

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية
شعبة الإعلام و الاتصال



دور الإعلام الصحراوي في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية

دراسة استطلاعية لعينة من الشباب بمخيمات اللاجئين الصحراويين

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

- إشراف الأستاذ:

لحمر نبيل

- إعداد الطالب:

➤ سدوم الداف محمد فاضل

السنة الجامعية: 2013 - 2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

قال الله تعالى : >> وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ أَنْ اشْكُرْ لِلَّهِ ۚ

وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ <<

الآية 12 سورة لقمان

وقال عليه الصلاة والسلام : >> لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ <<

وعملا بمقتضى قول الله تعالى وقول نبيه الكريم عليه الصلاة والسلام أتوجه بخالص الشكر إلى الخالق عز وجل الذي وفقنا بعناية لانجاز هذا العمل ونحمده ونسأله التوفيق في القول والعمل كما أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف لحر نبيل الذي ساعدني على انجاز هذا العمل والذي لم يبخل علي بنصائحه القيمة وتوجيهاته الصائبة رغم طول الطريق.

كما أتقدم بشكري لبلد المليون ونصف المليون شهيد الجزائر الحبيبة مكة الثوار وقبلة الأحرار جزائر العزة والكرامة هذا البلد الذي عودتنا مواقفه الثابتة تجاه القضايا العادلة والبلدان المسلوطة السيادة.

كما أ شكر كل الأساتذة والإداريين العاملين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية و اخص بالذكر قسم العلوم الإنسانية.

وكل من ساهم من قريب أو بعيد في هذا العمل ولو بفكرة صغيرة أو دعوة صادقة لنا بالنجاح راجين من الله أن يتقبل منا هذا العمل ويجعله خالصا لوجهه الكريم.

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع :

إلى من قال فيهم المولى عز وجل >> <<

إلى التي سهرت الليالي من أجلي وعانت الكثير لإسعادي، إلى الكلمة

الطيبة والصدر الحنون أمي الغالية حفظها الله و إلى جدتي العزيزة .

إلى شهداء الوطن المحتل رحمهم الله إلى مقاتلي جيش التحرير

الشعبي الصحراوي حماة الوطن و العرض والشرف .

إلى كل الأحبة والأصدقاء وإلى جميع الإخوة الصحراويين في جامعة

بسكرة إلى إبراهيم ولد ابوهة

إلى من عشت معهم أحلى أيام حياتي الجامعية

إلى كل أساتذة قسم العلوم الإنسانية

الفهرس:

شكر وعران

إهداء

مقدمة

- الإطار المنهجي لدراسة

- 1 - إشكالية الدراسة.....8
- 2 - تساؤلات الدراسة.....9
- 3 - تحديد المفاهيم.....10
- 4 - أهداف الدراسة.....12
- 5 - أهمية الدراسة.....12
- 6 - أسباب اختيار موضوع الدراسة.....13
- 7 - طبيعة الدراسة.....14
- 8 - المنهج المستخدم وأدواته.....15
- 9 - مجتمع البحث والعينة.....17
- 10 - الأدوات المستخدمة في الدراسة.....20
- 11 صعوبات الدراسة.....20

الفصل الأول : الوعي السياسي

- المبحث الأول : المفاهيم الأساسية للوعي السياسي 22
- المطلب الأول : التوعية السياسية 22
- المطلب الثاني : الثقافة السياسية..... 26
- المطلب الثالث : المشاركة السياسية..... 28
- المبحث الثاني: التنشئة السياسية..... 38
- المطلب الأول : مفهوم التنشئة السياسية..... 38
- المطلب الثاني : مصادر التنشئة السياسية..... 39
- المطلب الثالث : أهمية التنشئة السياسية 43
- المطلب الرابع : دور الاعلام في التنشئة السياسية..... 44
- المبحث الثالث : الاعلام والوعي السياسي 46
- المطلب الأول : العلاقة بين المؤسسات السياسية والإعلامية 46
- المطلب الثاني : تأثير وسائل الاعلام على النشاط السياسي..... 48
- المطلب الثالث : دور وسائل الاتصال في الوعي السياسي 49

الفصل الثاني : الاعلام بالصحراء الغربية

- المبحث الاول : لمحة تاريخية عن الصحراء الغربية 52
- المطلب الاول : بطاقة تعريفية 52
- المطلب الثاني : المجتمع الصحراوي 53
- المطلب الثالث: جذور النزاع السياسي في الصحراء الغربية..... 56
- المبحث الثاني : نشأة وتطور الصحافة المكتوبة..... 59
- المطلب الاول : مراحل تطور الاعلام الصحراوي 59
- المطلب الثاني : تأسيس الصحافة المكتوبة 63
- المطلب الثالث : الوسائط الاعلامية التي اعتمدت عليها جبهة البوليساريو 65
- المطلب الرابع: حاجة الثورة لإعلام صحراوي 66
- المبحث الثالث : الإعلام المسموع بالصحراء الغربية 67
- المطلب الاول : تأسيس الإذاعة 67
- المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للإذاعة والبرامج..... 71
- المطلب الثالث: وكالة الأنباء الصحراوية..... 74
- المبحث الرابع : الاعلام المرئي المسموع في الصحراء الغربية 77
- المطلب الاول : تأسيس التلفزة الصحراوية 77
- المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمؤسسة التلفزيون واهم البرامج 78
- المطلب الثالث : الاعلام الصحراوي في مواجهة تحدي العولمة التقنية 80

الفصل الثالث:الدراسة الميدانية

فهرس الجداول البسيطة

- توزيع المبحوثين حسب نوع وسيلة الإعلام المتبعة..... 86
- المدة التي يقضيها المبحوثين للتعرض لوسائل الإعلام..... 86
- ترتيب المبحوثين حسب متابعة وسائل الإعلام المحلية..... 87
- ترتيب الموضوعات السياسية المفضل وجودها في وسائل الإعلام المحلية لدى المبحوثين.... 87
- مدى اهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية..... 88
- نوعية القضايا السياسية التي يفضل المبحوثين متابعتها..... 88
- الفترة الزمنية التي يمنحها المبحوثين لأنفسهم لمتابعة القضايا السياسية..... 89
- أحسن وسائل الإعلام التي تستخدم في التوعية السياسية عند المبحوثين..... 89
- مدى اهتمام المبحوثين عند تعرضهم لمواضيع تتضمن قضايا سياسية..... 90
- مدى زيادة وسائل الإعلام في المعلومات السياسية لدى المبحوثين..... 90
- مدى كفاية المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لتنمية المجال السياسي لدى المبحوثين..... 91

91 دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية لدى المبحوثين
92 دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية في حالة الاجابة بنعم ذلك راجع إلى ... عند المبحوثين
92 عمل وسائل الإعلام المحلية على تنمية المجال السياسي لدى المبحوثين
93 حجم المعلومات الأساسية التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للمبحوثين في مجال التنشئة السياسية
94 مدى دور الإعلام المحلي في توعية الشباب بمضامين حول التوعية السياسية
94 كيفية مساهمة الإعلام المحلي في زيادة الوعي السياسي عند المبحوثين
95 تفاعل المبحوثين مع البرامج الإعلامية التي تناولت القضية السياسية الصحراوية
96 الفائدة التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للقضية الصحراوية حسب رأي المبحوثين
فهرس الجداول المركبة	
97 توزيع المبحوثين حسب نوع وسيلة الإعلام المتبعة حسب متغيرات الدراسة
99 المدة التي يقضيها المبحوثين للتعرض لوسائل الإعلام حسب متغيرات الدراسة
101 ترتيب المبحوثين حسب متابعة وسائل الإعلام المحلية حسب متغيرات الدراسة
103 ترتيب الموضوعات السياسية المفضل وجودها في وسائل الإعلام المحلية لدى المبحوثين حسب متغيرات الدراسة
105 مدى اهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية حسب متغيرات الدراسة
107 نوعية القضايا السياسية التي يفضل المبحوثين متابعتها حسب متغيرات الدراسة
109 الفترة الزمنية التي يمنحها المبحوثين لأنفسهم لمتابعة القضايا السياسية حسب متغيرات الدراسة
111 أحسن وسائل الإعلام التي تستخدم في التوعية السياسية عند المبحوثين حسب متغيرات الدراسة
113 مدى اهتمام المبحوثين عند تعرضهم لمواضيع تتضمن قضايا سياسية حسب متغيرات الدراسة حسب متغيرات الدراسة
115 مدى زيادة وسائل الإعلام في المعلومات السياسية لدى المبحوثين حسب متغيرات الدراسة...
117 مدى كفاية المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لتنمية المجال السياسي لدى المبحوثين حسب متغيرات الدراسة
119 دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية لدى المبحوثين حسب متغيرات الدراسة...
121 دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية، في حالة الاجابة بنعم ذلك راجع إلى.... عند المبحوثين
123 عمل وسائل الإعلام المحلية على تنمية المجال السياسي لدى المبحوثين
125 حجم المعلومات الأساسية التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للمبحوثين في مجال التنشئة السياسية
127 مدى دور الإعلام المحلي في توعية الشباب بمضامين حول التوعية السياسية
129 كيفية مساهمة الإعلام المحلي في زيادة الوعي السياسي عند المبحوثين
132 تفاعل المبحوثين مع البرامج الإعلامية التي تناولت القضية السياسية الصحراوية حسب متغيرات الدراسة
134 الفائدة التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للقضية الصحراوية حسب رأي المبحوثين

136	نتائج الدراسة
137	الخاتمة
	الملاحق
	قائمة المراجع

مفصلة

مقدمة:

إن أهمية الإعلام كوسيلة فاعلة في إقناع الجمهور وحملهم على اعتناق سياسات الدولة ، وكسب تأييد الرأي العام تجاهها، فقد ربط تطور الوعي القومي والسياسي بأفراد المجتمع الذين يكونون الرأي العام وعندما يتحقق ذلك يمكن للسلطة إن تتعرف على اتجاهات المجتمع ووجهات نظره حول مختلف القضايا والإشكاليات التي توجهه ، من خلال وسائل الإعلام ، التي تقوم بدور محوري في تنوير جمهورها وتوجيهه ، وإقامة جسور التخاطب وتبادل المعلومات بين صناعات القرار السياسي والجمهور من أجل إيجاد الحلول ورفع مستوى أداء أجهزة السلطة وأفراد المجتمع على جميع الأصعدة و تعد وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر التنشئة السياسية، فهي تنمي الثقافة السياسية المتعلقة بالقضايا أو المؤسسات و الأنظمة السياسية في المجتمعات، من خلال اهتمامها ومتابعتها، و ما تقدمه من معلومات و أخبار، كما تعمل على زيادة الوعي و المعرفة السياسية لدى الناشئة، و التأثير فيهم، و تشجيعهم على المشاركة الفاعلة في العملية السياسية و من هنا برزت أهمية وسائل الإعلام و حاجة الدول لها لأنها مرآة كثير من الأمم، و لسانها الناطق بأفكارها و قضاياها، والمعبر عن آمالها و آلامها فهي تخدم المجتمع من خلال نشر الأخبار، و توضيح طبيعة السياسات الخارجية و أهدافها للشعوب، و تقديم صورة شاملة لما يحدث في أرجاء العالم لحظة بلحظة و هو الأمر الذي من شأنه إلغاء الفواصل الزمنية و الجغرافية بين المواطن و بقية أجزاء وطنه و بين العالم الخارجي من حوله.

من خلال ذلك عملت وسائل الإعلام الوطنية الصحراوية منذ سنة 1973م على بساطتها (إذاعة، تلفزيون و صحف)، وباعتبارها الركيزة الأساسية و الاستراتيجية في التعريف بالقضية والهوية الصحراوية، على مد جسور التواصل بين مختلف الشرائح الصحراوية، و المساهمة في تزويدها بالمعلومات و المفاهيم و الترجمات، ذات الصلة بقضيتهم و شخصيتهم الوطنية ، وظلت على الدوام على علاقة بضرورات و أولويات حرب التحرير الوطني، و شكلت إسهاما تربويا و توعويا معتبرا من أجل التخفيف من معاناة شعبنا، و إلهامه قيم المقاومة. كما كان لها الأثر التعبوي الكبير في التشبث بتحقيق الأهداف الوطنية الصحراوية المشروعة في التحرر و الإستقلال.

1. الإشكالية:

تعتبر المؤسسة الإعلامية من أهم المؤسسات الحديثة في العالم لمالها من دور أساسي في تنمية الموارد البشرية. ويعتبر الإعلام أساسي و جوهري في تكوين مسيرة الشعوب، و يساهم في توجيه الرأي العام نحو قضايا و ظواهر محددة تخص بالأساس أولويات المجتمع، من خلال إلقاء الضوء عليها وتحليلها و استعراض نتائجها.

و كان الإعلام الصحراوي قبل الثورة يعتمد في تبلور الفكر التحرري على الوسائط التقليدية، في نشر و استيفاء الأخبار اثناء التنقل و الترحال. و هنا لعب كل من الشعر و الأغنية دورا متميزا في تدوين التاريخ و بلورة اهتمامات الشعب، إذ برز حينها ما يعرف بالشعر الثوري.

كما شهدت هذه المرحلة ارتكاز الاعلام على المحاضر الدينية باعتماد الخطاب الديني الجهادي، في مواجهة المستعمر لتنتقل إلى حملة من المحاولات لإصدار المنشورات، جوبهت في أغلب الأحيان بالرفض و المنع. في كل هذا و ذلك ساهمة وسائل الاعلام الصحراوية المختلفة من مكتوبة و مسموعة، مثل الإذاعة في رفع معنويات الجنود أثناء الحرب، وكان له دور كبير في توجيه الرأي العام بين أفراد الشعب الصحراوي، و بناء الدولة الصحراوية. و لهذا فقد كان لوسائل الاعلام دور هام و اساسي و جوهري، في نشر الوعي داخل المجتمع الصحراوي و التعريف بتطورات القضية الصحراوية في شتى مجالاتها و اهتماماتها، و ذلك من خلال نشر الأخبار و القيام ببرامج سياسية توعوية و القيام بمحاضرات سياسية، لوضع المجتمع في موقع مهم يستطيع أن يفهم و يتعامل مع القضية و يساهم في نشرها. و لهذا لم يقتصر دور الإعلام على هذا فقط بل اتسع إلى أكثر و أشمل من ذلك، للتعريف بالقضية و مواكبة العصر، و يعتبر نشر الوعي السياسي مهم داخل المجتمع الصحراوي، و خاصة فئة الشباب. و من هذا المنطلق نستطيع أن نطرح التساؤل التالي:

- ما مدى مساهمة وسائل الإعلام في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب الصحراوي؟

2. تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيسي:

- ما مدى مساهمة وسائل الإعلام في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب بالصحراء الغربية؟
و لفهم الإشكالية لابد من طرح تساؤلات فرعية.

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما مدى متابعة الشباب لوسائل الإعلام الصحراوية؟
- 2- إلى أي مدى ساهمت وسائل الإعلام في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية بالصحراء الغربية؟
- 3- ما هو الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التنشئة السياسية داخل المجتمع الصحراوي؟
- 4- كيف ساهمة وسائل الإعلام في زيادة التوعية السياسية لدى الشباب الصحراوي؟

3. تحديد المفاهيم:

أ. مفهوم الإعلام:

هناك مفهومان رئيسيان للإعلام، يقوم أولهما على التفرقة اللغوية بين كلمتي Information و Communication، ويقصد بالأولى الاتصال أي عملية انتقال الأنباء والمعلومات والآراء و الأفكار داخل مجتمع ما، و هذا المعنى باعتباره تعبيراً لغوياً مشتق من التواصل بمعنى المشاركة، وهذا المعنى الذي تفسره الكلمة اللاتينية Communication. و يقصد بالكلمة الثانية الإخبار أو الإعلام Information أي المنتج الإعلامي أو مخرجات وسائل الاتصال بما تحتويه من أنباء و معلومات و آراء و أفكار.

و لا يوجد تعريف واضح لكلمتي الإعلام و الاتصال، و لذلك فإن أكثر المؤلفين يستخدمون هذين اللفظين بلا تمييز، و مع ذلك فكثيراً ما يعد الإعلام أساساً استشارات و رسائل تنتقل في اتجاه واحد من مصدر إرسالها إلى متلقيها.¹

ب. مفهوم الشباب:

إن الشباب يشكلون فئة اجتماعية لها مميزاتها و خصائصها التي تنفرد بها عن بقية الفئات العمرية الأخرى، و يأتي في مقدمة تلك بالإضافة إلى عامل السن الجراًة و الديناميكية و حب الاطلاع، الرغبة في التغيير و القلق على المستقبل و حب الظهور و رفض الواقع و الإقبال على الجديد من الأفكار و القيم و أنماط السلوك و غيرها.

ج. تعريف الوعي السياسي:

يمكن تصور مفهوم الوعي السياسي على أنه يتبلور من خلال معرفة مدة فهم و إدراك الأفراد للواقع السياسي و الاجتماعي و التاريخي لمجتمعهم، و قدرتهم على التصور الكلي للواقع المحيط بهم بصورة مترابطة العناصر بحيث تساعدهم على بلورة اتجاهات سياسية و تدفقهم إلى المشاركة السياسية.²

¹ فاروق أبوزيد، "الإعلام و السلطة إعلام السلطة و سلطة الإعلام"، دار عالم الكتب للنشر و التوزيع، ط1. 2007، القاهرة، ص. 21.

² محمد، عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، دار الوفاء للطباعة والنشر، ط1، 2007، الإسكندرية، مصر،

د. مفهوم الوعي:

✓ تعريفه لغة: و هو فعل رباعي معتمد وعيت، أوعى، وع، مصدر توعية، و عي الجماهير يخطبه السياسة جعلهم يدركون حقائق الأمور.

✓ **الوعي:** كلمة تدل على ضم شيء في قواميس اللغة العربية وعيت العلم اعيه وعيا، و وعى الشيء و الحديث وعيا، و أوعاه حفظه و فهمه و قبله فهو واع. فالوعي: هو ما يكون لدى الإنسان من أفكار و وجهات نظر و مفاهيم عن الحياة و الطبيعة من حول. و قد يكون الوعي وعيا زائفا و ذلك عندما تكون أفكار الإنسان و وجهات نظره و مفاهيمه غير متطابقة مع الواقع من حوله، أو غير واقعي و عي جزئي و ذلك عندما تكون الأفكار و المفاهيم مقتصرة على جانب أو ناحية معينة و غير شاملة لكل النواحي و الجوانب و المستويات المترابطة و التي تؤثر و تتأثر مع بعضها البعض في عملية تطوير الحياة.

الوعي الإنساني الشامل المتقدم، فهو تلك الأفكار و وجهات النظر و المفاهيم التي تضع مصلحة كل إنسان كإنسان فوق كل اعتبار آخر، و هي التي تتطابق مع الواقع المادي الموضوعي في حركته و تتطور باستمرار مع هذا التطور.¹

ه. مفهوم التوعية:

يمكن القول بأن التوعية تعرف بأنها العملية التي تشير إلى اكساب الفرد وعيا حول أمر ما، أو أمور بعينها و تبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها.

و من هذا المنطلق فإن التوعية تهدف في بؤرة اهتمامها إلى التوجيه و الإرشاد، للتزود بالمعرفة و إكساب و اكتساب الخبرة. و يمكن القول أن التوعية تشير إلى مدى التأثير في إنسان أو جماعة أو مجتمع، لقبول فكرة أو موضوع ما. و عموما فإن التوعية شيء يعني ما يلي: معرفة ماهية وظروف هذا الشيء، فهم طبيعة حركته و هل هي مفيدة أو ضارة، إيجابية أو سلبية؟ التوصل إلى أسلم الطرق الممكنة واقعيا للتعامل مع هذا الشيء و السيطرة عليه.²

¹ محمد، عبد الواحد حجازي، مرجع سبق ذكره، ص. 186.

² محمد، عبد الواحد حجازي، مرجع سبق ذكره، ص. 187.

4. أهداف الدراسة:

لا شك أن وراء كل دراسة هدف يسعى الباحث إلى تحقيقه، فهدفنا من الدراسة كالآتي:

- ✓ التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية.
- ✓ الكشف عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المحلية في دفع الشباب للمشاركة في العمل السياسي في المجتمع، و كيفية التعامل مع مختلف القضايا السياسية.
- ✓ كما تهدف الدراسة إلى الوقوف على مدى تأثير الشباب الصحراوي بالمعلومات السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام.
- ✓ و كذلك معرفة دورها في عملية التنشئة السياسية داخل المجتمع الصحراوي.

5. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة التي نحن بصدد البحث فيها و تسليط الضوء عليها، في أنها تدرس دور وسائل الإعلام في تزويد الشباب الصحراوي بالمعلومات السياسية.

تسليط الضوء على دور وسائل الإعلام في نشر الوعي السياسي و زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب. الذي يعد من المجالات الهامة في حياة الشباب.

المساهمة في إلقاء الضوء على أهمية المعلومات السياسية، و البحث في دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية. و كيف لها أن تزيد من الوعي السياسي لدى المجتمع الصحراوي.

كذلك محاولة الخروج بمقترحات لتطوير هذا الدور السياسي بشكل أكثر فاعلية، و لما تقوم به وسائل الإعلام من أمر بالغ الأهمية، في نشر الوعي السياسي داخل المجتمع الصحراوي و ما ينعكس عليه من إيجابيات لصالح المجتمع في حياته السياسية و غيرها.

6. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن لكل دراسة أسبابا تدفع بالباحث إلى دراستها و التنقيب عليها، و من أسباب اختيارنا و اهتمامنا بموضوع دور وسائل الإعلام في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية بالصحراء الغربية، يرجع لعدة أسباب منها الذاتية و الموضوعية.

✓ الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في معالجة هذا الموضوع.
- معرفة تأثير وسائل الإعلام الصحراوية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الصحراوي.
- معرفة دور وسائل الإعلام في نشر التنشئة السياسية داخل المجتمع الصحراوي.

✓ الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات و البحوث في هذا الموضوع.
- اظهار دور وسائل الإعلام و اهميتها في نشر الوعي السياسي داخل المجتمع الصحراوي.
- التعريف بالإعلام الصحراوي و اعطاء نظرة عنه و كيفية مساهمته في المجال التحرري.
- الدور المهم لوسائل الإعلام في هذا المجال.

7. طبيعة الدراسة :

توضح الاستراتيجية العامة لهذه الدراسة على أنها دراسة (وصفية استكشافية) إذ تعتبر الأبحاث الأولية التي يلجا إليها الباحث عادة لتذليل الصعوبات التي تواجهها على مستوى استكشاف الظواهر محل الدراسة أو التعرف عليها بصورة جيدة بعد اكتشافها.¹

كما تعد البحوث الاستطلاعية أو الاستكشافية ملائمة لعلوم الاعلام و الاتصال لان هذه الأخيرة تعتبر تخصصا جديدا نسبيا كما أنها تدفع الباحث ليستكشف ميادين لدراسة اتصالية ذات الرواج الكبير.²

و باعتبار إن الدراسة الاستطلاعية مرحلة أولية لعملية بحث متواصلة، نجهل الكثير عنها، نجد أنفسنا أمام غياب كامل أو نسبي للدراسات السابقة.³

و بعد الاستكشاف كخطوة أولى تأتي عملية الوصف كخطوة ثانية تستهدف الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة سواء كانت ذات صلة بموقف معين أو مجموعة من الناس، أو بأحداث معينة أو بأوضاع مختلفة دراسة تصويرية دقيقة أي أن الهدف الأول و النهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية و دقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو في الحيز الواقعي.⁴

و هذا النوع من الدراسات الوصفية الاستكشافية يعتبر الأنسب لموضوع دراستنا باعتبار أننا نهدف إلى إلقاء الضوء على دور المرأة الصحراوية في تحسين الأداء الإعلامي و التطرق إلى أبعاد هذه الدراسة من مختلف جوانبها.

¹ احمد بن مرسللي , مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال – ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر – 2003 ص. 49.

² الأرامي قالي , البحث في الاتصال عناصر المنهجية (ترجمة ميلود سفاري و آخرون) , مخبر علم الاجتماع للبحث و الترجمة – الجزائر – 2004 ص. 223.

³ سمير محمد حسين , بحوث الاعلام الأسس و المبادئ , علم الكتب للنشر ط1 ص. 127.

⁴ احمد بن مرسللي , مرجع سبق ذكره ص. 50 – 51.

8. المنهج المستخدم و أدواته :

يعتبر التحديد المنهجي لأية دراسة بأنه جملة من الخطوات المنظمة أو الخطوات المعلومة التي يحدد فيها الباحث مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق و خط السير و نقطة الوصول و بمعنى أدق الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى نتيجة مسطرة .

المنهج:

- يعرف المنهج في اللغة العربية بأنه مصطلح مرادف لكلمة النهج و المناهج اللتان تعنيان الطريق الواضح .
 - أما في اللغة الفرنسية فان كلمة (Méthode) التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة و العقلانية الهادفة إلى بلوغ نتيجة ما.¹
 - وفي البحث العلمي يعرفه موريس أنجرس بقوله " انه مجموعة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف"²
 - و كذلك على مستوى ملموس أكثر فان كلمة منهج يمكن إرجاعها إلى طريقة تصور و تنظيم البحث.
 - كما يمكن إرجاع كلمة منهج كما يحدد موريس أنجرس على أن كلمة منهج إلى ميدان خاص يتضمن مجموعة من الإجراءات الخاصة بمجال دراسة معين.³
- فان طبيعة موضوع البحث يتطلب منا توظيف المنهج الوصفي وهو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوعه من اجل التوصل الى الحقائق في العلم.

¹ احمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره ص. 285 .

² موريس أنجرس منهجية البحث العلمي (ترجمة بوزيد صحراوي - كمال بوسرف - سيعون سعيد) ط1 , دار القصة للنشر - الجزائر - 2004 ص. 98 .

³ موريس أنجرس - منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ط2, صفحة 92 .

المنهج الوصفي:

حين يريد الباحث وصف ظاهرة ما فإن أول خطوة يقوم بها هي أن يدرس الظاهرة التي يريد دراستها وجمع اوصاف ومعلومات دقيقة عنه, والمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الواقع او الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كلفياً او تعبيراً كميًا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها اما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة او حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الاخرى.

والمنهج الوصفي مرتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الانسانية ومازال هذا هو الاكثر استخداما في الدراسات الانسانية حتى الان وذلك نتيجة لصعوبة استخدام الاسلوب التجريبي في المجالات الانسانية.

ويمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه:

طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى اغراض محددة لوضعية اجتماعية او مشكلة اجتماعية او سكان معينين .

ويرى اخرون ان المنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

¹ عمار بحوش، محمد محمود الذنبيان، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، ص 139، الجزائر.

9. مجتمع البحث و العينة:

إن مجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، و التي تركز عليها الملاحظات.¹
 إن أساس نجاح التعيين يقوم أولا على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي، و ما يحتويه من مفردات الى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا، يشمل طبيعة وحداته و هل هي متجانسة أم متباينة.²

العينة "العينة العشوائية البسيطة":

يعتمد في سحب مفردات العينة العشوائية البسيطة على الأسلوب العشوائي القائم في تطبيقه على عامل الصدفة في التعيين عن طريق القرعة، انطلاقا من توفير الفرص المتساوية للظهور لكل المفردات، و هنا لا بد من الإشارة إلى نقطة هامة تشمل في أن هذا النوع من العينات يستخدم على مستوى المجتمعات المتجانسة المعروفة المفردات التي يقوم الباحث في تسجيلها.³

و تم أخذ عينة الدراسة من بلدية التفاريتي بولاية السمارة، و عددهم 100 فرد.

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيرا ما يعتمد الباحث عليها كمؤشر في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها.

¹ موريس، انجرس، "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، دهر القصبية للنشر و التوزيع، ترجمة (بوزيد صحراوي، كما بوشرف، سعيد سيعون) ط1، 2006، الجزائر، ص. 298.

² أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص. 181.

³ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص. 272.

1.1. الجدول رقم (1): بين توزيع المبحوثين حسب الجنس:

النسبة	التكرار	المجموع المتغير
80%	80	ذكر
20%	20	أنثى
100%	100	المجموع

2.1. تحليل الجدول رقم(1):

يبين الجدول رقم (1) نسبة الجنس، حيث كانت أعلى نسبة هي نسبة الذكور و بلغت 80%، و نسبة الإناث كانت 20%، هذا المجال فيه مساهمة الإناث أقل نسبة من الرجال. حيث نلاحظ أن جنس الذكور أكثر اهتمام بالمجال السياسي من الإناث.

1.2. الجدول رقم(2): بين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي:

النسبة	التكرار	المجموع المتغير
15%	15	المستوى الابتدائي
20%	20	المستوى المتوسط
40%	40	المستوى الثانوي
25%	25	المستوى الجامعي
100%	100	المجموع

2.2. تحليل الجدول رقم(2):

يبين الجدول رقم (2) نسبة المستوى التعليمي للعينة التي تمت دراستها، حيث سجلت نسبة التعليم الثانوي أعلى نسبة وصلت إلى 40%، و تليها نسبة التعليم الجامعي في المرتبة الثانية بنسبة 25%، و بعد ذلك التعليم المتوسط بنسبة 20% و أقل نسبة هي التعليم الابتدائي 15%.

1.3. الجدول رقم(3): يبين توزيع المبحوثين حسب السن:

النسبة	التكرار	المجموع المتغير
30%	30	من 16 الى 20 سنة
44%	44	من 21 الى 25 سنة
26%	26	من 26 الى 33 سنة
100%	100	المجموع

2.3. تحليل الجدول رقم(3):

يبين الجدول رقم (3) السن، أي نسبة العمر لدى الفئة التي تمت دراستها. حيث كانت في المرتبة الأولى نسبة العمر ما بين 21 إلى 25 سنة، وهي أعلى نسبة بلغت 44%، و تليها بعد ذلك في المرتبة من 16 إلى 20 سنة، و تأتي في المرتبة الثالثة نسبة العمر ما بين 26 إلى 33 بنسبة 26%.

1.4. الجدول رقم(4): بين توزيع المبحوثين حسب الحالة الاقتصادية

النسبة	التكرار	المجموع المتغير
40%	40	ضعيفة
52%	52	متوسطة
8%	8	مرتفعة
100%	100	المجموع
0		

2.4. تحليل الجدول رقم(4):

يبين الجدول رقم (4) الحالة الاقتصادية للمبحوثين، حيث كانت نسبة 52% للحالة المتوسطة، و تليها 40% للحالة الضعيفة، و بعد ذلك 8% للمرتفعة.

10. الأدوات المستخدمة في الدراسة :

تكمن دقة موضوع اي بحث علمي , في اختيار الادوات المناسبة له و التي تتماشى مع طبيعة الدراسة حتى يتمكن الباحث من الحصول على جميع البيانات التي تخدم اهداف دراسته ولهذا اعتمدنا على الاداة المناسبة لموضوع دراستنا و هي :

استمارة الاستبيان:

و في البحث العلمي الاستبيان هو تلك القائمة من الاسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية لتتقدم الى المبحوث من اجل الحصول على إجابيات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريف من جوانبها المختلفة¹.

و تعتبر اكثر ادوات جمع البيانات استخداما و شيوعا في الدراسات الاستطلاعية الكشفية وكذلك الدراسات التجريبية التقييمية التي تجري في الطبيعة.

11. صعوبات الدراسة:

- قلة المراجع في الدراسة، فإن وجدت فلا تتوفر على المعلومات الكافية.
- بعد المسافة بين مكان الدراسة و المنطقة التي أجريت فيها الدراسة (مخيمات اللاجئين الصحراويين) بتندوف.
- عدم وجود دراسات سابقة، في نفس موضوع الدراسة.

¹ احمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره ص. 220.

الفصل الأول

الوعي السياسي

الفصل الأول: الوعي السياسي

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للوعي السياسي:

المطلب الأول: التوعية السياسية:

نظرا لما يحيط بمفهوم الوعي السياسي من غموض، نتيجة تأثره بتوجهات و مصالح إيديولوجية و تيارات فلسفية، مما يشكل صعوبة في قياسه، لذا فالوعي السياسي كما تناوله الباحثون يشير إلى مدى معرفة المواطن لحقوقه السياسية و واجباته، و كذلك قدرته على التصور الكلي للواقع المحيط به و فهمه لما يجري حوله من أحداث و وقائع، أو هو العملية التي يستطيع الإنسان من خلالها معرفة العالم و تغييره. و يحاول البعض تحديد مفهومه من خلال ما يحويه من عناصر، و تحليل ما لدى الأفراد من معارف سياسية عن البيئة المحلية و القومية و العالمية، كنتيجة للثقافة السياسية التي يحصل عليها الأفراد من المؤسسات المختلفة، كما نجد اتجاها لدى البعض الآخر بتحليل المفهوم و استخدامه في ضوء بعض الفئات الاجتماعية، فالوعي السياسي لدى الشباب مثلا يعني إدراكهم للواقع السياسي و التاريخي لمجتمعهم و دورهم في العملية السياسية و مشاركتهم الفعلية في ذلك.⁽¹⁾

و يرى البعض أن من خلال الوعي التاريخي ينشأ الوعي السياسي، عند الفرد و الجماعة و المجتمع و الأمة، فإذا كان الوعي التاريخي صورة إنسانية لا بد أن تكون متمثلة في كيان الإنسان على درجات، و حسب مكانته الاجتماعية و عمله الذي يقتضي المشاركة السياسية العملية أو النظرية.⁽²⁾

إن الوعي السياسي هو معرفة مدى فهم و إدراك الأفراد للواقع السياسي و الاجتماعي و التاريخي لمجتمعهم و قدرتهم على التصور الكلي للواقع المحيط بهم بصورة مترابطة العناصر، بحيث تساعدهم على بلورة اتجاهات سياسية تدفعهم إلى المشاركة السياسية. و يتطور ذلك المفهوم للإدراك من خلال المعلومات و المعارف السياسية المقصودة أو غير المقصودة عن البيئة المحلية

(1) سمير، خطاب، التنشئة السياسية والقيم، إيترك للطباعة والنشر، ط1، 2004، القاهرة، مصر، ص. 46-47.

