوة طرحها والتنوع في برامجها خلال فترة الإنتخابات. بينما نجد 6% تابعوا القناتين معاً.



جدول رقم (20). النتائج الخاصة بقناة النهار كمصدر للمعلومات المتعلقة بصفات المترشحين

لا أعرف شيئاً		قوة الشخصية		الماضي العريق		النزاهة		حسن التسيير		صفات المترشح	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البيانات الشخصية	
%28	88	%11	33	%4	10	%4	12	%6	18	ذكر	الجنس
%23	70	%7	22	%6	20	%3	11	%8	25	أنثى	
%51	158	%18	55	%10	30	%7	23	%14	43	المجموع	
%46	121	%16	49	%6	20	%4	14	%38	19	-18]	السن
										]29	
%10	30	%2	6	%3	9	%2	7	%7	22	-30]	
%1	4	%0	0	0.32 %	1	%0	0	0.50 %	2	-40]	
%1	3	%0	0	%0	0	0.50 %	2	%0	0	-50]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]59	
										فما	المجموع
										فوق	
%51	158	%18	55	%10	30	%7	23	%14	43	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%1	3	%1	3	0.32 %	1	%0	0	%1	3	متوسط	
%3	9	%4	11	%0	0	0.50 %	2	1.50 %	5	ثانوي	
%48	146	%13	41	9.70 %	29	6.50 %	21	%11	35	جامعي	
%51	158	%18	55	%10	30	%7	23	%14	43	المجموع	
%37	114	%3	10	%5	14	%4	13	%6	20	بطل	المهنة
2.50 %	8	2.90 %	9	0.50 %	2	0.32 %	1	0.50 %	2	عامل	
1.50 %	5	0.50 %	2	0.50 %	2	0.50 %	2	%1	3	تاجر	
%9	29	%7	21	%3	10	1.50 %	5	%3	10	موظف	
0.50 %	2	%4	13	0.50 %	2	0.50 %	2	2.58 %	8	أستاذ	
%51	158	%18	55	%10	30	%7	23	%14	43	المجموع	

جدول رقم (21). النتائج الخاصة بقناة الجزائرية الثالثة كمصدر للمعلومات المتعلقة بصفات المترشحين

لا أعرف شيئا		قوة الشخصية		الماضي العريق		النزاهة		حسن التسيير		صفات المترشح	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البيانات الشخصية	
%29	99	%11	39	%6	19	3.50 %	11	%7	26	ذكر	الجنس
%21	75	%8	28	%5	18	2.50 %	9	%6	21	أنثى	
%50	174	%19	67	%11	37	%6	20	%13	47	المجموع	
%41.50	145	%13	44	%6	21	2.50 %	8	%8	30	-18]	السن
%7.50	26	%3	12	%3	10	%2	7	%3	10	]29	
%1	3	0.50 %	2	%0.30	1	%0	0	%0.50	2	-30]	
%0	0	%2.50	9	1.50 %	5	1.50 %	5	1.50 %	5	]39	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-40]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]49	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-50]	فما فوق
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]59	
%50	174	%19	67	%11	37	%6	20	%13	47	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	6	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	متوسط	
%4	13	%1	3	%0.56	2	%1	3	%0.56	2	ثانوي	
%56	155	%18	64	%10	34	%5	17	13 %	45	جامعي	
%50	174	%19	67	%11	37	%6	20	%13	47	المجموع	
%34	121	%12	41	%7	24	%2	6	%11	39	بطل	المهنة
%4	13	%3	12	%1.50	5	1.30 %	4	0.30 %	1	عامل	
%1	5	%0.50	2	0.30 %	1	%1	3	%0	0	تاجر	
%10	35	%3	10	1.30 %	4	1.50 %	5	1.70 %	6	موظف	
%1	5	0.50 %	2	%1	3	0.50 %	2	0.30 %	1	أسناد	
%50	174	%19	67	%11	37	%6	20	%13	47	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

شكّلت قناة النهار والجزائرية الثالثة مصدراً لمعلومات أفراد العينة حول صفات المترشحين، حيث استطاعت قناة النهار أن تكون مصدراً لصفة حسن التسيير عند الإناث بنسبة 8% والذكور بـ 6%، أي بنسبة 43 فرداً من إجمالي 90 فرداً أجابوا نفس الإجابة، وكانت مصدراً لصفة النزاهة بـ 7%، و10% لصفة الماضي العريق، و18% بقوة الشخصية، و51% بإجابة لا أعرف شيئاً.

وبالنسبة للمتغيرات الأخرى كالسن والمستوى التعليمي والمهنة فإننا نجد تفاوت في النسب. وكانت قناة الجزائرية الثالثة مصدراً أول في تعرف الأفراد على صفات المترشحين حيث بلغت نسبة حسن التسيير 13%، و النزاهة بـ 6%، و11% لصفة الماضي العريق، و19% بقوة الشخصية، و50% بإجابة لا أعرف شيئاً.

أوجه التشابه.

- مثلت قناة النهار والجزائرية الثالثة مصدراً لمعلومات أفراد العينة حول صفات المترشحين، وكانتا القناتين مصدراً لكل الصفات.

- ترتيب الصفات من حيث النسب في قناة النهار هو نفس الترتيب في قناة الجزائرية، وهذا يدل على أن القناتين كانت لهما نفس الأهداف خلال الإنتخابات الرئاسية، كم جعلت قناة النهار والجزائرية الثالثة الإنتخابات أهم مضامينها خلال فترة الحملة الإنتخابية.

أوجه الاختلاف.

- يوجد إختلاف بين القناتين من حيث كونهم مصدرًا للمعلومات، فكانت قناة الجزائرية بنسبة 50% و قناة النهار بـ 44%.
- الإختلاف في النسب بين القناتين فيما يخص الصفات وكذا النسب من حيث متغيرات الجنس والمستوى والسن والمهنة.

(7). البرنامج الذي إعتد عليه المبحوثين كمصدر للمعلومات حول المترشحين

جدول رقم (22): قناة الجزائرية الثالثة كمصدر للمعلومات حول المترشحين

حصة خاصة بالحملة الانتخابية		حوار مع المترشحين		النشرة الإخبارية		البرنامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المترشح
19.71	28	20	20	14.22	31	علي بن فليس
14.78	21	17	17	15.13	33	لويزة حنون
11.26	16	10	10	17.88	39	عبد العزيز بلعيد
18.30	26	12	12	24.31	53	عبد العزيز بوتفليقة
18.30	26	12	12	14.22	31	موسى تواتي
17.60	25	10	10	14.22	31	علي فوزي ربايعين
100	142	81	81	100	218	المجموع

يلاحظ من الجدول ما يلي:

توضح النتائج على أن نشرة الأخبار كانت المصدر الأول لحصول أفراد العينة على المعلومات حول المترشحين في قناة الجزائرية بنسبة 100% أي جميع افراد العينة، تم الرجوع للنشرة الإخبارية للتعرف على علي بن فليس بنسبة 14.22%، ولويزة حنون بـ 15.13%، عبد العزيز بلعيد بـ 17.88، و عبد العزيز بوتفليقة بـ 24.31، موسى تواتي و علي فوزي ربايعين بـ 14.22.

وكانت حصة حوار مع المترشحين قد مثلت مصدراً ثالثاً بنسبة 81%، بينما شكلت الحصة

الخاصة بالحملة مصدراً أول بجانب النشرة الإخبارية بنسبة 100%.

جدول رقم (23): قناة النهار كمصدر للمعلومات حول المترشحين

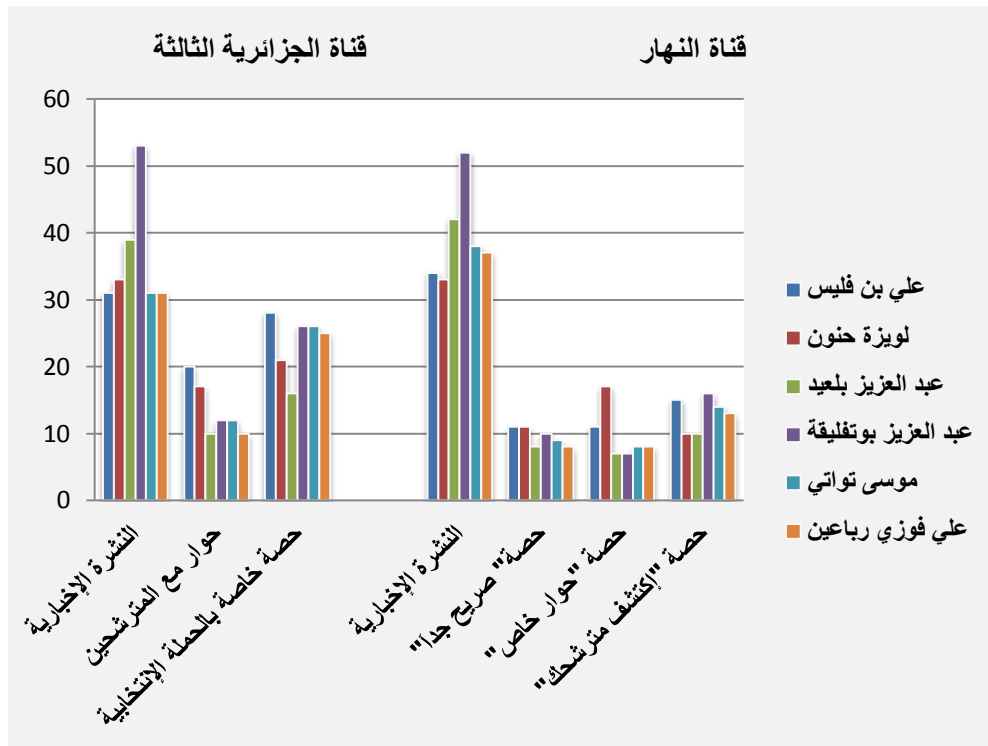
حصة "إكتشف مترشحك"		حصة "حوار خاص"		حصة "صريح جداً"		النشرة الإخبارية		البرنامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المترشح
15	15	11	11	11	11	14.40	34	علي بن فليس
10	10	17	17	11	11	13.98	33	لويذة حنون
10	10	7	7	8	8	18	42	عبد العزيز بلعيد
16	16	7	7	10	10	22	52	عبد العزيز بوتفليقة
14	14	8	8	9	9	16.10	38	موسى تواتي
13	13	8	8	8	8	15	37	علي فوزي ربايعين
78	78	58	58	57	57	100	236	المجموع

يلاحظ من الجدول ما يلي:

إعتماد أفراد العينة على النشرة الإخبارية في قناة النهار كمصدر أول للمعلومات حول

المترشحين بنسبة 100%، فيما كانت حصة "أكتشف مترشحك" الحصة الثانية كمصدر

بنسبة 78%، و حصة "حوار خاص" بنسبة 58%، وحصة "صريح جداً" بنسبة 57%.



جدول رقم (24): النشرة الإخبارية لقناة الجزائرية الثالثة كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بوتفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويذة حنون		علي بن فليس		المترشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
8	18	7.50	16	14	31	10	21	6	14	6.50	15	ذكر	الجنس
6	13	6.50	15	10	22	8	18	9	19	7.50	16	أنثى	
14	31	14	31	24	53	18	39	15	33	14	31	المجموع	
11.50	26	11.50	26	20	45	15	33	12	27	11	24	-18]	السن
												]29	
2	5	2	5	3.50	8	2.50	6	2.50	6	3	7	-30]	
												]39	
0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	-40]	
												]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	
												]59	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59]	فما فوق
14	31	14	31	24	53	18	39	15	33	14	31	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
0	0	0	0	0.50	1	0	0	0	0	0	0	ثانوي	
14	31	14	31	23.50	52	18	39	15	33	14	31	جامعي	
14	31	14	31	24	53	18	39	15	33	14	31	المجموع	
9	19	8.50	19	16	33	12.50	25	9.50	21	10.50	18	بطل	المهنة
1	2	1	2	1	3	1	3	1	2	0	0	عامل	
0.50	1	0.50	1	1	3	0.50	1	0.50	1	0.50	1	تاجر	
2.50	6	2	5	3	7	3	7	2	4	3	7	موظف	
1	3	2	4	3	7	1	3	2	5	2	5	أستاذ	
14	31	14	31	24	53	18	39	15	33	14	31	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:



ساهمت النشرة الإخبارية بالتعريف بالمرشحين لدى أفراد العينة، حيث تابعها الذكور بإجمالي 52%، والإناث بنسبة 48%، والملاحظ هو النسبة المرتفعة الخاصة بالرئيس عبد العزيز بوتفليقة بـ 24%، وهذا يدل على أن صورة المترشح نالت مساحة كبيرة من مضامين النشرة الإخبارية.

والجنس هنا كان له دور حيث نجد فئة الذكور كانت أكثر من الإناث عند المترشح عبد العزيز بلعيد وبوتفليقة وموسى تواتي، وهذا يدل على القصدية في متابعة النشرة من أجل التعرف على مرشحين معينين دون غيرهم.

- بالنسبة للسن فإننا نجد كل الفئات العمرية تعتمد على النشرة الإخبارية في التعرف على مرشح دون غيره.

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط لم يعتمدوا على النشرة كمصدر للمعلومات حول المترشحين، فيما نجد الثانوي بنسبة 0.50%، وبقية النسب في المستوى الجامعي، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً ووتبعاً لمختلف البرامج وعلى رأسها النشرة الإخبارية، فهم أكثر الفئات إهتماماً بالسياسة كما ذكرنا سابقاً.

- على مستوى المهنة فإننا لا نجد نتيجة غير متوقعة حيث أن جميع الفئات تابعوا النشرة الإخبارية والتعرف على مختلف المترشحين ولكن بنسب مختلفة، وهذا يرجع إلى أن كل الفئات باستطاعتها مشاهدة الأخبار على قناة الجزائرية ولو مرة في اليوم والتي قد تكون نشرة الثامنة كون معظم الفئات تكون متفرغة للمشاهدة.

جدول رقم (25): برنامج "حوار مع المترشحين" كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بونفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويذة حنون		علي بن فليس		المترشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
8	8	11	11	10	10	6	6	11	11	16	16	ذكر	الجنس
2	2	1	1	2	2	4	4	6	6	4	4	أنثى	
10	10	12	12	12	12	10	10	17	17	20	20	المجموع	
7	7	9	9	10	10	8	8	12	12	16	16	-18]	السن
3	3	3	3	2	2	2	2	5	5	4	4	]29	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-30]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]39	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-40]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	فما فوق
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]59	
10	10	12	12	12	12	10	10	17	17	20	20	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	ثانوي	
10	10	12	12	12	11	10	10		17	20	20	جامعي	
10	10	12	12	12	12	10	10	17	17	20	20	المجموع	
5	5	6	6	4	4	7	7	9	9	12	12	بطل	المهنة
1	1	1	1	2	2	0	0	0	0	2	2	عامل	
1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	تاجر	
2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	2	2	موظف	
1	1	1	1	2	2	1	1	3	3	2	2	أسناد	
10	10	12	12	12	12	10	10	17	17	10	20	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

ساهم برنامج "حوار مع المترشحين" بالتعريف بالمترشحين لدى أفراد العينة، حيث تابعها الذكور بإجمالي 62%، والإناث بنسبة 19%، والملاحظ هو النسبة المرتفعة الخاصة بالمترشح علي بن فليس بـ 20%، وهذا يدل على أن صورة المترشح نالت مساحة كبيرة من مضامين النشرة الإخبارية، كون المترشح عبد العزيز بوتفليقة لم يكن حاضراً بداعي المرض وحضر وكيله سلال.

