

## وسائل الإعلام كرافد لتشكيل الثقافة السياسية في المجتمع الطلابي

**The media as a main resource for the formation of political culture in the student community**

أحمد شاطرياش\*

جامعة الجزائر 3 – 3 University of Algiers 3

[chaterbache.ahmed@univ-alger3.dz](mailto:chaterbache.ahmed@univ-alger3.dz)

تاريخ القبول: 2020/10/19

تاريخ الاستلام: 2020/05/17

**الملخص**

تتبوأ وسائل الإعلام مقدمة مؤسسات التنشئة السياسية في المجتمع الحديث، لأن تعامل الأفراد معها سهل ويسير ومبكر، إلى جانب مقدرتها على التأثير بصورة عفوية غير مقصودة، فتقديم المعلومات وغرس القيم والاتجاهات أضحى يتم من خلال نقل الأيديولوجيا الخفية. فالصحف والراديو والتلفزيون والأنترنت وما يتصل به من وسائط التواصل الاجتماعي، كلها من خلال ما تقدمه تحمّل رسائلها نسقا معيناً من القيم، والأفكار، تؤثر من خلالها على خلق الاهتمام، وتشكيل المعتقدات والقيم، والطرق التي يدرك بها أفراد المجتمع - لا سيما الشباب - الواقع الاجتماعي والسياسي المحيط بهم، وموقعهم هم وكذا دورهم في هذا الواقع.

تسعى هذه المحاولة البحثية إلى تبيان أهمية وسائل الإعلام كأحد روافد تشكيل الثقافة السياسية في المجتمع، وذلك بمعرفة مكانة هذه المؤسسة كمصدر للحصول على المعلومات السياسية مقارنة بباقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى، ثم رصد المعرفة السياسية، باعتبارها من أهم أبعاد الثقافة السياسية في المجتمع الديمقراطي، من خلال مدى تعرض شريحة الطلبة لوسائل الإعلام، وحال متابعتهم للموضوعات السياسية عبرها.

**الكلمات المفتاحية:** الثقافة السياسية؛ المعرفة السياسية؛ وسائل الإعلام؛ طلبة الجامعة؛ التنشئة السياسية.

**Abstract**

The media occupy the first place among the institutions of political socialization in modern society. Providing information and inculcating values and attitudes is done through the transmission of hidden ideology. Newspapers, radio, television, the Internet and associated social media carry a certain range of values and ideas, through which they form beliefs and values, and the way in which members of society - especially young people - perceive the socio-political reality around them.

\*المؤلف المرسل: أحمد شاطرياش، الإيميل: [chaterbache.ahmed@univ-alger3.dz](mailto:chaterbache.ahmed@univ-alger3.dz)

This paper aims to show the importance of the media as one of the pillars of the formation of political culture in society, by knowing the position of this institution as a source of political information in relation to other social institutions, and then monitoring political knowledge, as it is one of the most important dimensions of political culture in a democratic society.

**Keywords:** Political culture; Political Knowledge; The media; University students; Political socialization;

## مقدمة

تمثل الثقافة الديمقراطية جانبا مهما من جوانب مكونات شخصية الأفراد اليوم، حيث أنها تشكل أساس الممارسة الديمقراطية التي تمكن من إحداث تغيرات إيجابية مقصودة في المجتمع، ولذا فإنه من الضروري أن تكون هناك محاولات علمية تهدف إلى الكشف عن طبيعة هذه الثقافة لدى مختلف شرائح المجتمع، لا سيما الطلبة الجامعيين، وفي أي جانب من جوانبها، وفي هذا السياق مثلا: ما مدى تعرّض الطلبة لوسائل الإعلام، وما مدى متابعتهم للموضوعات السياسية من خلال هذه الوسائل؟ هذا التساؤل الذي سنحاول إيجاد إجابة عنه من خلال ثلاثة محاور رئيسية على النحو التالي:

- وسائل الإعلام كمؤسسة اجتماعية للتنشئة السياسية، بمعنى تبيان أهمية المؤسسة الإعلامية في عملية الإعداد للحياة السياسية،
- مصادر المعلومات السياسية للطلبة، أي أهم المصادر التي يستقي منها الطلبة المعلومات السياسية (وسائل الإعلام، الأسرة، الأحزاب، الجامعة، جماعة الأصدقاء)، ومقارنة هذه المصادر مع بعضها من حيث الترتيب،
- وسائل الإعلام والمعرفة السياسية للطلبة، وهو الذي يتضح من معرفة مستوى التعرض لوسائل الإعلام في الوسط الطلابي، ومدى الحرص على متابعة الموضوعات السياسية من خلال تلك الوسائل.