(2) محمد، عبد الواحد حجازي، مرجع سبق ذكره، ص. 189.

و القومية و العالمية، و من خلال المقررات الدراسية، التي تساهم جميعها في تزويد الطلاب بمعلومات عن واقعهم و ماضيهم، بصورة تنمي لديهم مشاعر الانتماء و الولاء للوطن و المحافظة على التراث و التمسك بالقيم الايجابية، كذلك ما يكتسبه الطلاب من معلومات بصورة عرضية من المعلمين و التجارب و الخبرات التي يعيشونها في المحيط المدرسي، مثل الانتخابات، يضاف إلى ذلك ما تنقله وسائل الإعلام على اختلافها من أخبار و برامج عن النظام السياسي و سائر الأنظمة الأخرى و الأحداث و التحليلات السياسية، و المعلومات التي يكتسبها من الأسرة إما بالتلقين المباشر أو من خلال المواقف الحيادية المختلفة كل هذه المصادر تساهم في تشكيل الوعي السياسي بدرجات متفاوتة.

1- أهمية الوعي السياسي:

تأتي أهمية الوعي السياسي في أنها تعزز الديمقراطية في نظرة الفرد و رؤيته لقضايا وطنه و أمته، و كذلك رؤيته للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، لذلك يعد الوعي السياسي للمجتمعات، بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية، و أن أي انخفاض في مستوى الوعي لدى المواطنين يهدد الديمقراطية كمفهوم و سلوك، فالوعي السياسي في أي مجتمع له دور و أهمية كبيرة في تنوير بصيرة المواطن بحقوقه المدنية و القانونية و واجباته و التزاماته الدستورية في المجتمع¹.

و تأتي أهمية الوعي السياسي للأفراد في أن له علاقة وطيدة وعميقة بالعملية السياسية، فعندما يكون هناك وعي سياسي في بعض المجتمعات فإن أفرادها يتميزون بقوة الشعور بالولاء الوطني والمواطنة المسؤولة، فيقوم الأفراد بالمشاركة في الحياة العامة، و يساهمون طواعية في النهوض بالمجتمع الذي ينتمون إليه، و بالمقابل عندما يكون الوعي السياسي متدني في بعض المجتمعات فإن معظم الأفراد في تلك المجتمعات يتسمون باللامبالاة، و ينتابهم الشعور بالاغتراب السياسي داخل مجتمعهم، بل يتعدى ذلك عدم شعورهم بالمسؤولية تجاه أي شخص خارج محيط الأسرة، و ينظرون إلى المشاركة في الحياة السياسية على أنها مجرد العوبة يتخذها أصحاب القرار، و أن

¹ الهيتي، هادي نعمان، إشكالية المستقبل في الوعي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص. 28.

(المواطنين) هم مجرد أداة يستخدمونهم متى أرادوا ليصلوا إلى مصالحهم، و بالتالي فهم يتجهون إلى أسلوب " العزوف " عن المشاركة السياسية في المجتمع أيا كان نوعها أو طبيعتها. و تأتي أهمية الوعي السياسي أيضا في أنه يساعد على استقرار المجتمع، و استمرار حياة الناس و عدم تعثر شئونهم، حيث تتجلى و تتضح الرؤيا للإفراد، و تنعدم المفاصد و المظالم بينهم، مما يؤدي إلى تفادي الضعف و الانهيار الذي قد يحدث عندهم، و بالتالي تجعلهم أمة ظاهرة بين الأمم، أمرة بالمعروف ناهية عن المنكر. و تأتي أهمية الوعي السياسي أيضا في أنه يعد المدخل الأساسي لمعرفة العصر إذ لا بد من معرفة الواقع الذي نعيشه و رصد الأحداث و تحليلها، و لا بد أيضا من معرفة تقاليد العصر و ثقافته و علومه، و معرفة مصطلحاته و لغاته، و قراءة خطابه. و على هذا يمكن القول إن أهمية الوعي السياسي من الركائز الأساسية لبناء الأمم و النهوض بها. فكلما كان هناك وعي سياسي عالٍ كلما كان هناك ثبات و استقرار و نهوض للمجتمع، و كلما كان هناك غياب للوعي السياسي كلما كان هناك اهتزاز و عدم اتزان داخل المجتمع، و يصبح ذلك المجتمع متأخر و متخلف مقارنة بالمجتمعات الواعية، فعدم التطلع و النهوض بهذه المجتمعات إلى مستوى راقى يساهم في ضعفها و انهيارها، و هذا نتاج كما ذكر سابق عن غياب الوعي السياسي¹.

و من خلال ما سبق يستنتج أنه لا بد للمجتمع من أن يدرك أهمية الوعي السياسي و قيمته و سبل تكريس حالة الوعي لمفهوم الديمقراطية، و مساندة الأصوات و القوى السياسية التي تنادي ببتقيف الفرد و المجتمع سياسي، فأى نظام سياسي يحتاج إلى وجود وعي سياسي يغذيه و يحافظ عليه، فإذا كان هناك حكم فردي تسلطي فإنه يوائمه وعي سياسي، تتمحور عناصره في الخوف من السلطة و الإذعان لها، و ضعف الميل إلى المشاركة، و فتور الإيمان بكرامة و ذاتية الإنسان، و ينتج عنه عدم إتاحة الفرصة لظهور المعارضة، أما عندما يكون الحكم الديمقراطي فإنه يوائمه وعي سياسي يؤمن بحقوق الإنسان، و يقتنع بضرورة حماية الإنسان و كرامته في مواجهة أي اعتداء على هذه الحريات، حتى لو كان من قبل السلطة نفسها.

¹ الهيتي، هادي نعمان، مرجع سبق ذكره، ص. 30.

2- خصائص الوعي السياسي:

يتسم الوعي السياسي بعدد من الخصائص و السمات على النحو الآتي:

- 1- **النظرة المنهجية (المنظمة):** و هنا تفترض هذه النظرة أن يكون التفكير في القضايا و حل المشاكل على قدر واضح من التنظيم، و سلسلة من الخطوات تتكامل فيما بينها، و أن يكون لهذا التفكير أساليب منهجية يكون نجاحها مضمون، أي لا تكون عشوائية و جزافية.
- 2- **النظرة الهادفة:** و هنا يشترط في التفكير أن تكون له أهداف ذات أهمية عند تناول المشاكل و المسائل الأساسية في المجتمع، لا أن يكون التفكير في المجتمع مجرد نشاط عفوي أو عابث، و بالتالي يكون للتفكير أهمية معرفية و أهمية مجتمعية حاضرا و مستقبلا، تهدف إلى الوصول إلى نتائج تحل المشاكل الموجودة.
- 3- **النظرة الواقعية:** و هنا يفترض أن يكون التفكير واقعيا أو بما هو ناجم عن الواقع ، اي لا ينشغل التفكير بما هو غير واقعي، و أن لا يكون تفسير الظواهر معتمدا على حالة فردية، أو مقولة شائعة، أو صيغة لفضية عامة، و أن لا يكون معتمدا أيضا على أفكار غير متحقق من صحتها و صدقها منهجيا، حتى لا تكون أفكار وهمية.
- 4- **النظرة الموضوعية:** و هذه النظرة تعني أن ينصرف التفكير إلى الموضوع بأبعاده و ظروفه و علاقته ، دون الانشغال بما هو دخيل و ما يتعلق بالذات ، و النأي عن التأثر بالهوى، أو بالأفكار الجاهزة أو النمطية، أو اللجوء إلى الأحكام المسبقة.
- 5- **النظرة التحليلية و التركيبية:** و هنا لابد للتفكير أن يقوم على التحليل، لأن المشكلات و الظواهر تكون غالبا مركبة من عناصر و علاقات متعددة، و عليه فإن النظرة التركيبية تأتي مكملة للنظرة التحليلية، و بالتالي فإن للتفكير قدرة على إعادة تركيب العناصر بهدف التحقق أو التثبت من صدق التحليل.
- 6- **النظرة المرنة:** و هذه النظرة تعني أن يتصف التفكير بالمرونة حتى يكون الوعي علميا، خصوصا أن هناك أحكام حول مجال المرونة في حياتنا العربية، بما في ذلك المؤسسات التعليمية¹.

¹ الهيتي، هادي نعمان، مرجع سبق ذكره، ص. 111-117.

المطلب الثاني: الثقافة السياسية:

ترجع الجذور الفكرية للبحث في الثقافة السياسية إلى كتابات الأنثروبولوجيين أمثال "روث نبدكت و مجاريت ميد" حول الطابع القومي، و التي عنيت بالكشف عن القيم و المعتقدات و الممارسات الفريدة التي تميز ثقافة ما، و تطور هذا المفهوم على يد "ألموند و فيريا"، ليشير به إلى ذلك النمط من التوجهات للأحداث السياسية في أي نظام سياسي محكم .

و قد تعددت تعريفات الثقافة السياسية طبقا لتوجه الباحثين و اهتمامهم، و يرصد البعض الدلالات السياسية لمفهومها، و التي تتمثل فيما يلي:

❖ الدلالة الأولى:

إن كل ثقافة تتخذ من المجال السياسي فضاء تعريفيًا تهتم باتجاهاته و مسائله الكبرى، و تتمثل الثقافة السياسة من خلال ثلاث محددات هي:

- **محدد معرفي:** و يتمثل في طبيعة المعلومات و المعارف ذات الطابع السياسي.
- **محدد عاطفي:** و يتمثل في طبيعة العلاقات الممعة بين المواطنين و القادة و المؤسسات.
- **محدد تقييمي:** و يمثل مختلف الأحكام و التقييمات التي يصدرها الأفراد على الظواهر و المؤسسات.

و استنادا إلى هذا التوجه نجد أن الثقافة السياسية معنية باتجاهات الأفراد نحو النظام السياسي، و في نفس السياق نجد ألموند و فيريا قد استعارا فكرة مكونات الاتجاه (معرفي، انفعالي، سلوكي)، و قاما بتصنيف نماذج الثقافة السياسية إلى ثلاث نماذج هي "ثقافة مشاركة و ثقافة تابعة، و ثقافة محددة"، فحينها تكون اتجاهات المواطنين ايجابية نحو الموضوعات السياسية، فإن الثقافة السياسية في المجتمع تصنف على أنها مشاركة مثلما الحال في المجتمعات البريطانية و الأمريكية، أما حينما تكون استجابة المواطنين للنسق السياسي سلبية فإن الثقافة السياسية تصبح تابعة، ذلك لأنهم لا يمارسون أي تأثير⁽¹⁾، في الموضوعات السياسية وإنما يتأثرون فحسب، وأخيرا حينما لا يجد الفرد أي علاقة بينه وبين النسق السياسي وليست عنده معلومات كافية فإن الثقافة السياسية في هذه الحالة تصبح محددة.

(1) سمير، خطاب، مرجع سبق ذكره، ص42-43.

❖ الدلالة الثانية:

يتم اكتساب الثقافة السياسية للأفراد في المراحل المبكرة من العمر عبر عملية التنشئة الاجتماعية، فالأفراد يتعلمون المواقف السياسية في وقت مبكر من حياتهم، حيث يكون تعلمهم لها بشكل عام و يعتمد أنصار هذا التوجه في تفسير الثقافة السياسية على الفلسفة الاشتراكية التي تؤكد على تلقين المبادئ و القيم السياسية في مراحل مبكرة من عمر الفرد. فالثقافة السياسية لا تنتقل من جيل إلى آخر كمسلمات، و إنما تتعرض إلى قدر من التغيير يعكس التغيير الاجتماعي، كما أنه لا يمكننا اعتبار الأفراد مجرد آليات أوتوماتيكية تتلقى المعايير و القيم السياسية ثم تمثلها بشكل سلبي.

❖ الدلالة الثالثة:

و هي الأكثر دقة في التعبير عن الثقافة السياسية، حيث تضع المفهوم إطار مؤسسي لتجعل منه محددًا لمفهوم الدولة، و نموذج الشرعية على نحو ما يرى "لوسيان باي"، فالثقافة السياسية هي مجموع من الاتجاهات و المعتقدات و المشاعر التي تعطي معنى للعملية السياسية، و تقدم قواعد مستقرة تحكم تصرفات أعضاء النظام السياسي، و يتفق هذا مع تعريف معجم المصطلحات السياسية للثقافة السياسية، فهي مجموعة المعتقدات التي تخص الحكم و السياسة، و هي نتاج التجربة التاريخية للمجتمع ككل من جهة، و خبرات التنشئة التي تعود لها الأفراد من جهة أخرى.¹

¹ سمير، خطاب، مرجع سبق ذكره، ص. 43.

المطلب الثالث: المشاركة السياسية:

أولاً: مفهوم المشاركة السياسية:

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

فالمشاركة السياسية هي تلك الأنشطة الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع، بهدف اختيار حكامهم و ممثلهم، و المساهمة في صنع السياسات و القرارات على نحو مباشر.

و هي أيضا السلوك المباشر أو غير المباشر الذي بمقتضاه يلعب الفرد دورا في الحياة السياسية لمجتمعه، و تكون لديه الفرصة لأن يؤثر في اتخاذ القرارات، و تحديد الأهداف العامة للمجتمع، و تحقيقها. و تختلف مستويات المشاركة داخل كل مجتمع حيث يقسم الأفراد إلى ثلاث مستويات هي النشاط و المهتمون و الهامشيون، و يضيف البعض مستوى رابع يتعلق بالمتطرفين السياسيين الذين يعملون خارج الأطر الشرعية و يلجؤون إلى أساليب العنف.

و هناك تعريف آخر للمشاركة السياسية، هو أنها قدرة مختلفة القوى و الفئات في المجتمع، و القدرة على التأثير في القرارات و السياسات بشكل مباشر أو غير مباشر، و ذلك من خلال العديد من القنوات و المؤسسات، و تتضمن في حدها الأقصى قدرة المجتمع على صياغة شكل الدولة نفسها، و تحديد طبيعة نظام الحكم، و تشكيل الحكومة أو إسقاطها و الرقابة على تصرفاتها، و يتمثل حدها الأدنى بأشكال السخط الصامت و عدم التعاون المنظم.

و المشاركة السياسية لدى "Huntington" هي أنشطة الأفراد الهادفة إلى التأثير على صنع القرار الحكومي، و هي إما فردية أو جماعية منظمة أو عفوية، موسمية أو مستمرة، سليمة أو عنيفة، فعالة أو غير فعالة، شرعية أو غير شرعية.

و المشاركة السياسية لهذا المعنى لا تتطلب بالضرورة حتمية تغيير النظام السياسي أو معظم القيم السائدة في الدولة، و إنما تعني إعادة توزيع السلطة على مواقع النفوذ المعنوي و السيطرة الفعلية في المجتمع.¹

¹ ثروت، مكي، الإعلام و السياسة وسائل الاتصال و المشاركة السياسية، دار عالم للكتب للنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص. 65-66.

ثاني: أهمية المشاركة السياسية:

تعد المشاركة السياسية من أهم صور و مؤشرات الديمقراطية لأي نظام سياسي، و يجمع كثير من علماء السياسة المعاصرين على أنه إذا كانت هناك ثورة قوية تجتاح العالم في هذا العصر، فإن الحق يقال إنها ثورة المطالبة بالمشاركة السياسية، و بقدر ما تكون هناك مشاركة سياسية تكون هناك ديمقراطية، فتمو و تطور الديمقراطية في أي مجتمع يتوقف على مدى اتساع المشاركة السياسية، و جعلها حقا من الحقوق التي يتمتع بها كل فرد في المجتمع، و بالتالي تؤدي إلى استقرار النظام و الإحساس بشرعيته.¹

ذلك أن المشاركة تعطي الجماهير حق الديمقراطية، الذي يمكنهم من محاسبة المسؤولين عن الأعمال و المسؤوليات التي يقومون بها إذا حدث أي تقصير فيما لديهم، بالإضافة إلى أن المشاركة تدعم العلاقة بين الفرد و المجتمع، الأمر الذي سينعكس على شعور الفرد بالانتماء لوطنه الكبير . و هي بذلك تعد جوهر العملية الديمقراطية، و جوهر عملية التحديث و التنمية السياسية بشكل خاص، و التنمية الشاملة بشكل عام، كما أنها تعد الأساس الذي تقوم عليه الديمقراطية، فكلما زادت فرص المشاركة السياسية، كلما أتيحت فرص أكبر لنمو و تطور الديمقراطية، و بالتالي فإن المشاركة السياسية تساعد في تدعيم قيم الديمقراطية و ترسيخها كسلوك و ممارسه، و المشاركة السياسية هي من تخلق المعارضة التي تقوم بدور المراقب للحكومة، و تحد من استغلال الفرد للسلطة و الشعور بالإغراب عند الشعب، و بالتالي تحقيق الحرية و المساواة و العدالة بين أفراد المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى الاستقرار السياسي، الذي بدوره يوفر الشروط الاجتماعية والثقافية والسياسية، لتحقيق التنمية الشاملة.

و نظرا لشيوع بعض الصور السلبية في المجتمع كاللامبالاة و الاغتراب، فإن أهمية المشاركة السياسية تكمن في منح المواطن فرصة التعبير عن مصالحه و حل مشاكله، و بالتالي فهي تعمل على تدعيم الحكمة الجماعية، و تشكل أساس تنمية المجتمع، و تساهم في رفع الوعي الاجتماعي عبر عملياتها و مؤسساتها، و تساعد الحكومة على اكتشاف نقاط الضعف و الحد من أخطاء المسؤولين التنفيذيين. فالمشاركة السياسية تساهم في صنع القرار و تعد من الأمور الهامة التي

¹ نوير، عيد السلام علي، الثقافة السياسية للمعلم في مصر دراسة ميدانية لعينة من معلمي التعليم الأساسي (رسالة دكتوراه غير منشورة)، جامعة القاهرة، 1998م، ص. 24.

عن طريقها يعم الرخاء و يسود الرضاء و القبول بين أفراد الدولة، و بالتالي يستمد الحاكم قوته و شرعية حكمه من المشاركة السياسية الشعبية القادرة على تنفيذ الإرادة الكلية للشعب.

و عليه فإن المشاركة السياسية باتت ضرورة حياتيه لا يمكن أن تستقيم الأمور إلا بممارستها بوعي¹، و هي بذلك تتيح أمام الأفراد فرصة المساهمة في صنع القرار، و بالتالي تجعل الأفراد يساهموا في تحمل مسؤولية صنع القرار، و هذا يسهل كثيرا في عملية تنفيذ الخطط و البرامج، و يجعل المواطنين يتقبلوا أي مشروعات قائمة أو جديدة نظرا لأنهم ساهموا في صنع القرار، و لمعرفتهم و إدراكهم لفوائد هذه المشروعات و أهميتها، و بالتالي يساعد هذا في إتمام المشروعات و تحقيق كل أهداف المجتمع بشكل يضمن تحقيق أكبر قدر من الفوائد، بصورة تتناسب مع احتياجات و رغبات و قدرات الجماهير، فهذه المشاركة تعزز لدى الأفراد قيمة الولاء و التأثير و المسؤولية و الأداء، و تجعل الأفراد في المجتمع أكثر إدراكا لحجم المشاكل المتعلقة بمجتمعهم و للإمكانات المتاحة لها. و بالتالي فإنها تفتح باب للتعاون بين الأفراد و المؤسسات الحكومية، فهي تعمل على تعود المواطنين للحرص على المال العام، و تجعلهم يدركوا أن هذا المال العام هو في حقيقة الأمر نابع من أموالهم الخاصة.

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن المشاركة السياسية تعد من المهمات الضرورية في الحياة، لأنها تزيد من الوعي الاجتماعي و السياسي لدى المواطنين، مما يضطر القائمين عليها إلى شرح الخدمات و المشاريع، و هذا يفرض جمع المال، و يحفز بقية المواطنين على المساهمة في ذلك، إضافة إلى ذلك فهي تقوم بدور أساسي و مهم لتدعيم دور الحكومة في تحقيق الخطة التي تضعها، و تساعد الحكومة أيضا على اكتشاف نقاط الضعف، و التقليل من الوقوع في الأخطاء.

لأن هذه المشاركة تقوم بدور الرقابة و الضبط من خلال الهيئات و المجالس المحلية، فهي بذلك صمام أمان من الوقوع في أي انحرافات أو أخطاء.

¹ نوير، عبد السلام علي، مرجع سبق ذكره، ص. 25.

ثالثاً: خصائص المشاركة السياسية:

تتسم عملية المشاركة السياسية بعدد من الخصائص التي يمكن مناقشتها على النحو الآتي:

- 1- المشاركة سلوك تطوعي و نشاط إداري: إذ يقوم المواطنين بجهود تطوعية نظراً لشعورهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا و الأهداف.
- 2- المشاركة سلوك مكتسب بمعنى أنها ليست فطرية تولد مع الأفراد أو يرثه الأفراد، فهي عملية يتعلمها الفرد أثناء حياته و من خلال تفاعلاته مع الأفراد و المؤسسات الموجودة في المجتمع.
- 3- المشاركة عملية اجتماعية شاملة و متكاملة: فهي تهدف إلى اشتراك كل فرد مع مجموعة من الأفراد في كل مرحلة من مراحل التنمية (في المعرفة و الفهم، و التخطيط، و الإدارة، و تقديم المبادرات و الآراء، و المشاركة في الفوائد و المنافع).
- 4- المشاركة لا تقتصر على مجال أو نطاق معين من أنشطة الحياة: أي أن للمشاركة مجالات متعددة منها الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية أو.... الخ، يمكن أن يشارك الفرد في أي واحد منها أو حتى في جميعها في آن واحد.
- 5- المشاركة حق و واجب في الوقت نفسه: لكل فرد في المجتمع الحق أن يمارسها، و هي واجب و التزامات عليه ممارستها في الوقت نفسه، فمن حق كل مواطن أن يشارك في مناقشة القضايا التي تهمه، و له الحق في انتخاب من يراه مناسباً لتمثيله في مجلس النواب، و له الحق أيضاً في ترشيح نفسه إذا رأى أن الشروط تنطبق عليه، و هي كذلك واجب على كل مواطن في ممارستها، فهو مطالب بأن يؤدي ما عليه من التزامات و مسؤوليات تجاه قضايا مجتمعه، لإحداث التغيير اللازم نحو التوجه التنموي في المجتمع.
- 6- المشاركة هدف و وسيلة في آن واحد فهي هدف لأن الحياة الديمقراطية الحقيقية تقتضي مشاركة المواطنين في هذه المسؤولية الاجتماعية، كما أنها وسيلة لتمكين المواطنين من لعب دور محوري في النهوض بالمجتمع نحو الرقي و الرفاهية و الحياة الكريمة، و المساهمة في دفع عملية التنمية¹.

¹ متحصل عليه من الموقع www.acpss.ahram.org.eg تمت الزيارة 2014-03-04

رابعاً: صور و أشكال المشاركة السياسية:

تتفق أغلب الكتابات على أن هناك نوعين من صور و أشكال المشاركة السياسية، و هي صور تقليدية و صور غير تقليدية، وتتمثل الصور التقليدية في النشاط و المشاركة السياسية في العمل السياسي: بالإدلاء بالصوت أو التأثير على الناخبين الآخرين، و الحق في الترشيح، و حضور الندوات و المؤتمرات العامة، و متابعة الأمور السياسية، و الدخول مع غيرهم في مناقشات سياسية، و كذلك المشاركة في الحملات الانتخابية بالمال أو الدعاية، و الانضمام إلى جماعة المصالح، و الترشح للمناصب العامة و تقلد المناصب السياسية، و الإنخراط في عضوية الأحزاب، و العضوية الفعالية أو العادية في المنظمات السياسية أو المنظمات شبة السياسية والاتصال بالمسؤولين.¹

أما الصور غير التقليدية فقد قسمها "د. المنوفي" إلى قسمين: قسم قانوني و قسم غير قانوني. فالقسم القانوني يتمثل بـ (الشكاوى)، أما القسم غير القانوني فيتمثل بالتظاهرات و الاغتيالات و الخطف و الحرب الأهلية و الثورة، و نهب و تخريب الممتلكات العامة و الخاصة، حيث يلجأ المواطنون لهذه الأعمال للتعبير عن مطالبهم أو التعبير عن رفضهم لسياسة الحكومة عندما تنعدم المسالك الشرعية، للتعبير عن آرائهم و مطالبهم.

وعلى الرغم من أن بعض المفكرين و السياسيين يرى أن الصور غير التقليدية صور غير شرعية، إلا أن هذه الدراسة ترى أن التظاهرات و الاحتجاجات تعد صور شرعية تستمد شرعيتها من النصوص الدستورية و القانونية خصوصاً في الأنظمة الديمقراطية، على الرغم من أن هذه الشرعية القانونية قد تتراجع في حال تطورت هذه الاحتجاجات و التظاهرات إلى استخدام العنف و اللجوء إلى التخريب و النهب و التعدي على حرية الآخرين و الإضرار بمصالح الناس وبالممتلكات و المصالح العامة و الخاصة و تجاوز القوانين و التشريعات المنظمة للحياة السياسية في المجتمع.

¹ زرنوفة، صلاح سالم، المشاركة السياسية و العملية الانتخابية، مجلة الديمقراطية - العدد 1، 2001.

و من خلال ما سبق فإن هذه الدراسة ستبحث أهم صور و أشكال المشاركة السياسية التي اتفقت عليها أغلب الأدبيات و الكتابات السياسية التي تناولت ظاهرة المشاركة السياسية و هي:

أ- المشاركة السياسية من خلال التصويت في الانتخابات:

يعد التصويت من أكثر صور المشاركة السياسية شيوعاً، حيث يتم ممارسته في الأنظمة الديمقراطية أو غير الديمقراطية على حد سواء، مع الاختلاف في درجة تأثيره، ففي الأنظمة الديمقراطية يستخدم التصويت كآلية للمفاضلة بين المرشحين، و كذلك لاختيار شاغلي المناصب السياسية بدرجة كبيرة من الحرية أما في الأنظمة غير الديمقراطية (التسلطية) فقد يستخدم التصويت كأداة للدعاية لمن هم في موقع السلطة بغرض كسب التأييد و الشرعية، أكثر منها أداة للاختيار السياسي الواعي و التأثير في شؤون الحكم و السياسة من قبل الشعب.¹

ويعدُّ التصويت في الانتخابات من المؤشرات المهمة التي يقاس من خلالها درجة المشاركة السياسية، و في ذلك يقول "ريموند ولفنجر": إن قلب النظام السياسي الأمريكي يتمثل في الانتخابات، لأنه عن طريقها يختار الشعب قاداته و حكامه، و هي الوسيلة التي يحاول المواطنون عن طريقها التأثير على السياسة العامة، و هي المصدر الذي يستمد منه الحاكم شرعيته، و تختلف الأهمية النسبية للانتخابات من دولة إلى أخرى حسب درجة نموه السياسي و الاقتصادي والاجتماعي، و هذه الأهمية قد زادت بدرجة كبيرة في دول العالم الثالث، و أكبر دليل على ذلك الاهتمام هو ما يشهده العالم اليوم من مظاهر عنف تحدث عند إجراء أية انتخابات إلا أكبر دليل وشاهد على محاولة هذه الشعوب لفرض إرادتها على حكامها.

وقد أجمع فقهاء القانون الدستوري على أن الوسيلة الوحيدة لإسناد السلطة السياسية في النظام الديمقراطي هي "الانتخاب"، حيث يقول الأستاذ "ليون بردات" في كتابه "القيم- الإيديولوجيات السياسية"، بأنه لا يوجد شيء أهم في النظام الديمقراطي من الانتخاب.

وفي هذا الإطار فإنه يمكن القول إن التصويت أو المشاركة في العملية الانتخابية تعدُّ من أهم المؤشرات التي نستطيع أن نقيس بها قدرة تأثير المواطن في صنع السياسة العامة للدولة، إن لم تكن أهمها على الإطلاق، باعتبار أن المشاركة السياسية تعدُّ محاولة المواطن للتأثير في صنع

¹ المنوفي، كمال، أصول النظم السياسية المقارنة، الصفاء للنشر و التوزيع، ط 1، الكويت، 1987، ص. 141.

السياسة العامة، حيث يعد التصويت أداة في يد المواطن للرقابة والمشاركة والتأثير، فالناخب يمتلك القدرة لأن يمنح صوته أو يمنعه عن المرشحين وفقا لأدائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالحه، و بالتالي إذا أراد المرشح أن يعيد انتخابه من جديد فإنه ينظر بعين الاعتبار إلى هذا الدور الرقابي للتصويت و إمكانية الناخب أن يبقيه أو يعزله عن منصبه، كذلك زيادة الإقبال أو نقصه على صناديق الاقتراع من قبل المواطنين يعبر عن موقفهم من العملية الانتخابية و مدى إدراكهم لأهميتها، و عزمهم على المشاركة أو عدم المشاركة فيها¹.

ب- المشاركة السياسية من خلال الترشيح في الانتخابات:

تعد المشاركة من خلال الترشيح أكثر إيجابية من المشاركة من خلال التصويت، إلا أن المشاركة من خلال التصويت أكثر أهمية لعدة أسباب أبرزها: أن التصويت حق تمارسه الأغلبية وهو من أهم المحاور التي تركز عليها الديمقراطية، ذلك لأن الناخب يسعى لتحقيق مصلحة عامة لا خاصة بعكس المرشح الذي يسعى لتحقيق مصلحة خاصة شخصية بجانب المصلحة العامة التي وعد جمهوره أن يقوم بتحقيقها. إضافة إلى ذلك فإن الترشيح يحتاج إلى مقومات شخصية أو مادية، و هو ما لا يتيسر لكثير من الناس، بخلاف التصويت الذي يكون مكفول للجميع.

ومن هذا نستنتج أن الترشيح في الانتخابات يعد من أبرز صور و أشكال المشاركة السياسية للمواطنين، فإذا ما وجد عدد كبير من المرشحين في أي مجتمع دل ذلك على عدم وجود ضغوطات أو تعسفات تمارس ضد المرشحين، من قبل مراكز القوى و أصحاب النفوذ الموجودة في ذلك المجتمع، و هذا ما يجعل المواطنين و أفراد المجتمع مندفعين بشكل ايجابي و بحرية تامة تجاه المشاركة السياسية دون خوف أو تردد، و بالتالي تكون هنالك أجواء تنافسيه عالية ومشاركة ايجابية تعمق مبدأ الديمقراطية بوجهها الحقيقي.

وحتى تكون خيارات الأفراد ذات أثر و معنى و وجود، فإن الدراسة ترى أنه لابد من إعطاء هؤلاء الأفراد بدائل هامة، و أن يتمتع الناخبون بالحرية الكاملة للإدلاء بأصواتهم، و أن لا يكونوا مجبورين في اختيارهم و توجهاتهم، و أن لا يكونوا تحت التهديد و التخويف من العقوبة في حال تصويتهم بطريقة غير متوافقة مع توجهات و رغبات الجهات الرسمية، و أن لا يكونوا خاضعين

¹ المتوكل، محمد عبد الملك، الحريات العامة و حقوق الانسان، مركز الامين للنشر و التوزيع، 2003، صنعاء، اليمن، ص. 25.

لأية ضغوطات، سواء كانت قبلية أو مذهبية أو طائفية أو فئوية... الخ، و هذا لا ينحصر فقط على الناخبين بل على المرشحين للمناصب السياسية أيضا، أي لا يمارس ضدهم أي ضغوطات من قبل مرشحين آخرين يتمتعوا بنفوذ سياسي في الحكومة، أو من جهات عليا في الدولة، و يجب أن تكون الانتخابات نزيهة و شفافة، فالانتخابات الحرة و النزيهة و عملية نقل السلطة سلميا للفائزين بأصوات الأغلبية يعد مظهرا هاما من مظاهر الممارسة الديمقراطية الحقيقية لأنها تجعل من الشعب هو صاحب الإرادة الحقيقية الذي يحكم مصيره بنفسه¹.

ج- المشاركة السياسية من خلال البرلمان:

يعد البرلمان هو القناة الأكثر اتساعا لمشاركة المواطنين سياسيا في وضع السياسة العامة للدولة. وذلك عن طريق الأحزاب السياسية الموجودة في البرلمان، حيث يقوم البرلمان من خلال الأحزاب السياسية بمراقبة أداء الحكومة أولا بأول، و هذا ما يسمى بالنشاط الرقابي و كذلك بسن التشريعات و القوانين التي تنظم سير العملية السياسية في الدولة و هذا يسمى النشاط التشريعي، ولذلك فالمشاركة من خلال البرلمان تعد من الصور و الأشكال الهامة للمشاركة السياسية².

د- المشاركة السياسية من خلال العضوية في الأحزاب:

إن المشاركة السياسية من خلال العضوية في الأحزاب تختلف من مجتمع إلى آخر، و من تنظيم إلى آخر، و من حزب إلى آخر، باختلاف الهيكل التنظيمي و درجة التشعب فيه، و باختلاف الإمكانيات المادية و البشرية بكل حزب و طبيعة العضوية فيه، و مدى السياسة المتبعة في الحزب أو التنظيم و مدى الديمقراطية المعمول بها داخل الحزب، و العلاقة بين الحزب مع الأحزاب الأخرى، أيضا تختلف باختلاف الواجبات و المسؤوليات، و المهام المطلوبة من العضو الناشط أو غير الناشط، حسب الفكر الذي يتبناه و مواقفه المعلنة، كذلك تختلف باختلاف الأهداف و الخطط و البرامج التي يسعى إلى تحقيقها.