والجنس هنا كان له دور حيث نجد فئة الذكور كانت أكثر من الإناث عند كل المترشحين، وهذا يدل على أن دور مثل هذه البرامج كبير في نشر الوعي السياسي.

- بالنسبة للسن فإننا نجد كل الفئات العمرية تعتمد على برنامج "حوار مع المترشحين" في التعرف على كل المترشحين لكن بنسب متفاوتة.

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط لم يعتمدوا على برنامج "حوار مع المترشحين" كمصدر للمعلومات حول المترشحين، فيما نجد الثانوي بنسبة 1%، وبقية النسب في المستوى الجامعي، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً وتتبعاً لمختلف البرامج فهم أكثر الفئات إهتماماً بالسياسة.

- على مستوى المهنة فإننا لا نجد نتيجة غير متوقعة حيث أن جميع الفئات تابعوا برنامج "حوار مع المترشحين" للتعرف على مختلف المترشحين ولكن بنسب مختلفة.

ولكن الملاحظ هو أن غياب المترشح عبد العزيز بوتفليقة في هذا البرنامج أتاح الفرصة لمنافسه علي بن فليس للظهور.

جدول رقم (26): "حصّة خاصة بالحملّة الانتخابية" كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بونفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويزة حنون		علي بن فليس		المترشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
9	13	9	13	10	14	6	10	10	14	12	16	ذكر	الجنس
8.50	12	9	13	8	12	4	6	5	7	8	12	أنثى	
17.60	25	18	26	18	26	11	16	15	21	20	28	المجموع	
15	22	16	23	17	24	10	14	13	19	18	25	-18]	السن
												]29	
2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	-30]	
												]39	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.50	1	-40]	
												]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	
												]59	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	59]	فما فوق
17.60	25	18	26	18	26	11	16	15	21	20	28	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0.50	1	0	0	0	0	0	0	متوسط	
0	0	0	0	0.50	1	0	0	0	0	0	0	ثانوي	
17.60	25	18	26	17	25	11	16	15	21	20	28	جامعي	
17.60	25	18	26	18	26	11	16	15	21	20	28	المجموع	
13	18	14.5	19	11	15	8	11	10	14	13.5	18	بطل	المهنة
0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	1	2	2	3	عامل	
0.50	1	0	0	0	0	0.50	1	0	0	0	0	تاجر	
3	4	3	4	5.50	8	1	2	3.50	5	3.50	5	موظف	
0.50	1	1	2	1	2	0.50	1	0	0	1	2	أستاذ	
17.60	25	18	26	18	26	11	16	15	21	20	28	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

أتاحت "الحصة الخاصة بالحملة الإنتخابية" الفرصة لظهور كل المترشحين، وهذا ما تنص عليه المادة 191 من قانون الإنتخابات 2012. وتمت متابعتها من طرف كل العينة غير أن إعتمادهم عليها كان للتعرف على المترشح الذي قد يكون إختيارهم في التصويت وهذا ما جعل وجود تفاوت في النسب.

- بالنسبة للجنس يبقى الذكور أكثر من الإناث.

بالنسبة للسن فإننا نجد كل الفئات العمرية تعتمد "الحصة الخاصة بالحملة الإنتخابية" في التعرف على كل المترشحين لكن بنسب متفاوتة.

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط و الثانوي إعتدوا على "الحصة الخاصة بالحملة الإنتخابية" كمصدر للمعلومات حول المترشح عبد العزيز بوتفليقة فقط، أما على المستوى الجامعي فنجد أفرادهم تابعوا الحصة للتعرف على كل المترشحين ولكن بنسب متفاوتة، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً وتتبعاً لمختلف البرامج فهم أكثر الفئات إهتماماً بالسياسة.

- على مستوى المهنة فإننا لا نجد نتيجة غير متوقعة حيث أن جميع الفئات تابعوا الحصة للتعرف على مختلف المترشحين ولكن بنسب مختلفة.

ويرجع سبب إعتماذ المشاهدين للحصة للتعرف على مرشح معين دون غيره، إلى وجود ميولات مسبقة نحو مرشح معين تدفعه يشاهد هذا المترشح دون غيره ويتابع الحصة من أجله فقط.

جدول رقم (27): النشرة الإخبارية لقناة النهار كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بونفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويذة حنون		علي بن فليس		المترشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
9	22	8	19	14	33	10	23	8	19	8	19	ذكر	الجنس
6.50	15	8	19	8	19	8	19	6	14	6.50	15	أنثى	
15.5 0	37	16	38	22	52	18	42	14	33	14.5 0	34	المجموع	
12.5	30	12.5 0	30	16.5 0	40	14.5	34	11	27	11	27	-18]	السن
2	5	2.5	6	4	9	2.5	6	2	4	2	5	]29	
0.5	1	0.5	1	1	2	0.5	1	0.50	1	0.50	1	-30]	
0.5	1	0.5	1	0.50	1	0.5	1	0.50	1	0.50	1	]39	
0.5	1	0.5	1	0.50	1	0.5	1	0.50	1	0.50	1	-40]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]49	
0.5	1	0.5	1	0.50	1	0.5	1	0.50	1	0.50	1	-50]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]59	
15.5	37	16	38	22	52	18	42	14	33	14.5 0	34	فما فوق	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ابتدائي	التعليمي
0.5	1	0	0	0.5	1	0	0	0	0	0.5	1	متوسط	
1	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	ثانوي	
14	34	15	36	20.5	48	17	40	13	31	13	31	جامعي	
15.5	37	16	38	22	52	18	42	14	33	14.5 0	34	المجموع	
9	21	10	23	12	29	10.5	25	8	19	8	19	بطل	المهنة
0.5	1	0	0	1	2	1	2	0.5	1	0.5	1	عامل	
0	0	0	0	1	2	0.5	1	0	0	0	0	تاجر	
4.5	11	4.50	11	5.50	13	4	10	4	9	4	10	موظف	
1.50	4	1.5	4	2.50	6	1.50	4	1.5	4	1.5	4	أستاذ	
15.5	37	16	38	22	52	18	42	14	33	14.5 0	34	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

ساهمت النشرة الإخبارية بالتعريف بالمرشحين لدى أفراد العينة، حيث تابعها الذكور بإجمالي 8%، والإناث بنسبة 6.50%، والملاحظ هو النسبة المرتفعة الخاصة بالرئيس عبد العزيز بوتفليقة بـ 22%، وهذا يدل على أن صورة المترشح نالت مساحة كبيرة من مضامين النشرة الإخبارية.

والجنس هنا كان له دور حيث نجد فئة الذكور كانت أكثر من الإناث عند كل المترشحين.

- بالنسبة للسن فإننا نجد كل الفئات العمرية تعتمد على النشرة الإخبارية في التعرف على مرشح دون غيره.

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط إعتدوا على النشرة كمصدر للمعلومات حول المترشح علي بن فليس وعبد العزيز بوتفليقة وعلي فوزي رباعين، فيما نجد نسب المستوى الثانوي تتوزع نسبه على كل المترشحين، وبالنسبة للمستوى الجامعي تتوزع النسب على كل المترشحين لكنها تبقى متفاوتة، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً وتتبعاً لمختلف البرامج وعلى رأسها النشرة الإخبارية، فهم أكثر الفئات إهتماماً بالسياسة كما ذكرنا سابقاً.

- على مستوى المهنة فإن جميع الفئات تابعوا النشرة الإخبارية للتعرف على مختلف المترشحين ولكن بنسب مختلفة، وهذا يرجع إلى أن كل الفئات باستطاعتها مشاهدة الأخبار على قناة النهار ولو مرة في اليوم والتي قد تكون نشرة الثامنة كون معظم الفئات تكون متفرغة للمشاهدة.

جدول رقم (28) حصة " صريح جداً " كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بونفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويزة حنون		علي بن فليس		المترشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
5	5	8	8	7	7	5	5	7	7	8	8	ذكر	الجنس
3	3	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	أنثى	
8	8	9	9	10	10	8	8	11	11	11	11	المجموع	
7	7	6	6	8	8	7	7	7	7	9	9	-18]	السن
1	1	3	3	2	2	1	1	3	3	2	2	]29	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-30]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]39	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-40]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	59 فما فوق
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]59	
8	8	9	9	10	10	8	8	11	11	11	11	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	ثانوي	
7	7	9	9	9	9	7	7	10	10	10	10	جامعي	
8	8	9	9	10	10	8	8	11	11	11	11	المجموع	
6	6	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	بطل	المهنة
2	2	2	2	0	0	1	1	0	0	2	2	عامل	
0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	تاجر	
0	0	1	1	4	4	1	1	3	3	2	2	موظف	
0	0	2	2	0	0	0	0	2	2	1	1	أستاذ	
8	8	9	9	10	10	8	8	11	11	11	11	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

ساهمت حصة " صريح جداً " بالتعريف بالمترشحين لدى أفراد العينة، حيث تابعها الذكور

بإجمالي 40%، والإناث بنسبة 17%، والملاحظ هو التقارب في النسب بين المترشحين في



مدى متابعتهم من أفراد العينة وهذا يدل على أن الحصة أعطت الفرصة لظهور كل المترشحين والتعريف بهم.

والجنس هنا كان له دور حيث نجد فئة الذكور كانت أكثر من الإناث عند كل المترشحين.

- بالنسبة للسن فإننا نجد كل الفئات العمرية تعتمد على الحصة في التعرف على كل المترشحين، وهذا يدل على أنه ليس للسن دور في تحديد المترشح الذي يتم متابعته، فكل فئات السنية تابعت الحصة وكل المترشحين بنسب متقاربة.

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط لم يعتمدوا على الحصة كمصدر للمعلومات حول المترشحين، فيما نجد نسب المستوى الثانوي تتوزع نسبه على كل المترشحين دون علي فوزي ربايعين وموسى تواتي، وبالنسبة للمستوى الجامعي تتوزع النسب على كل المترشحين لكنها تبقى متفاوتة بنسبة ضئيلة، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً وتتبعاً لمختلف البرامج.

- على مستوى المهنة فإن جميع الفئات تابعت الحصة للتعرف على مختلف المترشحين.

لكن الملاحظ هو أن نسبة مشاهدة الحصة كانت من قبل 57 فرداً وهي نسبة قليلة مقارنة بالنسبة الإخبارية، وهذا قد يرجع إلى توقيت بث الحصة والذي قد لا يتناسب مع بعض أفراد العينة.

جدول رقم (29): حصة "حوار خاص" كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بونفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويزة حنون		علي بن فليس		المرشح	البيانات الشخصية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
3	3	3	3	5	5	2	2	8	8	5	5	ذكر	الجنس
5	5	5	5	2	2	5	5	9	9	6	6	أنثى	
8	8	8	8	7	7	7	7	17	17	11	11	المجموع	
6	6	7	7	5	5	6	6	17	15	9	9	-18]	السن
2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	]29	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-30]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]39	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-40]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]59	فما فوق
8	8	8	8	7	7	7	7	17	17	11	11	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	متوسط	
0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	ثانوي	
8	8	8	8	7	7	6	6	16	16	10	10	جامعي	
8	8	8	8	7	7	7	7	17	17	11	11	المجموع	
5	5	6	6	2	2	5	5	11	11	6	6	بطل	المهنة
0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	عامل	
2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	تاجر	
1	1	0	0	3	3	1	1	3	3	3	3	موظف	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	أستاذ	
8	8	8	8	7	7	7	7	17	17	11	11	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

ساهمت حصة "حوار خاص" بالتعريف بالمترشحين لدى أفراد العينة، حيث تابعها الذكور

بإجمالي 26%، والإناث بنسبة 32%، والملاحظ هو إرتفاع نسبة الإناث في متابعتهم لهذه

الحصة، كما نالت لويزة حنون أعلى نسبة متابعة، وهذا يرجع لإرتفاع نسبة الإناث من حيث

المشاهدة

- بالنسبة للسن فإننا نجد الفئة العمرية [18-29] و الفئة [30-39] قد إعتمدت على الحصة

في التعرف على كل المترشحين، وهي فئة الشباب والتي كانت الأكثر متابعة للبرامج

الخاصة بالحملة.

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط لم يعتمدوا على الحصة كمصدر

للمعلومات حول المترشحين، فيما نجد نسب المستوى الثانوي تتوزع نسبه على علي بن

فليس و عبد العزيز بلعيد، وبالنسبة للمستوى الجامعي تتوزع النسب على كل المترشحين

لكنها تبقى متفاوتة بنسبة ضئيلة، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً وتتبعاً لمختلف

البرامج، بالإضافة إلى الميولات المسبقة والتي دفعت الأفراد إلى إختيارهم لمتابعة مترشح

دون غيره.

- على مستوى المهنة فإن جميع الفئات تابعوا الحصة للتعرف على مختلف المترشحين.

لكن الملاحظ هو أن نسبة مشاهدة الحصة كانت من قبل 58 فرداً وهي نسبة قليلة مقارنة

بالنشرة الإخبارية، وهذا قد يرجع إلى توقيت بث الحصة والذي قد لا يتناسب مع بعض أفراد

العينة.

جدول رقم (30): حصة "إكتشف مترشحك" كمصدر للمعلومات حول المترشحين

علي فوزي رباعين		موسى تواتي		عبد العزيز بونفليقة		عبد العزيز بلعيد		لويزة حنون		علي بن فليس		المرشح	البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
8	8	9	9	10	10	8	8	8	8	10	10	ذكر	الجنس	
5	5	5	5	6	6	2	2	2	2	5	5	أنثى		
13	13	14	14	16	16	10	10	10	10	15	15	المجموع		
12	12	13	13	12	12	9	9	9	9	13	13	-18]	السن	
1	1	1	1	9	3	1	1	1	1	2	2	]29		
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	-30]		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]39		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-40]		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]49		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	]59	المجموع	
13	13	14	14	16	16	10	10	10	10	15	15	59 فما فوق		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي		
0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	متوسط		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	ثانوي		
12	12	13	13	14	14	8	8	9	9	14	14	جامعي	المهنة	
13	13	14	14	16	16	10	10	10	10	15	15	المجموع		
6	6	8	8	6	6	4	4	4	4	10	10	بطل		
1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	عامل		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	تاجر		
3	3	3	3	6	6	3	3	2	2	2	2	موظف		
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	أستاذ		
13	13	14	14	16	16	10	10	10	10	15	15	المجموع		

يلاحظ من الجدول ما يلي:

ساهمت حصة "إكتشف مترشحك" بالتعريف بالمرشحين لدى أفراد العينة، حيث تابعها الذكور بإجمالي 53%، والإناث بنسبة 25%، والملاحظ هو ارتفاع نسبة الذكور في متابعتهم لهذه الحصة، ونال عبد العزيز بوتفليقة أعلى نسبة متابعة.

- بالنسبة للسن فإننا نجد الفئة العمرية [18-29] و الفئة [30-39] قد إعتمدت على الحصة في التعرف على كل المرشحين، بينما تابعت الفئة العمرية [40-49] الحصة للتعرف على المترشح عبد العزيز بوتفليقة فقط .