**فرضيات البحث:** انطلاقا من الإشكالية السابقة وتسهيلا لعملية البحث والتحليل، وضعت

الفرضيات التالية:

- تشكل وسائل الإعلام، التلفزيون بالتحديد، أول مصدر لاستيقاء المعلومات السياسية في الوسط الطلابي.
- مستوى التعرّض لوسائل الإعلام قوي في الوسط الطلابي.

- الحرص على متابعة الموضوعات السياسية شديد في الوسط الطلابي.
- لا توجد فروق بين الطلبة تبعاً لمتغيري النوع والمستوى الاقتصادي والاجتماعي، في مستوى التعرض لوسائل الإعلام، كما في مستوى متابعة الموضوعات والبرامج السياسية.

**منهجية البحث:** تم الاعتماد على أكثر من منهج، ومن أجل تغطية أبعاد الموضوع، كان لا بد من الاستعانة بالمنهج الوصفي الذي يتضمن إجراء مسح للدراسات المتعلقة بموضوع البحث والاستفادة منها في وصف مؤسسات التنشئة والتثقيف السياسي، كما استخدم المنهج المسحي بطريقة العينة لدراسة دور وسائل الإعلام كرافد مميز في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين من خلال توظيف استبيان صممه الباحث لهذا الغرض. وفي هذا الصدد، تضمنت استمارة الاستبيان، غير البيانات الأساسية المتعلقة بالمبحوثين، 13 سؤالاً تتعلق بالمحاور الثلاثة المحددة سابقاً. وقد سعى الباحث إلى بناء مقياس لكل من مستوى التعرض لوسائل الإعلام، ومستوى متابعة البرامج والموضوعات السياسية من خلال وسائل الإعلام، بالإضافة إلى مقياس لتصنيف المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأفراد العينة.

تم جمع البيانات بتطبيق الاختبار على عينة عرضية ضمت 785 من طلبة السنوات النهائية للطورين الأول والثاني (سنة ثالثة ليسانس، وسنة ثانية ماستر) من معظم أقسام الكليات التابعة لجامعة (الجزائر1، الجزائر2، الجزائر3)، حيث أشرف الباحث شخصياً وبمفرده على عملية جمع المعطيات معتمداً على أسلوب إدارة الاستمارة ذاتياً، وذلك لضمان حد من الجودة والانضباط بما يحقق الهدف من العملية.

وتمت المعالجة الإحصائية لاستمارة الاستبيان آلياً وفقاً لمتغيرين مستقلين أساسيين هما:

- النوع للتعرف على وجود أو عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة الذكور والطلبات.
- المستوى الاقتصادي والاجتماعي لمعرفة أثر الخلفية الاجتماعية للطلبة على اتجاهاتهم السياسية.

ولتبيان العلاقة بين هذين المتغيرين وكلاهما من مستوى التعرض لوسائل الإعلام، ومستوى متابعة البرامج السياسية، تم استخدام أشهر الأساليب الإحصائية وأبسطها وهو أسلوب حساب تكرارات الاستجابات المعبرة عن مواقف أفراد العينة من كل عبارة، والنسب المئوية لتقدير إيجابية

أو سلبية هذه التكرارات، بالإضافة إلى استخدام تحليل التباين لقياس الفروق الفردية والجماعية لأن هذا المقياس الإحصائي في الأصل يقوم على حساب مدى انحراف كل فرد عن متوسط الأفراد، أو مدى انحراف كل جماعة عن متوسط الجماعات، أو مدى انحراف كل عينة عن الأصل الذي تنتسب إليه (السيد، 1979، صفحة 667). وقد تم حساب الدلالة الإحصائية عند مستوى 95% يقين أو ثقة و 5% شك (أي عند مستوى 0,05).

### 1 - وسائل الإعلام كمؤسسة اجتماعية للتنشئة السياسية

نظرا للتقدم التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال، الذي وصل إلى حد الثورة العلمية، فإن دور وسائل الإعلام بمختلف أنواعها في التنشئة السياسية هو دور حيوي وفي غاية الأهمية، إلى درجة أن البعض يعتبره من أهم الأدوار على الإطلاق (GREENSTEIN, 1968, p. 554) وتكمن أهمية المؤسسة الإعلامية سواء من حيث دورها في الترويج لبعض الأفكار دون غيرها. فهي تظهر كأداة إيديولوجية للطبقة المهيمنة سياسيا واقتصاديا، أم من حيث قدرتها على اختراق الحواجز لتوصيل رسالتها الإيديولوجية إلى المواطنين في بيوتهم في إطار من ((الترفيه والتسلية)) عبر نماذج عدة كالبرامج، والمسرحيات، والإعلانات الإشهارية إلى غير ذلك.