¹ منصور، بلقيس احمد، الاحزاب السياسية و التحول الديمقراطي دراسة تطبيقية على اليمن و بلاد اخرى، مكتبة مدبولي للنشر، ط1، القاهرة، 2004، ص. 421.

² المنوفي، كمال، مرجع سبق ذكره، ص. 197.

فالمشاركة السياسية تعد من أهم وظائف الأحزاب السياسية، فعن طريق الأحزاب و انتشار وسائل الاتصال الجماهيري و التحضر في المجتمع و إنشاء التعليم، تتزايد الرغبة و الميل لدى المواطنين إلى السعي نحو المشاركة السياسية.

وفي نظم الحكم التعددية فإن الأحزاب السياسية تعد بمثابة مؤسسة تمتلك قدرة عالية، و مناسبة للتأثير الشعبي على الحكومة، حيث يتم هذا التأثير عن طريق إعطاء الفرصة للأغلبية الرشيدة، أن تصوت في الانتخابات بحرية و تنافسية و أجواء ديمقراطية عالية.¹

هـ- المشاركة السياسية من خلال الصحافة:

تعد الصحافة في هذا الزمن من أهم الوسائل والطرق الفاعلة للتعبير عن الآراء والرغبات والاحتياجات. وهي تعدُّ من أهم وسائل المشاركة السياسية فاعلية، حيث تلعب الصحافة بشكل عام والصحافة الحزبية و الأهلية بشكل خاص دورا مهما في تشكيل الرأي العام، حيث إنها تقوم بمتابعة النشر والتعليق و الكشف عن القضايا و المشكلات و عرض الآراء المختلفة بشأنها، وتطرح الحلول الكفيلة لهذه المشكلات، مما يجعلها تساهم بشكل كبير في تشكيل رأي عام حول بعض المسائل و القضايا كما تقوم بدور المراقب لأعمال الحكومة، حيث تعمل على كشف أخطاء الحكومة و التنبيه لها أو الإفصاح عنها أمام الرأي العام، و هذا يجعل الحكومة تنظر إليها بعين الاعتبار و تسعى إلى تصحيح الأخطاء و حل المشاكل، و على هذا فهي تؤثر بشكل كبير في صنع القرارات السياسية في الدولة.²

و- المشاركة السياسية من خلال منظمات أو مؤسسات المجتمع المدني:

تعد مؤسسات المجتمع المدني حلقة وصل بين أفراد الشعب و بين السلطة، فهي تقوم بدور هام و رئيسي في عملية التنشئة السياسية، و بناء الثقافة السياسية لأعضاء المجتمع، و تنمي لدى هؤلاء الأفراد الولاء الوطني تجاه مجتمعهم المدني، و تغلب مصلحة الوطن أو الجماعة على المصلحة الشخصية. و تقوم أيضا بعملية التوعية لدى الأفراد، حيث تضعف لديهم الولاءات الضيقة كالولاء للقبيلة أو الجاه أو الحزب، و هذا ما يعزز القيم الديمقراطية و يسرع في تنمية أفراد المجتمع سياسيا. و لما لهذه المؤسسات من دور إيجابي فقد اعتقد كثير من المفكرين السياسيين و القيادات السياسية المعارضة، بضرورة وجود مؤسسات للمجتمع المدني مستقلة

¹ منصور، بلقيس احمد، مرجع سبق ذكره، ص. 66.

² منصور، بلقيس احمد، مرجع سبق ذكره، ص. 16.

وفاعلة، حيث تأتي أهميتها في عملية التحول الديمقراطي و تعزيز المشاركة السياسية خصوصا في ظل الواقع الدولي الجديد و ما ينطوي عليه من معطيات.

و ترى الدراسة أن مؤسسات المجتمع المدني تعد من المؤسسات الهامة و الفاعلة لعملية المشاركة السياسية في المجتمع و الدولة، حيث تنفرع من هذه المؤسسات (النقابات، الجمعيات، المنظمات)، و التي يكون لها دور بارز و هام في التدخل في صنع السياسة العامة للدولة، و اتخاذ القرارات التي تتلاءم و حاجاتها و رغباتها و مصالحها. و تتكون هذه المنظمات من مجموعة ليست بالقليلة من الأفراد و المواطنين، و بالتالي تكون هذه المنظمات مساهمة في المشاركة السياسية. و من الأمثلة على ذلك نقابة الصحفيين و نقابة المحامين و جمعية الحرفيين.... الخ.

ومن خلال ما تم التطرق إليه من صور و أشكال المشاركة السياسية، فإنه يمكن القول إن فتح باب المشاركة السياسية أمام جميع فئات و شرائح المجتمع، خصوصا الجماعات المتطرفة والقوى الحزبية المعارضة، يؤدي إلى نوع من الاعتدال و الوسطية، و ضمان للأمن والاستقرار، وإلى عدم تفكير هذه الجماعات لاستخدام التطرف و الغلو و اللجوء إلى العنف، فإذا ما اتخذت الحكومات سياسة الإغلاق و التضييق تجاه أي جماعة فإن هذا سيعود بالسلب عليها، لأن سياسة الإغلاق أو تهميش أي فئة سيؤدي حتما إلى العنف و جر المجتمع بكل مكوناته إلى الدمار.

و إذا لاحظنا المجتمعات الأكثر استقرار و ازدهار و نموا، فإننا نجد أن هذه المجتمعات تتمتع بديمقراطية واسعة و مشاركة سياسية منتشرة من قبل أفراد المجتمع، فكلما زاد التضييق و التهميش ستزيد بذلك حالة الاحتقان عند الأفراد، و يقل عندهم الرضاء و قد ينعدم في بعض الأحيان. و بالتالي فهؤلاء الأفراد سيبحثون عن طرق و أساليب أخرى للمشاركة، و التعبير عن آرائهم و قد تكون هذه الأساليب و الطرق، غالبا باستخدام العنف و الغلو و التطرف، أو اللجوء إلى ارتكاب الجرائم و ممارسة العنف و تحدي الناس. كل هذا لكي يعبروا عن آرائهم و كنتيجة لغياب الشورى و الديمقراطية و المشاركة الواسعة.

و لذلك فإن الدراسة ترى أنه لا بد على الحكومات أن تفتح المجال للأفراد و للجماعات الحزبية للمشاركة الواسعة (و ليس الجزئية أو المحصورة)، و في شتى مجالات الحياة و السماح لهم بحرية الرأي و التعبير و الفكر¹.

¹ العزام، عبد المجيد، التنمية السياسية في اعقاب الانفراج الديمقراطي في الاردن، دراسات الجامعة الأردنية للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، مجلة المجلد 33، العدد 2، ص. 14.

المبحث الثاني: التنشئة السياسية

تعتبر التنشئة السياسية موضوعاً أساسياً من موضوعات علم الاجتماع، إذ أن جميع المجتمعات الإنسانية تعتمد في تماسكها و تطويرها على ما يتوفر لديها من فهم مشترك، للقيم والعادات التي تسود المجتمع، و لا يمكن للإنسان أن يصل إلى هذا الفهم المشترك المجرد، عند ولادته و يمكن أن يصل إليك عن طريق عملية طويلة و ممتدة منذ الولادة و حتى يحتل مكانه ويشغل دور معيناً في نظام اجتماعي فالعملية تقترب من الاكتساب أكثر من أي شيء آخر.

وهكذا فقد ارتبطت التنشئة السياسية بعملية التنشئة الاجتماعية، والتي يمكن أن تكون وسيلة لأحداث تغيرات اجتماعية أو سياسية. و لذلك فالتنشئة السياسية هي عملية إمداد الفرد من خلال عدد من الوسائل بمعلومات التي تساعد على اكتساب ثقافة سياسية معينة.¹

المطلب الأول: مفهوم التنشئة السياسية

إنها تعني ببساطة العمليات التي يكتسب الفرد من خلالها توجهاته السياسية الخاصة ومعارفه ومشاعره و تقييماته لبيئته و محيطه السياسي.²

وهي باختصار عملية تلقين الفرد قيم و مقاييس و مفاهيم مجتمعه الذي يعيش فيه. حيث يصبح متدرجاً على إشغال مجموعة أدوار تحدد نمط سلوكه اليومي، و يلقن الفرد أو يرتقي من قبل الأفراد الذين يحيطون به فيكسب منهم الأدوار الاجتماعية التي تكون مكملة لأدوارهم.³

وتعرفها دائرة المعارف و العلوم الاجتماعية، بأنها التلقين الرسمي و غير الرسمي المخطط والغير مخطط، والقيم والممارسات السياسية وخصائص الشخصية دلت الدلالة السياسية. وذلك في كل مرحلة من مراحل الحياة عن طريق المؤسسات المختلفة في المجتمع.

¹ مصطفى، عبد الله أبو القاسم خشيم، محمد زاهي، محمد بشير، التنشئة السياسية دراسة تحليلية ، دار الكتب للنشر، الطبعة الأولى، 1990م، بنغازي، ليبيا، ص. 16-23.

² ناجي، صادق شراب، التنمية السياسية دراسة في النظريات و القضايا، مكتبة أفق للنشر، 1998م، غزة، فلسطين، ص. 20.

³ عادل مختار، المواربي، مدخل في العلوم السياسية، دار المعرفة الجامعية للنشر، القاهرة، 1995م، ص. 167.

ومن خلال التعريفات السابقة يتبين أن التنشئة السياسية عملية مستمرة و دائمة، لا تتوقف عند مرحلة الطفولة أو المدرسة، بمعنى أن الإنسان يتعرض لها منذ طفولته حتى شيخوخته. و هي عملية تلقين لاتجاهات و قيم سياسية و لقيم و اتجاهات اجتماعية ذات دلالة سياسية، و تقوم عملية التنشئة السياسية بأدوار رئيسة ثلاث هي:

- 1- نقل الثقافة السياسية من جيل إلى آخر.
- 2- تكوين أو تشكيل الثقافة السياسية.
- 3- تغيير الثقافة السياسية بما يتلاءم و دعم المحافظة على التنسيق السياسي.

والتنشئة السياسية جزء من عملية تنشئة أكبر و أشمل، و هي تنصب أساسا على الجانب أو البعد السياسي للمجتمع أو ما يسمى بالثقافة السياسية. و أول من صاغ مصطلح التنشئة السياسية هو "برت و هايمان" في كتاب بعنوان التنشئة السياسية، و قد عرف هايمان "التنشئة السياسية" بأنها: تعليم الفرد الأنماط الاجتماعية عن طريق مختلف مؤسسات المجتمع التي تساعده على أن يتعايش مع هذا المجتمع سلوكيا و نفسيا و من بعد هايمان تعددت تعريفات التنشئة السياسية.¹

المطلب الثاني: مصادر التنشئة السياسية

التنشئة السياسية كإحدى مجالات التنشئة الاجتماعية هي عملية بمقتضاها يتم تأهيل الفرد، لكي يصبح قادرا على التفاعل الايجابي ضمن النسق السياسي، من خلال أداء دوره في المجتمع بصورة فعالة.

و في ما يلي نعرض لصورة موجزة لكل منها:

1- الأسرة:

تعتبر الأسرة من أهم عناصر التنشئة الاجتماعية بصفة عامة و السياسية بصفة خاصة، وتكتسب الأسرة هذه المكانة لكونها البيئة الاجتماعية الأولى التي تتولى الفرد منذ حياته المبكرة وتعمل على اتساع حجائه الأساسية، كما أن التفاعل بين الأسرة و الفرد يكون أشد كثافة و أطول زمنا، هذا إلى جانب العلاقة الانفعالية التي تربط الفرد بالأسرة. و تعتبر (الأسرة) فترة ما قبل

¹ محمود حسن، إسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور التلفزيون، دار الجامعات للنشر، القاهرة، ص16-23.

المدرسة من أهم الفترات في تشكيل ملامح شخصية الطفل المستقبلية و تحديد معالم سلوكه الاجتماعي، الذي يؤثر بالطبع على سلوكه السياسي مستقبلا، و تعد هذه المرحلة من أهم الفترات النمائية، لما يحدث فيها في تشكيل الأنا و بداية نمو الضمير، أو الأنا الأعلى، والذي يشكل عبر أساليب التنشئة الوالدية و الملاحظة و التقليد مما يسهم في اندماج القيم والمعايير والاتجاهات التي تتميز بها الثقافة الفرعية التي ينتمي إليها الأب.

ومن خلال فحص العديد من الدراسات التي عنيت بالتعرف على مصادر السلوك السياسي، انتهى إلى أن الأسرة في كل الثقافات تحتل المرتبة في التنشئة السياسية، نظرا لما لوحظ من تشابه بين الآباء و الأبناء في المعرفة السياسية و الاختيار الحزبي، كما تشير نتائج البحوث الحديثة إلى وجود تشابه بين الآباء و الأبناء في الانتماء الحزبي، و الالتزام بالقضايا و الآراء السياسية .

وتتوقف القيم و الاتجاهات التي يتعلمها الفرد داخل الأسرة على عوامل عدة منها: مكانة الوالدين (الأسرة) على السلم الاجتماعي، و مدى قدرتهما على إشباع حاجاته المختلفة و نوع القيم التي يؤمن بها الوالدين و ثقافتها و ميولهم السياسي.¹

2- المدرسة:

تمثل المدرسة المؤسسة الرسمية الأولى التي توظفها النظم السياسية في بث و ترويج قيم معينة تتفق و أهدافها لدى صغار النشء، ففي معظم النظم السياسية في الدول النامية بصفة خاصة يناط بهذه المؤسسة غرس القيم و الاتجاهات، التي تراها ملائمة لأهدافها من خلال المقررات الدراسية التي تقدمها للنشء. و تكتسب المدرسة أهمية خاصة في ذلك لاعتبارات عديدة منها: طول الفترة التي يقضيها الفرد في التعليم، و ارتباط النظام المدرسي بالدولة، و خضوعه للسلطة السياسية، فالتعليم هو الأداة الرئيسية لإحداث التغيير الاجتماعي، ويتأثر التعليم بالفلسفة الاجتماعية السائدة في المجتمع و غالبا ما يعمل على تدعيمها، فالتعليم في يد الدولة أداة لإعداد مواطن يتفق في صفاته مع نظامها و أهدافها حيث الامتثال و الخضوع، و يختلف في دول أخرى حيث يعتبر السبيل لخلق قيم الديمقراطية و الحوار.

¹ سمير، خطاب، مرجع سبق ذكره، ص. 48-49.

وهكذا فإن التعليم في كل الأحوال هو السبيل إلى التنشئة السياسية الملائمة للنظام السياسي، ويتم من خلال نقل المعارف السياسية بصورة مباشرة أو غير مباشرة، و تأكيد الشعور بالوطنية والولاء، و بث القيم و الاتجاهات الايجابية للأفراد نحو بلدهم ونظامهم السياسي، لكن كيف تقوم المدرسة بهذا الدور؟ يمكن تطور دور المدرسة في هذا الشأن عبر طريقتين هما :

- ❖ المحتوى الصريح للمقررات، الذي يؤكد بصورة مباشرة على تنمية قيم واتجاهات معينة مثل مقررات التربية الوطنية و التربية الدينية و الدراسات الاجتماعية.
- ❖ المحتوى الغير مباشر أو ما يسميه رجال التربية (المنهج الخفي) و الذي يتمثل في طبيعة النظام المدرسي وما يحويه من أنشطة و فعاليات تصاحب المقررات.

3- جماعات الرفاق:

تظم هذه الجماعات الأفراد المتقاربين في السن أو الوظيفة أو المستوى الاقتصادي... الخ، وتبدأ منذ الطفولة إلى الكهولة، و تتكون من زملاء الفصل أو الجامعة أو العمل، و أهم ما يميز علاقة الفرد بنظرائه التكافؤ والشعور بالندية، ولهذا تتزايد درجة الترابط بينهم كذلك التأثير المتبادل. و لا شك أن لتلك الجماعات دورا أساسيا في نقل و تعزيز القيم التي يكتسبها أعضاء تلك الجماعات. و لقد برزت أهمية جماعات الرفاق و دورها في عملية التنشئة عموما مع التحولات الاجتماعية التي حدثت في العقود الأخيرة، و التي صاحبها ضعف في الروابط الاجتماعية بين الآباء و الأبناء.

وفي مجال التنشئة السياسية تمارس جماعات الرفاق تأثيرا كبيرا على قيم واتجاهات أعضائها ويتم ذلك من خلال طريقتين هما:

- ❖ **نقل و تعزيز الثقافة السياسية:** إذ عن طريق تلك الجماعات يمكن نقل الثقافات الفرعية سواء كانت طبقية أو مهنية، فالطفل الذي ينشأ في أسرة تنتمي إلى الطبقة العمالية يتعلم أسلوب حياة بهذه الطبقة، و إذا انظم في المدرسة لجماعة رفاق تظم زملاء من نفس الطبقة فإن ذلك يؤدي إلى تأكيد و تعميق الاتجاهات التي سبق و أن اكتسبها في الأسرة.¹

¹ سمير، خطاب، مرجع سبق ذكره، ص. 50.

❖ غرس قيم ومفاهيم جديدة: فقد يتعلم الفرد عن طريق جماعات الرفاق اتجاهات و نماذج سلوكية جديدة حيث تتيح تلك الجماعة لأعضائها حرية التعبير عن أنفسهم، و معاشية أدوار جديدة بعيدة عن التحكم الأسري.

4- وسائل الإعلام:

تقوم وسائل الإعلام (الصحف -الراديو -التلفزيون) بدور لا يقل أهمية عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى في عملية التنشئة، ولئن كان هذا الدور يمثل سلاحا ذو حدين، ففي الوقت الذي يتم فيه عن طريقه نقل القيم و المعايير الاجتماعية، المتفق عليها بين أفراد المجتمع، فإنها في الوقت نفسه تقوم بصورة غير مباشرة بتغيير هذه القيم والمعايير و إحلال أخرى جديدة، مما يؤثر سلبيا على شخصية الأفراد.

وتكتسب وسائل الإعلام أهمية خاصة في نشر القيم السياسية، نظرا لتعرض كافة أفراد المجتمع تقريبا لما تبثه من برامج في جميع أنحاء الدولة. وقد يبدو ظاهريا إن الفرد لديه القدرة على الاختيار في التعرض لوسائل الإعلام، بينما هو في الواقع يخضع بصورة منظمة لبرامج مخططة تستهدف نشر أفكار محددة و إرسائها بكافة الوسائل.¹

¹ سمير، خطاب، مرجع سبق ذكره، ص. 55.

المطلب الثالث: أهمية التنشئة السياسية:

التنشئة السياسية عملية مستمرة و دائمة، لا تتوقف عند مرحلة الطفولة أو المدرسة، بمعنى أن الإنسان يتعرض لها منذ الطفولة و حتى شيخوخته.

وتبدأ أهمية التنشئة السياسية في المجتمعات على ضوء تعرض الشباب للغزو الثقافي الخارجي. إضافة إلى انشغال الشباب بمشاكلهم الخاصة في التعليم، و العمل و المستقبل، وهذا يؤثر على الاهتمام بمشاكل الوطن في ضوء ما يعاينه هذا الوطن من المشاكل إضافة إلى ما سبق يمكن تحديد أهمية التنشئة السياسية فيما يلي:

أ- التعبير عن إيديولوجية المجتمع:

الإيديولوجية كلمة لاتينية مشتقة من كلمة « Ideal » مثالي، و الإيديولوجية هي الأفكار المثالية الموجهة للمجتمع و الأفراد، و يمكن القول بأنها التصور الاعتقادي للمجتمع الأفضل، أو المنهج الذي يمكن لإدراك هذا المجتمع.

ب- التجنيد السياسي و اختيار الصفوة:

يؤكد الباحثون، كما يؤكد كل من "ألموند" و "باول" أنه لا يمكن الفصل بين وظيفة التجنيد السياسي و عملية التنشئة السياسية، و مظاهر هذا الارتباط هي بين التربية و النظام السياسي التي هي عملية تحديد الأفراد للمواقع السياسية الهامة، أو اختيار الصفوة السياسية، أي تقليد الأفراد للمناصب السياسية، سواء كان ذلك بدوافع ذاتية أو جهود أي من الآخرين.

ج- التكامل السياسي و بناء الأمة:

أي تحقيق التجانس والانسجام، داخل الجسد السياسي والاجتماعي، وتخطي الولادات العنيفة، و غرس الشعور بالولاء للدولة ومؤسساتها المركزية، و إيجاد إحساس مشترك بالتضامن والهوية الموحدة.¹

¹ محمود حسن، إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص. 22-23.

بينما يؤكد البعض أن مفهوم التكامل السياسي يعني: اندماج العناصر الاجتماعية و الاقتصادية والدينية و العرفية و الجغرافية في الدولة الواحدة. وهذا مفهوم التكامل يتضمن عنصرين:

- 1- قدرة الحكومة على السيطرة على الإقليم الخاضع لسياستها.
 - 2- توفير مجموعة من الاتجاهات لدى الشعب إزاء الأمة، وعموما تشمل الولاء والإخلاص، والرغبة في إطلال الاعتبارات الوطنية فوق الاعتبارات الضيقة.
- ويؤدي عدم تحقيق التكامل السياسي بين أفراد الشعب الواحد، إلى انعدام وجود الروابط القوية بينهم، و إلى إعاقة الاتصال و قنوات الحوار بينهم، فضلا عن الصعوبات في المشاركة في بناء الدولة و مؤسساتها، و التي تتطلب تضافر جهود جميع المواطنين في المجتمع.¹

المطلب الرابع: دور الإعلام في التنشئة السياسية:

تمثل وسائل الإعلام التنشئة، لأنها تؤثر في الفرد، بغض النظر على المرحلة العمرية، فهي تؤثر على الصغار و الكبار و هذا يعني المؤسسات الأخرى للتنشئة السياسية التي يتعاظم دورها في مرحلة عن مرحلة أخرى. و تأتي أهميتها أيضا خلال تقديم خبرات متنوعة و ثرية، و جذابة للفرد صغيرا و كبيرا. و لقد اعتبر علماء السياسة أو وسائل الإعلام جزء من النسق السياسي، لهذا كان اهتمام الطبقة الحاكمة للتسخير.

ورغم الأهمية القصوى لوسائل الإعلام في التنشئة السياسية، وخاصة في ظل التطور التكنولوجي الحادث الآن لوسائل الاتصال الجماهيري، و لقد ظل الإعلام الجماهيري في التنشئة السياسية مهما لفترة طويلة و أرجع البعض ذلك إلى:

- 1- اعتبار الأسرة أهم وسائل التنشئة، حيث كان النظرة كمركز منطقي للتأثير، تقوم وسائل التنشئة الأخرى بتدعيمه أو تقوية دوره.
- 2- إن الدراسات الأولى في أجهزة الإعلام الجماهيري، اهتمت بآثار التعرض للراديو أو الصحافة على الكبار. و استخلصت أن وسائل الإعلام الجماهيري تؤكد القيم و الاتجاهات والسلوك القائم.

¹ محمود حسن، إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص. 24.

3- اعتبار وسائل الإعلام أجهزة نقل المعلومات، دون تفرقة بين قنوات الاتصال بعضها البعض، أو التفرقة بين استخدام الأطفال إحداهما دون الأخرى.

ويتوقف دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية عموماً على مايلي:

- ❖ نوع الوسيلة الإعلامية المتاحة للفرد.
 - ❖ ردود فعل الفرد لما يتعرض له في وسائل الإعلام حسب سنه.
 - ❖ خصائص الفرد الشخصية، ومدى ما يحققه من إشباع حاجته.
 - ❖ درجة تأثير الفرد بما يتعرض له في وسائل الإعلام.
 - ❖ الإدراك الانتقالي حسب المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي، الذي ينتمي له الفرد.
 - ❖ ردود الفعل المتوقعة من الآخرين، إذا سلك الفرد ما يتعلمه من معايير ومواقف وعلاقات اجتماعية، وما تقمصه من شخصيات.
- وهناك مجموعة من الملاحظات ترتبط بدور وسائل الإعلام الجماهيري في عملية التنشئة السياسية، وهي:
- ❖ إن وسائل الاتصال تعمل على نشر المضامين السياسية، والتي قامت وكالات أخرى بتكوينها.
 - ❖ إن وسائل الاتصال تعمل إلى دعم وتعزيز الاتجاهات السياسية القائمة، أكثر من كونها تخلق اتجاهات جديدة.
 - ❖ إن الرسائل التي تنقلها وسائل الاتصال يتم استقبالها وتفسيرها في إطار البيئة الاجتماعية. وكذلك في إطار الاستعدادات الاجتماعية المسبقة، ومع أن هناك وسائل حديثة للاتصال الجماهيري، إلا أن نطاق الوسائل ينحصر في إطار العناصر الحضرية، وأولئك الذين يشاركون في العملية السياسية على المستوى القومي فقط. وحتى اتسع هذا النطاق وصل إلى مستوى القرية، فإن هذا الاتساع لا يسفر عادة عن ردود أفعال أو تغذية مرتدة، تعكس آراء الفاعلية العظمى من السكان، وتؤثر بشكل أو بآخر في ديناميكيات الحياة السياسية ومخرجات النظام السياسي¹.

¹ محمود حسن، إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص. 46-47.

المبحث الثالث: الإعلام و الوعي السياسي:

إن العلاقة بين الإعلام و السياسة علاقة ارتباطية، بمعنى أنه حيث توجد السياسة لا بد أن يوجد الإعلام، فلا سياسة بغير إعلام و لا إعلام بغير سياسة.¹

المطلب الأول: العلاقة بين المؤسسات السياسية و الإعلامية:

إن الاعتماد المتزايد من جانب النسق السياسي على رسائل العلام في نشر ما يريد، جعل من دراسة العلاقة بين المؤسسات السياسية و المؤسسات الإعلامية ضرورة، لفهم التأثير المتبادل والآليات و الروابط التي تحكم العلاقة بينهما. و نستعرض من هنا الأسس العامة لهذه العلاقة:

❖ درجة التكامل بين الصفوة السياسية، حيث يصل التفاعل بينهما إلى أقصى مداه، حين تشترك المجموعتان في نفس الخلفية الاجتماعية و الثقافية و القيم و تبني المصالح، واشتراك المجموعتان في نفس الهيئات و المؤسسات الاجتماعية. بما يسمح بنمو الإدراك المتبادل، كما يحدث التداخل ما بين المجموعتين، عندما يكون بعض أعضاء النخبة الإعلامية، هم في نفس الوقت أعضاء في المجالس التشريعية، أو مؤيدين لأحزاب معينة.

❖ طبيعة العقيدة التي تنظم عمل مؤسسات الاتصال، حيث تلعب السمة الإيديولوجية للقائمين بالاتصال دوراً رئيسياً في حركة وسائل الاتصال ضد السلطة أو معها.

❖ العلاقة بين الأحزاب و وسائل الاتصال، حيث تتوقف درجة الانحياز لحزب معين على الأسس الإجرائية لتشجيع.

❖ إن فعالية النظام السياسي، تتصل بنظام اتصال كفؤ و فعال، و إن قدرة و كفاءة كل منهما تنعكس على الآخر، وتحدد إيديولوجية النظام السياسي وعوامل البيئة الاجتماعية والاقتصادية، موقع نظام الاتصال في النظام السياسي.²

وعموماً فإن هناك عدة مستويات لتناول العلاقة بين النظام السياسي و نظام الاتصال، وهي: الفرد والجماعة والنظام ككل. فيما يتعلق بالمستوى الفردي فإن إمداد المواطن بالمعلومات السياسية

¹ محمد، سعد أبو عامر، الإعلام و السياسة في عالم جديد، دار الفكر الجامعي للنشر، ط1، 2008م، الإسكندرية مصر، ص. 05.

² ثروت، مكي، مرجع سبق ذكره، ص123.

ضرورة، تستلزم طبيعة الأحداث المتغيرة و تعقد العملية السياسية، و لذا لا بد للنظام السياسي متين الاعتماد على قناة متخصصة كوسيلة اتصال للقيام بهذه العملية.

ومن أهم التأثيرات التي تتركها وسائل الاتصال على الفرد هي تشكيل تصوره للسياسة، و الإسهام في تحديد شرعية النظام السياسي، و إمكانية مساءلة أعضاء النخبة السياسية.

بعبارة أخرى، تؤثر وسائل الاتصال على إدراك الفرد للسياسة و تصوره لها، ثم تؤثر في قبوله أو رفضه للنظام السياسي في المرحلة التالية. و من ناحية أخرى فإن وسائل الاتصال لها وظيفة إعلامية تهدف إلى تحقيق التأييد للنظام السياسي، و استمرار الجماعة السياسية و عدم انقسامها، و الحفاظ على قواعد اللعبة السياسية.

أما على مستوى النظام السياسي، فيؤثر نظام الاتصال على فاعلية أدائه لوظائفه المختلفة، مثل التنشئة السياسية و التجنيد السياسي، و التعبير عن المصالح و تجميعها و صنع القرارات. حيث أن النظام السياسي يفرض اعتمادا متبادلا بين أجزائه و تأثيرا متبادلا بينهما.

كما أن تطور وسائل الاتصال، يؤثر على وظائف النظام السياسي و قدرته كذلك، و تقوم وسائل الاتصال بوضع احتياجات الأفراد و الجماعات أمام صانعي القرار، أي تشكل قنوات للتعبير عن المصالح التي هي إحدى وظائف النظام السياسي. و تساعد وسائل الاتصال على كشف المصالح المستمرة، و الحاجات و المطالب السياسية. و من أهم الوظائف التي تساهم فيها وسائل الاتصال هي تجميع المصالح و تحويلها إلى سياسات عامة، و طرح بدائل مختلفة أمام صانعي القرار. و يشارك نظام الاتصال في تدفق المعلومات من النخبة إلى الجماهير، و العكس بما يساعد على قيام النظام بوظيفة صنع القرار.¹

¹ ثروت، مكي، مرجع سبق ذكره، ص. 126-127.

المطلب الثاني: تأثير وسائل الإعلام على النشاط السياسي:

إن نمو وسائل الاتصال الجماهيري كان له تأثير كبير على سلوك أو نهج النشاط السياسي. والواقع أن ثمة تكامل واضح فيما بين وسائل الإعلام و التنظيم السياسي، فثمة تأثير متبادل فيما بينهما. إن كافة الأبنية السياسية في المجتمع السياسي تستخدم وسائل الإعلام الجماهيري، بالإضافة إلى الاتصال المباشر في نشاطها الاتصالي. وإن طبيعة التطور المعاصر لوسائل الإعلام الجماهيري، قد جعل مؤسسات الإعلام الجماهيري تلعب دورا في النشاط السياسي، ومن ثم فإن هناك علاقة متبادلة بين الأبنية السياسية و مؤسسات الإعلام الجماهيري، و ثمة تأثير متبادل بين النشاط الاتصالي والنشاط السياسي في المجتمع، وعلاقات وتأثير هذه الأخيرة تدخل في نطاق هذه الدراسة.

إن التطور المعاصر لوسائل الإعلام الجماهيري، يجعل الباحث يميل إلى وضع تصور معين للنشاط الاتصالي للأبنية السياسية في المجتمع، و خاصة في المستوى الجماهيري لهذا النشاط، وقوام هذا التصور هو أن المؤسسات الإعلامية المتخصصة، تكوّن ما يمكن إن نسميه (بالنسق الاتصالي الفرعي) بالنسبة للنسق السياسي، هذا الفرع يقوم بعملية نقل وتبادل الرسائل التي تتضمن الآراء والأفكار والمواقف السياسية، في نطاق النسق السياسي الجماهيري، بعبارة أخرى إن كل الأبنية السياسية تستخدم أدوات الإعلام الجماهيري في نشاطها الاتصالي، وعلى هذا فإن الجوانب السياسية لنشاط هذه المؤسسات الإعلامية، تتأثر بالمحتوى والمضمون الموجود لدى وسائل الإعلام الجماهيري .

إن هذا التفاعل بين النشاط الاتصالي والنشاط السياسي في المجتمع، و بين الأبنية المكونة للنسق السياسي، والمؤسسات المكونة لنسق الاتصال في المجتمع، تؤثر بشكل أو بآخر بدرجة أو بأخرى على مكونات عملية الاتصال ذاتها، فثمة ضغوط تقع وأدوار تحدد، بالنسبة للقائمين بالاتصال والمكلفين به، و ثمة تأثير على الرسالة الاتصالية ذاتها وعلى الوسيلة أو القناة التي تنقل تلك الرسالة.¹

¹ محمد، سعد أبو عامر، مرجع سبق ذكره، ص. 92-93.

المطلب الثالث: دور وسائل الاتصال في الوعي السياسي:

تلعب هذه الوسائل دورا هاما و مميزا في تحقيق الوعي السياسي، كما أن وسائل الاتصال من المصادر الأساسية التي يستقي منها الفرد معلوماته السياسية.

وهنا تلعب وسائل الاتصال دورا هاما في عملية التنشئة السياسية، فهي تعمل على تغيير الاتجاه والمعتقد وتشارك في تكوين القيم السياسية، من خلال العمل كقنوات توصيل بين النخبة والجماهير وبالعكس، مما يؤدي إلى تأكيد قيم الثقافة السياسية، ودفع الجماهير للاهتمام بالسياسة وإشراكها في عملية اتخاذ القرار، و طرح القرارات و البدائل للحوار.

وهكذا تعمل أدوات الإعلام من خلال مزاياها في ارتباط و ثيق مع التنمية السياسية، على دفع الأفراد نحو المشاركة السياسية، و توسيع نطاقها و تعميقها، و مساعدة الجمهور على فهم المؤسسات السياسية الجديدة، و خلق اتفاق عام حول القيم الأساسية في المجتمع.