- أما بالنسبة للمستوى فإن أفراد المستوى المتوسط تابعوا الحصة كمصدر للمعلومات حول المترشح عبد العزيز بلعيد وعبد العزيز بوتفليقة، فيما نجد أفراد المستوى الثانوي تتوزع نسبهم على كل المرشحين بنسبة 1%، وبالنسبة للمستوى الجامعي تتوزع النسب على كل المرشحين وتتساوى عند علي بن فليس وعبد العزيز بوتفليقة، وهذا يرجع لكون الجامعيين أكثر وعياً وتتبعاً لمختلف البرامج، بالإضافة إلى الميولات المسبقة والتي دفعت الأفراد إلى إختيارهم لمتابعة مترشح دون غيره.

- على مستوى المهنة فإن جميع الفئات تابعوا الحصة للتعرف على مختلف المرشحين. لكن الملاحظ هو أن نسبة مشاهدة الحصة كانت من قبل 78 فرداً وهي نسبة مرتفعة نوعاً ما مقارنة بالحصص السابقة، وهذا قد يرجع إلى توقيت بث الحصة، أو حجم المعلومات التي تقدمها.

### أوجه التشابه.

- إعتد كل أفراد العينة على برامج قناة النهار، والجزائرية الثالثة كمصدر للحصول على المعلومات حول المترشحين، وهذا يرجع لتخصيص القناتين لمساحة كبيرة في مضامينهما للانتخابات الرئاسية 2014.

- وجود تنوع في البرامج في القناتين وهذا لسعيهما نحو تزويد المواطن بالمعلومات السياسية حول الانتخابات.

- إعتد أفراد العينة على برامج القناتين للتعرف على المترشحين، وكانت النسبة الأعلى نحو المترشح عبد العزيز بوتفليقة، وهذا يوضح على أن القناتين حاولتا تسويق وإضفاء شرعية النظام القائم، وإن كانت لهذه البرامج الأثر الغير مباشر، إلا أنها تستهدف فئة المترددين والذين لم ينتخبوا من قبل ولم يقرروا المترشح الذي سينتخبونه.

- مثلت النشرة الإخبارية في القناتين مصدراً أول في التعرف على المترشحين، وهذا قد يرجع إلى إعتياد ولفترة طويلة على مشاهدة برنامج واحد يهتم بالسياسة وهو النشرة الإخبارية دون تنوع في البرامج السياسية.

### أوجه الاختلاف.

- كثفت قناة النهار من برامجها حيث قدمت خلال الانتخابات أربع برامج، تمثلت في النشرة الإخبارية، وحصّة صريح جداً، وحصّة حوار خاص، وحصّة إكتشف مترشحك.

بينما قدمت قناة الجزائرية الثالثة ثلاث برامج، تمثلت في النشرة الإخبارية وحصّة حوار مع المترشحين وحصّة خاصة بالحملة الانتخابية، كما يلاحظ الإختلاف في نوعية البرامج.

- قدمت قناة الجزائرية الثالثة الحصة الخاصة بالحملة الإنتخابية ، والتي تتيح الفرصة لكل المترشحين في الظهور، وهي مقتصرة على القنوات العمومية دون القنوات الخاصة ومن بينها قناة النهار.

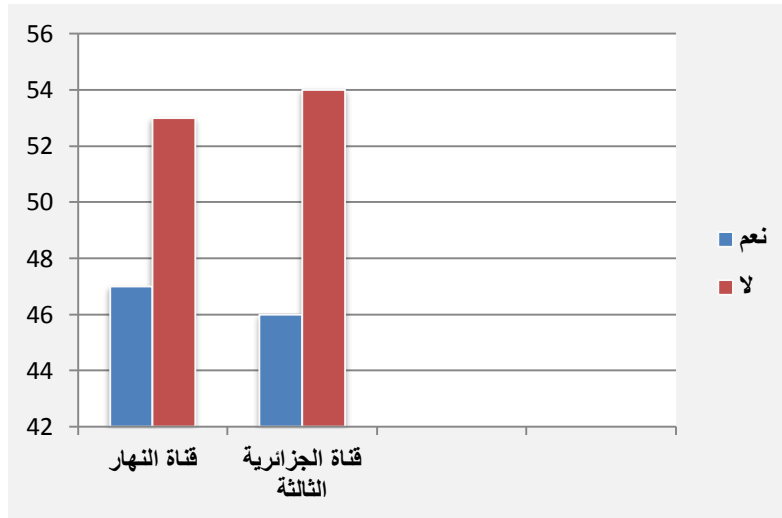
- من حيث نسبة المشاهدة نجد أن أفراد العينة تابعوا برامج قناة الجزائرية أكثر من برامج قناة النهار، وهذا قد يرجع لكون هذه الأخيرة حديثة الظهور.

دور القنوات الفضائية في توجيه السلوك الانتخابي

(8): القرار الانتخابي للمبحوثين من خلال مشاهدة قناة النهار والجزائرية الثالثة

جدول رقم (31): برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة كمصدر لإتخاذ القرار الانتخابي

النسبة	التكرار		القناة
47%	47	نعم	قناة النهار
53%	53	لا	
46%	46	نعم	قناة الجزائرية الثالثة
54%	54	لا	



يلاحظ من الجدول ما يلي:

أعلى نسبة تكرار هي تلك التي حظيت بها قناة النهار في كونها مصدراً ساهم في إتخاذ المواطن لقراره الانتخابي، إذ كما يوضح الجدول وصل تكرارها إلى 47%، فيما كانت قناة الجزائرية مصدراً ثاني بفارق ضئيل عن قناة النهار بنسبة 46%.



قناة الجزائرية الثالثة				قناة النهار				القناة	البيانات الشخصية
لا		نعم		لا		نعم			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%27	27	%23	23	%23	23	%26	26	ذكر	الجنس
%27	27	%23	23	%30	30	%21	21	أنثى	
%54	54	%46	46	%53	53	%47	47	المجموع	
%47	47	%41	41	%43	43	%41	41	-18]	السن
								]29	
%4	4	%5	5	%7	7	%6	6	-30]	
								]39	
%2	2	%0	0	%2	2	%0	0	-40]	
								]49	
%1	1	%0	0	%1	1	%0	0	-50]	فما فوق
								]59	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	59]	
%54	54	%46	46	%53	53	%47	47	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	0	%2	2	%0	0	%2	2	متوسط	
%3	3	%4	4	%2	2	%5	5	ثانوي	
%51	51	%40	40	%51	51	%40	40	جامعي	
%54	54	%46	46	%53	53	%47	47	المجموع	
%34	34	%29	29	%28	28	%25	25	بطل	المهنة
%3	3	%3	3	%2	2	%4	4	عامل	
%2	2	%1	1	%2	2	%1	1	تاجر	
%8	8	%8	8	%14	14	%12	12	موظف	
%7	7	%5	5	%7	7	%5	5	أستاذ	
%54	54	%46	46	%53	53	%47	47	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- يتضح من الجدول أعلاه أن 26% من الذكور قد إتخذوا قرارهم الإنتخابي من خلال متابعتهم لبرامج قناة النهار، و 23% من خلال قناة الجزائرية الثالثة، بينما نجد الإناث قد

إتخذوا قرارهم الإنتخابي من خلال مشاهدة برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة بنسبة 21%، و23% على التوالي.

هذه النتائج توضح أن النسب متقاربة بين القناتين من حيث إعتقاد أفراد العينة على برامجهما، ويرجع أيضا التقارب بين الجنسين إلى كونهم معنيين بالإنتخاب.

- على مستوى السن نجد الفئة الأولى قد إعتمدت على كلتا القناتين بنسب متقاربة بين القناتين، وهذا يرجع إلى أن الفئة الأولى تمثل فئة الشباب والتي تحاول الوصول إلى المعلومة مهما كان مصدرها، من أجل إتخاذ قرارهم الإنتخابي كون معظمهم قد يكونون لأول مرة سينتخبون في هذه الإنتخابات حيث يطلق عليهم فئة المترددين أو "المستتقع الإنتخابي".

أما الفئة الثانية [30-39] فنسبهم كذلك متقاربة وقد إعتمدوا على القناتين في إتخذ قرارهم، بينما نجد الفئة العمرية [40-49] و[50-59] لم يتخذوا قرارهم الإنتخابي من خلال مشاهدتهم لبرامج القناتين، وهذا يرجع لكون هاتان الفئتان سبقا وأن أدلوا بأصواتهم وبالتالي لديهم ميولات مسبقة حول مترشح معين، ولديهم صورة عن معظم المترشحين كون نسبة منهم معروفين على الساحة السياسية على غرار عبد العزيز بوتفليقة وعلي بن فليس ولويزة حنون.

- بالنسبة للمستوى التعليمي نجد جميع المستويات قد إتخذ أفرادها قرارهم الإنتخابي من خلال مشاهدة برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة وبنسب متساوية بين القناتين، وهذا يوضح على أن برامج القناتين سعت لمخاطبة كل فئات المجتمع والتأثير فيهم.

- على مستوى المهنة فإن جميع الفئات إتخذوا قرارهم الإنتخابي من خلال مشاهدة قناة النهار والجزائرية الثالثة.

### أوجه التشابه.

- إعتد كل أفراد العينة على برامج قناة النهار، والجزائرية الثالثة كمصدر للحصول على المعلومات حول المترشحين، وبالتالي إتخاذ قرارهم الإنتخابي.

- إستطاعت قناة النهار والجزائرية الثالثة أن تستقطب كل فئات المجتمع على إختلاف مستوياتهم وسنهم ومهنتهم.

### أوجه الاختلاف.

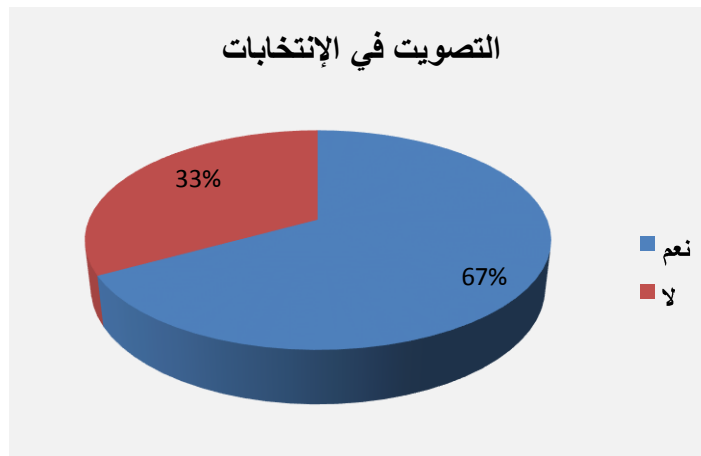
- نلاحظ أن أفراد العينة في إتخاذهم لقرارهم الإنتخابي، إعتدوا على قناة النهار أكثر من قناة الجزائرية الثالثة بفارق 1%.

- كانت قناة النهار مصدراً للذكور أكثر من الإناث في إتخاذ قرارهم الإنتخابي بفارق 5%، بينما نجد أن قناة الجزائرية الثالثة تساوى فيها الجنسين، كما يلاحظ الإختلاف في النسب بين القناتين من حيث السن والمستوى والمهنة.

(9): إجابات المبحوثين حول تصويتهم في الإنتخابات

جدول رقم (32): التصويت في الإنتخابات

النسبة	التكرار	
67%	67	نعم
33%	33	لا
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول ما يلي:

بلغت نسبة المشاركة لدى أفراد العينة في رئاسيات 2014 67%، بينما 33% لم ينتخبوا.

لا		نعم		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%15	15	%35	35	ذكر	الجنس
%18	18	%32	32	أنثى	
%33	33	%67	67	المجموع	
%29	29	%54	54	-18]	السن
				]29	
%3	3	%10	10	-30]	
				]39	
%0	0	%3	3	-40]	
				]49	
%1	1	%0	0	-50]	
				]59	
%0	0	%0	0	59] فما فوق	
%33	33	%67	67	المجموع	
%0	0	%0	0	أمي	المستوى التعليمي
%0	0	%0	0	أبتدائي	
%0	0	%2	2	متوسط	
%1	1	%5	5	ثانوي	
%32	32	%60	60	جامعي	
%33	33	%67	67	المجموع	
%16	16	%41	41	بطل	المهنة
%2	2	%5	5	عامل	
%1	1	%2	2	تاجر	
%5	5	%17	17	موظف	
%9	9	%2	2	أستاذ	
%33	33	%67	67	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

بلغت نسبة التصويت في الإنتخابات الرئاسية لدى أفراد العينة نسبة عالية قدرت بـ 67%،

وكانت نسبة الذكور أكثر من الإناث ولو بنسبة قليلة، وهذا يرجع لإهتمام الذكور بالسياسة

أكثر من الإناث.

بالنسبة للسن فإننا نلاحظ أن النسبة الأعلى في التصويت كانت للفئة الأولى، إلا أنه في المقابل توجد نسبة منهم لم يصوتوا، وهذا قد يرجع لكونهم قليلي الإهتمام بالسياسة، وهذا هو الحال بالنسبة للفئة الثانية، أما الفئة العمرية [40-49] فإن أفرادها كلهم صوتوا وهذا قد يرجع لإيمانهم بأن الإنتخابات ستتغير الأوضاع، وأنها تحقق لهم المنافع والمصالح وتحليلهم بنوع من المسؤولية تجاه وطنهم.

أما الفئة الرابعة فلم يصوت أفرادها.

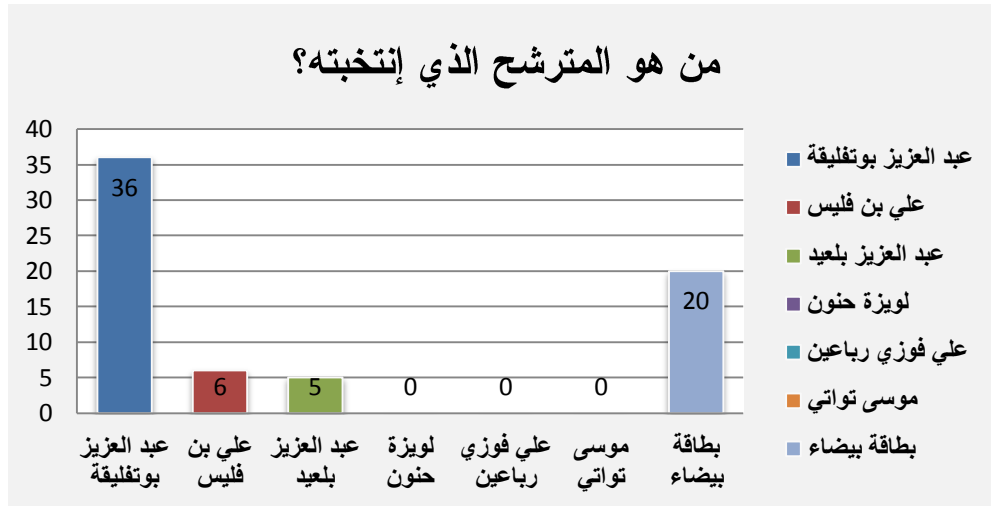
في المستوى التعليمي نجد أفراد المستوى المتوسط والثانوي صوتوا بنسب تكاد تمثل كل الأفراد، بينما المستوى الجامعي نجد النسبة الأعلى قد صوتوا كما نجد نسبة 32% لم يصوتوا، وهذا قد يرجع لعدم إهتمامهم بالسياسة أو نظرتهم للأوضاع تبدو حالكة.