ويحتل التلفزيون، من بين الأدوات الاتصالية المتنوعة، مكان الصدارة نظرا لأنه من ناحية لا يتطلب معرفة بالقراءة والكتابة، ومنه تزيد نسبة التعرض له خاصة في دول العالم الثالث حيث نسبة الأمية مرتفعة. ومن ناحية ثانية فالتلفاز يؤثر على حاستي السمع والبصر في آن واحد، ومن ثم فقد تكون له المسؤولية الأولى عن جانب كبير من الثقافة السياسية للشباب الناشئ. وقد يتشكل السلوك السياسي نتيجة لمشاهدة التلفزيون بصورة منتظمة حيث أشارت بعض الدراسات أن التلفزيون يشغل جزءا كبيرا نسبيا من اهتمامات الطفل اليومية، فقد بلغ حجم الوقت الذي يقضيه الطفل في مشاهدة التلفزيون معدل لا يقل عن عشرين ساعة في الأسبوع (GREENSTEIN, 1968, p. 554).

كما توصلت دراسات أخرى إلى إثبات وجود علاقة بين النمو السريع في وسائل الإعلام وتزايد المشاركة السياسية للجماهير، ومن ثم يزداد تفاعلها في الحياة السياسية (العويني، 1981، صفحة 41).

ويرى لوشيان باي Lucian PYE أن وسائل الإعلام تقوم بدور لا يجب أن يستهان به في عملية التحديث وبناء الأمة في الدول النامية حيث تعوّل هذه الدول كثيرا على هذه الوسائل في تعميق الشعور بالوطنية والولاء القومي، أي تغيير دائرة الاهتمام بتوسيعها من الأطراف المحلية إلى الاهتمامات القومية (PYE, 1972, pp. 11-12).

ونظرا لأهمية وسائل الإعلام في التنشئة السياسية فإن الدول عامة ودول العالم الثالث خصوصا تضعها تحت رقابتها المشددة وتصمم برامجها ومضامينها بالطريقة التي تؤدي إلى نشر القيم والمعتقدات والاتجاهات التي ترغب فيها الدولة (التابعي، 1985، صفحة 235).

يتضح مما سبق أن لوسائل الإعلام إيجابياتها التي تسهم من دون شك في عمليات التنقيف السياسي للأفراد إلا أنها بهذا الدور لا تخلو من السلبيات التي قد تعوق مثل هذه الإسهامات. ويمكن تلخيص الإيجابيات التي تسهم بها هذه الوسائل فيما يلي:

- أنها تعمل على تأصيل وتأكيد شرعية نظام المجتمع، ونظامه السياسي على وجه الخصوص؛ حيث يستطيع سواء رجل السياسة أو الحزب الحاكم بواسطة مؤسسة الإعلام أن يقدم رسالته إلى كافة الشرائح الاجتماعية وإلى المواطنين من مختلف الفئات العمرية.
- أنها تعمل على تكامل المجتمع بتنمية التقارب والاتفاق بين أفراد وجماعته على السياسات الأساسية المتبعة؛ حيث تقوم وسائل الإعلام بنشر الثقافة السياسية التي تعمل على إشاعة حد أدنى من الاتفاق حول القيم والمعلومات السياسية، وتوفير الولاء السياسي للسلطة المركزية.
- أنها تعرف المواطنين بمشكلات المجتمع ودورهم في حلها.
- أنها تدعم قوى الدفاع عن الوطن بإعلام المواطنين بكل الحالات التي قد تشكل خطرا على الوطن أو حتى التهديدات الخارجية والداخلية الموجهة للأمن الوطني والقومي على السواء.
- أنها تساعد على التنمية الشاملة للمجتمع بما تنشره من ثقافة.
- أنها تساهم في توسيع مجالات المناقشة والمشاركة؛ فبفضل ما توفره من معلومات وما تقدمه من شروحات للاصطلاحات الجديدة المتعلقة بنواحي التكنولوجيا الثقافية والسياسية، فإن ذلك يساعد الجماهير على المشاركة في صنع القرارات ديمقراطيا من خلال المؤسسات الدستورية والقانونية، ويتعودون على استخدام حق النقد الموضوعي في الرقابة والمتابعة لأجهزة السلطة من خلال المؤسسات الشرعية.

- أنها تعمل على دعم العادات الاجتماعية وآداب السلوك وأساليب المحافظة على الصحة الشخصية.