كما تعد وسائل الاتصال من الأدوات الرئيسية التي تساعد أفراد على إدراك الموضوعات السياسية، ولها دور في رفع درجة الوعي الاجتماعي و السياسي. و تساعد وسائل الاتصال في زيادة حجم و نوع المعلومات المتوفرة للأفراد، و هي قادرة على توزيع الأفاق و زيادة الطموح الشخصي، بعبارة أخرى تعمل على خلق المناخ الإعلامي الملائم لدعم الاتصال السياسي، و كذا تساعد وسائل الاتصال على تكوين رأي عام من خلال التزويد بالأخبار و المعلومات و الحقائق.

ومن خلال استخدامها كقنوات للتعبير السياسي، و نشر أفكار و آراء النخبة الحاكمة، والتأثير على الجمهور، وكقنوات لطرح الحلول التوفيقية للصراع بين الجماعات. كما أنها تساعد على تغيير الاتجاهات الغير مرغوبة و تثبيت تلك المرغوبة.¹

¹ ثروت، مكي، مرجع سبق ذكره، ص. 120-121.

ملخص الفصل الأول:

لقد تم في هذا الفصل التطرق إلى الوعي السياسي، و المفاهيم الأساسية للتوعية السياسية والثقافة السياسية، لأن فهم هذه العناصر يعطي صورة واضحة عن الوعي السياسي، و يعتبر كذلك من الأساسيات لفهم هذا الموضوع والتجاوب معه، لأن الوعي مهم و خاصة في الشعوب والأمم التي هي بحاجة كبيرة له، ولكي يكون هناك تجاوب و فهم متبادل بين المجتمع و السلطة السياسية، ولأنه بوجود وعي تقل المشاكل و يكون هناك بناء متطور و تنمية. ولهذا تم التطرق كذلك إلى الخصائص اللازمة في هذه المفاهيم و شرحها، إضافة إلى ما تقوم به التنشئة السياسية من دور كبير داخل أوساط المجتمع، من نشر للوعي و التفاهم، و ذلك بمساهمة وسائل الإعلام التي تعتبر مصدرا مهم من مصادر التنشئة السياسية. و ما تقوم به من اسهامات في نشر الوعي داخل المجتمع، والتأثير فيه مستخدمة في ذلك الأساليب المتبعة وما تستوجهه المسألة من متطلبات. وكذلك تم استعراض العلاقة بين المؤسسات السياسية و الإعلامية، و الأهمية الكبيرة التي يجب أن ما تقوم به وسائل الإعلام و الإتصال من تأثير في المجتمع لتوضيح الرؤية و الفهم للقضايا المتعددة، و نشر الوعي الذي يعتبر عمل مهم بالنسبة إلى هذه الوسائل وما ينتج عنه من وعي وتطور وتنمية داخل المجتمع الصحراوي.

الفصل الثاني

الإعلام بالصحراء الغربية

الفصل الثاني: الإعلام بالصحراء الغربية

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن الصحراء الغربية.

المطلب الأول: بطاقة تعريفية:

قبل التطرق إلى نبذة تاريخية عن الصحراء الغربية، ينبغي فهم القضية الصحراوية من عدة جوانب منذ احتلال الجمهورية العربية الصحراوية الديمقراطية إلى غاية اليوم. يجب معرفة ثلاثة حقائق أساسية، من شأنها أن تعبر عن قضية الصحراء الغربية، في واجهتها السياسية والقانونية والإنسانية و هي:

1- مسألة الصحراء الغربية هي قضية تصفية استعمار، فالإقليم صنف كإقليم غير محكوم ذاتيا من قبل الأمم المتحدة سنة 1963، عندما كانت الصحراء الغربية مستعمرة إسبانية، و هذا يعني أن الشعب الصحراوي من المفروض أن يتمتع بحقه الغير قابل للتصرف في تقرير المصير. وتؤكد العديد من القرارات و المواثيق الدولية، الصادرة من المنظمات الدولية و الإقليمية، أهمها منظمة الأمم المتحدة، في القرار الصادر عن الجمعية العامة 1514 في ديسمبر 1960، أن قضية الصحراء الغربية هي قضية تصفية استعمار.

2- سبب النزاع المسلح في الصحراء الغربية، هو الغزو المزدوج من قبل المغرب وموريتانيا. ومن جهة أخرى يعتبر هذا الاحتلال غير شرعي، باعتباره خرقا للقانون الدولي وفقا لقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 1514.

3- إن النظام المغربي، و منذ استعماره للصحراء الغربية سنة 1975 إلى غاية اليوم، وهو يمارس أبشع انتهاكات حقوق الإنسان في حق الشعب الصحراوي الأعزل. كما أن المجتمع الدولي يندد و بشدة بهذه الانتهاكات في الصحراء الغربية، بوجه خاص التنديدات التي توجهها المنظمات غير الحكومية، بوجه السلطات المغربية التي تأبى أن تعترف بكل الخروقات التي تمارسها في حق الشعب الصحراوي.¹

¹ مصطفى، الكتاب، محمد، بادي، النزاع على الصحراء الغربية بين حق القوة وقوة الحق، دار المختار للطباعة، ط1، دمشق،

الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري:

تقع الصحراء الغربية في الشمال الغربي من القارة الإفريقية، و على الساحل الأطلسي بطول 1500 كلم² و تبلغ مساحتها 266 ألف كيلومتر مربع، و لها حدود مع ثلاثة دول عربية، الجزائر من الشرق، و المغرب من الشمال، و موريتانيا من الجنوب الشرقي.¹

تتألف من خمس مناطق جغرافية و هي:

- إقليم الساقية الحمراء، و يعرف باسم النهر الأحمر نسبة إلى نهر موسى، يتميز الإقليم بأمطار وفيرة و مناخ معتدل و متوسط الحرارة بقدر 50°.
 - إقليم زمور و هو إقليم ذو طبيعة جبلية قاسية.
 - إقليم تيريس: مناخه شبه صحراوي و طبيعته متباينة.
 - إقليم أدرار سطف: يسوده مناخ شبه صحراوي يتشكل قسمه الشرقي من سلسلة جبال صخرية يصل ارتفاعها حوالي 500 متر.
 - إقليم الساحل: عبارة عن شريط ساحلي طوله 15000 كم، يحاذي شاطئ واعر كثير الخلجان، و يتمتع هذا الإقليم بجو معتدل رطب.²
- ❖ و تقسم الصحراء الغربية إداريا إلى مناطق هي: السمارة، العيون، الداخلة، بجدور.

المطلب الثاني: المجتمع الصحراوي

عرف الصحراويون قديما بنظامهم المتميز، و المتمثل في مجلس آيت أربعين أو أيد أربعين، بمعنى حكم الاربعين. و هو عبارة عن مجلس لأعيان القبائل الصحراوية، تتم العضوية فيه على أساس الترشيح القبلي، و رئاسته متداولة بين الأعضاء. و تصدر قراراته بالإجماع طبقا للأعراف و التقاليد، و على قاعدة الشريعة الإسلامية. و هذا بخلاف الأنظمة التي عرفتها البلدان المجاورة، حيث حكم السلاطين في المغرب الأقصى، والدايات في الجزائر، والإمارات العشائرية في موريتانيا.

¹ بن عمار، تونسي، تقرير المصير وقضية الصحراء الغربية. المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، الجزائر، 1987، ص، 20.

² الإتحاد الوطني للمرأة الصحراوية، قوة المرأة تجربة النساء الصحراويات، ط1، الصحراء الغربية، 2010، ص، 11.

ومن مقاييس الانتخاب التي ينبغي توفرها في المرشح لعضوية المجلس نجد النسب، الشجاعة، الحكمة، البلاغة، الثروة، المروءة و الحلم، و يطلق على رئيس المجلس اسم مقدم. ومن مهام المجلس تولي شؤون الدفاع، و حل النزاعات الداخلية، و تنظيم العلاقات مع الجيران. قبل الدخول في تفاصيل عن هذا النظام، و آلياته وأدوات حكمه. نرى أنه من المفيد إلقاء نظرة سريعة على بعض الأمور الخاصة في حياة المجتمع البدوي الصحراوي، و التي تشكل جانبا من ثقافته الخاصة وتراثه البدوي، كما تشكل دلالة قطعية على التطور الذاتي للشعب الصحراوي، وتجذر هويته و شخصيته المستقلة. وهذا ضمن مسار النمو و التدرج الطبيعي نحو بناء الدولة الوطنية، طبعا لن نستطيع الخوض في الكثير من التفاصيل، و لكن سنحاول جهدنا إدراج بعض الأمور البارزة، التي تيسر الفهم و تساعد على إبراز الحقيقة، مستعينين بالقاموس الصحراوي المحلي.

يعتمد النسق الاجتماعي بالصحراء الغربية على نظام قبلي حاد، مقسم إلى قبائل تتمايز في المكانة والوظيفة. و القبائل الصحراوية من حيث الأصل و النسب، تنقسم إلى ثلاثة طبقات قديمة منحدره من المرابطين. ويتميز النظام الاجتماعي الصحراوي بنظام متمايز، من نمط نظام المراتب الدرجي، وملكية الجماعة المشتركة، و نظام المشيخة الأبوية، المتدرجة إلى مجلس الأربعين، الذي يجسد تماسك و التحام الأهالي، و خاصة في زمن الحرب. يتكلمون اللهجة الحسانية، أما اللغة الرسمية فهي اللغة العربية، و يعتقدون الديانة الإسلامية.¹

التعاون و التكافل الاجتماعي:

الطابع العام للمجتمع الصحراوي هو البداوة والترحال والاقتصاد، يعتمد بالأساس على تربية المواشي والتجارة، سواء داخلية عبارة عن مبادلات أو خارجية مع الجيران، مما يعني انه لم يكن هناك وفرة في وسائل العيش، و لكن ذلك قوبل اجتماعيا.

❖ **لمنيحة:** هي عبارة عن بعض النوق او الماعز، تعطى لمحتاج او فقير يستفيد من حلبها ووبرها. و إذا كان جملا فالاستفادة منه لنقل الأثاث و التنقلات.... الخ

¹ نقابة المحامين الفرنسيين فرع ناتير، حقوق الإنسان و حقوق الشعوب، ترجمة منصور أبو الحبي، فرنسا، 1986م، ص. 09.

- ❖ **القودة:** هي عملية تضامنية تتمثل في دعم أية عائلة في المناسبات السعيدة. تتجلى في أن يقود أي قادم الى مكان الاحتفال، بمناسبة اجتماعية زواج أو عقيقة ذبيحة من الغنم أو ناقة للنحر. كما يمكن ان يتم تقديم القماش، أو بعض المواد الغذائية، و كذا النقود في الزمن الحالي.
- ❖ **الواجب:** و هذا خاص بأيام الأعياد، حيث تقوم زوجة الابن بإعداد الكثير من الطعام الفاخر، و إرساله إلى بيت الأصهار، بينما يقوم الزوج بإرسال ذبيحة و ملابس لأهل زوجته.
- ❖ **ايريق:** و القاف معقودة، و هو ما نقوم به لمساعدة المنكوب على اثر كارثة، كالحريق أو الأمطار أو عواصف (الريح)... الخ
- ❖ **الكشوة:** و هو حسن الضيافة و الإكرام، الذي تقابل به العائلة التي تنزل في حمى أحد.
- ❖ **ارفود اللبن:** و هذا معناه حمل اناء من الحليب الى الجار، و خاصة في اثناء فصل الصيف، أو في أوقات مبيت الإبل خارج المضارب.
- ❖ **اتعرقية:** و هي عبارة عن جمل أو ناقة، يأتي بها الشخص او عشيرة لإرضاء أفراد آخرين.
- ❖ **الطلب:** و تنطق بطاء مفتوحة مشددة مع سكون خفيف في اللام وجزم الباء الأخيرة. و تتم أساسا في التعويض عن الجنايات، التي تؤدي لجروح أو كسر، و تقدم من طرف أهل الجاني للمجني عليه، تفاديا للقصاص أو الثأر.¹
- ❖ **اسم:** أو العقيقة. و هي حفلة تتم في اليوم السابع لازدياد المولود دون تمييز ذكرا كان أم أنثى. و تذبح الذبائح، و يتم اختيار الاسم من طرف الأم و صديقاتها و أمها و أخواتها. و بذلك يأخذ سبعة عيدان و يطلق على كل عود اسم معين، و تغمض الأم عينها و تأخذ واحداً من العيدان، لثلاث مرات متتالية و الاسم الذي يظهر للمرة الثالثة سيكون اسم الصبي أو البنت.
- ❖ **اتحني ليد:** اي تخضيب اليد اليمنى، حتى المرفق بالحنة، و هذا يتم أساسا عند استكمال حفظ القرآن الكريم. حيث تقيم العائلة حفلة كبيرة يستدعي فيها معلم التلميذ، و كل من استطاع من رجال العلم، و معظم وجهاء القبيلة و العشيرة. و يجلس المعني في الصدر، و تنشر الولايم ويأكل الجميع، مع الزغاريد و الأهازيج و مدح النبي صلى الله عليه وسلم.

¹ مصطفى، الكتاب، محمد، بادي، مرجع سبق ذكره ، ص14

المطلب الثالث: جذور النزاع السياسي في الصحراء الغربية

برزت الأهمية الاستراتيجية للصحراء الغربية في العقود الأخيرة من القرن العشرين. عندما تم اكتشاف مواد أولية، ولذلك زادت أهمية الإقليم، مما أدى إلى تشبث الاستعمار الإسباني به، كما بدأت مطالبة دول الجوار بأطماعها في الإقليم. و تتوفر الأراضي الصحراوية على موارد ذات أهمية قصوى أهمها: الفوسفات، الثروة السمكية، موارد الطاقة.¹

تكتسب الصحراء الغربية أهمية استراتيجية، نظرًا لأهمية موقعها الجغرافي، لقربه من مضيق جبل طارق و البحر المتوسط. و هو ما بإمكانه أن يسهل التحركات البحرية في المنطقة، خاصة من قرب الموقع من الثروات النفطية، و كذلك أماكن تواجد الفوسفات. وأهميتها كذلك جغرافية على المستوى الإقليمي، فمن خلال موقعها فهي تفصل كل من موريتانيا والجزائر، من الناحية الغربية الجنوبية عن المملكة المغربية.

لقد كانت الصحراء الغربية قبل الاستعمار، تمثل قنطرة تواصل حضاري مع جيرانها لما تتمتع به من إمكانية للتبادل التجاري و الثقافي.

في نهاية القرن الرابع عشر و بداية القرن الخامس عشر، كان هناك تنافس بين الدول الاستعمارية الأوروبية، لتقسيم مناطق النفوذ في شمال و غرب إفريقيا. و كان الاستعمار البرتغالي أول من وصل إلى سواحل الصحراء الغربية، و بدأ يتوغل في الجنوب، حتى وصل إلى عمق الصحراء الغربية سنة 1936م، و أطلقوا على الإقليم اسم وادي الذهب.²

وفي القرن التاسع عشر كانت الصحراء الغربية بحكم موقعها الاستراتيجي، منطقة اتصال حيوية بين إفريقيا و أوروبا. و من خلال التنافس الاستعماري اضطر البرتغاليون إلى التخلي عن الصحراء الغربية لصالح إسبانيا.

وبحكم قرار مؤتمر برلين (1884-1885)، الذي سمح لإسبانيا فرض سيادتها على منطقة الصحراء الغربية. و أصبحت هذه الأخيرة محافظة إسبانية، لقد تمكنت إسبانيا بعد الحرب مع

¹ محمد سالم، الصوفي، أزمة الصحراء الغربية، المركز الموريتاني الدولي للدراسات والإعلام، موريتانيا، 2008، ص. 13.

² محمد سالم الصوفي، مرجع سابق، ص. 41.

الجيش الصحراوي، من القضاء على هذا الجيش 1958م، و ذلك بتعاون إسبانيا مع فرنسا. و لكن بعد ذلك تنامي الوعي لدى المجتمع الصحراوي، و كذلك استقلال المناطق المجاورة (الجزائر، موريتانيا، المغرب). أدى بالصحراويين إلى المطالبة بالاستقلال، نتج عن هذا الوعي انتفاضة الزملة 1970م في مدينة العيون، و المعلنة عن بدء الكفاح المسلح، خاصة مع تأسيس الجبهة الشعبية لتحرير الساقية الحمراء، و وادي الذهب " البوليساريو" سنة 1976م.¹

نتيجة للضغوطات التي تلقتها إسبانيا من أجل استقلال الإقليم، قبلت إسبانيا بأن تجري عمليات استفتاء في الصحراء الغربية، خلال عام 1975م، بإشراف من الأمم المتحدة.

تجدد الإشارة إلى أنه في الوقت الذي كان لابد من إجراء الاستفتاء، الخاص بتقرير مصير الشعب الصحراوي. قامت كل من إسبانيا و المغرب و موريتانيا، بتوقيع اتفاقية مدريد الثلاثية، التي بموجبها تم تقسيم الأراضي الصحراوية بين كل من المغرب و موريتانيا، مقابل ذلك حصول إسبانيا على حصص من الثروات الصحراوية الطبيعية.

وفي 1978م بعد المعارك الدامية، بين كل من الجيش الصحراوي و الطرفين المغربي والموريتاني، و اللذين قاما بتطويق واسع النطاق على الشعب الصحراوي في كل المناطق. و بعد انهزام موريتانيا، أعلنت انسحابها من الإقليم، و اعترافها بحق الشعب الصحراوي في تقرير مصيره. و هذا الانسحاب دفع بالمغرب إلى وضع جدار فاصل، بينها و بين قوات البوليساريو في المناطق المحررة.

ازدادت و تواصلت المواجهات العسكرية، بين قوات البوليساريو و الجيش المغربي إلى غاية 1991م. حيث تم إعلان عن وقف إطلاق النار بين الطرفين، و توجه النزاع إلى الطرق السلمية بإشراف من منظمة الأمم المتحدة.¹

¹ ماء العينين شهبين، مشكلة الصحراء الغربية. من الموقع: <http://www.agjazeratalk Net/node /6003>.

تمت الزيارة 13-03-2014

¹ الإتحاد الوطني للمرأة الصحراوي، مرجع سبق ذكره، ص. 20.

وبالرغم من قرار وقف إطلاق النار، إلا أن الشعب الصحراوي لازال يعيش حربا طال أمدها مع الاحتلال المغربي، و الذي يمارس أبشع أنواع الظلم في حق الإنسانية، و انتهاكات خطيرة لحقوق الإنسان، خصوصا في المناطق المحتلة من الصحراء الغربية. و تم تقسيم الشعب الصحراوي إلى قسمين، عن طريق جدار رملي مدعم بالألغام و الأسلاك الكهربائية ومختلف العتاد العسكري. لذلك يعيش الشعب الصحراوي مشتت، بين المناطق المحتلة في الصحراء الغربية الخاضع للمملكة المغربية، و جزء آخر في مخيمات اللاجئين الصحراويين بالقرب من منطقة تندوف الجزائرية.¹

¹ الإتحاد الوطني للمرأة الصحراوي، مرجع سبق ذكره، ص. 20.

المبحث الثاني: نشأة و تطور الصحافة المكتوبة

المطلب الأول: مراحل تطور الإعلام الصحراوي

المرحلة الأولى: الإعلام في الصحراء الغربية اثناء الاستعمار الإسباني و قبل ثورة التحرير

في الصحراء الغربية، كان المبشرون بثورة التغيير و الداعين للخروج بالمجتمع من بدوية القرون الخوالي، و تحقيق الطفرة التي ساهمت خلال الاربعين سنة الماضية في التأطير لنقطة نوعية، تجعل البدوي الصحراوي يتحرر من عالم القبيلة الضيق، و يتكيف مع عالم القرية و التكنولوجيا في ظرف قياسي، هم صفة قليلة من المثقفين بزعامة جيل من الشباب، منهم من درس الصحافة و السياسة في جامعات عالمية ذات صيت، و من هم من لم يعتب الجامعة.

في البداية ارتكز الاتصال على المحاضر الدينية باعتماد الخطاب الديني، "الجهاد في مواجهة الاستعمار الإسباني"، قصد تقريب رسالة الحركة و مقاصدها من الراي العام، خاصة و أن الثقافة السائدة بدأت تخشى المستعمر، في ظل السيطرة الإسبانية القوية على كل المنطقة، في اعقاب نكسة جيش التحرير بفعل التآمر الإسباني الفرنسي والخيانة المغربية. ثم إن القوة الاستعمارية ظلت مسيطرة على الاوضاع الجهوية، و حتى المحلية الإسبانية بقوانين و مراسيم عسكرية، ابان الفترة الفرنكوفونية.

وهنا من الطبيعي ان تجد حركة التغيير، ثقافة تخشى المواجهة مع المستعمر، و تحافظ على امر الواقع، أمام عدم وضوح الظروف الدولية و الجهوية، رغم بروز المعطيات التي افرزتها التحولات في الجزائر و موريتانيا و المغرب بعد رحيل الاستعمار الفرنسي. إلا أن اعتماد الخطاب الجهادي قد احيا روح المقاومة في النفوس من جديد.

وأمام هذا الواقع، لم يجد رئيس حركة تحرير الساقية الحمراء و وداي الذهب محمد سيدي ابراهيم بصيري - و هو خريج في الصحافة من القاهرة ودمشق- من سبيل غير تقمص الواقع و العمل من داخله، فاشتغل في البداية كمدرس للغة العربية و علوم الفقه، إلا أنه اصطدم بثقافة تؤمن بالعادات و بالتقاليد، و غير قابلة للتكيف مع مستجدات و مستحدثات العلم ولا تؤمن إلا بالمحسوس، خاصة في اوساط كبار السن من الشيوخ و فقهاء الدين.¹

¹ السالك، مفتاح، البوليساريو من المراهنة على خطاب البندقية الى فعل المقاومة السلمي، مؤسسة الصحراء الحرة للنشر، ط1، 2010، الصحراء الغربية، ص. 9.

فكانت المعركة شديدة بين المثقف و هذه القيم التي يمثلها هؤلاء، إلا أنه تمكن من اقناع الكثيرين، وتحديدًا أولئك الذين لديهم رصيда من الثقافة، و أن بقيت رواسب الثقافة الشعبية متجذرة. ورغم أوجه الاختلاف، كان القاسم المشترك بينهم أن الجهاد فرض عين من أجل التحرير و طرد الاستعمار. إلا أن ثقافة القبيلة و العشيرة، لم يكن من السهولة تخطيها بين عشية وضحاها، وهو ما شكل معركة كبيرة، خاصة خلال سنوات المخاض الأولى.

ذلك أن ظاهرة الفراغ السياسي، في ذلك الوقت لم يكن من السهولة تجاوزها، إلا بفعل الشعور بالخطر لمواجهة شبح الغزو، و مخاطر الابتلاع التي انجرت عن الغزو العسكري والخيانة الاسبانية مع النظامين المغربي و الداداهي 1975

لقد افرزت تلك المرحلة المفصلية، تحديات و رهانات جديدة، كان في مقدمتها كيف تتم المؤلفات بين خطابين متناقضين .. تناقض الجديد و القديم .!؟ وكيف يتم التغلب على ثقافة الفخذ و العرش و القبيلة و العشيرة، و غرس محلها منطق التنظيم و المؤسسة، و زرع بدل الحمية و التعصب القبلي، مناخ الدولة و منطق الإدارة، وسط ظروف استثنائية !؟

هنا بدأ الصراع بين منطقتين متعارضتين في مجتمع لازال في طور التكوين، وسط اجيج الحرب المشتعلة، و المؤامرة الدولية التي كانت خيوطها تنسج في غياب الصحراويين، و برعاية قوى خفية تلعب على الحبلين تارة بين واشنطن و مدريد، و اخرى بين الرباط و باريس 1974-1975.¹

و خلال هذه الحقبة، رغم ادخال المستعمر بعض وسائل الاتصال الحديثة (اذاعة العيون، جريدة رياللياذ ديل صحراء...)، إلا أن مصداقية الخبر ظلت حبيسة وسائل الاتصال التقليدية. إذ اعتمد الناس على استيقاء الاخبار عبر الاتصال المباشر، اثناء التنقل و الترحال عبر (المراعي، الابار، البواه، الديار اكوابير..الخ)، و هنا لعب الشعر، دورا متميزا في تدوين التاريخ و بلورة الاهتمامات، فكان هو لسان حال الناس في البدوي و الترحال.. بل هو لسان حال الهموم و حامل المشاعر في بيئة اعتاد فيها الإنسان الصحراوي ان يفكر بحاسة الاذن قبل البصر. فكان لابد من تكييف هذا الخطاب و جعله قادرا على ايصال الرسالة السياسية، مما فرض اساليب جديدة، هي النشر من خلال ظهور المجلات و الاذاعة و غيرها من وسائل الاتصال الحديث، خاصة مع تأسيس الجبهة

¹ السالك، مفتاح، ماء العينين مولاي، ابراهيم، خوان كارلوس، خيمينو، الجمهورية الصحراوية حقيقة لا رجعة فيها، إصدار المنظمة الشبانية الاسبانية، ط1، اسبانيا، 2006، ص. 33.

الشعبية لتحرير الساقية الحمراء و وادي الذهب (جبهة البوليساريو) وانطلاق المقاومة المسلحة من اجل الاستقلال في ماي 1973.¹

المرحلة الثانية: أثناء الثورة

هذه المرحلة شهدت تطورا جوهريا للوسائط الإعلامية لمواكبة الركب و تماشيا مع رهانات المرحلة إذ:

✚ صدرت مجلة 20 ماي 1973 لسان الجبهة الشعبية لتحرير الساقية الحمراء ووادي الذهب، لتتطور الوسائط إلى تقدم برامج إذاعية كبرنامج:

- ❖ صوت الساقية و الوادي على طريق الحرية من طرابلس سنة 1974.
- ❖ صوت الصحراء من الجزائر سنة 1975.
- ❖ تم إصدار أول عدد من جريدة الصحراء الحرة يوم 13 نوفمبر 1975.
- ❖ تأسيس الإذاعة الوطنية ولتبت لأول مرة يوم 28 ديسمبر 1975.
- ❖ تقديم برنامج الصحراء الحرة باللغة الفرنسية من لواندا سنة 1977.²
- ✚ توسعت بعدها الوسائط الإعلامية إلى:
- ❖ منابر المجتمع المدني.
- ❖ كتب إصدارات.
- ❖ المعارض و القوافل.
- ❖ إعلام المنظمات الجماهيرية.
- ❖ 10 ماي تصدر عن الشبيبة الصحراوية.
- ❖ 20 اكتوبر تصدر عن اتحاد العمال.
- ❖ 8 مارس تصدر عن الاتحاد النسوي.
- ❖ توج هذا الجهد الإعلامي الكبير بمؤسسة أرشيف تم انشاءها 1997 و واکلة للأنباء الصحراوية يوم 29 مارس 1999.

¹ السالك، مفتاح، ماء العينين مولاي، ابراهيم و خوان كارلوس، خيمينو، مرجع سبق ذكره، ص. 34.
² وزارة الاعلام الصحراوي، موجز عن تاريخ الشعب الصحراوي، اصدار وزارة الاعلام، 1996، ص. 80.

ونحن نعيش عصر جديدا من الحضارة الإنسانية عصر التقدم العلمي و الحضاري، حيث يشهد المجتمع الإنساني تطورات مذهلة، من اكتشاف الخارطة الجينية وتكنولوجيا الاتصال وثورة الإعلام و التدفق الإخباري، والذي من ابرز ملامحه سيطرة وسائل الإعلام والاتصال والفضائيات الشبكة العنكبوتية، الهاتف النقال).

وأمام هذه التحديات كان لزاما على الإعلام الصحراوي دخول نادي الفضاء ولو بعد حين، لينطلق بث التلفزة الوطنية يوم 20 ماي 2009، ولم يلبث الإعلام الصحراوي أن دخل العالم الرقمي بشبكة من المواقع الالكترونية:

- ❖ موقع الجناح الإعلامي للانتفاضة.
- ❖ موقع الحكومة الصحراوية.
- ❖ موقع اتحاد الكتاب والصحفيين الصحراويين.
- ❖ موقعي الإذاعة والتلفزيون الصحراويين.
- ❖ بالإضافة إلى الصحافة الحرة و نذكر منها:
- موقع المستقبل الصحراوي موقع مجلة الأمل¹

¹ وزارة الاعلام الصحراوية، مرجع سبق ذكره ، ص 81

المطلب الثاني: تأسيس الصحافة المكتوبة

في هذه المرحلة كان لا بد من إحداث وسيلة اتصال، للتعبير عن آراء الشعب حول الثورة الصحراوية. حيث كانت الفكرة الأولى لإنشاء جريدة الصحراء الحرة، و تلتها مجلة 20 ماي.

جريدة الصحراء الحرة:

تأسست يوم 1975/11/13، قبيل توقيع اتفاقيات مدريد الثلاثية التي قسمت الاقليم بين المغرب وموريتانيا واسبانيا (1975/11/14) بالعاصمة الاسبانية مدريد، بعيد المسيرة المغربية الخضراء. العدد الاول كان عبارة عن اوراق على آلة النسخ، و صدرت منه أعداد قليلة، بالعربية والاسبانية والفرنسية. لكن العدد الثاني كان جريدة من حيث الشكل، و كذلك المضمون رغم محدودية الأعداد، ذلك أن الظروف و حرب التعتيم، هي التي فرضت دخول الميدان رغم شحة الامكانيات، و ندرة الأطر و فقدان التجربة. خلال هذه المرحلة اختصر دور الجريدة على نشر الاخبار(البلاغات العسكرية)، و التي تميزت بصبغتها، و خطابها السياسي المباشر، صف الى هذا عدم الانتظام و ضعف التوزيع.

الصحراء الحرة مسيرة طويلة من المقاومة، و مواجهة المشاكل التقنية و ضعف التمويل، و عدم الانتظام و الانقطاع.

نشير الى ان الجريدة بلغت أوجها خلال الثمانينات، إذ كانت توزع عبر العالم. وتصدر بثلاث لغات (عربية، اسبانية ، فرنسية)، في حين وصل عدد المشتركين بها قرابة خمسة آلاف، منهم شخصيات مرموقة في عالم السياسة و الصحافة و الأدب، و جامعات و معاهد ذات صيت متميز في العالم. و عرفت الجريدة التوقف عن الصدور مطلع التسعينيات (1990-1997)، لكنها عادت منذئذ لتصدر باللغة الغربية.

ورغم المشاكل التقنية و ضعف الموارد، إلا أن الجريدة لعبت دورا هاما في التعريف بالقضية الصحراوية، و المساهمة في التنوير حول مستجداتها السياسية و الدبلوماسية و العسكرية. إضافة إلى التوثيق في الجوانب التاريخية، و القانونية و الثقافية للنزاع في المنطقة.¹

"خلال الثمانينات من القرن الماضي كانت جريدة الصحراء الحرة هي السفير المتجول، وهي الذخيرة والمدد، الذي يرافق كل سفير صحراوي متجول عبر العالم. كما أنها شكلت أهم المصادر

¹السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 50.

الرئيسية، بالنسبة لنزاع الصحراء الغربية، وتفاعلاته بالنسبة للباحثين والدارسين للقضية الصحراوية، حسب افادات مدير جريدة الصحراء الحرة. جريدة الصحراء الحرة باتت متوفرة على الانترنت منذ سنوات، إلى جانب صدورها اسبوعيا (10.000 نسخة). بعد أن كانت نصف شهرية، و قبل ذلك كانت شهرية، بعد أن تخلصت من الركود و التذبذب في الصدور. إلا أن إشكاليات عدم امتلاك مطبعة، و فقدان شبكة للمواصلات، تظل مشاكل قائمة في الطريق، حسب اعترافات القائمين عليها.¹

مجلة 20 ماي:

صدرت مجلة 20 ماي 1973، وتعد لسان حال جبهة البوليساريو. يفترض ان تكون مجلة النخبة، كون هدفها التوجيه و التبشير، بمبادئ الحركة و التنوير، من حول مكاسبها و تطوراتها الجيواستراتيجية. و هي أول مجلة صدرت باسم البوليساريو. ومرت بمراحل مختلفة من الكر والفر، من التوقف عن الصدور وتذبذب الدورية، ومحدودية التوزيع، وضالة التأطير بالنسبة للعاملين وشحة الامكانيات.

¹ السالك ، مفتاح ، الاعلام في خدمة السلام ، مطبعة مجلة الامل ، الصحراء الغربية ، ص36

المطلب الثالث: الوسائط الإعلامية التي اعتمدت عليها جبهة البوليساريو

اعتمدت جبهة البوليساريو على وسائط إعلامية، ساهمة في نشر الوعي داخل المجتمع الصحراوي و التعريف بالقضية الوطنية. و تتمثل فيما يلي:

منابر المجتمع المدني:

منذ البداية توجهت البوليساريو كحركة ومنظمة، ذات مرامي وأهداف سياسية وإيديولوجية تروم الكفاح من اجل الحرية والاستقلال. إلى توسيع قاعدتها، و امتدادها في الداخل و إشاعة رسالتها في الخارج.

فجاء العمل ضمن الإنخراط في الحركة الدولية عبر منابرها المختلفة، و قرع أبواب المنظمات الدولية (الشبانية، النسائية، الطلابية، العمالية، الثقافية، الاعلامية). متناغماً مع العمل الدبلوماسي و العسكري في مواجهة الاستعمار و الغزو من بعده.

الكتب و الإصدارات:

والتي كتبها بعض الصحفيين و الشخصيات الاعلامية و السياسية، التي صدرت في شكل اطروحات ودراسات تحقيقات، مولتها وسيرتها بعض الجامعات والمعاهد والمراكز. خاصة في الجوانب السياسية و التاريخية و القانونية و الجغرافية و الاثرية...الخ

المعارض و القوافل:

تكمن أهمية هذا الاسلوب في أنه مباشر، يتيح اللقاء مع الجمهور، عبر اللقاءات في المحاضرات والسهرات الفنية، في المعارض والأشرطة الوثائقية، والعروض الحية (أشرطة الفيديو، والصور الفوتوغرافية).