على مستوى المهنة فإننا النسبة الأكبر من المصوتين كانت عند العمال والموظفين والتجار، بينما نجد نسبة كبيرة من الذين لم يصوتوا عند البطالين والذين معظمهم طلبة، وعند الأساتذة، وهذا يفسر على أن امتناعهم هذا يعد تعبيراً سياسياً مقصوداً ذو أهداف محددة، لأنه قائم على مجموعة من الأسس والمعطيات والشروط كإحساسهم أو علمهم بعدم نزاهة العملية الإنتخابية، وعدم التصويت في هذه الحالة هو تعبير عن موقف سياسي رافض للممارسة الإنتخابية بصورتها المعروضة، أي عدم الإقتناع بالبدائل التي تتيحها، وفي كلا الوجهين هم يشاركون من خلال امتناعهم عن التصويت، وهذا هو أيضاً تعبير

(10): إجابات المبحوثين حول إختيار المترشح

جدول رقم (33): إختيار المترشح

النسبة	التكرار	المترشح
36%	36	عبد العزيز بوتفليقة
6%	6	علي بن فليس
5%	5	عبد العزيز بلعيد
0%	0	لويزة حنون
0%	0	علي فوزي ربايعين
0%	0	موسى تواتي
20%	20	بطافة بيضاء
67%	67	المجموع



يلاحظ من الجدول ما يلي:

تحصل المترشح عبد العزيز بوتفليقة على 36 صوتاً، من أفراد العينة، وتحصل علي بن فليس على 6 أصوات، وعبد العزيز على 5 أصوات، فيما لم يتحصل بقية المترشحين على أي صوت، وكان التصويت ببطاقة بيضاء بـ 20 من مجموع أفراد العينة.

بطاقة بيضاء		موسى تواتي		علي فوزي ربايعين		لويزة حنون		عبد العزيز بلعيد		علي بن فليس		عبد العزيز بوتفليقة		المترشح	الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
12	12	0	0	0	0	0	0	4	4	2	2	17	17	ذكر	الجنس
8	8	0	0	0	0	0	0	1	1	4	4	19	19	أنثى	
20	20	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6	36	36	المجموع	
17	17	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6	27	27	-18]	السن
														]29	
2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7	-30]	
														]39	
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	-40]	
														]49	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-50]	
														]59	
0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	59]	فما فوق
18	18	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6	36	36	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	ابتدائي	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	متوسط	
3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	ثانوي	
17	17	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6	33	33	جامعي	
18	18	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6	36	36	المجموع	
12	12	0	0	0	0	0	0	4	4	5	5	21	21	بطال	المهنة
1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	3	3	عامل	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	تاجر	
7	7	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	10	10	موظف	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	أستاذ	
18	18	0	0	0	0	0	0	5	5	6	6	36	36	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:



الملاحظ أن الناخبين من أفراد العينة قد قدموا صكاً إستحقاقياً للمترشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 36 ناخباً صوتوا عليه، وهذا يرجع لعدة أسباب منها التأثيرات الوجدانية لقناة النهار والجزائرية من خلال جملة البرامج، والتي سعت إلى إعطاء شرعية النظام القائم.

والملاحظ أن نسب التصويت لصالح المترشحين كانت متقاربة بين الجنسين، وبالتالي فإن الجنس لم يؤثر على خيارات الناخبين.

فيما نجد المصوتون ببطاقة بيضاء كانت عالية نوعاً ما عند الذكور، وهذا يمثل تعبيراً سياسياً مقصوداً، وعلى مستوى السن فإننا نجد الفئة العمرية [18-29] مثلت أعلى نسبة في التصويت بإختيار المترشحين وكذلك بالتصويت ببطاقة بيضاء، وهذه الفئة تمثل فئة الشباب، بينما نجد الفئة الثالثة والرابعة قد إنقسموا بين من إختاروا التصويت على مترشح معين، وكانت النسبة الأكبر لعبد العزيز بوتفليقة، وبين الذين لم يجدوا في صفات المترشحين وبرامجهم الإنتخابية ما يخدم مصالحهم فاختاروا البطاقة البيضاء.

- أفراد المستوى المتوسط إختاروا التصويت للمترشح عبد العزيز بوتفليقة، والذي قد يرجع لميولاتهم المسبقة تجاه هذا المترشح، كون معظم هذه الفئة هم من الكهول وبالتالي سبق وانتخبوا عدة مرات.

أما المستوى الثانوي فقد إختاروا أفراداً بنسبة كبيرة التصويت ببطاقة بيضاء، أما المستوى الجامعي فقد إختاروا بنسبة كبيرة التصويت على المترشح عبد العزيز بوتفليقة، كما كانت نسبة التصويت ببطاقة بيضاء عالية قدرت بـ 17%.

على مستوى المهنة نجد أن فئة البضالين والموظفين هم أكثر الفئات المصوتة ببطاقة بيضاء، بينما إنحازت باقي الفئات للمترشح عبد العزيز بوتفليقة.

وفي إجابات المبحوثين عن أسباب إختيارهم التصويت لصالح مترشح ما، والتصويت ببطاقة بيضاء، فكانت النتائج الخاصة بالتصويت ببطاقة بيضاء هي عدم الإقتناع بمترشح معين، وهذا يفسر على أن المشاهد إيجابي فرغم متابعتة للبرامج الخاصة بالقناتين إلا أن قراره كان نتيجة قناعات شخصية.

بينما يرى المصوتون والذين أغلبهم كانت أصواتهم لعبد العزيز بوتفليقة، فكانت الأسباب هي أن هذا المترشح يتميز بحسن التسيير، ويذكرهم بالرئيس الأسبق بومدين، فيما أجاب الكثير على أنه ليس هناك البديل الأفضل من بين المترشحين.

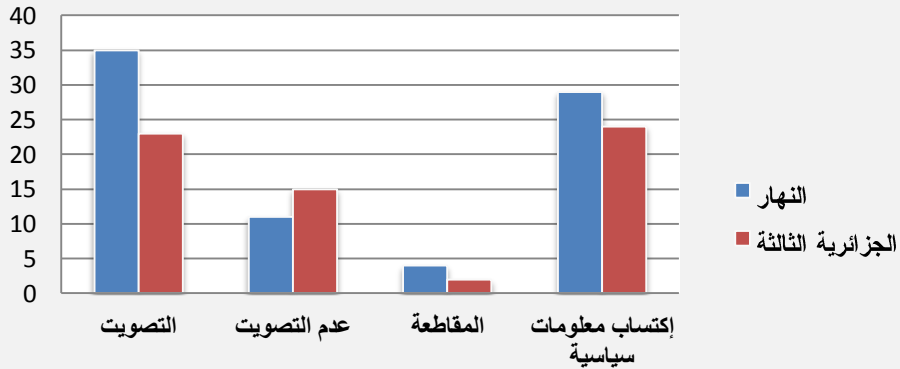
لذا فإن من بين الخصائص الديموغرافية نجد أن السن والمستوى التعليمي يبدوان الأقوى في تحديد نوع التصويت وكذا المترشح الأمثل.

(11): إجابات المبحوثين حول تأثير القناة في إختيارهم الإلتخابي

جدول رقم (34): القناة التي كان لها تأثير على الإختيار الإلتخابي

الجزائرية الثالثة		النهار		القناة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التأثير
%23	23	%35	35	التصويت
%15	15	%11	11	عدم التصويت
%2	2	%4	4	المقاطعة
%24	24	%29	29	إكتساب معلومات سياسية
%64	64	%79	79	المجموع

ماهي القناة التي كان لها تأثير في إختيارك الإلتخابي؟



يلاحظ من الجدول ما يلي:

- أثرت قناة النهار في السلوك الإلتخابي لمشاهديها، حيث إتجه 35 مشاهداً للقناة نحو

التصويت، و 11 نحو عدم التصويت، و4 نحو المقاطعة، فيما تمثلت نسبة 29 في إكتساب

معلومات سياسية.

بينما نجد مشاهدي قناة الجزائرية الثالثة إتجهوا نحو التصويت بنسبة 23 فرداً، و 15 نحو عدم التصويت، فيما إتجه 2 من مشاهديها نحو المقاطعة، وساهمت القناة في إكتساب 24 فرداً لمعلومات سياسية.

جدول رقم (35): النتائج الخاصة بمشاهدي قناة النهار

إكتساب معلومات سياسية		المقاطعة		عدم التصويت		التصويت		المرشح	البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
18	18	0	0	6	6	15	15	ذكر	الجنس
11	11	4	4	5	5	10	10	أنثى	
29	29	4	4	11	11	35	35	المجموع	
19	19	4	4	9	9	32	32	[29-18]	السن
9	9	0	0	2	2	3	3	[39-30]	
0	0	0	0	0	0	1	1	[49-40]	
1	1	0	0	0	0	0	0	[59-50]	
0	0	0	0	0	0	0	0	59 فما فوق	
29	29	4	4	11	11	35	35	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	1	1	متوسط	
1	1	0	0	1	1	3	3	ثانوي	
28	28	4	4	10	10	31	31	جامعي	
29	29	4	4	11	11	35	35	المجموع	
17	17	3	3	5	5	22	22	بطل	المهنة
1	1	0	0	0	0	3	3	عامل	
0	0	0	0	1	1	1	1	تاجر	
5	5	0	0	5	5	7	7	موظف	
6	6	1	1	0	0	2	2	أستاذ	
29	29	4	4	11	11	35	35	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

يتضح من الجدول أعلاه أن الذكور هم الأكثر تصويتاً من الإناث، وكذلك على مستوى عدم التصويت، بينما نجد الإناث هم الأكثر نسبة في المقاطعة، وهذا قد يرجع إلى اللامبالاة أو عدم الإهتمام بالسياسة، فيما كانت القناة كمصدر للمعلومات السياسية لكلا الجنسين.

نلاحظ أن الفئة العمرية [29-18] نسبة كبيرة منها ادلوا بأصواتهم، فيما كانت نسبة معتبرة قد اتجهت نحو عدم التصويت والمقاطعة، وهذه الفئة تمثل الطلبة وبالتالي عدم التصويت هو

إمتناع عقلائي ناتج من فئة تابعت برامج القناة خلال الإنتخابات وهم من المهتمين بالسياسة والمطلعين عليها والمتابعين لأخبارها وقد يكون الإمتناع على أساس إحساسهم أو علمهم بعدم نزاهة العملية الإنتخابية، واللجوء إلى المقاطعة من هذه الفئة يعبر عن عدم إهتمام بعض أفرادها بالسياسة.

يعتبر المستوى الدراسي من محددات السلوك الإنتخابي للفرد، فالأمية مثلاً هي من عوائق المشاركة الإنتخابية، فحق التصويت يلقي على كاهل الناس مسؤوليات ثقيلة تتطلب منهم التعرف على المترشحين، والملاحظ في الجدول هو أن المستوى التعليمي أضحى من موانع المشاركة الإنتخابية، وهذا يدل على أن المشاهد إيجابي في تلقيه لبرامج القناة، حيث وبالرغم من وجود نسبة كبيرة من مشاهدي قناة النهار قد إتجهوا نحو التصويت وهذا ما كانت تسعى إليه القناة، إلا أن المستوى التعليمي كان له الأثر في تحديد النمط الإنتخابي للأفراد المشاهدين فكانت نسبة معتبرة من الذين إختاروا عدم التصويت وهذا يظهر عند أفراد المستوى الجامعي.

الملاحظة الأساسية التي يمكن إستخلاصها على مستوى المهنة هي إقبال البطالين والموظفين على التصويت، فيما نجد الأساتذة قد إكتفوا باكتساب معلومات سياسية فقط. وكإستنتاج فإنه رغم الإختلافات الديموغرافية لمشاهدي قناة النهار إلى أن هذه الأخيرة، حققت هدفها الذي سعت إليه وهو برفع نسبة المشاركة في الإنتخابات.

جدول رقم (36): النتائج الخاصة بمشاهدي قناة الجزائرية الثالثة

إكتساب معلومات سياسية		المقاطعة		عدم التصويت		التصويت		المرشح	البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
16	16	0	0	7	7	13	13	ذكر	الجنس
8	8	2	2	8	8	10	10	أنثى	
24	24	2	2	15	15	23	23	المجموع	
17	17	2	2	10	10	18	18	[29-18]	السن
6	6	0	0	5	5	5	5	[39-30]	
0	0	0	0	0	0	0	0	[49-40]	
1	1	0	0	0	0	0	0	[59-50]	
0	0	0	0	0	0	0	0	59 فما فوق	
24	24	2	2	15	15	23	23	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	0	0	متوسط	
1	1	0	0	2	2	1	1	ثانوي	
23	23	2	2	13	13	22	22	جامعي	
24	24	2	2	15	15	23	23	المجموع	
14	14	2	2	7	7	15	15	بطل	المهنة
1	1	0	0	0	0	2	2	عامل	
0	0	0	0	1	1	0	0	تاجر	
4	4	0	0	5	5	5	5	موظف	
5	5	0	0	3	3	1	1	أستاذ	
24	24	2	2	15	15	23	23	المجموع	

يلاحظ من الجدول ما يلي:

يتضح من الجدول أعلاه أن الذكور هم الأكثر تصويتاً من الإناث، و على مستوى عدم

التصويت نجد نسبة الإناث أكثر بقليل، كما نجد الإناث هم الأكثر نسبة في المقاطعة، وهذا قد

يرجع إلى اللامبالاة أو عدم الإهتمام بالسياسة، فيما كانت القناة كمصدر للمعلومات السياسية

لكلا الجنسين.

نلاحظ أن الفئة العمرية [18-29] نسبة كبيرة منها ادلوا بأصواتهم، فيما كانت نسبة معتبرة قد اتجهت نحو عدم التصويت والمقاطعة، وهذه الفئة تمثل الطلبة وبالتالي عدم التصويت هو إمتناع عقلائي ناتج من فئة تابعت برامج القناة خلال الإنتخابات وهم من المهتمين بالسياسة والمطلعين عليها والمتابعين لأخبارها وقد يكون الإمتناع على أساس إحساسهم أو علمهم بعدم نزاهة العملية الإنتخابية، واللجوء إلى المقاطعة من هذه الفئة يعبر عن عدم إهتمام بعض أفرادها بالسياسة.

يعتبر المستوى الدراسي من محددات السلوك الإنتخابي للفرد، والملاحظ في الجدول هو أن المستوى التعليمي أضى من موانع المشاركة الإنتخابية، حيث وبالرغم من وجود نسبة كبيرة من مشاهدي قناة الجزائرية الثالثة قد إتجهوا نحو التصويت وهذا ما كانت تسعى إليه القناة، إلا أن المستوى التعليمي كان له الأثر في تحديد النمط الإنتخابي للأفراد المشاهدين فكانت نسبة معتبرة من الذين إختاروا عدم التصويت وهذا يظهر عند أفراد المستوى الجامعي.

الملاحظة الاساسية التي يمكن إستخلاصها على مستوى المهنة هي إقبال البطالين والموظفين على التصويت، فيما نجد الأساتذة قد إكتفوا باكتساب معلومات سياسية فقط.

وكإستنتاج فإنه رغم الإختلافات الديموغرافية لمشاهدي قناة الجزائرية الثالثة إلى أن هذه الأخيرة، حققت هدفها الذي سعت إليه وهو برفع نسبة المشاركة في الإنتخابات، كما فعلت قناة النهار.



### أوجه التشابه.

- إعتد أفراد العينة على برامج قناة النهار، والجزائرية الثالثة كمصدر للحصول على المعلومات حول المترشحين، وبالتالي إتخاذ قرارهم الإنتخابي.

- هدفت برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال الإنتخابات إلى توجيه المشاهد نحو التصويت العقلاني الهادف.