من خلال هذه العناصر يمكن القول أن الإعلام يعتبر من المؤسسات المهمة في عمليات التنشئة السياسية نظرا لما يقوم به من توصيل للثقافة السياسية إلى الأفراد فتثير ميولهم وترفع من مستواهم وتتشد تعاونهم من أجل المصلحة العامة.

وإذا كان لوسائل الإعلام هذا الدور المهم، فإنه ينبغي أن نشير إلى بعض المعوقات التي تقلل من دورها، وما يمكن أن تحمله من تأثيرات سلبية على قضية التنشئة السياسية:

- نظرا للارتباط الوثيق بين وسائل الإعلام والعامل الاقتصادي فقد تستطيع بعض الأسر توفير هذه الوسائل وقد لا تستطيع أسر أخرى توفيرها.

- من يضمن وصول الرسالة الإعلامية إلى الشعب؟

- قلة البرامج أو ضعف خبرات تصميم البرامج الموضوعية خصيصا لأغراض التنشئة السياسية؛ فالملاحظ أن بعض البرامج التي تعرضها العديد من الدول ولاسيما الجزائر، قد تكون مشتراة أو مهداة من طرف دولة أخرى، كما أنها تحمل كثيرا من القيم المختلفة عن قيم مواطنيها، أو مختلفة عن ما تتوي الدولة غرسه في نفوس مواطنيها من قيمين وهذا ما يؤول إلى تصادم في القيم، ويرتبط بذلك أيضا ثورة المعلومات التي جعلت من العالم في صورة بحيث لا تستطيع أي دولة أن تعزل مواطنيها عنه، فتقع في مطبات ما يسمى بالتبعية الإعلامية للبلدان المتقدمة أو المهيمنة إعلاميا واقتصاديا.

## 2- مصادر المعلومات السياسية للطلبة

استهل الباحث استمارة الاستبيان بسؤال أفراد العينة عن مصادر حصولهم على المعلومات السياسية من بين مجموعة المصادر التي ذكرت لديهم، مع ترتيبها حسب أهمية كل مصدر لكل طالب. وقد أشارت البيانات المجمعة عن هذا السؤال إلى أن "وسائل الإعلام" سواء كانت "صحف" أم "راديو" أم "تلفزيون" أم "إنترنت" (\*) هي أهم مصادر الحصول على المعارف السياسية للطلبة، حيث احتلت صدارة الترتيب لدى 79,2% من مجموع أفراد العينة مما يعني أن امتلاك المعلومات السياسية يرتبط ارتباطا عاليا وموجبا بالتعرض لوسائل الإعلام (أنظر الجدول رقم 1

(\*) - شمل خيار "مصدر آخر يكرر"، إضافة ذكر الأنترنت وهو كعنصر تم إدماجه مع مصدر وسائل الإعلام.

بالملاحق). وهذا ما يؤكد ما ذهب إليه جيهان رشتي عن الدور الفعال الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيري في عملية التوعية السياسية (رشتي، 1972، صفحة 184)، أو كما أشار ويلبرشرام Schramm Wilbur إلى أن وسائل الإعلام تؤدي دور المضاعف الأعظم للتنمية، والوسيلة التي تستطيع نشر ما يتطلبه الأمر من معرفة ومواقف على نطاق لا يمكن حصره وبسرعة لم تُعرف من قبل (شرام، 1971، صفحة 68).

يلي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية "المناقشات والحوارات الأسرية" بنسبة 28,3% من مجموع أفراد العينة، وهذا أيضا يتفق مع نتائج بعض الدراسات التي أوضحت أن دور الأسرة في النقل المباشر للثقافة السياسية يعتبر دورا محدودا حيث قد تؤثر بعض العوامل على هذا الدور مثل: حجم الأسرة ونمطها، ومكانتها اجتماعيا، والمناخ الثقافي السائد بداخلها، ونمط العلاقات السائدة بين أفرادها، ونوع القيم التي يؤمن بها الوالدان، وطبيعة مهنة الوالد (المهدي، 1994، الصفحات 914-915). بينما يعتبر لها دور أساسي في عملية التنشئة السياسية غير المباشرة من خلال تأثيرها على شخصية الأبناء، حيث تؤثر بعض العوامل الأخرى على هذا الدور من مثل مركز الأسرة المتميز بالنسبة للأبناء، وفلسفة نظامها وقيمها، وطرق التربية والأساليب التي تنتهجها في ذلك (راشد، 1996، الصفحات 66-76).