أهم هذه القوافل القافلة الصحراوية عبر افريقيا سنة 1987م، ثم قوافل أخرى جابت الجزائر واسبانيا، وبعض الدول الأوروبية مثل المانيا، ايطاليا...الخ.¹

اعلام المنظمات الجماهيرية:

لكل من روافد جبهة البوليساريو (اتحاد الشبيبة، اتحاد النساء، اتحاد العمال)، مجلة ناطقة باسمه. وتعني بأنشطته مثل 10 ماي للشباب، 20 اكتوبر للعمال، 8 مارس للمرأة. لكنها تظل رهينة ومحاصرة، بواسطة ضعف الإمكانيات المادية و تواضع البشرية.

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 51.

المطلب الرابع: حاجة الثورة إلى إعلام صحراوي

مع البدايات الأولى لاندلاع الثورة التحريرية، في الساقية الحمراء ووادي الذهب، كان مطلب وجود إعلام وطني صحراوي، نابع من زخم خصوصيات الشعب الصحراوي وبيئته المتنوعة، ضرورة قصوى لا بد أن تتحقق في اقرب الآجال، لمواكبة ما يجري من تحولات جذرية، و التصدي لمواجهة تحديات الواقع، التي رافقت اندلاع الثورة و مثلت هواجس وعراقيل أمام مشوارها الطويل.

وكانت أكبر مشكلة فاقمت فعلا من زيادة الحاجة الى وجود إعلام صحراوي، يعرف بفحوى الخطاب السياسي في ذلك الوقت. تمثلت في رواسب التخلف و الأمية التي ظلت أبرز معالم حياة المجتمع الصحراوي، الذي يعيش في بادية مترامية الأطراف، وسط إمكانيات تقنية شحيحة وأطر تعد على رؤوس الأصابع، و تقشي ثقافة الإيمان بالغيبيات (السحر، زيارة القبور، الرقية). ثم إن ثقافة المجتمع البدوي تقيس الأشياء بما هو محسوس، كونها ثقافة مستوحاة من الصحراء، وقساوة و صعوبة ظروفها المناخية. و هنا تتجلى مفارقات الواقع الصحراوي في مواجهة تحديات ورهانات التجديد. هنا يكمن دور الإعلام و تتضح رسالته، و تبرز المعضلة...كيف السبيل لإقناع ذلك البدوي برسالة القيم الحضارية..؟! كيف بالإمكان ان يتخلى ابن البادية عن عالمه الذي شب وشمخ فيه. بل يتحول إلى مقارع من أجل حرية الآخرين...؟! وأكثر من هذا، كيف نعد الإنسان البدوي كي يصبح بمقدوره ان يروض الطبيعة، و يهضم دقائق التكنولوجيا، ويدير دفة المعركة السياسية و الإعلامية و العسكرية..؟!¹

فطبيعة المعركة و الرهانات، التي وجد الإنسان الصحراوي نفسه في مواجهتها، فرضت عليه ان يكون رجل الميدان، و لو من باب المكره. تجسد ذلك في هضم دقائق التكنولوجيا العسكرية، وركوب جياذ السرعة (الاتصالات)، و في إعداد المختصين و الخبراء في كل ميادين العمل، عبر التمرس و الدراسة و الإحتكاك اليومي في جبهات الصراع الساخنة.

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 25.

المبحث الثالث : الإعلام المسموع بالصحراء الغربية

قامت وسائل الإعلام الوطنية الصحراوية بمختلف وسائطها منذ البداية بالتعريف بالقضية الصحراوية ومد جسور التواصل بين مختلف الشرائح الصحراوية، والمساهمة في تزويدها بالمعلومات والمفاهيم ذات الصلة بقضيتهم الوطنية، وظلت على الدوام على علاقة حيوية مع الواقع الصحراوي بما له علاقة بضرورات وأولويات حرب التحرير الوطني.

المطلب الأول: تأسيس الاذاعة الوطنية

بادرت جبهة البوليساريو منذ البداية الي فتح برامج اذاعية من دول صديقة حليفة مثل صوت الساقية والوادي على طريق الحرية (طرابلس 74-1975) صوت الصحراء من الجزائر (1990-75) وصوت الصحراء الحرة باللغة الفرنسية من لواندا(77-1982).

وتأسست الاذاعة الوطنية يوم 1975/12/28، في خضم الصراع واجيج المعركة التي رافقت مسيرة الاجتياح العسكري، و تقسيم المنطقة وزحف اللاجئيين صوب الحدود الجزائرية الصحراوية. و قد مرت الاذاعة الوطنية كمؤسسة والية اعلامية، بمراحل عدة وبمشاكل متعددة وفي جوانب مختلفة، الا انها بقيت الصوت المسموع في المنطقة.

المرحلة من : 1975 إلى 1978:

لم تكن قوة البث تتجاوز 4 كيلواط، واختصرت مدة البث ما بين نصف ساعة وساعتين يوميا، في ظل ضالة الامكانيات (بدون استوديو ، آلة تسجيل تقني ومذيع) وما رافق ذلك من ارتجالية في العمل¹.

المرحلة من : 1979 إلى 1987:

وصلت قوة البث 20 كيلواط، ارتفع عدد ساعات البث اليومي تدريجيا ليصل 4 ساعات ثم 6 ساعات، وتطلب الامر توسيع في خارطة البرامج وتنوعها (سياسية، ثقافية)، لكن بقيت تعاني من ضعف شديد في التحضير والسطحية في المعالجة يرافقه ضعف الاداء وندرة الامكانيات ونقص في التجربة والاعتماد على الاجانب في الميادين التقنية.

¹السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 47.

المرحلة من : 1988 إلى 1989:

حصل تطور نسبي سواء في معدل البرامج ونوعيتها او في قوة البث التي وصلت 400 كيلواط (بفضل موجة مساعدة من بشار) .. الامر الذي مكن من النقل الحي للأحداث، وتضاعف نشرات الاخبار والمواعيد السياسية والاجتماعية والتربوية.
وباتت الاذاعة تبث على موجتين: متوسطة 221م بذبذبة 1355كيلوسيكلم، والثانية: 520م.

المرحلة من: 1990 إلى 1997:

بعد توقف البث على الموجة المتوسطة المساعدة(400كيلواط) وامام الوضعية التي فرضها وقف اطلاق النار، في افق تنظيم الاستفتاء، بادرت البوليساريو بشراء محطة بث حديثة (100كيلواط، هاريس) وخلق البنية التحتية (استوديوهات، برامج) ¹. و هو ما جعل ملك المغرب يقر سنة 1987، بقوة الاذاعة اذ اقر بوجود حرب ترانزيستور، و لذا بادرت الدولة المغربية ومنذ 1992 الى التشويش على التقاط الاذاعة الوطنية خاصة بمدينة العيون، و في سنة 1994 بدا التشويش على بثها بمدينة السمارة، و يظل التشويش مستمرة و وصل حجب المواقع و الصفحات على الانترنت و منذ 2002، بدأت الاذاعة تبث على الموجة القصيرة (41م) كما انها جهزت بالإعلام الآلي الذي دخل استوديوهات البث مع ربط مباشر بالمحطات الجهوية في الولايات الصحراوية بالمخيمات (العيون، اوسرد، السمارة، الداخلة). و بدأ كذلك العمل بالإعلام الآلي بهيئة التحرير مع ادخال الانترنت وخدماتها في مصادر الخبر وتغذية البرامج ..
وتبقى معضلة الكفاءات والامكانيات قائمة، بل سيدة الموقف، في ظل اوضاع عامة داخل المخيمات وضعف التأهيل ونقص التجربة وفقدان الحوافز، خاصة بالنسبة للقائمين على برامج الاذاعة.. ورغم تلك الصعاب ، تبقى الاذاعة تشكل جسر العبور ووسيلة الاتصال القوية في المنطقة ، خاصة في مرافقة ومواكبة الفعل داخل الارض المحتلة وجنوب المغرب وفي المهجر.. كان دورها بارزا في انتفاضة الاستقلال وفي كسر الصمت وفضح الجرائم وفي تقوية وتعزيز الهمم.

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 48.

أقسام الإذاعة الوطنية:

أ. قسم الاخبار:

ويتكون من رؤساء التحرير ورؤساء النشرات بالإضافة الى المذيعين والمراسلين سواء في الداخل او في الخارج ومهمة هذا القسم هي تحضير النشرات ونتاج البرامج الاخبارية والتغطية المستمرة للأحداث الوطنية من خلال شبكة نشطة من المراسلين في المناطق المحتلة وأوربا وافريقيا وأمريكا اللاتينية وعلى المستوى الوطني.

وينظم قسم الاخبار عمله ويحدد خارطة العمل من خلال اجتماع يومي بمقر التحرير في الإذاعة اين تحدد المهام والخطوط العريضة للنشرات.

ب. القسم الثقافي:

ويتولى هذا القسم انتاج البرامج والفقرات الثقافية والتنشيط والربط بين البرامج ومرافقة المستمعين طيلة فترة البث الاذاعي كما يعد البرامج التواصلية والرياضية والتثقيفية.

ج. قسم البرامج:

ويشرف هذا القسم على انتاج البرامج الاذاعية المختلفة السياسية والثقافية والرياضية وغيرها حيث يشرف عليها بدا من الاعداد الى الاخراج وتحديد مواضيع البرامج والضيوف واهداف البرنامج والرسالة الاعلامية التي يستهدف ابلاغها من خلال البرامج

كما يشرف القسم على اعداد خارطة للبرامج الاذاعية من كل سنة لتحظى بالدراسة والموافقة من قبل المجلس الوظيفي لوزارة الاعلام الصحراوية.

د. قسم البرمجة:

تتمثل مهامه في ترتيب وجدولة مواعيد البث الاذاعي للبرامج والفقرات الاذاعية المختلفة وتحديد مواعيد البث المناسبة حسب طبيعة البرنامج والفئة المستهدفة وفيما يلي نموذج من خارطة البرمجة الاذاعية ليوم واحد.¹

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 48.

ه. قسم الاخراج:

ويتكون هذا القسم من المخرجيين الاذاعيين وتقنيين في الصوت، يشرفون على اخراج البرامج و النشرات و التسجيل، و نقل الأحداث الوطنية الكبرى على المباشر و غيرها.

و. قسم الصيانة:

وهو قسم يتكون من فريقين:

- فريق الصيانة و مهمته صيانة الوسائل التقنية دوريا، كوسائل التسجيل و الكهرباء.
- و فريق يشمل مهندسي الاعلام الالي، و يشرف على صيانة و برمجة أجهزة الحاسوب و أجهزة البث.

ز. قسم اللغة الاسبانية :

يشرف القسم على انتاج البرامج و الاخبار باللغة الاسبانية على مدى ساعتين من البث باللغة الاسبانية و الموجهة الى الشعوب الناطقة بهذه اللغة خاصة في اسبانيا.

ح. البث الاذاعي:

تشرف عليه مديريةية البث الاذاعي و التلفزيوني التابعة لوزارة الاعلام و التي يوجد مقرها على جانب الطريق الرابط بين تندوف و الشهيد الحافظ (الرابوني) كما تبث الاذاعة الوطنية على البث الفضائي للتلفزيون الصحراوي على القمر اينتل سات.

وتبث الاذاعة الوطنية على ذبذبة مقدارها 1200 مغ هرتز و قد توسعت مؤخرا لتبلغ 150 كواط ويستمر البث على مدى 14 ساعة مقسمة الى فترتين صباحية و مسائية

- الفترة الصباحية من 08:00 صباحا الى 14:00 زوالا
- الفترة المسائية من 18:00 مساءا الى غاية 00:00 (منتصف الليل)

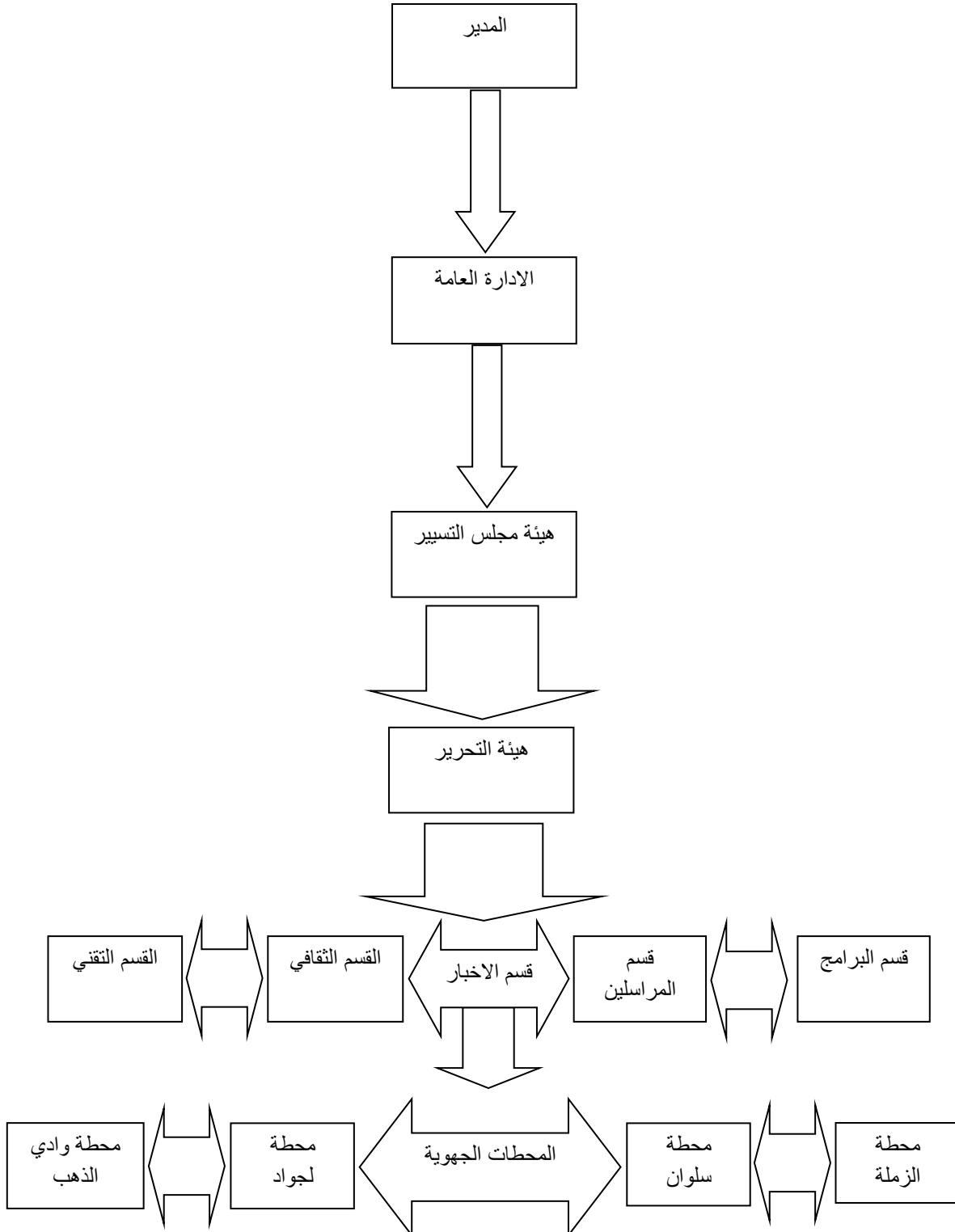
وتتوفر الاذاعة الوطنية على موقع في شبكة الانترنت حيث تنشر الاخبار و البرامج و التقارير الاخبارية كما تبث برامجها عبر هذه الشبكة المعلوماتية الدولية.

وتتوفر الاذاعة الوطنية على اربع استوديوهات واحد للبث و ثلاثة اخرى لتسجيل البرامج تتوفر على احدث التجهيزات الاذاعية و هي في تطور مستمر حتى اليوم.¹

¹ السالك ، مفتاح ، مرجع سبق ذكره ، ص 49

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للإذاعة و البرامج

1- هيكل الإذاعة الوطنية:



2- برامج الأذاعة الوطنية:

❖ الفترة الصباحية:¹

الأيام	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
08:00	القرآن النشيد مدائح	القرآن النشيد مدائح	القرآن النشيد مدائح	القرآن النشيد مدائح	القرآن النشيد مدائح	القرآن النشيد مدائح	القرآن النشيد مدائح
08:30	تنشيط	تنشيط	تنشيط	تنشيط	تنشيط	تنشيط	تنشيط
09:00	الجريدة الإخبارية	الجريدة الإخبارية + ن.ج. من وادي	الجريدة الإخبارية + ن.ج. من سلوان	الجريدة الإخبارية	الجريدة الإخبارية + ن.ج. من الزملة	الجريدة الإخبارية + ن.ج. من لجواد	الجريدة الإخبارية
10:00	الحصاد الرياضي	بروح رياضية	واحة المستمعين	من تعاليم الإسلام	وقفات و أمجاد	واحة المستمعين	في رحاب الثقافة
11:00	قضية الساعة	الإسلام و فضايا الشك	في رحاب	الصحراء ما تمباغ	عين على المغرب	أحرار خلف القضبان	من تعاليم
11:30			الثقافة	مع الصحة		أسماء الله الحسنى	الإسلام
12:00		دروب الانتفاضة			المرأة قوام الصمود		
12:00	الجريدة الإخبارية + الحصاد الإخباري	الجريدة الإخبارية + مع الصحافة	الجريدة الإخبارية + لمغرب هذا الأسبوع	الجريدة الإخبارية + رأي في الأحداث	الجريدة الإخبارية	الجريدة الإخبارية نبض المقاومة	الجريدة الإخبارية ريبورناج
13:00	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية
13:00							
14:00							

¹ متحصل عليه من الموقع WWW.RADIORASD.COM تمت الزيارة 2014-02-25.

الفترة المسائية:1

الايام	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
18:00 19:00	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية	الاسبانية
20:00 21:00	هذا المساء	هذا المساء	هذا المساء	هذا المساء	هذا المساء	هذا المساء	هذا المساء
21:00 22:00	الجريدة الإخبارية + مع الصحافة	الجريدة الإخبارية + المغرب هذا الأسبوع	الجريدة الإخبارية + رأي في الأحداث	الجريدة الإخبارية	الجريدة الإخبارية + نبض المقاومة	الجريدة الإخبارية + ريبورتاج	الجريدة الإخبارية + الحصاد الإخباري
22:00 22:30	مع الصحة	وقفات و	أحرار خلف القضبان	قضية	بروح	عين على المغرب	الحصاد الرياضي
22:30 23:00	الإسلام و قضايا الشباب	أمجاد	دروب الاتفاضة	الساعة	رياضية	الصحراء ما تمناح	
23:00 00:00	الجريدة الإخبارية + ن.ج. من واد الذهب	- الجريدة الإخبارية+ ن.ج. من سلوان	الجريدة الإخبارية	الجريدة الإخبارية+ ن.ج. من الزملة	الجريدة الإخبارية + ن.ج. من لجواد	الجريدة الإخبارية	الجريدة الإخبارية

¹ متحصل عليه من الموقع WWW.RADIORASD.COM تمت الزيارة 2014-02-25..

المطلب الثالث: وكالة الأنباء الصحراوية

لقد جاء تأسيس وكالة صحراوية للأنباء من باب المكره، كونها وليدة لمواجهة رهانات وتحديات من قبيل حرب التعتيم، و شبح الاقصاء في ظل الحرب النفسية، و التلاعب بالحقائق وتجبير المواقف، خاصة تلك التي فرضها وقف اطلاق النار، و دخول العالم الموجة الجديدة. مما اوجب البحث عن منبر على الواجهة الاعلامية (المواقع الاليكترونية، وسائط الاعلام) يواكب العصر، ويستجيب لمقتضياته و يخاطب العالم بلغة، و أساليب صحفية عبر وكالة انباء وطنية وبأكثر من لغة، بل عبر سفير جديد يتقن أكثر من لغة، و يتواجد في كل مكان يكرس سيادة الدولة الصحراوية على الواجهة الدولية، و يمد وسائط الاعلام الوطنية و الدولية بالمستجدات.

في البداية انحصر دور الوكالة في جمع و نشر الأنباء الوطنية(التي نشرتها اول برقياتها يوم 29مارس 1999) عبر الفاكس لوكالة الانباء الجزائرية و موقع ارسو بواسطة راديو الهواة، بعد سنوات طويلة من المد والجزر في نشر الخبر عبر لغة البيانات حيث اتخذ يومها مجلس الوزراء في الجمهورية العربية الصحراوية الديمقراطية، قرار انشاء وكالة الانباء الصحراوية. . وكان الهدف المرسوم للوكالة منذ تأسيسها، هو مد الرأي العام الوطني والدولي بالأخبار عبر رواية وطنية بصيغة صحفية محترفة.

القرار تم في ظل ندرة الامكانيات التقنية والبشرية ، كان تحديا جديدا واختبارا حقيقيا امام رجال الاعلام بكل ما في الكلمة من معنى.

وتمد الوكالة خدماتها عبر الانترنت (باللغات الفرنسية، الاسبانية، الانجليزية، والعربية). وتنشر الاحداث من خلال موقعها الاليكتروني اضافة الى خدمات الاشتراكات (التي تتراوح ما بين 3.000 و 8.000 مشترك في كل اللغات) هذا بجانب اعتماد الفاكس بالنسبة لوكالة الانباء الجزائرية.¹

ومرت وكالة الأنباء الصحراوية بمراحل مختلفة قبل ان تصبح خدمة اعلامية يومية كان ابرزها بدايتها (مارس 99) مد برقياتها لوكالة الانباء الجزائرية عبر الفاكس التي تقوم بنشرها، وموقع

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 50.

ارصو من خلال راديو الهواة ليضعها بدوره على الانترنت وكالات الانباء والصحف عبر الفاكس باللغة الفرنسية.

في سبتمبر 99 تمكنت الوكالة من ولوج الانترنت بفضل دعم من جمعية باسكية عبر الهاتف من تندوف .

منذ 2001 بدأت خدماتها باللغتين الفرنسية والاسبانية عبر موقعها الاليكتروني، وبفضل الترجمة للبرقيات من الفرنسية الى الاسبانية التي كان يقوم بها احد المتطوعين الاسبان(فيرناندو كيخارو).. في سنة 2005 اضيفت اللغة العربية الى اللغات العاملة بالوكالة.

في سنة 2007، ارتقت الوكالة الى مستوى نموذجي في توظيف خدماتها عبر الانترنت باستعمال لغة (PHP) (وتسيير قوائم الصفحات باعتماد نظام (CMS) مما سهل تحديث الموقع باللغات العاملة

لقد حققت وكالة الانباء الصحراوية في ظرف عشر سنوات، مكاسب مهمة في مقدمتها كسر جدار الصمت وفضح جرائم الاحتلال وفك الحصار المضروب من حولها والتعريف بالقضية الصحراوية ووضعها في الواجهة، واعتمادها كمصدر بالنسبة لكبريات وكالات الانباء العالمية (ايفي الاسبانية، الاسوشيد بريس الامريكية، وكالة الانباء الفرنسية، رويترز البريطانية) وكذلك الصحف والمواقع الاليكترونية بجانب مساهمتها في المواكبة للعمل الوطني وتطورات الانتفاضة والمساهمة في سيولة المعلومات والمواقف على المستوى الدولي بالنسبة للسفارات والمكاتب والبعثات الدبلوماسية المنتشرة عبر العالم.

ويسجل الطاقم الصحفي القائم على ادارة العمل بالوكالة انها باتت رديف الدبلوماسية و الانتفاضة ومرآة على الواجهة بالنسبة لمجمل الفعل الوطني رغم النقص في الامكانيات البشرية و التقنية.¹

وفي قراءتها المستقبلية لأفاق العمل تنطلق الوكالة من قناعة ، ان العمل الاعلامي كل يكمل بعضه البعض ، وانه لا بد لكل وسائط الاعلام وكل الفاعلين في الميدان " حسب ما ورد في المداخلة التي القاها رئيس تحرير الاستاذ السالك مفتاح امام اطارات وزارة الاعلام خلال انعقاد

¹ السالك ، مفتاح ، مرجع سبق ذكره ، ص. 51.

الندوة الوطنية للإعلام نهاية سنة 2009 مضيافاً " محكوم عليها بان تتظافر وتتكامل، جهودها، وان دور الوكالة ينصب في مقامه الاول على تغذية بقية وسائط الاعلام ومد العمل الاعلامي السياسي والتعبوي، بسيولة المعلومات والمواقف، خاصة على مستوى جبهات العمل الساخنة (الارض المحتلة، العمل الخارجي، المواقع الاليكترونية) وكذا المساهمة في بلورة خطاب منسجم على الواجهة الاعلامية والدبلوماسية حيال قضايا الساعة (الوطنية، الدولية) التي لها علاقة بالقضية الصحراوية.

وفي ظل متطلبات الواجب ومسؤولية الرسالة، فان الرهان الجديد الذي يجب ان تضعه الوكالة نصب اعينها حسب ذات البرنامج:

❖ جعل من الوكالة مصدراً للخبر الوطني، وترقية خدماتها الاعلامية الى مستوى الاحترافية بـ (الخبر، الصورة)، و المساهمة في سيولة المعطيات و المواقف بالنسبة لكل الفاعلين.

❖ تفعيل دورها حتى تصبح مصدراً معتمداً لدى صناع وقادة الراي العام على الصعيد الدولي، ومخاطب معتمد بالنسبة لبقية وكالات الانباء والصحف وبقية المتعاملين.

❖ مدها بسبل المواكبة، وجعلها في ريادة العمل الاعلامي لمواجهة الحرب الاليكترونية بجانب حرب المغالطة والتعتيم...

❖ اعتماد تحديث اساليب العمل وتنويعها.¹

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 51.

المبحث الرابع: الأعلام المرئي المسموع في الصحراء الغربية

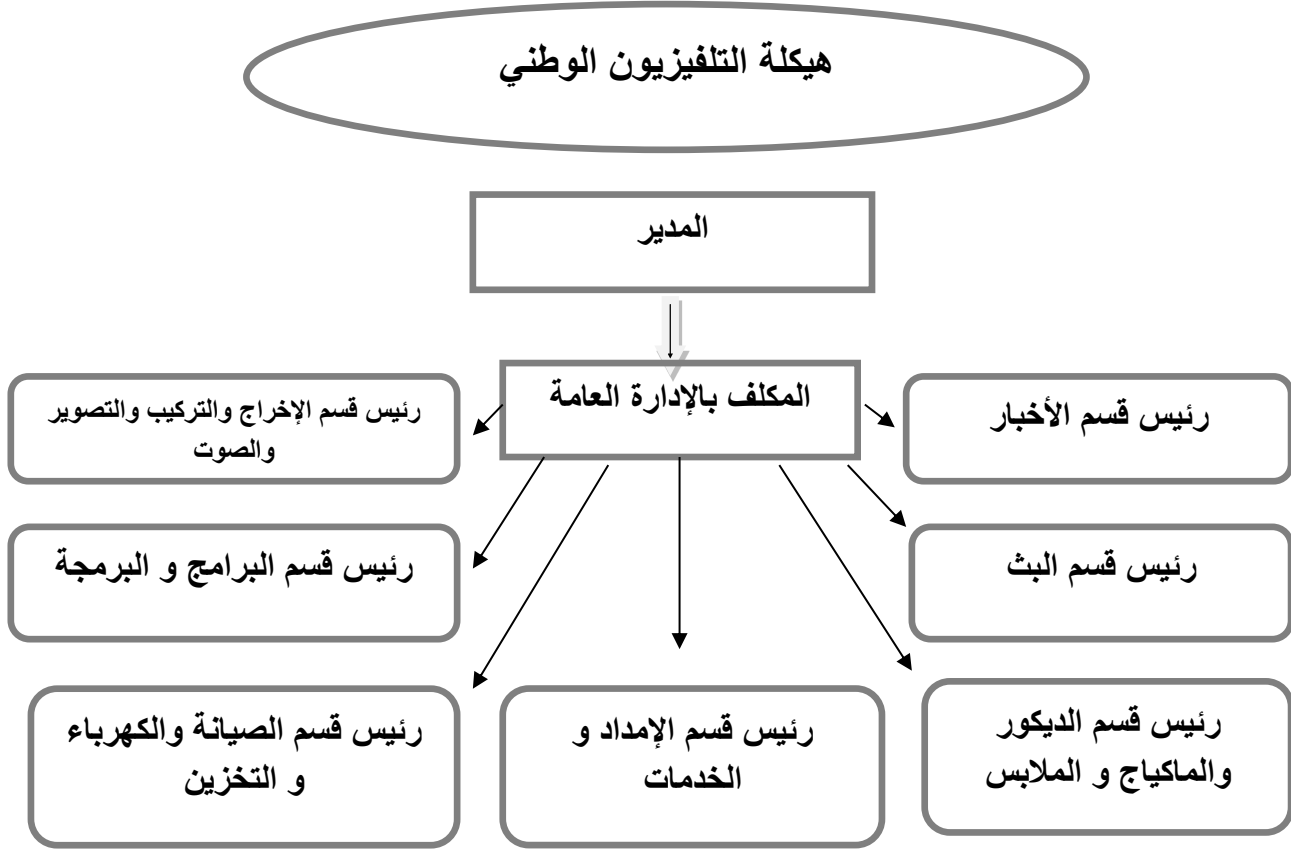
المطلب الأول: تأسيس التلفزيون الصحراوي

عصر الفضائيات وعالم الصورة، فرض المواكبة، رغم ضالة الإمكانيات البشرية وفقدان التجربة، وهو ما جعل التلفزة الصحراوية حتمية لكسر الطوق ودخول الخبر الصحراوي، نادي الفضاء ولو بعد حين بدأت التلفزة في بث تجريبي على القمر انتيل سات بعد ان تعذر الحصول على اشتراك في الفضاء العربي الذي لازال محظورا على القضية الصحراوية وتجد نفسها محاصرة في كل منايره السياسية والاعلامية.

المشروع بدأ ببث تجريبي عبر القمر انتيل سات بعد ان مر بفترة بث ارضي بالمخيمات منذ ابريل 2009- الفترة التجريبية تمخضت عن قرار بتبني المشروع بعد فترة انتظار قاربت 5 سنوات وبفضل تمويل من هيئات اسبانية ودعم من الحكومة الصحراوية وقد اعطى الرئيس محمد عبد العزيز اشارة انطلاقا البث الرسمي يوم 20 ماي 2009 بما مكن المشاهد في افريقيا والمغرب العربي و اوروبا الغربية واجزاء من الشرق الاوسط من مشاهدة بث التلفزة الصحراوية، حسب بيان مديرها.¹

¹ السالك، مفتاح، مرجع سبق ذكره، ص. 54.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للتلفزة الوطنية و البرامج

هيكلة التلفزيون الوطني:¹¹ متحصل عليه من الموقع WWW. RASDTV.COM تمت الزيارة 25-02-2014.

برامج التلفزيون الوطني:

عنوان البرنامج	الموضوع	المدة	وقت البث
حوار	سياسي اجتماعي	40 د	10:30 صباحا
الحدث	سياسي	50 د	10:30 صباحا
قضايا	سياسي اجتماعي	40 د	11:00 صباحا
لقاء الأسبوع	سياسي	40 د	الثلاثاء 10:00 صباحا
الموعد الصحي	صحي	30 د	الخميس 10:00 صباحا
من شوي انعدل شي زين	اجتماعي	30 د	الاربعاء 14:00 زوالا
هدى الإسلام	ديني	30 د	كل يوم 07:00 صباحا
اخبار الصحافة	إخباري	30 د	كل يوم بعد نشرة الأخبار
روبورتاج	منوع	30 د	الأحد 11:00 صباحا
في رحاب الثقافة و الأدب الشعبي	ثقافي	50 د	الإثنين 16:00 مساءا
ذاكرة معتقل	شهادة بعض ضحايا الأحتلال	20 د	الأحد منتصف النهار
حديث المجتمع	اجتماعي	35 د	الثلاثاء 20:30 مساءا
سيرة المصطفى	ديني	40 د	كل يوم مساءً 17:00

المطلب الثالث: الإعلام الصحراوي في مواجهة تحدي العولمة التقنية

في عصر السرعة و التطورات المتسارعة، التي واكبت النقلة النوعية في انماط و طرق انتشار و تدفق المعلومات، مع الطفرة التي احدثتها تكنولوجيا المعلومات "الانترنت و القنوات التلفزيونية الفضائية، و المحطات الاذاعية المتنوعة.." لما تسببه من غزو و ما تخلف عنها من ارتباك و ضبابية. وضعت تحديات جمة في طريق الرسالة الاعلامية لوسائل الاعلام الصحراوية المتواضعة، و في زمن تراجعت فيه الخطابات الثورية على المستوى الدولي بتراجع حركاتها وقواها. و هذا الوضع أسس بدوره لظهور عدة عوامل و ظروف، وصلت حد اختلاط الحابل بالنابل جراء، حرب التلاعب بالمعطيات التي تخوضها وسائل الاعلام الدولية، بالوكالة عن المصالح المتضاربة هنا وهناك .. و هنا لم يعد السبق الصحفي يحتل الصدارة، بل زاحمته انتقائية الخبر، و مصداقية المصدر سواء تعلق الأمر بالتأكد أو التوضيح، او النفي.

الرسالة الاعلامية الصحراوية، التي جاءت استجابة لمطالب الثورة الصحراوية. وجدت نفسها في مكان المكره أمام تأقلم محتوى خطابها، مع المعطيات التي افرزها عصر ثورة المعلومات، الذي انبلج مع موجة الثورة الاليكترونية، و ما حدث عن ذلك من تحولات وما رافقه من تموجات. بدأت فيها الصحافة مبشرة بالنهضة الثقافية الموحدة، التي لا تعترف بحواجز القوميات، ولا قضايا الشعوب ولا حدودها الجغرافية، حاملة في الوقت ذاته رسالة التمهيد لعالم القرية، ان لم نقل العالم الافتراضي.