### أوجه الاختلاف.

- الإختلاف في النسب في درجة إعتداد المشاهدين على القنوات كمصدر لإختيارهم الإنتخابي، حيث نجد أن مشاهدي قناة النهار مثلوا 79%، بينما قناة الجزائرية الثالثة 64%.

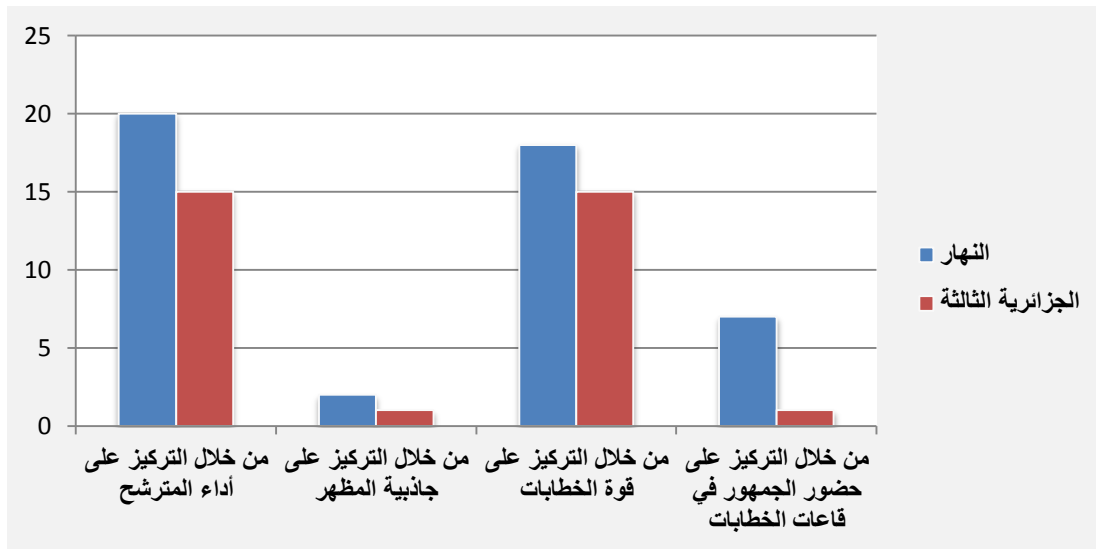
- الإختلاف في نسب التصويت وعدم التصويت والمقاطعة، ودرجة إكتساب المعلومات للمشاهدين بين القنوات.

وقد يرجع تأثير قناة النهار أكثر من قناة الجزائرية الثالثة في سلوكات الناخبين إلى التنوع في البرامج في قناة النهار أكثر من الجزائرية الثالثة، وإلى الإثارة الموجودة في هذه البرامج والتي إستقطبت المشاهدين.

(11.1). كيفية إقناع القناة للمبجوثين حول مترشح معين

جدول رقم (37): كيفية إقناع القناة

الجزائرية الثالثة		النهار		القناة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15%	15	20%	20	من خلال التركيز على أداء المترشح
1%	1	2%	2	من خلال التركيز على جاذبية المظهر
15%	15	18%	18	من خلال التركيز على قوة الخطابات
1%	1	7%	7	من خلال التركيز على حضور الجمهور في قاعات الخطابات
32%	32	40%	40	المجموع



يلاحظ من الجدول ما يلي:

ساهمت قناة النهار من خلال برامجها أن تقنع مشاهديها حول المترشح معين، وهذا من خلال التركيز على أداء المترشح أثناء الخطابات بنسبة 20%، وبنسبة 2% من خلال

التركيز على جاذبية المظهر، و18% من خلال التركيز على قوة الخطابات، و7% من خلال التركيز على حضور الجمهور في قاعات الخطابات.

واستطاعت قناة الجزائرية بإقناع مشاهديها بمرشح ما، من خلال التركيز على أداء المترشح أثناء الخطابات بنسبة 15%، وبنسبة 1% من خلال التركيز على جاذبية المظهر، و15% من خلال التركيز على قوة الخطابات، و1% من خلال التركيز على حضور الجمهور في قاعات الخطابات.

جدول رقم (38): قناة النهار

التركيز على حضور الجمهور في قاعات الخطابات		التركيز على قوة الخطابات		التركيز على جاذبية المظهر		التركيز على أداء المترشح		البيانات الشخصية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
6	6	0	0	1	1	6	6	ذكر	الجنس
1	1	18	18	1	1	14	14	أنثى	
7	7	18	18	2	2	20	20	المجموع	
3	3	14	14	0	0	18	18	[29-18]	السن
3	3	4	4	2	2	2	2	[39-30]	
1	1	0	0	0	0	0	0	[49-40]	
0	0	0	0	0	0	0	0	[59-50]	
0	0	0	0	0	0	0	0	[59-50]	
0	0	0	0	0	0	0	0	59 فما فوق	
7	7	18	18	2	2	20	20	المجموع	
0	0	0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
0	0	0	0	0	0	1	1	متوسط	
0	0	0	0	0	0	1	1	ثانوي	
7	7	18	18	2	2	18	18	جامعي	
7	7	18	18	2	2	20	20	المجموع	
3	3	13	13	1	1	10	10	بطل	المهنة
1	1	0	0	0	0	3	3	عامل	
1	1	1	1	0	0	1	1	تاجر	
1	1	3	3	1	1	5	5	موظف	
1	1	2	2	0	0	1	1	أستاذ	
7	7	18	18	2	2	20	20	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- سعت قناة النهار من خلال برامجها إلى التأثير في مشاهديها، وهذا من خلال تركيزها على جملة من التأثيرات، والتي إستهدفت فئة الإناث أكثر من الذكور، وتمثلت هذه التأثيرات في تأثيرات وجدانية، فكان التركيز على أداء المترشح وقوة الخطابات أثناء الحملة الإنتخابية أبرز ما كانت تنقله القناة .

وبرجوعنا للنتائج الخاصة بنسب التصويت فإننا نجد المترشح عبد العزيز بوتفليقة كانت له أعلى نسبة، فرغم وإن ظهر المترشح مريضاً ومرهقاً، إلا أن القناة وجدت البديل بتركيزها على أداء وكالاته السبع من ممثلي الأحزاب والنقابات بشكل رددوا فيه أثناء تجمعاتهم عظمة الإنجازات.

- يلاحظ أن الفئة العمرية الأولى أكثر إقتناعاً بالمترشح من خلال الأداء والتركيز على قوة الخطابات، فيما نجد الفئة العمرية الثانية قد إقتنعوا من خلال تركيز القناة على قوة الخطابات، وعلى حضور الجمهور.

- في المستوى التعليمي نجد أن الأفراد ذوو المستوى المتوسط والثانوي قد إقتنعوا بمترشحهم من خلال تركيز القناة على أداء المترشح، بينما الجامعيون فقد إقتنعوا من خلال تركيز القناة على الأداء وعلى قوة الخطابات.

- إقتنعت فئة البطالين والموظفين بمترشحهم من خلال تركيز القناة على أداء المترشح وقوة الخطابات أثناء الحملة الإنتخابية، بينما فئة العمال فكان الأداء هو الفاصل في إقتناعهم حول مترشحهم، ونجد فئة الأساتذة قد إقتنعت من خلال قوة الخطابات التي نقلتها القناة.

وبالتالي فإن نسبة كبيرة من مشاهدي قناة النهار على إختلافاتهم الديموغرافية قد إقتنعوا بالمترشح عبد العزيز بوتفليقة كونه المترشح الذي نال أعلى نسبة تصويت من أفراد العينة بنسبة 36%، وبالتالي فإن قناة النهار سعت إلى إبراز أداء وكالات المترشح السبع، وعلى

الحضور القوي الذي تميزت به القاعات التي نشط فيها وكلاء المترشح عبد العزيز بوتفليقة

الحملة الإنتخابية لرئاسيات 2014.

جدول رقم (39): قناة الجزائرية الثالثة

البيانات الشخصية		التركيز على أداء المترشح		التركيز على جاذبية المظهر		التركيز على قوة الخطابات		التركيز على حضور الجمهور في قاعات الخطابات	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	6	6	0	0	2	2	0	0
	أنثى	9	9	1	1	13	13	1	1
المجموع		15	15	1	1	15	15	1	1
السن	[18-29]	15	15	1	1	15	15	1	1
	[30-39]	0	0	0	0	0	0	0	0
	[40-49]	0	0	0	0	0	0	0	0
	[50-59]	0	0	0	0	0	0	0	0
	[59 فما فوق]	0	0	0	0	0	0	0	0
	المجموع		15	15	1	1	15	15	1
المستوى التعليمي	أمي	0	0	0	0	0	0	0	0
	أبتدائي	0	0	0	0	0	0	0	0
	متوسط	0	0	0	0	0	0	0	0
	ثانوي	0	0	0	0	0	0	0	0
	جامعي	15	15	1	1	15	15	1	1
	المجموع		15	15	1	1	15	15	1
المهنة	بطل	8	8	0	0	11	11	1	1
	عامل	1	1	0	0	1	1	0	0
	تاجر	2	2	0	0	0	0	0	0
	موظف	3	3	0	0	3	3	0	0
	أستاذ	1	1	1	1	1	1	1	1
	المجموع		15	15	1	1	15	15	1

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- سعت قناة الجزائرية الثالثة من خلال برامجها إلى التأثير في مشاهديها، وهذا من خلال تركيزها على جملة من التأثيرات، والتي إستهدفت فئة الإناث أكثر من الذكور، فكان التركيز على أداء المترشح وقوة الخطابات أثناء الحملة الإنتخابية أبرز ما كانت تنقله القناة .

- يلاحظ أن الفئة العمرية الأولى أكثر إقتناعاً بالمرشح من خلال الأداء والتركيز على قوة الخطابات، فيما غابت بقية الفئات عن هذه القناة.

- في المستوى التعليمي نجد أن الجامعيين قد إقتنعوا من خلال تركيز القناة على الأداء وعلى قوة الخطابات، فيما نجد أن بقية الفئات لم يفتنعوا بما قدمته القناة.

- إقتنعت فئة البطالين والموظفين و العمال بمرشحهم من خلال تركيز القناة على أداء المرشح وقوة الخطابات أثناء الحملة الإنتخابية، بينما فئة التجار فكان الأداء هو الفاصل في إقتناعهم حول مرشحهم، ونجد فئة الأساتذة قد إقتنعوا بمرشحهم وبنسب ضعيفة عند هذه القناة من خلال قوة الخطابات وجاذبية المظهر وأداء المرشح.

وبالتالي فإن نسبة كبيرة من مشاهدي قناة الجزائرية الثالثة على إختلافاتهم الديموغرافية قد إقتنعوا بالمرشح عبد العزيز بوتفليقة كونه المرشح الذي نال أعلى نسبة تصويت من أفراد العينة بنسبة 36%، وبالتالي فإن قناة الجزائرية الثالثة سعت إلى إبراز أداء وكلاء المرشح السبع، وعلى الحضور القوي الذي تميزت به القاعات التي نشط فيها وكلاء المرشح عبد العزيز بوتفليقة الحملة الإنتخابية لرئاسيات 2014.

أوجه التشابه.

- ساهمت قناة النهار والجزائرية الثالثة في إقناع المشاهدين بالمرشح عبد العزيز بوتفليقة.



- استطاعت قناة النهار والجزائرية الثالثة من تحقيق أهدافها، وهذا من خلال تعويض غياب ظهور الرئيس، أثناء الحملة الانتخابية بالتركيز على أداء وكالاته والتركيز على الحضور القوي للجمهور في قاعات الخطابات الخاصة بحملته الانتخابية.

- أثرت قناة النهار والجزائرية الثالثة في فئة الإناث أكثر من الذكور، كون فئة الإناث أقل وعياً للسياسة وأكثر تأثراً بالمضامين السياسية، وهذا ما أكدت عليه الكثير من الدراسات.

### أوجه الاختلاف.

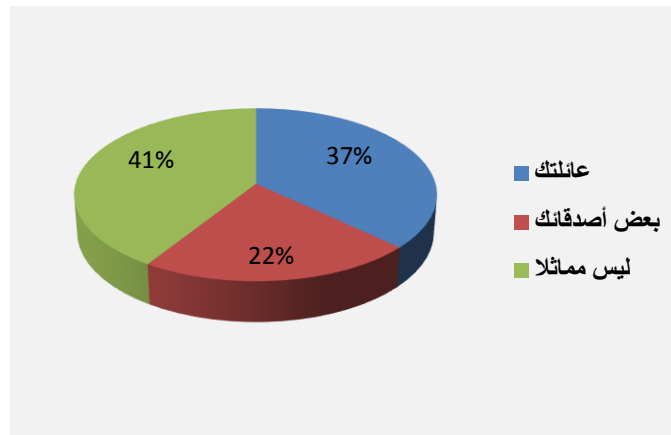
- مثلت قناة النهار مصدراً في إقتناع المشاهد بمرشح معين بنسبة 40% من مجموع المشاهدين، بينما كان 32% من المشاهدين قد إقتنعوا بمرشحهم من خلال برامج الجزائرية الثالثة.

- المشاهدين الذي إقتنعوا من خلال متابعتهم لقناة النهار، مثلوا جميع الفئات العمرية والمستويات التعليمية، بينما نجد الأفراد المتابعين لقناة الجزائرية الثالثة والمقتنعين بمرشحهم من خلالها كانوا من الفئة العمرية [18-29] دون بقية الفئات، ومن المستوى الجامعي دون بقية المستويات التعليمية.

(12): إجابات المبحوثين حول مماثلة سلوكهم لغيرهم من عدمها

جدول رقم (40): السلوك الإنتخابي

النسبة	التكرار	البيانات
37%	37	عائلتك
22%	22	بعض أصدقائك
41%	41	ليس مماثلاً
100%	100	المجموع



يلاحظ من الجدول ما يلي:

إتخذ 37% من أفراد العينة سلوكهم الإنتخابي مماثلاً لعائلاتهم، بينما نجد 22% كان سلوكهم مماثلاً لبعض أصدقائهم، وأجاب 41% أنه لم يكن سلوكهم مماثلاً لعائلاتهم ولا لأصدقائهم.

ليست مماثلاً		بعض أصدقائك		عائلتك		المرشح	البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك		
20	20	15	15	17	17	ذكر	الجنس
21	21	7	7	20	20	أنثى	
41	41	22	22	37	37	المجموع	
38	38	18	18	28	28	[129-18]	السن
2	2	3	3	6	6	[139-30]	
1	1	1	1	2	2	[149-40]	
0	0	0	0	1	1	[159-50]	
0	0	0	0	0	0	[59 فما فوق]	
41	41	22	22	37	37	المجموع	
0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	ابتدائي	
0	0	0	0	2	2	متوسط	
3	3	0	0	4	4	ثانوي	
38	38	22	22	31	31	جامعي	
38	38	22	22	37	37	المجموع	
23	23	18	18	19	19	بطل	المهنة
1	1	1	1	2	2	عامل	
0	0	0	0	1	1	تاجر	
11	11	1	1	9	9	موظف	
3	3	2	2	6	6	أستاذ	
38	38	22	22	37	37	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

يوضح الجدول على أن أفراد العينة من الإناث قد إتخذوا سلوكهم الإنتخابي مماثلاً لسلوك عائلاتهم وبنسبة 20%، بينما كان الذكور بنسبة أقل 17%، واتخذوا نسبة أعلى من الإناث في إتخاذهم لسلوك مماثل لأصدقائهم، بينما كانت النسبة متقاربة بين الجنسين في عدم إتخاذهم لسلوك مماثل للعائلة أو الأصدقاء.