ثم تأتي "المناقشات والحوارات مع جماعة الأصدقاء" في المرتبة الثالثة بنسبة 29,0% من مجموع أفراد العينة، تليها "الكتب الثقافية والسياسية" في المرتبة الرابعة بنسبة 17,3%، على حين جاءت "المقررات والبرامج الدراسية الجامعية"، و"المناقشات والحوارات مع الأساتذة" في الدرجتين الخامسة بنسبة 18,1% والسادسة بنسبة 23,2% على التوالي من حيث الأهمية لدى الطلبة، وهذا ما يوضح محدودية دور الجامعة في التنشئة السياسية للطلبة حيث ينخفض لحوالي الخمس من المجموع الكلي لأفراد العينة، وهذا ما يكون له أثرا على الوعي السياسي للطلبة وعلى المشاركة السياسية للشباب في المجتمع.

ويأتي حضور اللقاءات والندوات الحزبية في مرتبة متأخرة، حيث أشار ما يقارب نصف أفراد العينة على أنهم قليلا ما يحتكون بالأحزاب وبالنشاطات الحزبية، وهذا ما يؤكد ضعف المشاركة السياسية للطلبة.

مؤدى ما سبق أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأول الذي يحصل منه الطلبة على معارفهم السياسية وبنسبة أربعة أخماس المجموع الكلي لأفراد العينة. ويأتي اهتمام الباحث بمدى

حرص الطلبة على اكتساب المعلومات السياسية من خلال متابعة ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيري إلى كون أن هذه الأخيرة أضحت من المصادر الأساسية التي يحصل منها الفرد على معلوماته السياسية ومن الأدوات الفعالة التي تساعد عامة الناس على إدراك الموضوعات السياسية. فضلا عن أن حصول شريحة الطلبة على المعلومات السياسية من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام، إنما يعدّ عملية تنشئية سياسية ذاتية وإرادية. ومن دون شك أن هذه الوسائل أصبحت في الوقت الحاضر بمثابة المدارس المستمرة في حياة الناس، تسيطر على عقولهم، وتؤثر في اتجاهاتهم ومواقفهم واستعداداتهم النفسية، فهي تغذي العقل البشري بالمعارف السياسية وتعمل على تشكيل الخريطة الإدراكية للفرد على مدى زمني طويل (أحمد، 1985، صفحة 33).

ثم إن درجة حرص الطلبة الجامعيين على الحصول على المعلومات السياسية من خلال وسائل الإعلام، يعتبر أبرز المؤشرات دلالة على كمية ونوعية تلك المعلومات التي يمتلكونها. وبدورها كمية المعلومات السياسية التي يمتلكها الطلبة، تحدّد وبتقدير كبير مدى وعيهم السياسي وقدرتهم على تكوين آراء وتصورات سياسية، ومدى اهتمامهم بالمشاركة في الحياة السياسية، ونوعية القيم السياسية التي يؤمنون بها ويدافعون عنها، فقد انتهى ألموند وفيربا في أحد بحوثهما إلى أن الفعالية السياسية ترتبط إلى حد كبير بامتلاك الفرد لقدر كبير من المعلومات عن الموضوعات والقضايا والقرارات السياسية، كما ترتبط بالقدرة على استخراج (توظيف) المعلومات في تحليل هذه الموضوعات والقرارات (ALMOND & VERBA, 1963, p. 58).

كما يبدو واضحا، من الجدول 1 المذكور أعلاه، قصور دور الجامعة، من خلال الأستاذ والبرامج الدراسية المقررة، في عملية التنشئة السياسية. فهي لم تعد مصدرا للمعلومات السياسية التي قد يحتاجها الطلبة وهذا ما تأكد للباحث من اعترافات مجموعة من الطلبة بعدم إجراء حوارات ومناقشات حول القضايا السياسية الجارية مع الأساتذة إلا في إطار الدراسة عبر المحاضرات أو الأعمال الموجهة أو الملتقيات ولكن التعرض للمعلومات السياسية ليس بالقدر الكافي، حيث تتغلب نوعا ما المعلومات المتعلقة بالتخصص الدراسي. هذه النتائج إنما تؤكد أمرا مهماً وهو أن الثقافة السياسية في المقررات الدراسية تكاد تنعدم في معظم أقسام وكليات الجامعة، بحيث يمكننا التأكيد بأن الجامعة لا تسهم بدر فعال في عملية التنشئة السياسية للطلبة.