فكان الاعلام آلية ثقيلة، من عتاد زمن العولمة، و عصر التحديات و الرهانات الكبرى، وسط عالم اختزلته وسائل الاتصال في شاشة بدل القرية.¹

هذا الواقع المتشنج، شكل رأس الحربة في هذه التحديات. فكيف يمكن لتلك الوسائل البسيطة وغير المكتملة، أن تستجيب لما تطرحه هذه الأوضاع المعقدة؟ كيف لها أن تطرح الأفكار والمفاهيم و السياسيات، والانطباعات والقيم الانسانية؟ كيف لها أن تساهم في تحريك مسار التنمية الوطنية؟ كيف لها في المقابل أن تواجه ترسانة اعلامية، سُخّرت لها أحدث التقنيات والتأثيرات الفكرية والمادية؟ كيف لها أن تواجه وأن تصمد أمام سيل جارف من الأفكار الممنهجة

¹ السالك ، مفتاح ، ماء لعينين ، مولاي ابراهيم ، و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص. 36.

والراديكالية، القادمة من جنوب الصحراء والمنتشرة في المنطقة؟ كيف ستجابه وسائل الاعلام الصحراوية محيط اقليمي جهوي أمني صعب و معقد، تنتشر فيه أفكار مختلفة؟ وفي هذا الصدد، فقد شكل التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال والاعلام، والاعلام الرقمي الذي يرتكز بشكل أساسي على الصورة و المؤثرات و البرمجيات، فضلا عن آليات و أساليب الحداثة، و التحديث في الخطاب الاعلامي، تحديا آخر لا يقل أهمية عن سابقه، فهذا الموضوع بات بالذات يطرح نفسه بقوة.¹

و كتحدى آخر للإعلام الصحراوي، هناك ما دأبت إليه بعض الوسائط الاعلامية الأجنبية، تحت تأثير سياسات أنظمة ذات مرجعيات استعمارية نفعية، متأصلة على أن تجعل من نفسها معولا لسحق الشعب الصحراوي. وظلت تسعى على استلابه وتجريده من هويته، وانتمائه و قيمه وثقافته الذاتية، و توصيفه و تسويقه بمفاهيم مغلوطة و مضللة. إنها تتجاهله و تبتزه و تعتم على قضيته العادلة، التي يستمدّها من القوانين و القرارات و المواثيق الدولية. إنها تحاصره، و كأنها تقول للصحراويين: "كونوا ارهابيين، كونوا دمويين، كونوا لا إنسانيين، حتى نسلط عليكم الأضواء، و نُعرّف بقضيتكم..". أليس من الواضح أن هذه الوسائط تتناقض مع أدوارها الحقيقية؟ بل و أن مواقفها و أساليبها تتناقض مع الشرعية الدولية؟

ومن بعض الاسهامات التي لعبتها وسائط الاعلام الصحراوية ومنظوماتها، و في ظل التغييرات التي وضعتها العولمة التقنية، فيما يخص القضية الصحراوية كقضية ثورة و تحرير. تحدد أولا في وضع خطوات عمل ملموسة تمحورت حول:

مراعاة الاحتياجات الوطنية الصحراوية الراهنة، و لعب الأدوار المنوطة بها في التنمية و التنمية المستدامة، و نشر الوعي و الديمقراطية و ثقافة حقوق الانسان، و تقديم كافة الأفكار و الآراء و التوجهات و المعلومات و البيانات حول القضية الصحراوية. بحيث تكون النتيجة المتوقعة من مستقبلي الرسالة الإعلامية هي الحصول على جميع الحقائق، و من كافة جوانبها، حتى يكون في استطاعتهم تكوين آراء يفترض أنها صائبة، و يتصرفون على أساسها بالرغم من تعاضد الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام العالمية، في السبق لأحداث كل القضايا. وبالتالي تمكينهم بشكل موضوعي من بلورة و عيهم بجوانب هذه القضية و أبعادها، و هذا بدوره سيساهم في توسيع، و ترسيخ ساحة التضامن الدولي مع القضية الصحراوية. وبالتالي الضغط نحو إيجاد حل لها: حل

¹ السالك ، مفتاح ، ماء لعينين ، مولاي ابراهيم ،مرجع سبق ذكره، ص 40 41

عادل، نهائي و شفاف يمكن الصحراويين من تقرير مصيرهم بأنفسهم، و بناء دولتهم المستقبلية حسب الخط الذي تسايره وسائل الاعلام الصحراوية في الوقت الراهن. وفي هذا الاطار، تتزود وسائل الاعلام الصحراوية دائما في مواجهة تحدياتها هذه بتوظيف كافة مقومات الثقافة الوطنية، و القيم و الخصوصيات النابعة من ذات الإنسان الصحراوي، والتي تميزه عن غيره، في شد أنظار جمهورها و حمايته من مضامين الخطابات المضادة، التي تحاول سلخه من هويته، و استبدالها بما يخدم الأغراض السياسية المضادة. ومع ذلك تبقى وسائل الاعلام الصحراوية تحتل الصدارة في السبق الى كل المستجدات، و التطورات التي تشهدها القضية الصحراوية. لا سيما وكالة الأنباء الصحراوية التي باتت مرجعا شبه أوحده لوسائل الاعلام الدولية، و حتى المغربية ذاتها، في كل ماله علاقة بتفاعلات القضية، من جانب الطرف الصحراوي الذي يعد الطرف رقم واحد في الصراع بالنسبة للرأي العام الدولي.

وهي امكانية تتيح السبق الصحفي والحصرية للمعلومات، لكنها تبقى مجردة أمام استفحال ارتباط المواطن الصحراوي، بالبرامج و المواد التي تقدمها الفضائيات العالمية جاهزة، و باحترافية عالية. الأمر الذي ساهم في تغيير السلوك و المزاج و الرغبات، لدى الجمهور المستهدف برسالة وسائل الاعلام الصحراوية، التي لازالت تبشر بأهداف و مثل أصبحت في طي النسيان، بالنسبة لجيل العولمة و التكنولوجيا المعاصر.

هذه التحديات اوجدت مطالب جديدة تحتم على وسائل الاعلام الصحراوية توفيرها، و التماشي معها حسب المعلومات التي تحصلنا عليها من الاعلاميين الصحراويين، و المسؤولين و أصحاب الاختصاص. و لأجل تحقيق ذلك لا بد من انتقاء أجود الكفاءات الاعلامية، و تجنيد الامكانيات التقنية، بالموازاة مع التكوين و التحديث للأساليب و مكانزمات العمل، و اعتبار النهوض بالإعلام الوطني الصحراوي أولوية قصوى في هذه المرحلة، التي يشكل فيها العمل الاعلامي السياسي الدبلوماسي، أساس العمل في مواجهة الحرب النفسية، و دعم انتفاضة المدن المحتلة، و مرافقة الأنشطة الوطنية عبر مراسلين بمواقع الأحداث (الولايات، الخارج، الارض المحتلة، الجاليات).¹

¹ السالك ، مفتاح، ماء لعينين، مولاي ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص. 42-43.

البعد الدولي للإعلام:

أبرز التطور التقني العاصف في مجال الإعلام، مسألة البعد الدولي للإعلام، و بات واضحاً ومؤكداً أن صورة الاتصال المعاصر، هي انعكاس لواقع توزيع القوى على الساحة الدولية، ولحقائق الوضع العالمي الجديد. كان الشعار المرفوع هو «التدفق الحر» للأنباء والمعلومات والآراء. ولكن الواقع الراهن يؤكد ظهور عقبات ضخمة أمام هذا التدفق الحر، أبرزها: "الرقابة، وتكاليف الإنتاج الباهظة، وتزايد الطابع التجاري للتبادل الإعلامي، وتقويم مضمون الاتصال بوصفه سلعة، يتم تسويقها وبيعها كأى سلعة أخرى، و إساءة استخدام سلطة الدولة، والممارسات الاحتكارية". هذه العوائق جعلت «التدفق الحر» يخدم مصالح الأقوى، الذي يملك موارد أكبر، و جعلت التدفق يستخدم أداة اقتصادية وثقافية و إيديولوجية، للسيطرة على من لم تتوفر لديهم تلك الوسائل بالقدر نفسه. و هكذا برزت التبعية الإعلامية، و تحول «التدفق الحر» إلى تدفق باتجاه واحد، يتم على الصعيد الدولي من الدول الصناعية الغنية، إلى الدول الصناعية الأخرى الأقل تطوراً، كما يتم باتجاه الدول النامية، ويفرض عليها نوعاً من الهيمنة والغزو السياسي والأيدولوجي والثقافي والأخلاقي، الأمر الذي دفع بالدول النامية إلى السعي لتحقيق ما أصبح يعرف باسم «النظام الإعلامي الدولي الجديد». الذي يهدف إلى تصحيح هذا الخلل.¹

¹ عبد العزيز، وهاب، الاعلام والثقافة، مكتبة المنار للنشر، بيروت، لبنان، 2001، ص. 72.

ملخص الفصل الثاني:

لقد تم في هذا الفصل، التعريف بوسائل الإعلام الصحراوية، و المراحل التي مر بها خاصة أثناء الحقبة الاستعمارية، و ما شهدته من تبلور. حيث كانت الصحافة المكتوبة من الوسائل الأولى التي ظهرت، و كانت عبارة عن مجلات و إصدارات و مطويات بسيطة، و ذلك قصد نشر أخبار الثورة، و ما تتطلبه المجلة من مساعدات. و اعتمد عليها كذلك في التعريف بالقضية، و بعد ذلك تك تأسيس جريدة 20 ماي و تعتبر هي الناطق عن جبهة البوليساريو، و بعدها جريدة الصحراء الحرة.

تم في نفس المرحلة تأسيس الإذاعة الوطنية، التي كانت هي أيضا وجها جديدا وعلى الرغم من بساطتها و قلة امكانياتها، حيث كانت تبث باللغة العربية والإسبانية والفرنسية في بعض الأحيان. كما شهدت هذه الوسيلة في البداية التنقل مرات عديدة لتبث من عدة دول مثل "روندا، الجزائر وليبيا"، حيث كانت في البداية في شكل متنقل و تعاني من قلة الإمكانيات و المتخصصين والمذيعين، لكن ذلك لم يمنع من تطور هذه الوسيلة، التي هي عنصر مهم. و شهدت أيضا تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة، و أصبح بثها على مدى كبير و باللغتين العربية و الإسبانية، و ذلك لتسمع صوة الشعب الصحراوي المكافح من أجل قضيته، و حشد الرأي العام و توضيح الصورة للمتابعين للقضية الصحراوية.

يأتي بعد ذلك عصر الفضائيات والتكنولوجيا وما شهدته العالم من تطور في وسائل الإعلام والاتصال. وما تعرفه هذه الأخيرة من تأثير كبير على المتلقي، حيث كان لا بد للدولة الصحراوية من مواجهة التحديات و الصعوبات، و كان على الإعلام الصحراوي دخول عصر الفضائيات، ولو بعد مدة طويلة. و انطلق بث التلفزة الوطنية الصحراوية في 20 ماي 2009، وذلك للتعريف بالقضية و محاولة إظهار معانات الشعب الصحراوي.

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

1. تحليل البيانات:

2.1. الجداول البسيطة:

1.1. الجدول رقم(1): بين توزيع المبحوثين حسب نوع وسيلة الإعلام المتبعة:

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
8%	8	الصحافة المكتوبة
42%	42	التلفزيون
50%	50	الإذاعة
100%	100	المجموع

2.1. تحليل الجدول رقم (01):

يبين الجدول رقم (01) وسيلة الاعلام المتبعة لدى المبحوثين. حيث بلغت نسبة الإذاعة

50% و هي أعلى نسبة، و يليها التلفزيون بـ 42%، و بعده الصحافة المكتوبة بـ 8%.

1.2. الجدول رقم(02): يبين المدة التي يقضيها المبحوثين للتعرض لوسائل الإعلام:

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
32%	32	يومية
28%	28	مرة في الأسبوع
40%	40	حسب الأحداث
100%	100	المجموع

2.2. تحليل الجدول رقم (02):

إن هناك 40% من المبحوثين يتعرضون لوسائل الإعلام حسب الأحداث، و هذه أعلى نسبة، و ذلك راجع إلى أن الشباب يتابعون وسائل الإعلام للقضايا السياسية حسب حدث معين و معروف داخل المجتمع. و تلي هذه النسبة 32% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام مرة في الأسبوع.

1.3. الجدول رقم (03): يبين ترتيب المبحوثين حسب متابعة وسائل الإعلام المحلية:

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
86%	86	نعم
14%	14	لا
100%	100	المجموع

2.3. تحليل الجدول رقم (03):

يبين هذا الجدول أن 86% من المبحوثين تتابع وسائل الإعلام المحلية، و ما تبقى و هي نسبة 14% لا تتابع وسائل الإعلام المحلية. و نلاحظ متابعة كبيرة من طرف الشباب لوسائل الإعلام المحلية.

1.4. الجدول رقم (04): يبين ترتيب الموضوعات السياسية المفضل وجودها في وسائل الإعلام المحلية لدى المبحوثين:

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
46%	46	الشؤون المحلية
7%	7	الشؤون العالمية
30%	30	الشؤون الإقليمية
17%	17	موضوعات متنوعة
100%	100	المجموع

2.4. تحليل الجدول رقم (04):

يبين الجدول أن نسبة 46% من المبحوثين تفضل تواجد الشؤون المحلية في وسائل الإعلام المحلية، بينما نسبة 30% يفضلون تواجد الشؤون الإقليمية. و ما تبقى بنسبة 7% تفضل وجود الشؤون العالمية فيها.

1.5. الجدول رقم (05): يبين مدى اهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية:

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
58%	58	نعم
10%	10	لا
32%	32	أحيانا
100%	100	المجموع

2.5. تحليل الجدول رقم (05):

يبين الجدول أن نسبة 58% من المبحوثين يهتمون بالقضايا السياسية و 32% منهم أحيانا، و أما 10% المتبقية فهي لا تهتم بالقضايا السياسية.

1.6. الجدول رقم (06): يبين نوعية القضايا السياسية التي يفضل المبحوثين متابعتها

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
68%	68	محلية
18%	18	إقليمية
14%	14	دولية
100%	100	المجموع

2.6. تحليل الجدول رقم (06):

يبين الجدول رقم (06) أن نسبة 68% من المبحوثين تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و بنسبة 18% يفضل أفرادها القضايا السياسية الإقليمية، و ما تبقى بنسبة 14% يفضلون متابعة القضايا السياسية الدولية.

1.7. الجدول رقم (07): يبين الفترة الزمنية التي يمنحها المبحوثين لأنفسهم لمتابعة القضايا السياسية

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
33%	33	أقل من ساعة
53%	53	ساعة
14%	14	أكثر من ساعة
100%	100	المجموع

2.7. تحليل الجدول رقم (07):

يبين الجدول أن نسبة 53% من المبحوثين تمنح لنفسها ساعة لمتابعة القضايا السياسية، و نسبة 33% تمنح أقل من ساعة لمتابعتها، و 14% تمنح لنفسها أكثر من ساعة لمتابعة القضايا السياسية.

1.8. الجدول رقم (08): يبين أحسن وسائل الإعلام التي تستخدم في التوعية السياسية عند المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
70%	70	الإذاعة
27%	27	التلفزيون
3%	3	الصحف
100%	100	المجموع

2.8. تحليل الجدول رقم (08):

يبين الجدول أن نسبة 70% من المبحوثين ترى أن أحسن وسيلة إعلامية تستخدم في التوعية السياسية هي الإذاعة، و بعدها 27% ترى أن أحسن وسيلة إعلامية هي التلفزيون، و 3% ترى أن الصحف هي أحسن وسيلة.

1.9. الجدول رقم (09): يبين مدى اهتمام المبحوثين عند تعرضهم لمواضيع تتضمن قضايا سياسية

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
70%	70	تتابعها باهتمام
30%	30	تتابعها بدون اهتمام
100%	100	المجموع

2.9. تحليل الجدول رقم (09):

يبين الجدول رقم أن نسبة 70% من المبحوثين تتابع المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 30% تتابعها بدون اهتمام لأن المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية لها إقبال كبير داخل المجتمع الصحراوي.

1.10. الجدول رقم (10): يبين مدى زيادة وسائل الإعلام في المعلومات السياسية لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
92%	92	نعم
8%	8	لا
100%	100	المجموع

2.10. تحليل الجدول رقم (10):

يبين الجدول رقم (10) أن نسبة 92% ترى أن وسائل الإعلام تزيد في المعلومات السياسية لدى المبحوثين، و 8% ترى أن وسائل الإعلام لا تزيد من المعلومات السياسية لدى المبحوثين.

1.11. الجدول رقم (11): يبين مدى كفاية المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لتنمية المجال السياسي لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
63%	63	نعم
37%	37	لا
100%	100	المجموع

2.11. تحليل الجدول رقم (11):

يبين الجدول أن نسبة 62% من المبحوثين ترى أن المعلومات السياسية التي تبثها وسائل الإعلام تكفي لتنمية المجال السياسي لديه، و 37% ترى أنها لا تكفي لتنمية المجال السياسي لديه.

1.12. الجدول رقم (12): يبين دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
84%	84	نعم
16%	16	لا
100%	100	المجموع

2.12. تحليل الجدول رقم (12):

يوضح الجدول أن نسبة 84% من المبحوثين ترى أن الإعلام المحلي بدوره يزيد من المعلومات السياسية، و 16% ترى أنه لا يزيد من المعلومات السياسية.

1.13. الجدول رقم (13): يبين دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية في حالة الاجابة بنعم ذلك راجع الى ... عند المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
40 %	40	نوعية المعلومات المقدمة من طرف الإعلام.
52 %	52	التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام.
8 %	8	مدى تنوع المعلومات السياسية التي يقدمها.
100 %	100	المجموع

2.13. تحليل الجدول رقم (13):

يوضح الجدول أن نسبة 52% من المبحوثين ترى دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية راجع إلى التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام الصحراوي، و 40% ترى أنه راجع إلى نوعية المعلومات المقدمة من طرف الإعلام الصحراوي، و 8% راجع إلى مدى تنوع المعلومات السياسية التي يقدمها.

1.14. الجدول رقم (14): يبين عمل وسائل الإعلام المحلية على تنمية المجال السياسي لدى المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
33 %	33	لأنها تطلعتني على معلومات جديدة
15 %	15	تتناول مواضيع سياسية
2 %	2	تهتم بالقضايا العالمية
50 %	50	تقدم معلومات سياسية تناسبني
100 %	100	المجموع

2.14. تحليل الجدول رقم(14):

يوضح الجدول أن نسبة 50% من المبحوثين ترى أن وسائل الإعلام المحلية تعمل على تنمية المجال السياسي لديهم لأنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 33% لأنها تطلعهم على معلومات سياسية جديدة، و 15% لأنها تتناول مواضع سياسية، و 2% لأنها تهتم بالقضايا السياسية.

1.15. الجدول رقم (15): يبين حجم المعلومات الأساسية التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية

للمبحوثين في مجال التنشئة السياسية:

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
58%	58	بصورة كافية
38%	38	بصورة جزئية
4%	4	لا تطلع
100%	100	المجموع

2.15. تحليل الجدول رقم(15):

يوضح الجدول أن نسبة 58% من المبحوثين ترى أن حجم المعلومات الأساسية التي يقدمها الإعلام المحلي في مجال التنشئة السياسية تقدم بصورة كافية، و 38% تقدم بصورة جزئية، و 4% لا تطلع.

1.16. الجدول رقم (16): يبين مدى دور الإعلام المحلي في توعية الشباب بمضامين حول التوعية السياسية

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
% 65	65	نعم
%5	5	لا
%30	30	أحيانا
%100	100	المجموع

2.16. تحليل الجدول رقم(16):

يوضح الجدول أن نسبة 65% من المبحوثين ترى أن الإعلام المحلي بدوره يعمل على توعية الشباب من خلال المضامين الإعلامية حول التوعية السياسية، و نسبة 30% ترى أنها احيانا يعمل الإعلام المحلي بدوره على توعية الشباب و 5% لا ترى أنه يعمل على توعية الشباب.

1.17. الجدول رقم (17): يبين كيفية مساهمة الإعلام المحلي في زيادة الوعي السياسي عند المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
% 58	58	الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع.
%7	7	الإكثار من البرامج السياسية.
%20	20	تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية.
% 15	15	التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي.
%100	100	المجموع

2.17. تحليل الجدول رقم(17):

يوضح الجدول أن نسبة 58% من المبحوثين ترى أن كيفية مساهمة الإعلام المحلي في زيادة الوعي السياسي، و هو الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع. و 20% ترى أن أحسن طريقة هي تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية. و 15% ترى أنه لا بد من التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي. و 7% ترى أن أحسن كيفية هي المساهمة في زيادة الوعي السياسي هي الإكثار من البرامج السياسية.

1.18. الجدول رقم (18): يبين تفاعل المبحوثين مع البرامج الإعلامية التي تناولت القضية

السياسية الصحراوية

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
93 %	93	نعم
7 %	7	لا
100 %	100	المجموع

2.18. تحليل الجدول رقم(18):

يوضح الجدول أن 93% من المبحوثين تفاعلوا مع البرامج الإعلامية التي تناولت القضية السياسية الصحراوية، و 7% لم يتفاعلوا مع هذه البرامج.

1.19. الجدول رقم (19): يبين الفائدة التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للقضية الصحراوية حسب رأي المبحوثين

النسبة	التكرار	المجموع الأجوبة
35 %	35	إبراز معانات الشعب الصحراوي
45 %	45	فضح جرائم الاحتلال المغربي
20 %	20	حشد الرأي العام
100 %	100	المجموع

2.19. تحليل الجدول رقم (19):

يوضح الجدول أن نسبة 45% من المبحوثين ترى أن الفائدة من وسائل الإعلام المحلية التي تقدمها للقضية الصحراوية، هي فضح جرائم الاحتلال المغربي، و 35% ترى أن الفائدة من وسائل الإعلام هي إبراز معاناة الشعب الصحراوي. و 20% ترى أنها لحشد الرأي العام الدولي.

2. تحليل الجداول المركبة:

المحور الأول: متابعة الشباب لوسائل الإعلام:

1.1. الجدول رقم (1): جدول مركب يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع وسيلة الإعلام المتبعة حسب متغيرات الدراسة

المجموع		الإذاعة		التلفزة		الصحافة المكتوبة		الأجوبة	المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%80	80	%37	37	%37	37	%6	6	الجنس	ذكر
%20	20	%13	13	%5	5	%2	2		أنثى
%100	100	%50	50	%42	42	%8	8		المجموع
%15	15	%6	6	%9	9	%0	0	المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي
%20	20	%8	8	%11	11	%1	1		المستوى المتوسط
%40	40	%27	27	%12	12	%1	1		المستوى الثانوي
%25	25	%9	9	%10	10	%6	6		المستوى الجامعي
%100	100	%50	50	%42	42	%8	8		المجموع
%30	30	%12	12	%16	16	%2	2	السن	من 16 الى 20 سنة
%44	44	%31	31	%10	11	%2	2		من 21 الى 25 سنة
%26	26	%7	7	%4	15	%4	4		من 26 الى 33 سنة
%100	100	%50	50	%42	42	%8	8		المجموع
%40	40	%21	21	%17	17	%2	2	الحالة الاقتصادية	ضعيفة
%52	52	%27	27	%15	20	%5	5		متوسطة
%8	8	%2	2	%5	5	%1	1		مرتفعة
%100	100	%50	50	%42	42	%8	8		المجموع

2.1. تحليل الجدول المركب رقم (01):

يوضح الجدول رقم (01) أن نسبة 37% من الذكور تفضل متابعة الإذاعة و التلفزيون و 6% تفضل متابعة الصحافة المكتوبة، و 13% من الإناث تفضلن متابعة الإذاعة و 5% تفضلن متابعة التلفزيون، و 2% تفضلن متابعة الصحافة المكتوبة.

كذلك بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 9% من المستوى الابتدائي يفضل متابعة التلفزيون و 6% تفضل متابعة الإذاعة. أما المستوى المتوسط فهناك 11% تفضل متابعة التلفزيون و 8% تفضل متابعة الإذاعة، بينما 1% تتابع الصحافة المكتوبة. و هي نسبة ضعيفة جدا راجعة إلى نقص هذه الوسيلة الإعلامية و ضعفها داخل المجتمع الصحراوي. و 27% من المستوى الثانوي تفضل متابعة الإذاعة بينما 12% تفضل التلفزيون، أما بالنسبة إلى المستوى الجامعي هناك 10% تفضل متابعة التلفزيون و 9% تتابع الإذاعة، و 6% تتابع الصحافة المكتوبة.

وحيث أن السن لدينا 16% من 16 سنة إلى 20 تفضل متابعة التلفزيون، بينما 12% تفضل الإذاعة و بينما 2% تفضل متابعة الصحافة المكتوبة. و لدينا من 21 إلى 25 سنة بنسبة 31% تفضل متابعة الإذاعة. أما من 26 إلى 33 سنة لدينا نسبة 15% تفضل متابعة التلفزيون و 7% تفضل متابعة الإذاعة، بينما 4% تفضل متابعة الصحافة المكتوبة.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية هناك نسبة 21% من الضعيفة تفضل متابعة الإذاعة، و 17% تفضل متابعة التلفزيون، و 2% تفضل الصحافة المكتوبة. أما عند المتوسطة فهناك 27% تفضل متابعة الإذاعة بينما 20% تفضل متابعة التلفزيون، و 5% تفضل الصحافة المكتوبة. وعند المرتفعة هناك 5% تفضل متابعة التلفزيون و 2% تفضل الإذاعة، و 1% تفضل متابعة الصحافة المكتوبة.

ولأن الكثير من الشباب يفضل متابعة الإذاعة لأنها تحظى بشعبية كبيرة و جمهور كبير، و كذلك التلفزيون لديه اهتمام كذلك لما يقدمه من صور و مظاهرات في المناطق المحتلة، و رغم الضعف الذي يعاني منه إلا أنه يلبي حاجيات الجمهور من آخر الأخبار للقضية الوطنية (القضية الصحراوية).

1.2. الجدول رقم (2): جدول مركب يوضح المدة التي يقضيها المبحوثين للتعرض لوسائل الإعلام

المجموع		حسب الأحداث		مرة في الأسبوع		يومية		الأجوبة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%36	36	%25	25	%19	19	ذكر	
%20	20	%4	4	%3	3	%13	13	أنثى	
%100	100	%40	40	%28	28	%32	32	المجموع	
%15	15	%0	0	%4	4	%11	11	المستوى الابتدائي	
%20	20	%5	5	%7	7	%8	8	المستوى المتوسط	
%40	40	%25	25	%8	8	%7	7	المستوى الثانوي	
%25	25	%10	10	%9	9	%6	6	المستوى الجامعي	
%100	100	%40	40	%28	28	%32	32	المجموع	
%30	30	%5	5	%11	11	%14	14	من 16 الى 20 سنة	
%44	44	%30	30	%7	7	%7	7	من 21 الى 25 سنة	
%26	26	%5	5	%10	10	%11	11	من 26 الى 33 سنة	
%100	100	%40	40	%28	28	%32	32	المجموع	
%40	40	%18	18	%9	9	%13	13	ضعيفة	
%52	52	%19	19	%18	18	%15	15	متوسطة	
%8	8	%3	3	%1	1	%4	4	مرتفعة	
%100	100	%40	40	%28	28	%32	32	المجموع	

2.2. تحليل الجدول المركب رقم (02):

يوضح الجدول رقم (2) المدة التي يقضيها المبحوثين للتعرض لوسائل الإعلام، حيث أن نسبة 36% من الذكور المدة التي تقضيها للتعرض لوسائل الإعلام هي حسب الأحداث، و 25% مدتها في التعرض لوسائل الإعلام هي مرة في الأسبوع، و 19% مدتها هي يوميا. كما توجد 13% من الإناث مدتها التي تقضيها أمامها هي يوميا، تليها نسبة 4% حسب الأحداث، و 3% المدة التي تقضيها للتعرض لوسائل الإعلام هي مرة في الأسبوع.

كذلك بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 11% من المستوى الابتدائي المدة التي تقضيها للتعرض لوسائل الإعلام هي يوميا، و 4% المدة التي تقضيها هي مرة في الأسبوع. أما بالنسبة للمستوى المتوسط هو أن نسبة 8% يقضي أصحابها في التعرض لوسائل الإعلام هي يوميا، تليها نسبة

7% مرة في الأسبوع، و 5% مدتها هي حسب الأحداث. أما المستوى الثانوي كانت أعلى نسبة هي من يتعرضون لوسائل الإعلام حسب الأحداث و كانت 25%، أما المرتبة الثانية فهي 8% يتعرض أصحابها لوسائل الإعلام مرة في الأسبوع، أما 7% فهم يتعرضون يوميا لوسائل الإعلام. و المستوى الجامعي كانت اعلى نسبة عنده هي 10% و المدة هي حسب الأحداث، أي أن المدة التي يقضيها هي حسب الأحداث، و تليها نسبة 9% مرة في الأسبوع، و تليها 6% يوميا.

و في السن لدينا 14% من 16 إلى 20 سنة المدة التي تقضيها للتعرض لوسائل الإعلام هي يوميا، بينما نسبة 11% مرة في الأسبوع للتعرض لوسائل الإعلام و 5% حسب الأحداث. ولدينا من 21 إلى 25 سنة المدة التي تقضيها للتعرض لوسائل الإعلام هي 30% حسب الأحداث، و 7% مرة في الأسبوع، و كذا يوميا 7%. و لدينا من 26 إلى 33 سنة كانت أعلى نسبة 11% و المدة التي تقضيها في التعرض لوسائل الإعلام هي يوميا، و تليها مرة في الأسبوع بنسبة 10% و 5% حسب الأحداث.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية هناك نسبة 18% من الحالة الضعيفة المدة التي يقضونها في التعرض لوسائل الإعلام هي حسب الأحداث، و بعدها 13% تتابع وسائل الإعلام يوميا، و 9% مرة في الأسبوع. أما عند الحالة المتوسطة فهناك نسبة 19% المدة التي يقضونها للتعرض لوسائل الإعلام هي حسب الأحداث، و تليها مرة في الأسبوع بنسبة 18%، و 15% يوميا. و عند الحالة المرتفعة هناك 4% المدة التي تقضيها للتعرض لوسائل الإعلام هي يوميا، و بعدها 3% تتابعها حسب الأحداث، و 1% مرة في الأسبوع.

1.3. الجدول رقم (3): جدول مركب يوضح ترتيب المبحوثين حسب متابعة وسائل الإعلام المحلية:

المتغيرات		الأجوبة		نعم		لا		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	70%	70	10%	10	80%	80	80%	80
	أنثى	16%	16	4%	4	20%	20	20%	20
	المجموع	86%	86	14%	14	100%	100	100%	100
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	13%	13	2%	2	15%	15	13%	13
	المستوى المتوسط	14%	14	6%	6	20%	20	14%	14
	المستوى الثانوي	39%	39	1%	1	40%	40	39%	39
	المستوى الجامعي	20%	20	5%	5	25%	25	20%	20
	المجموع	86%	86	14%	14	100%	100	86%	86
السن	من 16 الى 20 سنة	22%	22	8%	8	30%	30	22%	22
	من 21 الى 25 سنة	42%	42	2%	2	44%	44	42%	42
	من 26 الى 33 سنة	22%	22	4%	4	26%	26	22%	22
	المجموع	86%	86	14%	14	100%	100	86%	86
الحالة الاقتصادية	ضعيفة	37%	37	3%	3	40%	40	37%	37
	متوسطة	48%	48	4%	4	52%	52	48%	48
	مرتفعة	1%	1	7%	7	8%	8	1%	1
	المجموع	86%	86	14%	14	100%	100	86%	86

2.3. تحليل الجدول المركب رقم (03):

يوضح الجدول رقم (3) أن نسبة 70% من الذكور تتابع وسائل الإعلام المحلية و 10% لا تتابعها، و هناك 16% من الإناث تتابعن وسائل الإعلام المحلية و 4% لا تتابعنها.

كذلك بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 13% من أصحاب المستوى الابتدائي تتابع وسائل الإعلام المحلية، و 2% لا تتابعها. أما المستوى المتوسط فهناك 14% تتابع وسائل الإعلام المحلية، و 6% لا تتابعها. أما عن المستوى الثانوي فهناك نسبة 39% تتابع وسائل الإعلام المحلية، و 1% لا تتابعها. أما المستوى الجامعي هناك نسبة 20% تتابع وسائل الإعلام المحلية و 8% لا تتابعها.

أما من ناحية السن فالذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 25 سنة هناك نسبة 42% منهم يتابعون وسائل الإعلام المحلية، و 2% لا يتابعونها. و هناك نسبة 22% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة تتابع وسائل الإعلام المحلية، و 4% منهم لا تتابعها.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية، هناك نسبة 37% من ذوي الحالة الضعيفة تتابع وسائل الإعلام المحلية و 3% لا تتابع. أما عند المتوسطة فهناك 48% تتابع وسائل الإعلام المحلية، و 4% لا تتابعها. و 7% من ذوي الحالة المرتفعة لا تتابع وسائل الإعلام المحلية و 1% تتابعها.