وهذا الإختلاف بين الجنسين يرجع لكون الذكور أكثر إتقاءً بالأصدقاء حيث تعتبر جماعة الرفاق من المؤسسات المهمة نظراً لأهمية وفعالية العلاقات التي تنشأ بين الفرد وجماعته

وطول المدة التي يقضيها الفرد مع هذه الجماعة، ومن خلالها يتم تناقل التجارب العملية وتبادل الخبرات والمهارات وحتى المعتقدات ونقل ثقافة المجتمع وتعزيز القيم الاجتماعية القائمة، ويكون التفضيل السياسي للجماعة وليس للفرد. ، بينما يمضين الإناث معظم أوقاتهم مع العائلة.

وترجع النسبة الأعلى في إتخاذ أفراد العينة لسلوكهم الإنتخابي مماثلاً لسلوك عائلاتهم من خلال العلاقات التي تنشأ داخل الأسرة حيث يكتسب المواطن مجموعة من السلوكات والقيم والاتجاهات، وقد أكدت معظم الكتابات التي تناولت التنشئة على أن الأسرة هي أهم أدوات التنشئة، نظراً لما لها من تأثير حلزوني يمتد ليطرق كل الأدوات الأخرى مثل جماعات الرفاق والمدرسة والسلطة ووسائل الإعلام وغيرها، لكن تبقى هي الوحدة المشتركة بين كل المجتمعات، أي كانت طبيعتها وتطورها، كما أنها الإطار الحاكم الذي يشكل شخصية الفرد وتوجهاته وينعكس ذلك بشكل واضح على سلوكه الإنتخابي.

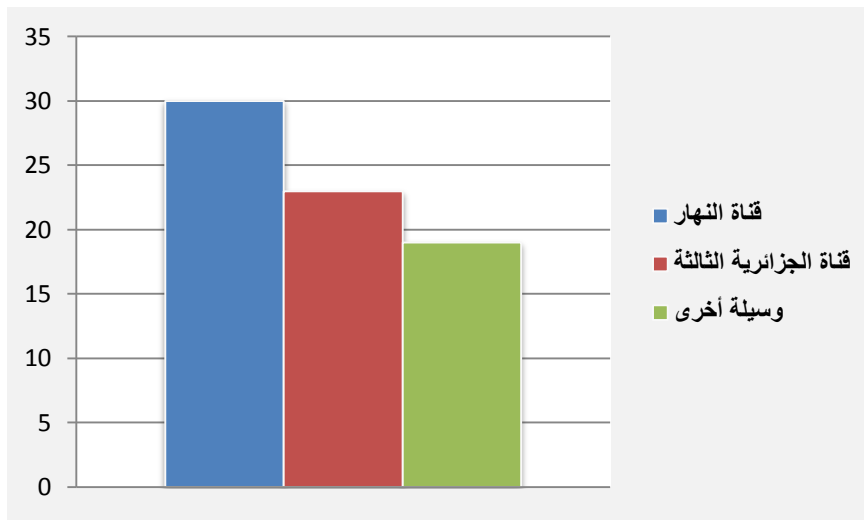
- نجد أن الفئات العمرية قد إتخذت سلوكها الإنتخابي مماثلاً لسلوك عائلاتهم بنسبة كبيرة عن الأصدقاء، كذلك بالنسبة للمستوى التعليمي.

أما على مستوى المهن فإننا نلاحظ تقارب في النسب بين العائلة والأصدقاء عند البطالين، كون هذه الفئة تمثل الطلبة، والذين ينقسمون لإناث إتخذوا سلوكهم مماثلاً لعائلاتهم، والذكور المتخذين لسلوك مماثل لأصدقائهم. بينما نجد بقية افراد المهن الأخرى قد إتخذوا سلوكاً مماثلاً لعائلاتهم.

(12.1). إجابات المبحوثين حول القناة التي تابعها من كان سلوكه الإنتخابي مثلهم

جدول رقم (41): برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة

وسيلة أخرى		قناة الجزائرية الثالثة		قناة النهار	
%	ك	%	ك	%	ك
19	19	23	23	30	30



يلاحظ من الجدول ما يلي:

شكلت قناة النهار مصدراً للمعلومات خلال الإنتخابات لعائلات واصدقاء العينة، بنسبة

30%، بينما كانت قناة الجزائرية الثالثة كذلك بنسبة 23%، ومثلت وسائل أخرى أبرزها

الصحف والإذاعة مصدراً ثالثاً بنسبة 19%.

وسيلة أخرى		قناة الجزائرية الثالثة		قناة النهار		القناة	البيانات الشخصية
%	ك	%	ك	%	ك		
14	14	10	10	17	17	ذكر	الجنس
5	5	13	13	13	13	أنثى	
19	19	23	23	30	30	المجموع	
15	15	18	18	22	22	[29-18]	السن
3	3	5	5	7	7	[39-30]	
0	0	0	0	1	1	[49-40]	
0	0	0	0	0	0	[59-50]	
0	0	0	0	0	0	[59 فما فوق]	
0	0	0	0	0	0		
19	19	23	23	30	30	المجموع	
0	0	0	0	0	0	أمي	المستوى التعليمي
0	0	0	0	0	0	أبتدائي	
1	1	1	1	0	0	متوسط	
0	0	2	2	3	3	ثانوي	
18	18	20	20	27	27	جامعي	
19	19	23	23	30	30	المجموع	
16	16	13	13	11	11	بطل	المهنة
0	0	1	1	1	1	عامل	
0	0	0	0	1	1	تاجر	
0	0	7	7	13	13	موظف	
3	3	2	2	4	4	أستاذ	
19	19	23	23	30	30	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

- استطاعت قناة النهار أن تكون مصدراً للمعلومات السياسية حول الإنتخابات الرئاسية 2014، وكذا حلقة وصل بين أفراد العائلة وبين الأصدقاء، وهذا يدل على أن هذه القناة استطاعت استقطاب المشاهدين لأنها أضافت نوعية للعمل الإعلامي، حيث أن المشاهد الجزائري أصبح أمامه خيارات في البرامج التي تقدمها هذه القناة.

ومثل الذكور أعلى نسبة بـ 17% والإناث بـ 13% أي مجموع 30%، كما مثلت قناة الجزائرية الثالثة أيضاً مصدراً للمعلومات السياسية حول الإنتخابات الرئاسية 2014، وكذا

حلقة وصل بين أفراد العائلة وبين الأصدقاء بنسبة إجمالية 23% بين الجنسين، حيث كان الإناث أكثر من الذكور بنسبة 3% فارق.

كما مثلت الصحف والإذاعة بنسب متقاربة مصدراً للمعلومات السياسية وكذا حلقة وصل بين أفراد العائلة وبين الأصدقاء، وهذا يوضح على التنوع في مصادر إستقاء المعلومة. على مستوى السن فإننا نجد أن الفئات العمرية قد إنقسمت بين من كانت عائلته أو أصدقائه يتابعون قناة النهار، وبين من كانوا يتابعون قناة الجزائرية الثالثة.

- نجد أن فئة البطالين كانت عائلاتهم أو أصدقائهم قد إعتدوا على قناة الجزائرية الثالثة أكثر من قناة النهار بنسبة قليلة 2% كما إعتدوا على الصحف والإذاعة أكثر من إعتادهم على القنوات كمصدر، بينما بقية الفئات فوجد قناة النهار أكثر من الجزائرية الثالثة من حيث المتابعة.

### أوجه التشابه.

- شكلت قناة النهار والجزائرية الثالثة مصدراً لعائلات وأصدقاء المبحوثين، في إستقاء المعلومات السياسية الخاصة بالانتخابات الرئاسية 2014.

- كانت نسبة الإناث الذين إعتدوا على أصدقائهم وأقربائهم على قناة النهار والجزائرية الثالثة متساوية.

### أوجه الاختلاف.

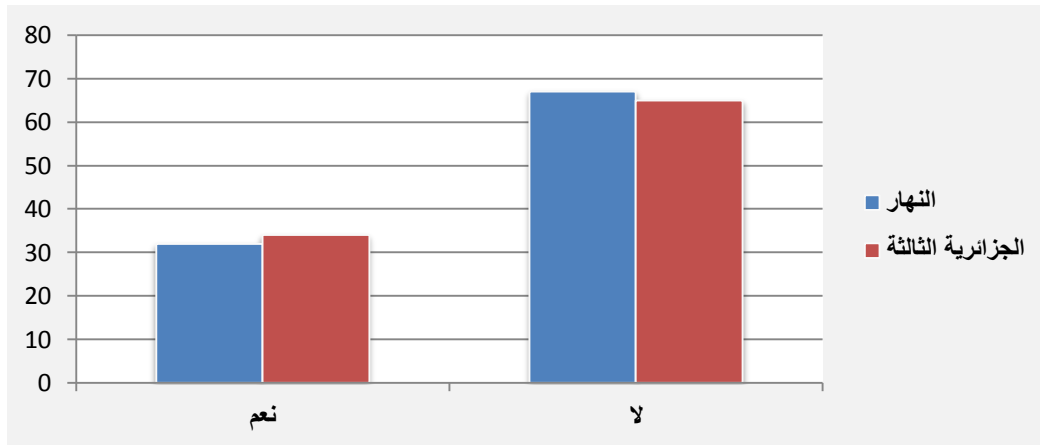
- الإختلاف في النسب على مستوى المتغيرات الديموغرافية بين القنوات.

- شكلت قناة النهار مصدراً أول من حيث إستقاء المعلومات، بينما كانت قناة الجزائرية الثالثة تانياً.

(13): إجابات المبحوثين حول حيادية القنوات خلال الإنتخابات الرئاسية 2014

جدول رقم (43): حيادية قناة النهار والجزائرية الثالثة

الجزائرية الثالثة				النهار			
لا		نعم		لا		نعم	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
%33	65	%17	34	%34	67	%16	32



يلاحظ من الجدول ما يلي:

يوضح الجدول أن أفراد العينة يرون أن قناة النهار كانت حيادية بنسبة بلغت 16%، فيما يرى البعض الآخر أنها لم تكن حيادية في برامجها خلال الإنتخابات بنسبة بلغت 34%. بينما يرى نسبة من المبحوثين أن قناة الجزائرية كانت حيادية في تغطيتها خلال الإنتخابات بنسبة 17%، فيما أكد البعض الآخر أن القناة لم تتطلى بالحياد بنسبة 33%.



الجزائرية الثالثة				النهار				القناة	البيانات الشخصية
لا		نعم		لا		نعم			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%19	37	%6	12	%19	37	%6	12	ذكر	
%14	28	%11	22	%15	30	%10	20	أنثى	
%33	65	%17	34	%34	67	%16	32	المجموع	
%24	46	%15.5	31	%26	51	%13	26	السن	
%7	15	%1.5	3	%7	14	%2	4	-18]	
%1.5	3	%0	0	%0.5	1	%1	2	]29	
%0.5	1	%0	0	0.5	1	%0	0	-30]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]39	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-40]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]49	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	-50]	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	]59	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فما	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	فوق	
%33	65	%17	34	%34	67	%16	32	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أمي	
%0	0	%0	0	0	0	%0	0	أبتدائي	
%0.5	1	%0	0	%0.5	1	%0	0	متوسط	
%3.5	7	%0	0	%2.5	5	%1	2	ثانوي	
%29	57	%17	34	%31	61	%15	30	جامعي	
%33	65	%17	34	%34	67	%16	32	المجموع	
15.5 %	31	13	26	18	35	%11	22	بطل	
%1.5	3	%1.5	3	%2	4	%1	2	عامل	
%1	2	%0.5	1	%1	2	%0.5	1	تاجر	
%10	19	%1.5	3	%8	16	%3	6	موظف	
%5	10	%0.5	1	%5	10	%0.5	1	أستاذ	
%33	65	%17	34	%34	67	%16	32	المجموع	

في ضوء ما سبق يرى الباحث ما يلي:

تبين من الجدول أن مشاهدي قناة النهار والجزائرية الثالثة يرون أن هاتين القناتين لم تكونا حياديتين خلال الانتخابات، بإجمالي النسب وصل إلى 67%، فيما إعتبر البعض أن القناتان كانتا حياديتين بنسبة 33%، والملاحظ أن الجنس لعب دوراً في الحكم على مدى حيادية

القناتين، حيث نجد النسبة الكبيرة من الذين يرون أن القناتين لم تكونا حياديتين هم من الذكور، وهذا جاء نتيجة تتبعهم وتحليلهم لبرامج القناتين، كونهم مثلوا أعلى نسبة في متابعة الحملة الانتخابية.

وعلى مستوى السن فإن الفئات العمرية تتفق على عدم حيادية القناتين بنسبة عالية، نفس الحال نجده على مستوى المتغير التعليمي ومتغير المهنة حيث كل الفئات رغم الاختلافات الديموغرافية إلا أنها ترى وبنسبة عالية عدم حيادية القناتين.

وفي السؤال عن الأسباب التي جعلت أفراد العينة يحكمون على أن القناتين كانتا حياديتين فقد أجاب على أن قناة النهار والجزائرية قد سمحت لكل المترشحين بالظهور بنسب متساوية، في برامجها. أما الذين يرون عكس ذلك فقد أكدوا على أن القناتين لم تتحليا بالموضوعية، وأنهما عملتا على إعطاء الشرعية للنظام القائم.

كما أجاب البعض على أن قناة النهار إمتثلت للتهويل والجزائرية الثالثة عملت على إستصغار المترشحين والتهجم عليهم وإستفزازهم، من خلال حصة حوار مع المترشحين. وإبراز المترشح عبد العزيز بوتفليقة بأنه الأمتل والرجل المناسب لقيادة الجزائر خلال هذه الفترة.

### أوجه التشابه.

- التقارب في النسب من حيث كونهما يتميزان بالحياد حيث كانت نسبة قناة النهار 16%، وقناة الجزائرية الثالثة 17%، كما كان التقارب في النسب من حيث عدم الحياد فكانت قناة النهار بنسبة 34%، والجزائرية الثالثة بنسبة 33%.

- لم يكن للمتغيرات الديموغرافية دور في تفاوت النسب بين حيادية وعدم حيادية القنوات.

### أوجه الاختلاف.

- يرى المبحوثين أن قناة النهار عمدت من خلال برامجها إلى التهويل وكذا غياب الاحترافية والخبرة المهنية لدى صحفيها، بينما عمدت قناة الجزائرية الثالثة إلى إستفزاز واستصغار المترشحين الخمس أمام المترشح عبد العزيز بوتفليقة، والذي إن لم يكون حاضراً فإن القناة عملت على تقديم وكيله وإبرازه كرجل مازال يعطي المزيد للجزائر.

## نتائج الدراسة الميدانية

طرحت الدراسة أربعة تساؤلات، إعتد الباحث في الإجابة عنها على نتائج الدراسة الميدانية:

\* مامدى إعتداد المواطن الجزائري على القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات السياسية؟

وكانت النتائج على النحو التالي:

من خلال دراستنا للتلفزيون كمصدر للمعلومات السياسية توصلنا إلى أن افراد العينة على إختلاف صفاتهم الديموغرافية، ليس لديهم مفهوم واضح للسياسة وبالتالي درجة متابعتهم لها نسبة تؤول إلى القلة، وهذا ما إنعكس على درجة إعتادهم على القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات السياسية، حيث نجد أن الذين يعتمدون على القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات السياسية قد مثلوا نسبة 53%، بينما نجد 47% لا يعتمدون عليها كمصدر للمعلومات السياسية، وكانت نسبة إهتمام الذكور بالسياسة تفوق نسبة الإهتمام لدى الإناث، حيث كانت نسبة الذكور 22% ونسبة الإناث 19%، وهذا راجع إلى عدة أسباب نذكر منها طبيعة الجنس حيث أكدت الكثير من الدراسات أن الذكور يهتمون بالأمر السياسية أكثر من الإناث، وكذا طبيعة المجال المعقد حيث يميل إليه الذكور بينما تحبذ الإناث رغبات وميولات أخرى.