### 3- وسائل الإعلام والمعرفة السياسية للطلبة

يتناول هذا الجزء النتائج العامة المتعلقة باستخدام الطلبة المبحوثين لوسائل الإعلام المختلفة (جرائد/مجالات . راديو . تلفزيون) من حيث مدى تعرّضهم لهذه الوسائل وطبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرّضون لها، ودرجة الاهتمام التي يمنحونها للمضمون السياسي بصفة خاصة، ناهيك عن معرفة الجرائد والمجلات، والمحطات الإذاعية، والقنوات التلفزيونية التي يفضّلون التعرّض لها، يلي ذلك قياس مستوى التعرّض لوسائل الإعلام ومستوى متابعة الموضوعات السياسية.

#### 3 - 1. الاطلاع على الجرائد:

تعدّ الجرائد من الوسائل الإعلامية المهمة التي يتعرّض لها نسبة كبيرة من الطلبة ممّن تتوافر فيهم القدرة على القراءة، كما تتمتع الجرائد بمساحات كبيرة من مواد الرأي والنقد والتحليل، ممّا يزيد قدرة القارئ على الفهم ومن ثمّ قدرة على تكوين الرأي والاتجاه.

وبتوجيه السؤال الخاص بالحرص على قراءة الصحف تبين أن الإقبال على قراءة الجرائد في الوسط الطلابي ضعيف، حيث يتضح أن أكثر من ربع العينة (25,6%) يمارسون الاطلاع على الصحف بصورة منتظمة ومستمرة، وغالبية أفراد العينة بما يزيد عن الثلثين (68,7%) يطلعون على الصحف بصورة غير منتظمة (أحيانا)، وهو ما يؤكد عدم حرص الطلبة على قراءة الصحف لإشباع احتياجاتهم المعرفية من خلالها. في حين لم يتجاوز عدد من لا يطلعون على الصحف عن 45 طالب(ة)، أي بنسبة 5,7% من المجموع الكلي للعينة (الجدول رقم 2 بالملحق)، وقد جاءت هذه النتائج متوافقة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات (طايبي، 2007، الصفحات 236-237).

وعن أسباب عدم الاهتمام بقراءة الجرائد، أوضحت النتائج أن 17 مفردة وهو ما يمثل 2,2% من مجموع أفراد العينة، يرجعون عدم حرصهم على قراءة الصحف إلى وجود الإذاعة والتلفزيون كبديل يمكنه أن يحقق لهم الإشباع اللازم من ما يرغبون فيه من معلومات، وبّرر 1,8% منهم ذلك إلى عدم اكتراثهم لما يكتب في الصحف، في حين بّرر 0,8% منهم ذلك إلى عدم ثققتهم في ما يكتب في الصحف بحجّة أنها غير صادقة وتعمل أكثر على تزييف للحقائق والوقائع. في حين أرجعت نسبة ضئيلة 0,6% منهم عدم وجود وقت فراغ، و4,0% منهم عدم كفاية المصروف سبب عدم اهتمامهم بالجرائد (طايبي، 2007، الصفحات 237-238).

وبسؤال الطلبة المبحوثين عن أفضل صحيفتين يهتمون بقراءتهما، ورد ذكر 44 عنوانا بين يومية وأسبوعية ومجلة، منها الصادرة بالعربية ومنها بالفرنسية. وبالنظر إلى هذا العدد من الصحف، والتباين في سياسات التحرير وتوجهات ومصادر تمويل كل منها، تختلف التغطية الإعلامية الخاصة بهم، ومن ثمّ جاءت تفضيلات الطلبة القراء لها على نحو متنوع، حيث أتت كل من جريدة الشروق والخبر في مقدمة اليوميات التي يفضل الطلبة قراءتها، إذ بلغ اختيار الشروق كصحيفة مفضّلة في المرتبة الأولى لدى 32,4% من مجموع أفراد العينة، وذكّرت الخبر كصحيفة مفضّلة في المرتبة الثانية لدى 32,0% من مجموع أفراد العينة، وقد يعود ذلك إلى أنهما أكبر جريدتان يوميّتان تصدران في الجزائر، فضلا عن تنوع المضمون الإعلامي بهما والمساحات التي تخصص فيهما لمواد الرأي والتحليل، وامتلاكهما لشبكة كبيرة من المراسلين بالإضافة إلى أعمدة كبار الصحفيين والأساتذة الذين يتمتعون بشعبية كبيرة بين القراء وخصوصا الطلبة.