1.4. الجدول رقم (4): جدول مركب يوضح ترتيب الموضوعات السياسية المفضل وجودها في وسائل الإعلام المحلية لدى المبحوثين:

المتغيرات		الأجوبة		الشؤون المحلية		الشؤون العالمية		الشؤون الإقليمية		موضوعات متنو		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	34	34%	5	5%	28	28%	13	13%	80	80%		
	أنثى	12	12%	2	2%	2	2%	4	4%	20	20%		
	المجموع	46	46%	7	7%	30	30%	17	17%	100	100%		
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	9	9%	1	1%	2	2%	3	3%	15	15%		
	المستوى المتوسط	12	12%	2	2%	4	4%	2	2%	20	20%		
	المستوى الثانوي	17	17%	3	3%	14	14%	6	6%	40	40%		
	المستوى الجامعي	8	8%	1	1%	10	10%	6	6%	25	25%		
السن	المجموع	46	46%	7	7%	30	30%	17	17%	100	100%		
	من 16 الى 20 سنة	15	15%	4	4%	8	8%	3	3%	30	30%		
	من 21 الى 25 سنة	13	13%	1	1%	16	16%	14	14%	44	44%		
	من 26 الى 33 سنة	18	%	2	2%	6	6%	0	0%	26	26%		
الحالة الاقتصادية	المجموع	46	46%	7	7%	30	30%	17	17%	100	100%		
	ضعيفة	22	22%	1	1%	8	8%	9	9%	40	40%		
	متوسطة	20	20%	5	%	19	19%	8	8%	52	52%		
	مرتفعة	4	4%	1	%	3	3%	0	0%	8	8%		
المجموع	46	46%	7	7%	30	30%	17	17%	100	100%			

2.4. تحليل الجدول المركب رقم (4):

يوضح الجدول رقم (4) أن نسبة 34% من الذكور تفضل وجود الشؤون المحلية في وسائل الإعلام المحلية، و 28% تفضل الشؤون الإقليمية، وكذا 5% تفضل وجود الشؤون العالمية في وسائل الإعلام المحلية. و بالنسبة للإناث هناك 12% يفضلن وجود الشؤون المحلية في وسائل الإعلام المحلية، و 4% منهن تفضلن وجود موضوعات متنوعة.

كذلك بالنسبة للمستوى التعليمي 9% من المستوى الابتدائي يفضلون وجود الشؤون المحلية، و 3% تفضل وجود الموضوعات المتنوعة، و 2% تفضل الشؤون الإقليمية و بالإضافة إلى 1% للشؤون العالمية. أما المستوى المتوسط 12% تفضل وجود الشؤون المحلية و 4% الشؤون الإقليمية، و 2% تفضل وجود الشؤون العالمية و موضوعات متنوعة. أما المستوى الثانوي هناك 17% تفضل وجود الشؤون المحلية في وسائل الإعلام، و 14% تفضل وجود الشؤون الإقليمية، و 6% تفضل وجود موضوعات متنوعة و 3% تفضل الشؤون العالمية. أما المستوى الجامعي

10% منه تفضل الشؤون الإقليمية و 8% تفضل وجود الشؤون المحلية، و 6% تفضل وجود موضوعات متنوعة، و 1% تفضل وجود الشؤون العالمية.

و من ناحية السن لدينا 15% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة تفضل الشؤون المحلية، و 8% تفضل الشؤون الإقليمية و 4% تفضل وجود الشؤون العالمية في وسائل الإعلام المحلية، في حين تفضل 3% منهم وجود الموضوعات المتنوعة. 16% من الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة تفضل الشؤون الإقليمية، و 14% منهم يفضلون الموضوعات المتنوعة، في حين يفضل 13% منهم الشؤون المحلية، و 1% تفضل الشؤون العالمية. و عند الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة 18% منهم يفضلون وجود الشؤون المحلية، و 6% تفضل وجود الشؤون الإقليمية، و 2% منهم تفضل الشؤون العالمية.

و بالنسبة للحالة الاقتصادية نجد 22% من ذوي الحالة الضعيفة يفضلون وجود الشؤون المحلية، و 9% منهم يفضلون الموضوعات المتنوعة، و 8% تفضل وجود الشؤون الإقليمية، و 1% تفضل الشؤون العالمية. أما بالنسبة لذوي الحالة المتوسطة فهناك 20% منهم يفضلون الشؤون المحلية، و 19% يفضلون الشؤون الإقليمية، و 8% تفضل وجود موضوعات متنوعة. و 5% تفضل وجود الشؤون العالمية. و عند ذوي الحالة المرتفعة 4% تفضل وجود الشؤون المحلية، و 3% وجود الشؤون الإقليمية، و 1% تفضل وجود الشؤون العالمية.

المحور الثاني: اهتمام الشباب الصحراوي بالقضايا السياسية:

1.5. الجدول رقم (5): جدول مركب يوضح مدى اهتمام المبحوثين بالقضايا السياسية:

المجموع		أحيانا		لا		نعم		الأجوبة المتغيرات										
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار											
الجنس									ذكر									
									أنثى									
									المجموع									
المستوى التعليمي									المستوى الابتدائي									
									المستوى المتوسط									
									المستوى الثانوي									
									المستوى الجامعي									
									المجموع									
									السن									من 16 الى 20 سنة
																		من 21 الى 25 سنة
من 26 الى 33 سنة																		
المجموع																		
الحالة الاقتصادية									ضعيفة									
									متوسطة									
									مرتفعة									
									المجموع									

2.5. تحليل الجدول المركب رقم (05):

يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة 42% من الذكور تهتم بالقضايا السياسية، و 29% منهم أحيانا، و 9% لا تهتم بالقضايا. و عند الإناث 16% منهن تهتم بالقضايا السياسية و 3% أحيانا، و 1% لا تهتم.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 9% من ذوي المستوى الابتدائي تهتم أحيانا بالقضايا السياسية، و 4% منهم تهتم بها، و 2% لا تهتم. أما المستوى المتوسط 12% منهم تهتم بالقضايا السياسية و 5% أحيانا، و 3% لا تهتم. و عند المستوى الثانوي 20% منهم يهتمون بالقضايا

السياسية، و 16% أحيانا و 4% لا يهتمون. و لدى المستوى الجامعي 22% تهتم بالقضايا السياسية و 2% أحيانا و 1% لا تهتم.

و من حيث السن لدينا نسبة 18% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة تهتم بالقضايا السياسية، و 10% أحيانا و 1% لا تهتم. أما الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 25 سنة لدينا نسبة 22% تهتم بالقضايا السياسية، و 16% أحيانا و 6% لا تهتم. و لدينا 18% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة يهتمون بالقضايا السياسية، و 6% أحيانا، و 2% لا تهتم.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية، فبالنسبة لذوي الحالة الضعيفة هناك 20%، تهتم بالقضايا السياسية و 18% أحيانا و 2% لا تهتم. أما الحالة المتوسطة 35% منهم يهتمون بالقضايا السياسية، 10% أحيانا و 7% لا تهتم. و عند ذوي الحالة المرتفعة هناك 4% أحيانا، و 3% لا تهتم و 1% تهتم.

1.6. الجدول رقم (6): جدول مركب يوضح نوعية القضايا السياسية التي يفضل المبحوثين

متابعتها

المتغيرات	الأجوبة		محلية		إقليمية		دولية		المجموع		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الجنس	ذكر	53%	53	15%	15	12%	12	80%	80	80%	80
	أنثى	15%	15	3%	3	2%	2	20%	20	20%	20
	المجموع	68%	68	18%	18	14%	14	100%	100	100%	100
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	10%	10	4%	4	1%	1	15%	15	15%	15
	المستوى المتوسط	14%	14	2%	2	4%	4	20%	20	20%	20
	المستوى الثانوي	31%	31	4%	4	5%	5	40%	40	40%	40
	المستوى الجامعي	13%	13	8%	8	4%	4	25%	25	25%	25
السن	المجموع	68%	68	18%	18	14%	14	100%	100	100%	100
	من 16 الى 20 سنة	18%	18	7%	7	5%	5	30%	30	30%	30
	من 21 الى 25 سنة	36%	36	3%	3	5%	5	44%	44	44%	44
	من 26 الى 33 سنة	14%	14	8%	8	4%	4	26%	26	26%	26
الحالة الاقتصادية	المجموع	68%	68	18%	18	14%	14	100%	100	100%	100
	ضعيفة	26%	26	8%	8	6%	6	40%	40	40%	40
	متوسطة	37%	37	8%	8	7%	7	52%	52	52%	52
	مرتفعة	5%	5	2%	2	1%	1	8%	8	8%	8
المجموع	68%	68	18%	18	14%	14	100%	100	100%	100	

2.6. تحليل الجدول المركب رقم (06):

يوضح الجدول رقم (6) أن نسبة 53% من الذكور تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 15% تفضل متابعة الإقليمية، و 12% تفضل متابعة القضايا السياسية الدولية.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 10% من المستوى الإبتدائي تفضل متابعة القضايا المحلية، و 4% تفضل متابعة الإقليمية و 1% تفضل الدولية. و المستوى المتوسط 14% تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 4% تفضل متابعة الدولية و 2% تفضل متابعة الإقليمية. أما المستوى الثانوي 31% منه تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 5% تفضل متابعة الدولية و 4% تفضل متابعة الإقليمية. أما المستوى الجامعي 13% تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 8% تفضل القضايا الإقليمية و 4% تفضل القضايا السياسية الدولية.

أما بالنسبة للسن لدينا 18% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 5% تفضل متابعة الدولية و 7% تفضل الإقليمية. و لدينا 36% من الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة يفضلون متابعة القضايا السياسية المحلية، و 5% تفضل متابعة الدولية و 3% تفضل الإقليمية. و لدينا من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 8% تفضل متابعة الإقليمية و 4% تفضل الدولية.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية فلدينا نسبة 26% من ذوي الحالة الضعيفة تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 8% تفضل متابعة الإقليمية و 6% تتابع الدولية. أما عند ذوي الحالة المتوسطة 37% منهم تفضل متابعة المحلية، و 8% تفضل متابعة الإقليمية و 7% تفضل متابعة الدولية. أما عند ذوي الحالة المرتفعة 5% تفضل متابعة القضايا السياسية المحلية، و 2% تفضل متابعة الإقليمية و 1% تفضل متابعة الدولية.

1.7. الجدول رقم (7): جدول مركب يوضح الفترة الزمنية التي يمنحها المبحوثين لأنفسهم لمتابعة القضايا السياسية

المتغيرات	أقل من ساعة		ساعة		أكثر من ساعة		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الجنس	ذكر	18	18%	49	13%	80	80%
	أنثى	15	15%	4	1%	20	20%
	المجموع	33	33%	53	14%	100	100%
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	12	12%	2	1%	15	15%
	المستوى المتوسط	16	16%	3	3%	20	20%
	المستوى الثانوي	3	3%	29	8%	40	40%
	المستوى الجامعي	2	2%	19	4%	25	25%
المجموع	33	33%	53	14%	100	100%	
السن	من 16 الى 20 سنة	13	13%	14	3%	30	30%
	من 21 الى 25 سنة	2	2%	37	5%	44	44%
	من 26 الى 33 سنة	18	2%	2	6%	26	26%
	المجموع	33	33%	53	14%	100	100%
الحالة الاقتصادية	ضعيفة	4	4%	33	3%	40	40%
	متوسطة	25	25%	19	8%	52	52%
	مرتفعة	4	4%	1	3%	8	8%
	المجموع	33	33%	53	14%	100	100%

2.7. تحليل الجدول المركب رقم 07:

يوضح الجدول رقم (7) أن نسبة 49% من الذكور تمنح لنفسها ساعة لمتابعة القضايا السياسية، و 18% تمنح لنفسها أقل من ساعة لمتابعتها، و 13% تمنح أكثر من ساعة لمشاهدتها. و 15% من الإناث تمنح لنفسها أقل من ساعة، و 4% يمنحن لأنفسهن ساعة لمشاهدة القضايا السياسية، و 1% يمنحن أكثر من ساعة لأنفسهن لمشاهدة القضايا السياسية.

أما من ناحية المستوى التعليمي لدينا 12% من المستوى الابتدائي يمنحون لأنفسهم أقل من ساعة لمشاهدة القضايا السياسية، 2% يمنحون ساعة لمشاهدة القضايا السياسية و 1% يمنحون أكثر من ساعة لمشاهدتها. أما المستوى المتوسط لدينا 16% منهم يمنحون لأنفسهم أقل من ساعة، و 3% تمنح لنفسها ساعة لمتابعة القضايا السياسية، و 1% أكثر من ساعة لمشاهدتها. أما المستوى

الثانوي 29% منهم يمنحون ساعة لأنفسهم لمتابعة القضايا السياسية، و 8% يمنحون أكثر من ساعة، و 3% أقل من ساعة. أما المستوى الجامعي لدينا 19% تمنح لنفسها ساعة لمتابعة القضايا السياسية، و 4% أكثر من ساعة و 2% أقل من ساعة.

و من ناحية السن لدينا 14% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة يمنحون لأنفسهم ساعة لمتابعة القضايا السياسية، 13% أقل من ساعة لمتابعتها، و 3% أكثر من ساعة. أما الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة لدينا نسبة 37% تمنح لنفسها ساعة لمتابعة القضايا، و 5% أكثر من ساعة و 2% أقل من ساعة. و عند الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة نسبة 18% يمنحون لأنفسهم أقل من ساعة، و 6% تمنح لنفسها أكثر من ساعة و 2% تمنح ساعة لمتابعة القضايا السياسية.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية لدينا 33% من ذوي الحالة الضعيفة يمنحون لأنفسهم ساعة لمتابعة القضايا السياسية، 4% أقل من ساعة و 3% أكثر من ساعة. و 25% من ذوي الحالة المتوسطة تمنح لنفسها أقل من ساعة لمتابعة القضايا السياسية، و 13% ساعة و 8% أكثر من ساعة. أما عند الحالة المرتفعة لدينا 4% تمنح لنفسها أقل من ساعة لمتابعة هذه القضايا، و 3% تمنح أكثر من ساعة لمتابعتها، و 1% تمنح ساعة.

المحور الثالث: مساهمة وسائل الإعلام في امداد الشباب بالمعلومات السياسية:

1.8. الجدول رقم (8): جدول مركب يوضح أحسن وسائل الإعلام التي تستخدم في التوعية السياسية عند المبحوثين

المتغيرات	الأجوبة		الإذاعة		التلفزيون		الصحف		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	58%	58	21%	21	1%	1	80%	80	80%
	أنثى	12%	12	6%	6	2%	2	20%	20	20%
	المجموع	70%	70	27%	27	3%	3	100%	100	100%
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	12%	12	3%	3	0%	0	15%	15	15%
	المستوى المتوسط	14%	14	5%	5	1%	1	20%	20	20%
	المستوى الثانوي	28%	28	11%	11	1%	1	40%	40	40%
	المستوى الجامعي	16%	16	8%	8	1%	1	25%	25	25%
السن	المجموع	70%	70	27%	27	3%	3	100%	100	100%
	من 16 الى 20 سنة	18%	18	11%	11	1%	1	30%	30	30%
	من 21 الى 25 سنة	29%	29	14%	14	1%	1	44%	44	44%
	من 26 الى 33 سنة	23%	23	2%	2	1%	1	26%	26	26%
الحالة الاقتصادية	المجموع	70%	70	27%	27	3%	3	100%	100	100%
	ضعيفة	35%	35	5%	5	0%	0	40%	40	40%
	متوسطة	33%	33	18%	18	1%	1	52%	52	52%
	مرتفعة	2%	2	4%	4	2%	2	8%	8	8%
المجموع	70%	70	27%	27	3%	3	100%	100	100%	

2.8. تحليل الجدول المركب رقم 08:

يوضح الجدول رقم (8) أن نسبة 58% من الذكور ترى أن أحسن وسيلة تستخدم للتوعية السياسية هي الإذاعة، و 21% ترى أن أحسن وسيلة تستخدم هي التلفزيون، و 1% ترى أنها الصحف. و 12% من الإناث ترى أن أحسن وسيلة هي الإذاعة، و 6% ترى أن التلفزيون هو أحسن وسيلة مستخدمة، و 2% ترى الصحف هي أحسن وسيلة.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 12% من المستوى الابتدائي ترى أن أحسن وسيلة إعلامية تستخدم للتوعية السياسية هي الإذاعة، تليه التلفزيون بنسبة 3%. أما المستوى المتوسط هناك نسبة 14% ترى أن أحسن وسيلة تستخدم هي الإذاعة، و تليها في المرتبة التلفزيون بنسبة 5%،

و الصحف بنسبة 1%. أما المستوى الثانوي فلدينا 28% ترى أن الإذاعة هي أحسن وسيلة إعلامية تستخدم للتوعية السياسية، تليها التلفزيون بنسبة 11% و الصحف أضعف نسبة هي 1%. أما المستوى الجامعي لدينا 16% ترى أن الإذاعة هي أحسن وسيلة تستخدم للتوعية، و 8% التلفزيون و 1% للصحف.

و من حيث السن لدينا 18% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة ترى أن أحسن وسيلة تستخدم للتوعية السياسية هي الإذاعة، و يليها التلفزيون بنسبة 11% و 1% كنسبة ضعيفة للصحف. أما الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة لدينا 25% منهم ترى أن الإذاعة هي أحسن وسيلة تستخدم للتوعية السياسية، ونسبة 14% منهم ترى أن التلفزيون هو أحسن وسيلة، و 1% للصحف كأحسن وسيلة. و لدينا من تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة نسبة 23% منهم يرون أن أحسن وسيلة تستخدم للتوعية السياسية هي الإذاعة، و هناك نسبة 2% ترى أن الأحسن هو التلفزيون، و 1% ترى أنه الصحف.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية، هناك نسبة 35% من ذوي الحالة الضعيفة يرون أن الإذاعة هي أحسن وسيلة تستخدم للتوعية السياسية، و 5% ترى أن التلفزيون أحسن، أما الحالة المتوسطة فلدينا نسبة 33% ترى أن أحسن وسيلة هي الإذاعة، ثم التلفزيون بنسبة 18%. أما ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة 4% منهم يرون أن التلفزيون هو أحسن وسيلة، ثم تليه الإذاعة بنسبة 2%.

و نلاحظ من خلال الجدول أن أحسن وسيلة تستخدم للتوعية السياسية هي الإذاعة، و هذا ما وضحته نتائج الدراسة.

1.9. الجدول رقم (9): جدول مركب يوضح مدى اهتمام المبحوثين عند تعرضهم لمواضيع

تتضمن قضايا سياسية

المجموع		لا تتابعها باهتمام		تتابعها باهتمام		الأجوبة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%16	16	%64	64	ذكر	الجنس
%20	20	%14	14	%6	6	أنثى	
%100	100	%30	30	%70	70	المجموع	
%15	15	%8	8	%7	7	المستوى الابتدائي	المستوى التعليمي
%20	20	%7	7	%13	13	المستوى المتوسط	
%40	40	%10	10	%30	30	المستوى الثانوي	
%25	25	%5	5	%20	20	المستوى الجامعي	
%100	100	%30	30	%70	70	المجموع	
%30	30	%13	13	%17	17	من 16 الى 20 سنة	السن
%44	44	%9	9	%35	35	من 21 الى 25 سنة	
%26	26	%8	8	%18	18	من 26 الى 33 سنة	
%100	100	%30	30	%70	70	المجموع	
%40	40	%7	7	%33	33	ضعيفة	الحالة الاقتصادية
%52	52	%20	20	%32	32	متوسطة	
%8	8	%3	3	%5	5	مرتفعة	
%100	100	%30	30	%70	70	المجموع	

2.9. تحليل الجدول المركب رقم 09:

يوضح الجدول رقم (9) أن نسبة 64% من الذكور تتابع المواضيع السياسية باهتمام عند تعرضهم لوسائل الإعلام، و هي نسبة كبيرة حيث أن 16% فقط لا تتابع هذه المواضيع باهتمام. و 14% من الإناث لا تتابع القضايا السياسية باهتمام عند تعرضهم لوسائل الإعلام، و 6% تتابع المواضيع السياسية باهتمام عند تعرضها لوسائل الإعلام.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي هناك 8% من المستوى الابتدائي لا تتابع المواضيع السياسية باهتمام عند تعرضها لوسائل الإعلام، و 7% تتابعها باهتمام. و عند المستوى المتوسط 13% منهم يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 7% لا يتابعونها باهتمام. أما عند المستوى الثانوي 30% منهم يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 10%

منهم لا يتابعونها باهتمام. أما المستوى الجامعي 20% منهم يتابعونها ، و 5% لا يتابعونها باهتمام.

و لدينا من ناحية السن 17% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 13% منهم لا يتابعونها باهتمام. و لدينا 35% من الذي تتراوح أعمارهم بين 21 و 25 سنة يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 9% لا يتابعونها باهتمام. 18% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام.

أما بالنسبة للحالة الاقتصادية هناك نسبة 33% من ذوي الحالة الضعيفة تتابع المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 7% لا يتابعونها باهتمام. أما ذوي الحالة الاقتصادية المتوسطة لدينا 32% يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 20% لا يتابعونها باهتمام. و 5% عند ذوي الحالة المرتفعة يتابعون المواضيع التي تتضمن قضايا سياسية باهتمام، و 3% لا يتابعونها باهتمام.

و نلاحظ خلال الجدول أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتابعون المواضيع التي تتضمن القضايا السياسية باهتمام.

1.10.الجدول رقم (10): جدول مركب يوضح مدى زيادة وسائل الإعلام في المعلومات السياسية لدى المبحوثين

المتغيرات		الأجوبة		نعم		لا		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	74	74%	6	6%	80	80%		
	أنثى	18	18%	2	2%	20	20%		
	المجموع	92	92%	8	8%	100	100%		
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	12	12%	3	3%	15	15%		
	المستوى المتوسط	18	18%	2	2%	20	20%		
	المستوى الثانوي	38	38%	2	2%	40	40%		
	المستوى الجامعي	24	24%	1	1%	25	25%		
	المجموع	92	92%	8	8%	100	100%		
السن	من 16 الى 20 سنة	28	28%	2	2%	30	30%		
	من 21 الى 25 سنة	39	39%	5	5%	44	44%		
	من 26 الى 33 سنة	25	25%	1	1%	26	26%		
	المجموع	92	92%	8	8%	100	100%		
الحالة الاقتصادية	ضعيفة	38	38%	2	2%	40	40%		
	متوسطة	47	47%	5	5%	52	52%		
	مرتفعة	7	7%	1	1%	8	8%		
	المجموع	92	92%	8	8%	100	100%		

2.10.تحليل الجدول رقم 10:

يوضح الجدول رقم (10) أن نسبة 74% من الذكور ترى أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لدى المبحوثين، و 6% ترى أنها لا تزيد. و 18% من الإناث ترى أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية، و 2% ترى أنها لا تزيد من المعلومات السياسية.

كذلك بالنسبة للمستوى التعليمي، لدينا 12% من ذوي المستوى الإبتدائي ترى أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 3% ترى أنها لا تزيد. أما المستوى المتوسط هناك 18% ترى أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 2% ترى أنها لا تزيد. وعند

المستوى الثانوي هناك 38% ترى أنها تزيد من المعلومات السياسية، و 2% ترى العكس. و 2% من المستوى الجامعي يرون أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 1% يرون العكس.

أما الحالة الاقتصادية لدينا 38% من ذوي الحالة الضعيفة يرون أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 2% يرون أنها لا تزيد منها. و عند الحالة الاقتصادية المتوسطة 47% يرون أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 5% يرون عكس ذلك. وعند ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة هناك 7% يرون أنها تزيدهم من المعلومات السياسية و 1% ترى أنها لا تزيد.

و نلاحظ من خلال النسب، أن عدد كبير من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لديهم.

1.11. الجدول رقم (11): جدول مركب يوضح مدى كفاية المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام

لتنمية المجال السياسي لدى المبحوثين

المجموع		لا		نعم		الأجوبة المتغيرات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%80	80	%30	30	%50	50	ذكر	الجنس
%20	20	%7	7	%13	13	أنثى	
%100	100	%37	37	%63	63	المجموع	
%15	15	%7	7	%8	8	المستوى الابتدائي	المستوى التعليمي
%20	20	%7	7	%13	13	المستوى المتوسط	
%40	40	%12	12	%28	28	المستوى الثانوي	
%25	25	%11	11	%14	14	المستوى الجامعي	
%100	100	%37	37	%63	63	المجموع	
%30	30	%10	10	%20	20	من 16 الى 20 سنة	السن
%44	44	%15	15	%29	29	من 21 الى 25 سنة	
%26	26	%12	12	%14	14	من 26 الى 33 سنة	
%100	100	%37	37	%63	63	المجموع	
%40	40	%12	12	%28	28	ضعيفة	الحالة الاقتصادية
%52	52	%22	22	%30	30	متوسطة	
%8	8	%3	3	%5	5	مرتفعة	
%100	100	%37	37	%63	63	المجموع	

2.11. تحليل الجدول المركب رقم 11:

يوضح الجدول رقم (11) أن نسبة 50% من الذكور ترى أن المعلومات السياسية التي تبثها وسائل الإعلام تنمي المجال السياسي لديهم، و 30% لا ترى بأنها كافية لتنمية المجال السياسي لديهم. و 13% من الإناث ترى أنها تنمي المجال السياسي لديهم، في حين ترى 7% منهم أنها لا تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم.

أما من ناحية المستوى التعليمي، لدينا 8% من ذوي المستوى الإبتدائي يرون أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم، و 7% منهم يرون عكس ذلك. أما المستوى المتوسط لدينا 13% منه ترى أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام كافية، و 7% ترى أنها لا تكفي. أما المستوى الثانوي لدينا نسبة 28% ترى أنها تكفي لتنمية المجال السياسي

لديهم، و 12% ترى أنها لا تكفي لتنميته. و 14% من ذوي المستوى الجامعي ترى أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم، و 11% ترى عكس ذلك.

أما من حيث السن لدينا 20% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة يرون أن المعلومات السياسية التي تبثها وسائل الإعلام تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم، و 10% يرون أنها لا تكفي لتنميته. و الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة يرى 29% منهم أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم، و 15% منهم يرون عكس ذلك. و 14% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة يرون أن هذه المعلومات تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم، و 12% لا يرون أنها تكفي لتنمية هذا المجال.

أما الحالة الاقتصادية لدينا نسبة 28% من ذوي الحالة الضعيفة يرون أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام تنمي المجال السياسي لديهم، 12% يرون العكس. في حين يرى 30% من ذوي الحالة الاقتصادية المتوسطة أن هذه المعلومات تكفي لتنمية المجال السياسي عندهم، و 22% منهم يرون بعكس ذلك. و عند ذوي الحالة المرتفعة يرى 5% منهم أن هذه المعلومات تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم، و يرى 3% أنها لا تكفي.

من الملاحظ في النسب أن عدد كبير من المبحوثين يرون أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم.

المحور الرابع: دور وسائل الإعلام المحلية في التنشئة السياسية:

1.12. الجدول رقم (12): جدول مركب يوضح دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية لدى المبحوثين

المجموع		لا		نعم		الأجوبة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%15	15	%65	65	ذكر	الجنس
%20	20	%1	1	%19	19	أنثى	
%100	100	%16	16	%84	84	المجموع	
%15	15	%3	3	%12	12	المستوى الابتدائي	المستوى التعليمي
%20	20	%2	2	%18	18	المستوى المتوسط	
%40	40	%6	6	%34	34	المستوى الثانوي	
%25	25	%5	5	%20	20	المستوى الجامعي	
%100	100	%16	16	%84	84	المجموع	السن
%30	30	%4	4	%26	26	من 16 الى 20 سنة	
%44	44	%10	10	%34	34	من 21 الى 25 سنة	
%26	26	%2	2	%24	24	من 26 الى 33 سنة	
%100	100	%16	16	%84	84	المجموع	الحالة الاقتصادية
%40	40	%3	3	%37	37	ضعيفة	
%52	52	%10	10	%42	42	متوسطة	
%8	8	%3	3	%5	5	مرتفعة	
%100	100	%16	16	%84	84	المجموع	

2.12. تحليل الجدول المركب رقم 12:

يوضح الجدول رقم (12) أن نسبة 65% من الذكور ترى أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و يرى 15% منهم العكس. في حين 19% من الإناث يرون بأنه تزيد من المعلومات السياسية لديهم.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي، يرى 12% من ذوي المستوى الابتدائي أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 3% منهم يرون أنها لا تزيد. أما المستوى المتوسط فيرى 18% منهم أن وسائل الإعلام المحلية تزيد أيضا من المعلومات السياسية لديهم، و يرى 2% فقط أنها لا تزيد منها. و عند المستوى الثانوي يرى 34% منهم أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 6% يرون بعكس ذلك. أما المستوى الجامعي فيرى 20% منهم أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و يرى 5% منهم عكس ذلك.

و من ناحية السن نجد 26% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة يرون أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 4% فقط يرون عكس ذلك. أما الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة يرى 34% من هؤلاء أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية، و 10% يرون العكس. و لدينا نسبة 24% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة يرون أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 2% يرون أنها لا تزيد من المعلومات السياسية لديهم.

أما الحالة الاقتصادية لدينا نسبة 37% من ذوي الحالة الضعيفة يرون أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 3% يرون عكس ذلك. و 42% من ذوي الحالة الاقتصادية الضعيفة يرون أنها تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و 10% يرون العكس. في حين يرى 5% من ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم، و يرى 3% منهم العكس.

نلاحظ من النسب أن عدد كبير من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام المحلية تزيد من المعلومات السياسية لديهم.

1.13.الجدول رقم (13): جدول مركب يوضح دور الإعلام المحلي في زيادة المعلومات السياسية، في حالة الاجابة بنعم ذلك راجع الى ... عند المبحوثين

المتغيرات	الأجوبة		نوعية المعلومات المقدمة من طرف الإعلام.		التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام.		مدى تنوع المعلومات السياسية التي يقدمها.		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الجنس	ذكر	32	32%	41	41%	7	7%	80	80%
	أنثى	8	8%	11	11%	1	1%	20	20%
	المجموع	40	40%	52	52%	8	8%	100	100%
المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي	6	6%	8	8%	1	1%	15	15%
	المستوى المتوسط	8	8%	11	11%	1	1%	20	20%
	المستوى الثانوي	16	16%	20	20%	4	4%	40	40%
	المستوى الجامعي	10	10%	13	13%	2	2%	25	25%
	المجموع	40	40%	52	52%	8	8%	100	100%
السن	من 16 الى 20 سنة	12	12%	16	16%	2	2%	30	30%
	من 21 الى 25 سنة	20	20%	23	23%	1	1%	44	44%
	من 26 الى 33 سنة	8	8%	13	13%	5	5%	26	26%
	المجموع	40	40%	52	52%	8	8%	100	100%
الحالة الاقتصادية	ضعيفة	16	16%	21	21%	3	3%	40	40%
	متوسطة	22	22%	25	25%	5	5%	52	52%
	مرتفعة	2	2%	6	6%	0	0%	8	8%
	المجموع	40	40%	52	52%	8	8%	100	100%

2.13.تحليل الجدول المركب رقم 13:

يوضح الجدول رقم (13) أن نسبة 41% من الذكور ترى أن الإعلام المحلي يزيد من المعلومات السياسية، و ذلك راجع إلى التوعية المستمرة التي يقوم بها، و 32% منهم يرون أنه راجع إلى نوعية المعلومات المقدمة من طرف الإعلام، و 7% ترجعه إلى تنوع المعلومات السياسية التي يقدمها. في حين 11% من الإناث يرين أن هذا راجع إلى التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام، و 8% منهن ترى أنها ناتج نوعية المعلومات المقدمة.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي لدينا 8% من المستوى الإبتدائي ترى أن الإعلام المحلي يزيد من المعلومات السياسية لديه بسبب التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام المحلي، و 6% راجع إلى نوعية المعلومات المقدمة من طرفه. أما المستوى المتوسط لدينا 11% يرونه راجع إلى التوعية

المستمرة، و 8% يرجعونه إلى نوعية المعلومات المقدمة من طرفه. و عند المستوى الثانوي يرى 20% منهم أن هذه الزيادة راجعة إلى التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام المحلي، و 16% يرونه بفضل نوعية المعلومات المقدمة، و 4% ترى أنها راجعة إلى مدى تنوع المعلومات السياسية التي يقدمها. في حين يرى 13% من أصحاب المستوى الجامعي أنها راجعة للتوعية المستمرة، و 10% ترى أنها بسبب نوعية المعلومات المقدمة من طرف الإعلام.

أما السن لدينا نسبة 16% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة يرون أن زيادة المعلومات راجع إلى التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام، و 12% يرون أنه راجع إلى نوعية المعلومات المقدمة. 23% من الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 25 سنة يرون أنه راجع التوعية المستمرة، و 20% منهم يرونه بفضل نوعية المعلومات المقدمة، و لدينا 13% من الذين تتراوح أعمارهم من 26 إلى 33 سنة يرون أن هذه الزيادة بفضل التوعية المستمرة، و 8% منهم ترى أنها راجعة إلى نوعية المعلومات المقدمة من طرف الإعلام المحلي.

أما من ناحية الحالة الاقتصادية، لدينا 21% من ذوي الحالة الاقتصادية الضعيفة يرون الزيادة في المعلومات السياسية بفضل التوعية المستمرة من طرف وسائل الإعلام المحلية، و 16% منهم يرون أنه راجع إلى نوعية المعلومات المقدمة. و أما ذوي الحالة المتوسطة يوجد 25% منهم يرون أنها راجعة إلى التوعية المستمرة، و 5% إلى نوعية المعلومات المقدمة. أما ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة 6% منهم يرونها بفضل التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام، و 2% يرونها بفضل نوعية المعلومات المقدمة.