. ويرجع إعتقاد النسبة الأكبر على القنوات الفضائية الجزائرية إلى ظهور القنوات الفضائية الخاصة والتي إهتمت بهذا الميدان خاصة خلال الإنتخابات، واستطاعت أن تستقطب فئة الشباب أكثر وهذا ما تجلى في النتائج حيث كان الشباب أكثر الفئات العمرية إهتماماً بالسياسة وأكثرهم متابعة للقنوات الفضائية ، فيما نجد أيضاً نسبة عالية من الذين يرون عكس ذلك، وهذا قد يرجع إلى إعتقادهم على قنوات فضائية أجنبية والتي عالجت قضايا سياسية تخص الجزائر والتي لم تسمح السلطة للقنوات الجزائرية بالتطرق لها، فأصبح المواطن الجزائري يستقي معلوماته السياسية من قنوات أجنبية.

وساهمت الحملة الإنتخابية لرئاسيات 2014، في إكتساب الأفراد للمعلومات السياسية والتي أثرت على إدراكاتهم وتصورهم للمحيط السياسي ولدورهم فيه، كما تدل درجة متابعتهم للحملة الإنتخابية والتي كانت بنسبة 28% للأفراد المتابعين يومياً و 72% تابعوها أحياناً لدليل على قلة الوعي السياسي واللامبالاة بالسياسة لدى أفراد العينة.

وكانت قناة الجزائرية الثالثة مصدراً للحصول على المعلومات السياسية الخاصة بالإنتخابات الرئاسية 2014 لدى أفراد العينة بنسبة تفوق قناة النهار، وهذا قد يرجع لكون هذه الأخيرة حديثة النشأة، وكانت فئة الذكور أكثر من الإناث من حيث متابعة القنوات.

كما مثلت وسائل إعلامية أخرى كالإذاعة والجرائد مصدراً ينافس التلفزيون من حيث المشاهدة، وبالتالي تعددت وسائل الإعلام السياسي في الجزائر خلال الإنتخابات الرئاسية

.2014

كما شكل الإتصال الشخصي قناة ناقلة للمعلومات السياسية، وهذا يرجع لكون عينة الدراسة تسود بينها العلاقات الإجتماعية لذا فالإتصال يكتسب أهمية مضافة في السياق الإتصالي الإجتماعي.

\*هل توجد علاقة بين مشاهدة برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال الإنتخابات والسلوك الإنتخابي للمواطن ؟

قدمت قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال الإنتخابات جملة من البرامج، والتي كانت نسبة متابعتها مرتفعة من أفراد العينة.

ومثلت النشرة الإخبارية لقناة النهار والجزائرية النسبة الأعلى من حيث المشاهدة، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن 26% من الذكور قد إتخذوا قرارهم الإنتخابي من خلال متابعتهم لبرامج قناة النهار، و 23% من خلال قناة الجزائرية الثالثة، بينما نجد الإناث قد إتخذوا قرارهم الإنتخابي من خلال مشاهدة برامج قناة النهار والجزائرية الثالثة بنسبة 21%، و23% على التوالي.

أما في توجيه القنوات للسلوك الإنتخابي فقد بلغت نسبة التصويت في الإنتخابات الرئاسية لدى أفراد العينة نسبة عالية قدرت بـ 67%، وكانت نسبة الذكور أكثر من الإناث ولو بنسبة قليلة، وهذا يرجع لإهتمام الذكور بالسياسة أكثر من الإناث. كما بلغت نسبة عدم التصويت 33%، وعدم التصويت في هذه الحالة هو تعبير عن موقف سياسي رافض

للممارسة الإنتخابية بصورتها المعروضة، أي عدم الإقتناع بالبدائل التي تتيحها، وفي كلا الوجهين هم يشاركون من خلال امتناعهم عن التصويت، وهذا هو أيضاً سلوك إنتخابي. وقد اجاب 35% من الذين صوتوا أنه كان نتيجة متابعتهم لقناة النهار، و11% لم يصوتوا، و4% إتجهوا للمقاطعة.

وبالنسبة لقناة الجزائرية فقد أجاب 23% أنهم صوتوا نتيجة متابعتهم لبرامج القناة، و15% لم يصوتوا، و2% إتجهوا نحو المقاطعة.

ويرى الباحث أن القناتان كانتا تهدفان لتوجيه السلوك الإنتخابي للمواطن نحو التصويت العقلاني. ويسعى الناخب العقلاني إلى رفع فائدته إلى الحد الأقصى، أي الحصول على أكبر وأمثل تأثير مقابل صوته، وذلك بحساب الأشياء الملموسة لوجوده، وهذا الأمر يستلزم منه التعرف على مصالحه، وتحديدتها والقدرة على تصنيفها في سلم الأفضليات، هذا إلى جانب تعرفه على الممثلين وجمع معلومات عنهم من حيث كشوف الحسابات ومصداقية وعودهم ومستواهم العلمي. وهذا ما سعت إليه القناتان بإبراز المترشح عبد العزيز بوتفليقة على أنه الرجل الأمثل، في مقابل ذلك قامتا باستصغار بقية المترشحين.

**\*هل ساهمت برامج القنوات الفضائية الجزائرية في رفع نسبة الناخبين ؟**

من خلال النتائج المتوصل إليها في نسب التصويت يلاحظ أن القناتان سعتا إلى رفع نسبة الناخبين حيث نجد 58% من أفراد العينة قد صوتوا، وكانت نسبة كبيرة لدى الفئة العمرية [18-29] والذي من بين أفرادها نجد الذين إنتخبوا لأول مرة.

وساهمت قناة النهار في تصويت أفراد العينة بنسبة 35%، فيما ساهمت قناة الجزائرية بنسبة 23%.

### أهم نتائج الدراسة

يمكن أن نوجز النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول دور التلفزيون في توجيه السلوك الانتخابي للمواطن الجزائري في النقاط التالية:

- لا يبدى نسبة كبيرة من أفراد العينة إهتماماً بالسياسة، ولا يكتسبون قدراً كافياً من المعلومات السياسية التي تدل على ذلك الوعي، أو على ذلك الإهتمام، وهذا ما إنعكس على إعتادهم على القنوات الفضائية الجزائرية كمصدر للمعلومات السياسية حيث كانت النسبة ليست بالكبيرة.

- إن عدم الإهتمام بالسياسة وقلة الوعي والمعرفة السياسية، لم يمنع أفراد العينة من التصويت في الإنتخابات وبنسبة مقبولة جداً، وهذا يرجع للدور الذي قامت به القنوات خلال الإنتخابات من أجل رفع نسبة التصويت.

- إن معالجة قناة النهار للانتخابات الرئاسية، لم تكن في المستوى بسبب غياب الاحترافية والخبرة المهنية، وهذا قد يرجع إلى عمرها الزمني القصير مما انعكس على أداء عملها الإعلامي لاسيما في ظل غياب سلطة الضبط وعدم تطبيق قانون السمعي البصري، إلا أن هذه القناة بالرغم من معالجاتها التي امتثلت للتهويل والتحريض استطاعت استقطاب المشاهد الجزائري واسترجاعه من القنوات الأجنبية.



• حرمت قناة الجزائرية الثالثة وقناة النهار من خلال برامجها متعة تتوع الخطابات وحلاوة الصراع السياسي الراقي الذي تشهده الديمقراطيات الكبيرة، فكان الإستفزاز وتصغير المترشحين السمة الأكبر لهذه البرامج. كما تميزت القنوات بعدم الحياد والموضوعية، رغم ذلك يبقى التلفزيون وقناة النهار والجزائرية على وجه الخصوص المصدر الأول للمعلومات السياسية بالنسبة لأفراد العينة.

• استطاعت القنوات توجيه السلوك الإنتخابي لنسبة كبيرة من أفراد العينة نحو التصويت العقلاني.

• من بين الخصائص الديموغرافية، فإن الجنس هو الذي يبدو الأقوى في تحديد درجة متابعة القنوات الفضائية والإهتمام بالسياسة، وكذلك في تحديد السلوك الإنتخابي للأفراد، خاصة من حيث المشاركة أو المقاطعة، إذ أن أغلب المقاطعين هم من الذكور، كما شكل السن عاملاً في مدى إهتمام الأفراد بالإنتخابات. بينما لم يشكل المستوى التعليمي والمهنة أي دور في تحديد السلوك الإنتخابي.

• عملت القنوات من خلال البرامج المقدمة خلال الإنتخابات الرئاسية على إعطاء الشرعية للنظام القائم، وكذلك تعزيز ميل مسبق نحو المترشح عبد العزيز بوتفليقة، والذي يعتقد أفراد العينة أنه الرجل المناسب ويذكرهم بالرئيس الأسبق هواري بومدين.

### أوجه التشابه.

• من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح أن قناة النهار والجزائرية الثالثة كانت لهم نفس الأهداف، حيث تعددت البرامج في القنوات والهدف هو التأثير في سلوك الفرد الانتخابي من أجل رفع نسبة التصويت في الانتخابات.

• كانت نسبة الإعتماد على القنوات كمصدر للمعلومات السياسية الخاصة بالانتخابات الرئاسية 2014 متقاربة.

• سعت القنوات إلى إبراز المترشح عبد العزيز بوتفليقة من خلال ذكر منجزاته وشخصيته القوية وحسن تسييره، بينما لم يكن الأمر نفسه مع بقية المترشحين، وهذا ما أكد عليه المستجوبون في مدى حيادية القنوات حيث آلت النسبة الأعلى إلى عدم الحيادية.

### أوجه الاختلاف.

• الإختلاف في النسب في درجة إعتماد المشاهدين على القنوات كمصدر لإختيارهم الانتخابي، حيث نجد أن مشاهدي قناة النهار مثلوا 79%، بينما قناة الجزائرية الثالثة 64%.  
• الإختلاف في نسب التصويت وعدم التصويت والمقاطعة، ودرجة إكتساب المعلومات للمشاهدين بين القنوات.

وقد يرجع تأثير قناة النهار أكثر من قناة الجزائرية الثالثة في سلوكات الناخبين إلى التنوع في البرامج في قناة النهار أكثر من الجزائرية الثالثة، وإلى الإثارة الموجودة في هذه البرامج والتي إستقطبت المشاهدين.

- يرى المبحوثين أن قناة النهار عمدت من خلال برامجها إلى التحويل وكذا غياب الاحترافية والخبرة المهنية لدى صحفيها، بينما عمدت قناة الجزائرية الثالثة إلى إستفزاز واستصغار المترشحين الخمس أمام المترشح عبد العزيز بوتفليقة، والذي إن لم يكون حاضراً فإن القناة عملت على تقديم وكالاته السبع وإبرازه كرجل مازال يعطي المزيد للجزائر.

## التوصيات

- ضرورة الإدارة الجيدة، والتخطيط السليم من قبل القائمين على القنوات الفضائية المحلية من أجل الإهتمام بموضوع التنشئة السياسية للمواطن الجزائري، وإفساح المجال لتحقيق هذا الهدف بمسؤولية ومهنية.

- التركيز على المصادقية والموضوعية في تناول المضامين خاصة خلال فترة الإنتخابات الرئاسية لتعميق الشعور لدى الأفراد بالهوية والانتماء والولاء الوجداني والفكري والسياسي للمجتمع.

- أن تعبر المضامين أو البرامج الإخبارية تعبيراً صحيحاً وصادقاً عن اتجاهات الجماهير وميولها لتدعيم مفهوم الولاء لدى الأفراد، وزيادة تطلعاتهم إلى المشاركة السياسية والتي تعتبر من أهم أشكال السلوك الإنتخابي.

- ضرورة توفر التفاعلية ومشاركة المشاهدين لإبداء آراءهم وطرح استفساراتهم بكل ديمقراطية في البرامج السياسية، وإفساح المجال أكثر لمختلف التيارات السياسية لتقديم آراءهم.

### الخاتمة:

إذا كانت دراسة لازارسفيلد قد أظهرت أن الحملة الانتخابية المبثثة عبر وسائل الإعلام لم تؤثر على السلوك الانتخابي للأفراد، وأنها لم تقم إلا بتعزيز الإستعدادات، والميول المسبقة لديهم، فإن الدراسة التي أجريناها ذهبت إلى أن القنوات الفضائية الجزائرية لا تترك أثراها على النتائج الانتخابية فحسب، بل إنها على المستوى الرمزي بإعادة تشكيل للوضع السياسي، إن المعلومات التي بثتها قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال الحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أبريل 2014 لها تأثيرات معرفية ورمزية، كنشر وتجديد المعارف السياسية، وبشكل أوسع أعطت الشرعية للنظام القائم.

إن وظيفة التزويد بالمعلومات السياسية التي قامت بها قناة النهار والجزائرية الثالثة، ساهمت بشكل كبير في التأثير على مدركات الأفراد وتصورهم للمحيط السياسي ولدورهم فيه، وإن كان الفرد يختار من يرى فيه تحقيقاً لمصالحه، فإن المعرفة بالأمور السياسية تترك أثراها على المدى الطويل.

وبشكل عام تختلف التأثيرات التي قد تتركها القنوات الفضائية على السلوك الانتخابي للأفراد باختلاف القناة والهدف الذي تسعى إليه، واختلاف الفئات الإجتماعية التي

تتوجه إليها المضامين السياسية، وكذا من حيث الثقة التي يحملها المشاهدين تجاه هذه القنوات.

نصل في الأخير إلى أن تأثير قناة النهار والجزائرية الثالثة على السلوك الإنتخابي للأفراد، ليس تأثير آلي ومطلق، لكنه موجود فمجرد إدراك الفرد للواقع السياسي كما صورته القنوات يعد تأثيراً، كما أن مجرد إقتناعه بأن لديه دور ومكانة في خضم ذلك الواقع يعد أيضاً تأثيراً.

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

إستمارة إستبيان حول:

دور التلفزيون في توجيه السلوك الإنتخابي للمواطن الجزائري

دراسة مسحية مقارنة على عينة من مشاهدي قناة النهار والجزائرية الثالثة خلال

الإنتخابات الرئاسية 2014

في إطار إعداد مذكرة ماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة نتقدم إليكم بهذه الإستمارة بغية

جمع معلومات حول الموضوع، وستحظى بالسرية التامة، لذا أرجو أن تقدموا لي يد

المساعدة بوضع علامة (x) في الخانة التي تناسب إجاباتكم.

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الإحترام والتقدير.