وتأتي بقية العناوين الصحفية المذكورة بفارق كبير، ففي المرتبة الثالثة نجد جريدة El Watan بنسبة 8,9% من أفراد العينة، تليها يومية Liberté في المرتبة الرابعة بنسبة تقارب 4,7% من أفراد العينة، وتأتي يومية Le Soir d'Algérie في الترتيب الخامس بنسبة تقل عن الـ 4,0% من عينة الطلبة القراء، تليها في الترتيب يومية النهار بنسبة أقل من الـ 3,0%، ثم أسبوعية الهدّاف في المرتبة السابعة بنسبة 1,3%، ثم تأتي Le Quotidien d'Oran الثامنة في الترتيب بنسبة 1,0% من مجموع أفراد العينة، وفي نهايات الترتيب تأتي مجموعة من العناوين لا تتعدى مقروئية كل منها نسبة النصف بالمائة.

وبتنوع المضمون الإعلامي الذي يقَدّم من خلال الجرائد، تختلف درجة تفضيل القراء له وفقا لميولهم واهتماماتهم. يوضح الجدول رقم (3) بالملحق، درجة تفضيل الطلبة المبحوثين للموضوعات الإعلامية بالصحف. فقد جاءت الموضوعات السياسية والموضوعات الاجتماعية وأخبار الحوادث والقضايا في مقدمة الموضوعات التي يهتم بها الطلبة. وحسب ترتيب الأولوية نجد 16,8% من المجموع الكلي لأفراد العينة اختاروا الموضوعات السياسية كتفضيل أول، أما الموضوعات الاجتماعية فتأتي في المرتبة الثانية لدى 16,1% من أفراد العينة، وفي المرتبة الثالثة نجد أخبار الحوادث والقضايا بنسبة 15,0% من مجموع أفراد العينة.

ومن المضامين التي تشغل اهتمامات الطلبة نجد الموضوعات الثقافية التي جاءت في الترتيب الرابع وبنسبة 11,7% من أفراد العينة، تليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة 10,1% من مجموع أفراد العينة. ثم تأتي أخبار الرياضة بنسبة 8,5% من أفراد العينة، وبعدها أخبار المرأة والشباب بنسبة 7,8%. أما الموضوعات الفنية وأخبار عالم الفن والنجوم الفنية، إلى جانب ركن الإعلانات والتسليّة، فتأتي في آخر الموضوعات التي تشغل اهتمامات الطلبة الجزائريين على صفحات الجرائد والمجلات.

ما يلاحظ مما سبق أن الموضوعات السياسية وأخبار الدولة، وقضايا المجتمع الجزائري، على المستويين المحلي والدولي، تحتل مكانة متقدمة في أولويات اهتمامات الطلبة بالمضامين الإعلامية المقدمة بالصحف الوطنية، وهو ما يؤكد على أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الصحافة المكتوبة في الرفع من مستوى المعرفة السياسية وبالتالي على تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري.

### 3 - 2. الاستماع للراديو:

أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري تلعب دورا مهما في المجتمع الجزائري، ويتجلى ذلك من التعامل المتنوع والمتزايد مع هذه الوسائل. ويزداد دور الراديو في المجتمع على اعتبار أنه وسيلة إعلامية يتعرض لها الجمهور في أماكن عديدة وأوقات مختلفة، ولا يتطلب كفايات خاصة لدى المتعامل معه كالقراءة والكتابة (العويني، 1981، صفحة 83)، كما أنه رخيص الثمن وفي متناول معظم الناس. وتتمثل النتائج المتعلقة باستخدام المبحوثين للراديو فيما يتضمنه الجدول رقم (4) بالملحق.

يتضح من قراءة النتائج أن الإقبال على الاستماع للراديو ضعيف بين أفراد العينة، حيث لا يحبذ الاستماع إلى البرامج الإذاعية بصورة منتظمة سوى 22,2% من المبحوثين، ويحبذ متابعة الراديو بصورة غير منتظمة (أحيانا) 59,1% منهم، وهذا مؤشر على أن الجزائر العاصمة تتميز بانخفاض معدل الاستماع المنتظم إلى الإذاعة بين الشباب، ويرجع ذلك إلى تعدد مصادر المعرفة والثقافة والترفيه بالعاصمة مما هو غير متوفر بالمناطق الأخرى. في حين وصلت نسبة من لا يستمعون للراديو إلى 18,7% من أفراد العينة.

وعن أفراد العينة الذين لا يتعرّضون للراديو حسب أسباب عدم سماعهم، أرجع 10,8% منهم ذلك لأنهم ليسوا من هواة المستمعين للإذاعة، وأرجع 5,5% منهم ذلك لتفضيلهم مشاهدة التلفزيون

أو قراءة الصحف، في حين ذكر 1,7% من العينة أن عدم توفر وقت فراغ هو سبب عدم سماعهم للراديو. وكانت لنسبة ضئيلة منهم 0,6% تبريرات أخرى مفادها أن البرامج ليست ذات نوعية أو أن الذين يشرفون على تقديم البرامج الإذاعية لا يحفزونهم على الاستماع.