نلاحظ أن عدد كبير من المبحوثين يرون أن زيادة المعلومات السياسية لديهم، راجع إلى التوعية المستمرة التي يقوم بها الإعلام المحلي في المجال السياسي.

1.14. الجدول رقم (14): جدول مركب يوضح عمل وسائل الإعلام المحلية على تنمية المجال

السياسي لدى المبحوثين

المجموع		تقدم معلومات سياسية تناسبني		تهتم بالقضايا العالمية		تتناول مواضيع سياسية		لأنها تطلعتني على معلومات جديدة		الأجوبة	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%40	40	%2	2	%12	12	%26	26	الجنس	
%20	20	%10	10	%0	0	%3	3	%7	7	ذكر	
%100	100	%50	50	%2	2	%15	15	%33	33	أنثى	
%15	15	%7	7	%1	1	%2	2	%5	5	المجموع	
%20	20	%10	10	%0	0	%3	3	%7	7	المستوى التعليمي	
%40	40	%20	20	%1	1	%6	6	%13	13	المستوى الابتدائي	
%25	25	%13	13	%0	0	%4	4	%8	8	المستوى المتوسط	
%100	100	%50	50	%2	2	%15	15	%33	33	المستوى الثانوي	
%30	30	%15	15	%1	1	%4	4	%10	10	المستوى الجامعي	
%44	44	%22	22	%1	1	%6	6	%15	15	المجموع	
%26	26	%13	13	%0	0	%5	5	%8	8	السن	
%100	100	%50	50	%2	2	%15	15	%33	33	من 16 الى 20 سنة	
%40	40	%20	20	%1	1	%6	6	%13	13	من 21 الى 25 سنة	
%52	52	%26	26	%1	1	%8	8	%17	17	من 26 الى 33 سنة	
%8	8	%4	4	%0	0	%1	1	%3	3	المجموع	
%100	100	%50	50	%2	2	%15	15	%33	33	الحالة الاقتصادية	
%40	40	%20	20	%1	1	%6	6	%13	13	ضعيفة	
%52	52	%26	26	%1	1	%8	8	%17	17	متوسطة	
%8	8	%4	4	%0	0	%1	1	%3	3	مرتفعة	
%100	100	%50	50	%2	2	%15	15	%33	33	المجموع	

2.14. تحليل الجدول المركب رقم 14:

يوضح الجدول رقم (14) أن نسبة 40% من الذكور ترى أن وسائل الإعلام المحلية تعمل على تنمية المجال السياسي لديها لأنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 26% كذلك ترى أنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 12% منهم تنمي هذا المجال لديهم لأنها تتناول مواضيع سياسية، و 2% لأنها تهتم بالقضايا العالمية. 10% من الإناث ترى أنها تنمي المجال السياسي لديهن لأنها تقدم

معلومات سياسية تناسبهن، و 7% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة. و 3 تتابع لأنها تتناول مواضيع سياسية.

أما المستوى التعليمي 7 تتابع من المستوى الابتدائي ترى أنها تنمي المجال السياسي لديه لأنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 5% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 1% لأنها تهتم بالقضايا العالمية. أما المستوى المتوسط 10% منهم يرون أنها تنمي المجال السياسي لديهم لأنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 7% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 3% لأنها تتناول مواضيع مهمة. و عند المستوى الثانوي 20% منهم يرون أنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 13% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 4% تتناول مواضيع سياسية. أما المستوى الجامعي لدينا 13% منهم يرون أنها تكفي لأنها تقدم مواضيع سياسية تناسبهم، و 8% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 4% لأنها تتناول مواضيع سياسية.

أما السن لدينا 15% من الذين أعمارهم بين 16 و 21 سنة يرون أنها تكفي لتنمية المجال السياسي لديهم لأنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 10% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 1% لأنها تهتم بالقضايا العالمية. أما الذين أعمارهم تتراوح بين 21 إلى 25 سنة 22% منهم يرون أنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و نسبة 15% لأنها تطلعهم على معلومات جديدة، و 1% لأنها تهتم بالقضايا العالمية. و لدينا نسبة 13% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة يرون أنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 5% لأنها تتناول مواضيع سياسية.

أما الحالة الاقتصادية لدينا نسبة 20% من ذوي الحالة الاقتصادية الضعيفة ترى أنها تكفي لأنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 6% لأنها تتناول مواضيع سياسية، و 1% لأنها تهتم بالمواضيع العالمية. أما ذوي الحالة المتوسطة لدينا 26% منهم يرون أنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 1% لأنها تهتم بالقضايا العالمية، و 17% لأنها تتناول مواضيع سياسية جديدة. أما ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة فلدينا 4% منهم ترى أنها تقدم معلومات سياسية تناسبهم، و 3% لأنها تقدم معلومات جديدة، و 1% لأنها تتناول مواضيع سياسية.

1.15. الجدول رقم (15): جدول مركب يوضح حجم المعلومات الأساسية التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للمبجوثين في مجال التنشئة السياسية:

المجموع		لا تطلع		بصورة جزئية		بصورة كافية		الأجوبة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%1	1	%31	31	%48	48	ذكر	
%20	20	%3	3	%7	7	%10	10	أنثى	
%100	100	%4	4	%38	38	%58	58	المجموع	
%15	15	%0	0	%7	7	%8	8	المستوى الابتدائي	
%20	20	%2	2	%7	7	%11	11	المستوى المتوسط	
%40	40	%1	1	%16	16	%23	23	المستوى الثانوي	
%25	25	%1	1	%8	8	%16	16	المستوى الجامعي	
%100	100	%4	4	%38	38	%58	58	المجموع	
%30	30	%1	1	%13	13	%16	16	من 16 الى 20 سنة	
%44	44	%2	2	%18	18	%24	24	من 21 الى 25 سنة	
%26	26	%1	1	%7	7	%18	18	من 26 الى 33 سنة	
%100	100	%4	4	%38	38	%58	58	المجموع	
%40	40	%1	1	%16	16	%23	23	ضعيفة	
%52	52	%3	3	%21	21	%28	28	متوسطة	
%8	8	%0	0	%1	1	%7	7	مرتفعة	
%100	100	%4	4	%38	38	%58	58	المجموع	

2.15. تحليل الجدول المركب رقم 15:

يوضح الجدول رقم (15) أن نسبة 48% من الذكور ترى أن حجم المعلومات السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية في مجال التنشئة السياسية مقدمة بصورة كافية، و 31% منهم ترى أنها تكفي بصورة جزئية، و 1% لا تطلع. في حين 10% من الإناث ترى أنها مقدمة بصورة كافية، و 7% تكفي بصورة جزئية، و بعض منهن ترى أنها لا تطلع و ذلك بنسبة 3%.

أما من ناحية المستوى التعليمي، لدينا نسبة 8% من المستوى الإبتدائي ترى أنها تكفي بصورة كافية، و 7% تكفي بصورة جزئية. أما المستوى المتوسط هناك 11% منهم يرون أنها مقدمة بصورة كافية، و 7% ترى أنها تكفي بصورة جزئية. في حين 23% من ذوي المستوى الثانوي يرون أنها مقدمة بصورة كافية، و 16% يرون أنها تكفي بصورة جزئية، و 1% ترى أنه لا

تطلع. أما المستوى الجامعي لدينا نسبة 16% منهم يرون أنها مقدمة بصورة كافية، و 8% بصورة جزئية، في حين 1% فقط يرونها لا تطلع.

و من ناحية السن لدينا 16% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة يرون أن حجم هذه المعلومات مقدمة بصورة كافية، و 13% منهم يرون أنها تكفي بصورة جزئية، و 1% منهم يرونها لا تطلع. و أما الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة لدينا 24% منهم يرون أنها مقدمة بصورة كافية، و 18% يرون أنها تكفي بصورة جزئية، 2% يرونها لا تطلع. و لدينا 18% منهم يرون أنها تكفي بصورة كافية عند الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة، و 7% منهم يرونها تكفي بصورة جزئية، و 1% منهم ترى أنها لا تطلع.

أما الحالة الاقتصادية لدينا 23% من ذوي الحالة الاقتصادية الضعيفة ترى أن المعلومات كافية في المجال التنشئة السياسي، و 16% منهم يرون أنها تكفي بصورة جزئية، و 1% يرون أنه لا تطلع. أما ذوي الحالة المتوسطة 28% منهم يرون أنها مقدمة بصورة كافية، و 21% يرون أنها تكفي بصورة جزئية، و 3% ترى أنها لا تطلع. أما ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة 7% منهم يرون أنها مقدمة بصورة كافية، 1% ترى أنها تكفي بصورة جزئية.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن عدد كبير من المبحوثين يرون أن الإعلام المحلي يقدم معلومات سياسية كافية لتنمية المجال السياسي لديهم.

المحور الخامس: مساهمة وسائل الإعلام في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب الصحراوي

1.16. الجدول رقم (16): جدول مركب يوضح مدى دور الإعلام المحلي في توعية الشباب بمضامين حول التوعية السياسية

المجموع		أحيانا		لا		نعم		الأجوبة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%24	24	%4	4	%52	52	ذكر	الجنس
%20	20	%6	6	%1	1	%13	13	أنثى	
%100	100	%30	30	%5	5	%65	65	المجموع	
%15	15	%6	6	%1	1	%8	8	المستوى الابتدائي	المستوى التعليمي
%20	20	%6	6	%0	0	%14	14	المستوى المتوسط	
%40	40	%12	12	%3	3	%25	25	المستوى الثانوي	
%25	25	%6	6	%1	1	%18	18	المستوى الجامعي	
%100	100	%30	30	%5	5	%65	65	المجموع	السن
%30	30	%9	9	%2	2	%19	19	من 16 الى 20 سنة	
%44	44	%14	14	%2	2	%28	28	من 21 الى 25 سنة	
%26	26	%7	7	%1	1	%18	18	من 26 الى 33 سنة	
%100	100	%30	30	%5	5	%65	65	المجموع	الحالة الاقتصادية
%40	40	%12	12	%3	3	%25	25	ضعيفة	
%52	52	%16	16	%2	2	%34	34	متوسطة	
%8	8	%2	2	%0	0	%6	6	مرتفعة	
%100	100	%30	30	%5	5	%65	65	المجموع	

2.16. تحليل الجدول المركب رقم 16:

يوضح الجدول رقم (16) أن نسبة 52% من الذكور يرون أن الإعلام المحلي بدوره يقوم بتوعية الشباب بمضامين حول التوعية السياسية، و 24% منهم أحيانا يقوم بهذا الدور، و 4% ترى أنه لا يؤدي دوره في توعية الشباب. في حين 13% من الإناث ترى أن الإعلام يؤدي دوره في توعية الشباب بالمضامين السياسية، و 6% منهن يرين أنه أحيانا يؤدي دوره في التوعية، و 1% منهن يرى أنه لا يؤدي دوره.

أما المستوى التعليمي لدينا 8% من المستوى الابتدائي ترى أنه يؤدي دوره في التوعية السياسية، و 6% ترى أنه أحيانا يقوم بدوره، و نسبة 1% ترى أنه لا يؤدي دوره. أما المستوى المتوسط

فنسبة 14% منهم يرون أنه يؤدي دوره، و 6% ترى أنه يؤديه أحيانا. في حين المستوى الثانوي لدينا 25% منهم يرون أنه يؤدي دوره في توعية الشباب، و 12% يرون أنه أحيانا ما يؤدي دوره في التوعية، و 3% ترى أنه لا يؤدي دوره في توعية الشباب. و 18% من المستوى الجامعي ترى أنه يؤدي دوره في توعية الشباب، و 6% ترى أنه يؤديه أحيانا، و 1% ترى أنه لا يؤدي دوره في التوعية السياسية للشباب.

أما بالنسبة للسن لدينا نسبة 19% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة يرون أن الإعلام المحلي يؤدي دوره في توعية الشباب، و 9% منهم يرون أنه يؤدي دوره أحيانا، و 2% يرون أنه لا يؤديه بتاتا. أما بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 25 سنة، 28% منهم يرون أنه يؤدي دوره في توعية الشباب، و 14% منهم يرونه أحيانا ما يؤدي هذا الدور، و 2% ترى أنه لا يؤدي دوره. و لدينا 28% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة يرون أنه يؤدي دوره في توعية الشباب، و 7% منهم يرون أنه أحيانا ما يؤدي دوره، و 1% ترى أنه لا يؤدي دوره.

و من ناحية الحالة الاقتصادية، لدينا 25% من ذوي الحالة الضعيفة يرون أن الإعلام المحلي يؤدي دوره في توعية الشباب، و 12% أحيانا ما يؤدي دوره، و 3% لا يؤدي دوره. أما ذوو الحالة المتوسطة 34% منهم يرون أن الإعلام يؤدي دوره في التوعية، و 16% منهم أحيانا يؤدي دوره، و 2% لا يؤدي دوره. أما الحال الاقتصادية المرتفعة 6% منهم ترى أنه يؤدي دوره في التوعية المستمرة، و 2% منهم ترى أنه أحيانا يؤدي دوره.

نلاحظ من خلال نسب الجدول أن عدد كبير من المبحوثين يرون أن الإعلام المحلي يؤدي دوره في توعية الشباب بمضامين حول التوعية السياسية، حيث كانت النسب الأكبر على أنه يؤدي دوره و تليها أحيانا.

1.17. الجدول رقم (17): جدول مركب يوضح كيفية مساهمة الإعلام المحلي في زيادة الوعي

السياسي عند المبحوثين

المجموع	التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي.		تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية.		الإكثار من البرامج السياسية.		الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع.		الأجوبة المتغيرات				
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار					
	%80	80	%11	11	%	16	%7	7	%46	46	ذكر	الجنس	
	%20	20	%4	4	%4	4	%0	0	%12	12	أنثى		
	%100	100	%15	15	%20	20	%7	7	%58	58	المجموع	المستوى التعليمي	
	%15	15	%3	3	%2	2	%0	0	%10	10	المستوى الابتدائي		
	%20	20	%3	3	%4	4	%1	1	%12	12	المستوى المتوسط		
	%40	40	%7	7	%8	8	%5	5	%20	20	المستوى الثانوي		
	%25	25	%2	2	%6	6	%1	1	%16	16	المستوى الجامعي		
	%100	100	%15	15	%20	20	%7	7	%58	58	المجموع		
	%30	30	%5	5	%7	7	%2	2	%16	16	من 16 الى 20 سنة		السن
	%44	44	%6	6	%9	9	%4	4	%25	25	من 21 الى 25 سنة		
	%26	26	%4	4	%4	4	%1	1	%17	17	من 26 الى 33 سنة		
	%100	100	%15	15	%20	20	%7	7	%58	58	المجموع		
	%40	40	%6	6	%8	8	%3	3	%23	23	ضعيفة	الحالة الاقتصادية	
	%52	52	%8	8	%10	10	%4	4	%30	30	متوسطة		
	%8	8	%1	1	%2	2	%0	0	%5	5	مرتفعة		
	%100	100	%15	15	%20	20	%7	7	%58	58	المجموع		

2.17. تحليل الجدول المركب رقم 17

يوضح الجدول رقم (17) أن نسبة 46% من الذكور ترى أن مساهمة الإعلام المحلي في الوعي السياسي بالاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع، و 16% منهم ترى أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية، و 11% ترى أنه يجب التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي، و 7% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية. أما الإناث لدينا 12% منهم ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع، و 4% منهن ترى أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية، و كذلك التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي.

أما المستوى التعليمي لدينا 10% من المستوى الابتدائي ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع، و 3% ترى أنه يجب التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي، و 2% منهم يرون أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية. أما المستوى المتوسط، لدينا 12% أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع، و 3% ترى أنه يجب التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي، و 1% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية. و عند المستوى الثانوي 20% ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع، و 8% أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية، و 5% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية. في حين أن المستوى الجامعي 16% منهم يرون أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين في المجال السياسي لتوضيح الصورة الصحيحة للمستمع، و 6% ترى أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية، و 1% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية.

ومن ناحية السن لدينا 16% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة يرون أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين، و 2% ترى أنه يجب الإكثار من المواضيع السياسية. أما الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 25 سنة لدينا 25% منهم ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين، و 9% ترى أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية، و 4% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية. و لدينا 17% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 33 سنة ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين، 4% يجب التطرق إلى المشاكل التي يعاني منها المجتمع الصحراوي، و كذلك يجب التطرق إلى البرامج السياسية، و 1% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية.

أما من جهة الحالة الاقتصادية، لدينا 23% من ذوي الحالة الاقتصادية الضعيفة يرون أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية، و 8% التطرق إلى البرامج السياسية، 6% التطرق إلى المشاكل التي يعاني منها المجتمع الصحراوي، و 3% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية. أما ذوي الحالة المتوسطة 30% منهم يرون ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين، 10% ترى أنه يجب تقديم برامج سياسية تزيد من وعي الشباب في القضايا السياسية، و 4% ترى أنه يجب الإكثار من البرامج السياسية. أما ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة 5% منهم ترى أنه يجب الاهتمام بالمواضيع السياسية و استضافة الكفاءات و المختصين، و 1% ترى أنه يجب التطرق إلى المشاكل السياسية التي يعاني منها المجتمع الصحراوي.

1.18.الجدول رقم (18): جدول مركب يوضح تفاعل المبحوثين مع البرامج الإعلامية التي تناولت القضية السياسية الصحراوية

المجموع		لا		نعم		الأجوبة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%80	80	%6	6	%74	74	الجنس	ذكر
%20	20	%1	1	%19	19		أنثى
%100	100	%7	7	%93	93		المجموع
%15	15	%1	1	%14	14	المستوى التعليمي	المستوى الابتدائي
%20	20	%1	1	%19	19		المستوى المتوسط
%40	40	%3	3	%37	37		المستوى الثانوي
%25	25	%2	2	%23	23		المستوى الجامعي
%100	100	%7	7	%93	93	السن	المجموع
%30	30	%2	2	%28	28		من 16 الى 20 سنة
%44	44	%3	3	%41	41		من 21 الى 25 سنة
%26	26	%2	2	%	24		من 26 الى 33 سنة
%100	100	%7	7	%93	93	الحالة الاقتصادية	المجموع
%40	40	%3	3	%37	37		ضعيفة
%52	52	%4	4	%48	48		متوسطة
%8	8	%0	0	%8	8		مرتفعة
%100	100	%7	7	%93	93		المجموع

2.18.تحليل الجدول المركب رقم 18:

يوضح الجدول رقم (18) أن نسبة 74% من الذكور تتفاعل مع البرامج الإعلامية التي تتناول القضية الصحراوية، و 6% لا تتفاعل. أما الإناث لدينا 19% يتفاعلن مع هذا النوع من البرامج، و1% منهن لا تتفاعلن.

ومن وجهة المستوى التعليمي، لدينا 14% من المستوى الابتدائي تتفاعل مع هذا النوع من البرامج و الذي يتناول القضية الصحراوية، و1% لا يتفاعل. أما المستوى المتوسط لدينا 19% منهم يتفاعلون مع هذا النوع من البرامج، و1% لا يتفاعلون. في حين عند المستوى الثانوي، نجد 37% يتفاعلون مع البرامج التي تتناول القضية الصحراوية، و3% فقط لا يتفاعلون معها. وعند

المستوى الجامعي لدينا 23% منهم تتفاعل مع هذا النوع من البرامج الإعلامية والتي تتناول القضية الصحراوية، و 2% فقط من لا تتفاعل.

أما بالنسبة للسن، 28% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 20 سنة يتفاعلون مع البرامج التي تتناول القضية الصحراوية، و 2% لا يتفاعلون. و 41%، وهي نسبة كبيرة، من الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 25 سنة و هم الذين يتفاعلون مع البرامج التي تطرح القضية الصحراوية، و 3% فقط لا يتفاعلون معها. أما من 26 إلى 33 سنة نجد نسبة التفاعل مع هذه البرامج 24%، والتي لا تتفاعل هي 2%.

أما بالنسبة إلى الحالة الاقتصادية، نجد 37% من ذوي الحالة الاقتصادية الضعيفة يتفاعلون مع البرامج التي تتناول القضية الصحراوية، 3% فقط من لا تتفاعل. أما ذوو الحالة المتوسطة 48% منهم من يتفاعلون مع هذا النوع من البرامج، و 4% هم من لا يتفاعلون. ونجد عند ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة 8% من يتفاعلون ولا نجد من لا يتفاعل مع هذه البرامج.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن أغلب المبحوثين يتفاعلون مع البرامج السياسية التي تتناول القضية الصحراوية، وهذا من خلال النسب والنتائج الكبيرة والملحوظة في الجدول.

1.19. الجدول رقم (19): جدول مركب يوضح الفائدة التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للقضية

الصحراوية حسب رأي المبحوثين

المجموع	حشد الرأي العام		فضح جرائم الاحتلال المغربي		إبراز معانات الشعب الصحراوي		المتغيرات الأجوبة		
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
المجموع	80%	80	16%	16	36%	36	28%	28	الجنس ذكر أنثى
	20%	20	4%	4	9%	9	7%	7	
	100%	100	20%	20	45%	45	35%	35	
المجموع	15%	15	3%	3	7%	7	5%	5	المستوى التعليمي المستوى الابتدائي المستوى المتوسط المستوى الثانوي المستوى الجامعي
	20%	20	4%	4	9%	9	7%	7	
	40%	40	8%	8	18%	18	14%	14	
	25%	25	5%	5	11%	11	9%	9	
المجموع	100%	100	20%	20	45%	45	35%	35	السن من 16 الى 20 سنة من 21 الى 25 سنة من 26 الى 33 سنة
	30%	30	6%	6	13%	13	11%	11	
	44%	44	9%	9	20%	20	15%	15	
	26%	26	5%	5	12%	12	9%	9	
المجموع	100%	100	20%	20	45%	45	35%	35	الحالة الاقتصادية ضعيفة متوسطة مرتفعة
	40%	40	8%	8	18%	18	14%	14	
	52%	52	11%	11	23%	23	18%	18	
	8%	8	1%	1	4%	4	3%	3	
المجموع	100%	100	20%	20	45%	45	35%	35	

2.19. تحليل الجدول المركب رقم 19:

يوضح الجدول رقم (19) أن نسبة 36% من الذكور ترى أن الفائدة التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية للقضية الصحراوية، هي فضح جرائم الاحتلال، و 28% منهم ترى أنها إبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 16% منهم يرون أنها حشد الرأي العام. و نجد 9% من الإناث ترى أن الفائدة من هذه الوسيلة هي فضح جرائم الاحتلال، و 7% منهن يرين أن الفائدة هي إبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 4% ترى أنها لحشد الرأي العام.

ومن وجهة المستوى التعليمي، لدينا 7% من المستوى الابتدائي ترى أنها لفضح جرائم الاحتلال، و 5% تراها لإبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 3% منهم يرونها لحشد الرأي العام الدولي. أما

المستوى المتوسط لدينا 9% ترى أن فائدتها هي لفضح جرائم الاحتلال، و 7% لأنها تقوم بإبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 4% ترى انه لحشد الرأي العام الدولي. في حين عند المستوى الثانوي 18% منهم يرون أنها لفضح جرائم الاحتلال، و 14% منهم ترى أن الفائدة هي إبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 8% ترى أنها لحشد الرأي العام الدولي. أما المستوى الجامعي فيرى 11% منهم أنها لفضح جرائم الاحتلال المغربي، و 5% لحشد الرأي العام.

و من جهة السن ، نجد 13% من الذين تتراوح أعمارهم بين 16 إلى 20 سنة يرون أنها من أجل فضح جرائم الاحتلال، و 11% منهم يرونها لإبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 6% ترى أنها لحشد الرأي العام الدولي. و نسبة 20% من الذين تتراوح أعمارهم من 21 إلى 25 سنة ترى أنها تعمل على فضح جرائم الاحتلال المغربي، و 15% لإبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 9% يرونها لحشد الرأي العام الدولي. و لدينا 12% من الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 33 سنة، يرون أنها تهدف إلى فضح جرائم الاحتلال، و 9% منهم يرون أنها لإبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 5% لحشد الرأي العام الدولي.

أما من وجهة الحالة الاقتصادية، لدينا 18% من ذوي الحالة الضعيفة يرون أنها لفضح جرائم الاحتلال، و 8% يرونها لحشد الرأي العام. أما ذوي الحالة المتوسطة فيرى 23% منهم أنها لفائدة فضح جرائم الاحتلال، و 18% يرونها لإبراز معاناة الشعب الصحراوي، و 11% يرونها لحشد الرأي العام. أما ذوي الحالة الاقتصادية المرتفعة فيرى 4% منهم يرونها لفضح جرائم الاحتلال، و 1% لحشد الرأي العام الدولي.

3. نتائج الدراسة:

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها، و التي تدور حول دور الإعلام الصحراوي في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية، على مجموعة من النتائج، و التي ساهمت في الإجابة عن التساؤلات، و التي يمكن حصرها فيما يلي:

1. يهتم الشباب بمتابعة القضايا السياسية المحلية، حيث أن أغلبهم يفضلون الإذاعة. و هذا ما عبّر عنه بنسبة 68% من إجمالي العينة.
2. إن أحسن وسائل الإعلام التي تستخدم للتوعية السياسية هي الإذاعة، و التي تحظى بمتابعة كبيرة من طرف الشباب، و لأنها تحظى بشعبية كبيرة داخل المجتمع الصحراوي. و تعمل على مواكبة احداث القضية الصحراوية.
3. إن وسائل الإعلام تزيد من المعلومات السياسية لدى المبحوثين، و هذا ما عبر عنه بنسبة كبيرة - 92%-. و إنها كذلك تعمل على تنمية المجال السياسي لديهم.
4. إن وسائل الإعلام الصحراوية تزيد من المعلومات السياسية لدى فئة الشباب، و هذا ما عبر عنه 84% من إجمالي المبحوثين.
5. تعمل وسائل الإعلام الصحراوية على تقديم المعلومات الأساسية التي تساعد في التنشئة السياسية داخل المجتمع.
6. إن الإعلام المحلي يقوم بدور كبير في توعية الشباب بالقضايا السياسية و المعلومات كذلك، لكن عليه بذل مجهود كبير، و التطرق إلى مضامين أكثر لدعم هذا المجال الحيوي.
7. الإعلام الصحراوي يسعى إلى زيادة الوعي السياسي داخل المجتمع الصحراوي. لكن يحتاج إلى مساعدات أكبر من طرف الخبراء و المختصين في المجال السياسي.
8. يعمل الإعلام الصحراوي بشتى أنواعه على فضح جرائم الاحتلال، و إبراز معاناة الشعب الصحراوي، و حشد الرأي العام الدولي. و هذا من الاهداف الرئيسية للإعلام الصحراوي.
9. وبذلك نستنتج اهتمام الشباب بقضيتهم الصحراوية، و حرصهم على متابعة الأحداث الجارية، و القائمة على الأراضي الصحراوية المحتلة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً الكتب:

1. احمد بن مرسلني , مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر - 2003
2. الأرامي قالي , البحث في الاتصال عناصر المنهجية (ترجمة ميلود سفاري وآخرون) ,مخبر علم الاجتماع للبحث والترجمة - الجزائر - 2004
3. الهيتي، هادي نعمان، إشكالية المستقبل في الوعي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003
4. السالك، مفتاح، البوليساريو من المراهنة على خطاب البندقية الى فعل المقاومة السلمي، مؤسسة الصحراء الحرة للنشر، ط1، الصحراء الغربية، 2010
5. الإتحاد الوطني للمرأة الصحراوية، قوة المرأة تجربة النساء الصحراويات، ط1، الصحراء الغربية، 2010
6. السالك، مفتاح، الاعلام في خدمة السلام، مطبعة مجلة الامل، الصحراء الغربية
7. السالك، مفتاح، ماء العينين مولاي، ابراهيم، خوان كارلوس، خيمينو، الجمهورية الصحراوية حقيقة لا رجعة فيها، إصدار المنظمة الشبانية الاسبانية، ط1، اسبانيا، 2006
8. المنوفي، كمال، أصول النظم السياسية المقارنة، الصفاء للنشر والتوزيع، ط 1، الكويت، 1987.
9. المتوكل، محمد عبد الملك، الحريات العامة وحقوق الانسان، مركز الامين للنشر والتوزيع، 2003، صنعاء، اليمن
10. بن عمار، تونسي، تقرير المصير وقضية الصحراء الغربية. المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، الجزائر، 1987
11. ثروت، مكي، الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، دار عالم للكتب للنشر، ط1، القاهرة، 2004
12. حسن، إسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور التلفزيون، دار الجامعات للنشر، القاهرة،
13. موريس أنجرس منهجية البحث العلمي (ترجمة بوزيد صحراوي - كمال بوسرف - سيعون سعيد) ط1 , دار القصة للنشر - الجزائر - 2004.
14. محمد سالم، الصوفي، أزمة الصحراء الغربية، المركز الموريتاني الدولي للدراسات والإعلام، موريتانيا، 2008
15. محمد، سعد أبو عامر، الإعلام والسياسة في عالم جديد، دار الفكر الجامعي للنشر، ط1، 2008م، الإسكندرية مصر
16. مصطفى، عبد الله أبو القاسم خشيم، محمد، زاهي محمد بشير، التنشئة السياسية دراسة تحليلية ،دار الكتب للنشر، ط1، 1990، بنغازي ليبيا
17. منصور، بلقيس احمد، الاحزاب السياسية والتحول الديمقراطي دراسة تطبيقية على اليمن وبلاد اخرى، مكتبة مدبولي للنشر، ط1، القاهرة، 2004،
18. محمد، عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، دار الوفاء للطباعة والنشر، ط1، 2007، الإسكندرية، مصر
19. محمود حسن، إسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور التلفزيون، دار الجامعات للنشر، القاهرة
20. محمد، سعد أبو عامر، الإعلام والسياسة في عالم جديد، دار الفكر الجامعي للنشر، ط1، 2008م، الإسكندرية مصر
21. مصطفى، الكتاب، محمد، بادي، النزاع على الصحراء الغربية بين حق القوة وقوة الحق، دار المختار للطباعة، ط1، دمشق، سوريا، 1998

22. عادل مختار، المواري، مدخل في العلوم السياسية، دار المعرفة الجامعية للنشر، القاهرة، 1995.
23. ناجي، صادق شراب، التنمية السياسية دراسة في النظريات والقضايا، مكتبة أفق للنشر، 1998، غزة، فلسطين.
24. عمار بخوش، محمد محمود الذنبيان، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر.
25. سمير، خطاب، التنشئة السياسية والقيم، إيتراك للطباعة والنشر، ط1، 2004، القاهرة، مصر.
26. سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام الأسس والمبادئ , علم الكتب للنشر ط1
27. نقابة المحامين الفرنسيين فرع ناتير، حقوق الإنسان وحقوق الشعوب، ترجمة منصور أبو الحبي، فرنسا، 1986م
28. عبد العزيز، وهاب، الاعلام والثقافة، مكتبة المنار للنشر، بيروت، لبنان، 2001
29. وزارة الاعلام الصحراوي، موجز عن تاريخ الشعب الصحراوي، اصدار وزارة الاعلام، 1996.

ثالثا: الرسائل العلمية

1. نوبر، عبد السلام علي، الثقافة السياسية للمعلم في مصر دراسة ميدانية لعينة من معلمي التعليم الأساسي (رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة القاهرة، 1998
2. العزام، عبد المجيد، التنمية السياسية في اعقاب الانفراج الديمقراطي في الاردن، دراسات الجامعة الأردنية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 33.

رابعا: الدوريات

1. زرنوفة، صلاح سالم، المشاركة السياسية والعملية الانتخابية، مجلة الديمقراطية – العدد 1، 2001

خامسا: المواقع الالكترونية

1. ماء العينين شبهين، مشكلة الصحراء الغربية. من الموقع : <http://www.agjazeratalk.net/node/6003>
2. الراديو الصحراوي برامج الاذاعة الوطنية : WWW.RADIORASD.COM
3. التلفزيون الصحراوي البرامج : WWW.RASDTV.COM
4. خصائص المشاركة السياسية متحصل عليه WWW.acpss.ahram.org.eg

الختامة:

دور الإعلام في التوعية هام جدا، و له أثر كبير على المجتمع و خاصة الشباب. و بناء على الدراسة الميدانية المسجلة على دور الإعلام في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية. حيث أن أغلبهم يستخدمون وسائل الإعلام المحلية، و يتعرضون لمضامين سياسية تساعدهم في فهم هذا المجال المهم، و خاصة الظروف التي يعاني منها المجتمع الصحراوي. و هذا من قلة المضامين الإعلامية السياسية حول القضية الوطنية (الصحراوية) في وسائل الإعلام الدولية. لهذا فإن وسائل الإعلام لديها تأثير كبير جدا، و خاصة في فئة الشباب، وذلك عندما يتعلق الأمر بالقضية الوطنية (الصحراوية).

حيث أن الإعلام الصحراوي قائم و باستمرار في توعية الشباب في المجال السياسي، و ما يتعلق بمصير الدولة الصحراوية. و نجد أن الإعلام قائم بواجبه في هذا الإطار، و لكن لا بد من إعطاء اهتمام أكثر من طرف الشباب، و لهذا عليهم تقديم محتوا أكثر مما يستقبلونه.

و يبقى الإعلام الفاعل الأكبر في هذا المجال (التوعية السياسية)، و لا يمكن التخلي عن دوره، و خاصة في هذا العصر، الذي أصبح فيه هو القائم الأكبر على تطوير المجتمعات و النهوض بها. لهذا يبقى الإعلام الركيزة الأساسية، و التي بها تحقق الأهداف و المساعي الكبيرة و الآمال. خاصة في مواصلة الكفاح، حتى استقلال الدولة الصحراوية و دعم القضية الصحراوية.