إشراف الأستاذ:

نجيب بخوش

إعداد الطالب:

ناصر فؤاد

السنة الجامعية : 2015/2014



## البيانات الشخصية:

- الجنس:  ذكر  أنثى
- السن:  18 سنة إلى 29  30 سنة إلى 39  40 سنة إلى 49  50 سنة إلى 59  60 سنة فما فوق
- المستوى التعليمي:  أمي  ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي
- المهنة:  بطال  عامل  تاجر  موظف  أستاذ

## المحور الأول: التلفزيون كمصدر للمعلومات السياسية:

1. هل تهتم بالسياسة؟

- كثيراً  قليلاً  نادراً

2. هل تعتقد أن القنوات الفضائية الجزائرية تمثل مصدراً لمعلوماتك السياسية؟

- نعم  لا

3. كيف تابعت الحملة الانتخابية لرئاسيات 17 أفريل 2014؟

- يومياً  أحياناً

4. هل تناقشت حول موضوع الانتخابات:

- نعم  لا

• مع من تناقشت؟

.....

• إذا كنت تناقشت فهل لأنه:

أكبر منك سناً  أكثر إطلاعاً على وسائل الإعلام منك  أكثر تعليماً منك

صفات أخرى  أذكرها .....

**المحور الثاني: التلفزيون كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية 2014**

5. أذكر المترشحين لرئاسيات 17 أبريل 2014 ؟

.....

.....

.....

• من أين حصلت على هذه المعلومة ؟

قناة النهار  قناة الجزائرية الثالثة  وسيلة أخرى

أذكرها إن أمكن .....

6. ماذا تعرف عن هؤلاء المترشحين:

<u>حسن التسيير</u>	<u>النزاهة</u>	<u>الماضي العريق</u>	<u>قوة الشخصية</u>	<u>لا أعرف شيئاً</u>	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عبد العزيز بوتفليقة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	علي بن فليس
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عبد العزيز بلعيد
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	لويزة حنون
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	علي فوزي ربايعين
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	السيد موسى تواتي

أخرى أذكرها .....

• من أين حصلت على هذه المعلومة؟

قناة النهار  قناة الجزائرية الثالثة

7. ماهو البرنامج الذي إعتمدت عليه كمصدر للمعلومات حول المترشحين؟

قناة الجزائرية الثالثة:

المترشح	النشرة الإخبارية	حوار مع المترشحين	حصة خاصة بالحملة الانتخابية
علي بن فليس			
لويذة حنون			
عبد العزيز بلعيد			
عبد العزيز بوتفليقة			
موسى تواتي			
علي فوزي ربايعين			

قناة النهار:

المترشح	النشرة الإخبارية	حصة "صريح جداً"	حصة "حوار خاص"	حصة "إكتشف مترشحك"
علي بن فليس				
لويذة حنون				
عبد العزيز بلعيد				
عبد العزيز بوتفليقة				
موسى تواتي				
علي فوزي ربايعين				

المحور الثالث: دور القنوات الفضائية في توجيه السلوك الانتخابي

8. هل إتخذت قرارك الانتخابي من خلال مشاهدة برامج:

- قناة النهار  نعم  لا

- قناة الجزائرية الثالثة  نعم  لا

9. هل صوتت في الإنتخابات؟

نعم  لا

10. من هو المترشح الذي إنتخبتة؟

عبد العزيز بوتفليقة  علي بن فليس  عبد العزيز بلعيد  لويزة حنول

علي فوزي رباعين  موسى تواتي  بطاقة بيضاء

لماذا؟ .....

11. ماهي القناة التي كان لها تأثير في إختيارك الإنتخابي وفيما تمثل؟

<u>الجزائرية الثالثة</u>	<u>النهار</u>	القناة / التأثير
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	التصويت
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	عدم التصويت
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	المقاطعة
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	إكتساب معلومات سياسية

• إذا ساهمت القناة في إقناعك حول مترشح معين، فكيف تم هذا؟

من خلال التركيز على أداء المترشح أثناء الحملة الإنتخابية

من خلال التركيز على جاذبية المظهر

من خلال التركيز على قوة الخطابات

من خلال التركيز على حضور الجمهور في قاعات الخطابات

طريقة أخرى

أذكرها.....

12. هل كان سلوكك الإنتخابي مماثلاً لسلوك؟

عائلتك  بعض أصدقائك  ليس مماثلاً

• إذا كان مماثلاً هل لأنهم تابعوا برامج:

- قناة النهار

- قناة الجزائرية الثالثة

وسيلة أخرى  أذكرها إن أمكن .....

13. هل ترى أن هاتين القناتين كانتا حياديتين من خلال برامجهما حول الإنتخابات الرئاسية

2014؟

- قناة النهار  نعم  لا

- قناة الجزائرية الثالثة  نعم  لا

لماذا؟.....

جدول خاص بالنتائج النهائية لانتخاب رئيس الجمهورية الجزائري

وفق بيان المجلس الدستوري الذي تلاه رئيس المجلس الدستوري مراد مدلسي

22.880.678	الناخبون المسجلون
11.600.984	الناخبون المصوتون
%50.70	نسبة المشاركة
1.132.136	عدد الأصوات الملغاة
10.468.848	الأصوات المعبر عنها

أما الأصوات التي تحصل عليها كل مترشح، فإنها جاءت مرتبة ترتيباً تنازلياً، كما يأتي:

8.531.311	السيد عبد العزيز بوتفليقة
1.288.338	السيد علي بن فليس
0.030328	السيد عبد العزيز بلعيد - مترشح جبهة المستقبل
157.792	السيدة لويزة حنون - مترشحة حزب العمال
105.223	السيد علي فوزي رباعين - مترشح حزب عهد 54
58.154	السيد موسى تواتي - مترشح الجبهة الوطنية الجزائرية

المصدر - المجلس الدستوري: <http://www.conseil-constitutionnel.dz/IndexArab.htm>



متوسط الاتفاق بين المحكمين :

م (مجموع متوسطات الاتفاق لكل محكم)

متوسط الاتفاق الكلي بين المحكمين =

ن

حيث ن : عدد المحكمين

و بالنسبة لكل محكم : تحسب من العلاقة :

عدد الأسئلة الموافق عليها

متوسط الاتفاق للمحكم =

العدد الكلي لأسئلة الاستمارة

$$0.96 = \frac{1 + 0.92}{2}$$

وكانت النتيجة:

2

إذا نتيجة متوسط الإتفاق بين المحكمين عالية وقدرت بـ 0.96.

# قائمة المراجع

الوثائق الرسمية:

1. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: رئاسة الجمهورية، الأمانة العامة للحكومة:

قانون الانتخابات، 2012.

2. المجلس الدستوري:

<http://www.conseil-constitutionnel.dz/IndexArab.htm>

الكتب:

3. أحمد القطان إمام شكري إبراهيم: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين: دراسة

عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب، الإسكندرية: مركز

الإسكندرية للكتاب، 2009.

4. السويدي محمد: علم الاجتماع السياسي: مبداه وقضاياها، الجزائر: ديوان المطبوعات

الجامعية، 1990.

5. الجوهرى عبد الهادي: دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي،

الإسكندرية: المكتبة الجامعية، 2001.

6. الدين أحمد ، وآخرون: الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الوطن العربي،

بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2009.

7. الزيات السيد عبد الحليم: التنمية السياسية: دراسة في الاجتماع السياسي البنية

والأهداف . ج 2، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2002.

## قائمة المراجع

8. الهاشمي مجد هاشم: الإعلام الدبلوماسي والسياسي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والوزيع، 2008.
9. إتصار إبراهيم عبد الرزاق، صدف حسام الساموك: الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، 2011.
10. إحسان محمد الحسن: علم الاجتماع السياسي، ط1، عمان، دار وائل للنشر، 2005.
11. بن صغير زكرياء، 2004: الحملات الانتخابية: مفهومه وسائلها وأساليبها، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
12. بوحنية قوي، وآخرون: الانتخابات وعملية التحول الديمقراطي في الخبرة العربية المعاصرة، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2012.
13. ثروت مكى: الإعلام والسياسة، وسائل الإتصال والمشاركة السياسية، القاهرة: ط1، عالم الكتب، 2005.
14. جاي س. جودوين- جيل: الانتخابات الحرة والنزاهة: القانون الدولي والممارسة العملية. ط1، ( ترجمة: أحمد منير وفايزة حكيم )، مصر: الدار الدولية للإستثمارات الثقافية، 2000.
15. خضر خضر: مفاهيم أساسية في علم السياسة، طرابلس: المؤسسة الحديثة للكتاب، 2008.

16.خضر صالح سامية ، 2005: المشاركة السياسية والديمقراطية: إتجاهات نظرية

منهجية حديثة تساهم في فهم العالم من حولنا، مصر: د د ن.

17.خطاب سمير: التنشئة السياسية والقيم، القاهرة: دار إيتراك للنشر والتوزيع، 2004.

18..دبلة عبد العالي: الدولة الجزائرية الحديثة: الإقتصاد والمجتمع والسياسة، ط 1،

القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

19.دليو فضيل ، وآخرون: الإتصال السياسي في الجزائر، الجزائر: مخبر علم إجتماع

الإتصال للبحث والترجمة.

20.ريتشارد داوسن، وآخرون: التنشئة السياسية. (ترجمة مصطفى عبد الله، محمد زاهي

محمد)، ط 1، بنغازي: دار الكتب الوطنية، 1990.

21.زايد الطبيب مولود: علم الإجتماع السياسي، ط 1، الزاوية: منشورات جامعة السابع من

أبريل، 2007.

22.شطاح محمد: الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور، الجزائر: دار

الكتاب الحديث، 2007.

23.صحراوي بن شيخة، وآخرون: التسويق السياسي، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر

والتوزيع، 2010.

24.عبيدات محمد ، وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان:

دار وائل للنشر، 1999.

25. عبد الغفار عادل: المشاركة السياسية للمرأة: رؤية تحليلية واستشرافية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
26. عبد النبي سليمان سالم: الإعلام التلفزيوني، ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
27. عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، القاهرة: مكتبة مدبولي، 1999.
28. فيليب برو: علم الاجتماع السياسي، ط 1، (ترجمة : محمد عرب صاصيلا)، بيروت: المؤسسات الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998.
29. قزاودي حياة: الصحافة والسياسة: أو الثقافة السياسية والممارسة الإعلامية في الجزائر، الجزائر: طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2008.
30. كرو العزاوي رحيم يونس: مقدمة في منهج البحث العلمي، عمان: دار دجلة، 2008.
29. محمد عبد أبو سمرة : الإعلام السياسي، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2011.
31. محمد عبد الرحمن عبد الله ، شحاته السيد: علم الاجتماع السياسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005.
32. محمد عبد الرحمان عبد الله ، شحاتة السيد: علم الاجتماع السياسي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005.
33. محمد سمرة محمد عبد: الإعلام السياسي، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2011.

34. مهنا محمد نصر ، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، ط 1، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007.

35. ناصر الشيخ علي: دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، فلسطين: المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، 2010.

36. هلال مزاهرة منال: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عمان: دار كنوز المعرفة، 2011.

37. وجيه محمد إبراهيم: أصول الإجتماع السياسي: السياسة والمجتمع في العالم الثالث، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2012.

38. يوسف حنان: الإعلام والسياسة مقارنة إرتباطية، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2006.

### المجلات:

39. الأعرجي إبراهيم مرتضى: « السلوك الإنتخابي وعلاقته بالإعتقاد بعدالة العالم لدى طلبة جامعة بغداد: دراسة عن الإنتخابات النيابية في العراق عام 2010 »، العراق: مجلة كلية الأدب، العدد: 98.

40. بارة سمير، ليمام سلمى: « النماذج الإنتخابية: نحو مقارنة ميدانية لتحليل الأنماط الإنتخابية في الجزائر » ، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، جامعة ورقلة- الجزائر، 2011/04.

41. جمال محمد عبد الحي: « مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز »، مجلة أماراباك، العدد: 7، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، السعودية، 2012.

42. صبحي عسييلة: « الرأي العام », مجلة مفاهيم الأسس العلمية لمعرفة، العدد: 23 ،

المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، مصر، 2006، ص 12.

43. قارح سماح: « التغيير الإجتماعي والتنشئة السياسية » الجزائر: مجلة كلية الآداب

والعلوم الإجتماعية، العدد: 2 و3، جامعة بسكرة، ، جانفي-جوان/ 2008.

44. ماشطي شريفة: « المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي »، الجزائر: مجلة

الباحث الإجتماعي، العدد:10، 10/09/2010.

45. وطفة علي أسعد: « محددات السلوك الإنتخابي النيابي وديناميته في دولة الكويت:

قراءة سوسيولوجية في آراء طلاب جامعة الكويت»، حوليات الآداب والعلوم الإجتماعية،

الحولية 32، جامعة الكويت، 2012.

### الرسائل الجامعية:

46. بارة سمير: « أنماط السلوك الإنتخابي والعوامل المتحكمة فيه: دراسة ميدانية لطلبة كلية

الحقوق بجامعة مولود معمّر -تيزي وزو-»، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة

الجزائر، 2007.

47. رأس العين أمينة: « السلوك الإنتخابي والإتصال: دراسة ميدانية وصفية لسلوك عينة

من الناخبين في ولاية الجزائر العاصمة خلال الإنتخابات الرئاسية لأفريل 1999»، رسالة

ماجستير في الإتصال غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2003.



48. سعد بن سعود: « الإتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي:

دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي »، رسالة

دكتوراه في الإعلام غير منشورة، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، كلية الدعوة

والإعلام، 2006.

49. سهيل العامري صالحه: « دور المرأة الإماراتية في المشاركة السياسية »، رسالة

ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، الإمارات، كلية الأدب والعلوم،

2013.

50. فورار أحمد أمين: « أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب

الجامعي: دراسة إستطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين »، رسالة ماجستير في الإتصال غير

منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2011.

القواميس:

51. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية،

الإسكندرية : ددن، 2005.

الجرائد:

52. بنشقرون جمال كريمي: « واقع المشاركة السياسية »، المغرب: صحيفة الناس، العدد:

306، 2014/10/29.

53. بنشقرون جمال كريمي ، « واقع المشاركة السياسية »، المغرب: صحيفة أخبار اليوم، العدد: 1509، 2014/10/29.

55. بنشقرون جمال كريمي: « السلوك الانتخابي »، المغرب: صحيفة الأحداث المغربية، العدد: 3738، 2009/05/22.

56. بنشقرون جمال كريمي: « السلوك الانتخابي للأحزاب السياسية بالمغرب »، المغرب: صحيفة الاتحاد الاشتراكي، العدد: 10.832، 2014/10/16.

### مواقع إلكترونية:

57. بوحنية قوي: « الانتخابات الرئاسية في الجزائر: العهدة الرابعة لبوتفليقة وتحديات المشهد »، مركز الجزيرة للدراسات، 2014/05/13، تم تصفح الموقع بتاريخ: 2015/03/09.

<http://studies@aljazeera.net>

58. بن عسكر منصور بن عبد الرحمان: « يتحدث عن علم السلوك الانتخابي »، السعودية: جريدة الرياض، 2004/11/30. تم تصفح الموقع بتاريخ: 2015/03/06.

[http://www.alriyadh.com/Contents/30-11-2004/Mainpage/LOCAL1\\_25493.php](http://www.alriyadh.com/Contents/30-11-2004/Mainpage/LOCAL1_25493.php)

59. تهامي محمد: « السلوك الانتخابي المفهوم والتفسير »، تم تصفح الموقع بتاريخ: 2015/03/15.

<http://www.alhewar.org/>

60. مجذوب عبد المؤمن، وآخرون: « السلوك الإنتخابي في الجزائر: دراسة في المفهوم،

الأنماط والفواعل »، تم تصفح الموقع بتاريخ 2015/03/6.

**<http://www.bouhania.com/news.php?action=view&id=49>**