وقد تعددت المحطات الإذاعية سواء الوطنية أم الدولية بالراديو، وفي المقابل تفاوتت تفضيلات الطلبة الشباب لها، حيث ورد ذكر أسماء 19 محطة جزائرية معظمها جهوية، وورد ذكر أسماء 35 محطة دولية، 17 منها عربية.

وقد لوحظ ارتفاع نسب الاستماع إلى المحطات الجزائرية مقارنة بالمحطات الدولية، حيث جاءت إذاعة البهجة في ريادة ترتيب المحطات الجزائرية المذكورة كتفضيل أول لدى أفراد العينة، وبنسبة 18,2% من المبحوثين، تليها القناة الثالثة بنسبة 8,2%. ثم القناة الأولى وبنسبة 7,5% من مجموع أفراد العينة، تليها المتيجة بنسبة 4,8%، و حازت إذاعة القرآن الكريم على المرتبة الخامسة بنسبة 2,4% من المستمعين لها من بين أفراد العينة وبعدها القناة الثانية بنسبة 1,7%. بينما لم تتجاوز نسبة الاستماع لإذاعة الجزائر الثقافية ومجموع 12 محطة جهوية أخرى نسبة 0,5% من المبحوثين لكل محطة.

وضمن مجموعة المحطات الدولية، بلغ اختيار إذاعة الجزائر الدولية كتفضيل أول وفي المرتبة الأولى لدى 3,0% من المجموع الكلي لأفراد العينة، تليها إذاعة البحر الأبيض المتوسط (Medi 1) بنسبة 2,0%، ثم هيئة الإذاعة البريطانية (b b c) بنسبة 1,9%، وفي المرتبة الرابعة إذاعة (m b c) بنسبة 0,9%، وبعدها إذاعة الجزيرة الدولية بنسبة 0,6%، وإذاعة روتانا وراديو سوا بنسبة 0,5% لكل منهما، في حين لم تتجاوز نسبة الاستماع لـ 28 محطة دولية أخرى 0,3 بالمائة لكل محطة.

ومرد هذا التنوع لدى الطلبة المستمعين، إلى طبيعة استخدام الشباب للراديو باعتباره وسيلة للتسلية والترفيه، وهو الأمر الذي يشير إلى ضرورة الاهتمام بتطوير عمل الإذاعة الجزائرية، ليس بتأسيس عدد من المحطات فحسب وإنما بإثراء المضامين الإعلامية الهادفة إلى جانب الحصص الترفيهية بشكل يمكن أن يحقق توازنا في الإشباع لدى المستمعين ويزيد معدل الاستماع.

وبتميّز المضامين الإعلامية وتنوع البرامج الإذاعية، تختلف تفضيلات المبحوثين. والجدول رقم (5) يبيّن وبصفة عامة أن نشرات الأخبار تأتي في مقدمة البرامج المفضل سماعها من الراديو حيث بلغت نسبة 16,3% من مجموع أفراد العينة، ثم البرامج الدينية بما في ذلك القرآن الكريم

بنسبة 16,1%، يلي ذلك البرامج التي تتناول قضايا المجتمع في المرتبة الثالثة بنسبة 14,3%، وبعدها تأتي البرامج الموسيقية بنسبة 8,2%، ثم تأتي البرامج السياسية في المرتبة الخامسة بنسبة 7,9% من مجموع أفراد العينة، تليها في الترتيب البرامج الدرامية (مسلسلات، حصص فكاهية ومسرحيات) بنسبة 7,5%، وفي المرتبة السابعة البرامج الاقتصادية بنسبة 5,6%، ثم تلي برامج الرياضة بما في ذلك كرة القدم بنسبة 5,0% في المرتبة الأخيرة.

ومفاد ما سبق أن اهتمام الطلبة الجزائريين بمتابعة الشؤون والأحداث السياسية ممثلة في البرامج السياسية ونشرات الأخبار محدود، وبصفة خاصة البرامج السياسية إذ لم تبلغ سوى 7,9% من اهتمامات الطلبة. مما يشير إلى ضرورة العمل على تطوير وتجديد البرامج السياسية التي تُبثّ إذاعيا بالشكل الذي يضمن لها تحقيق درجة أعلى من الاستماع.

### 3 - 3. مشاهدة التلفزيون:

يعتبر التلفزيون من الوسائل الإعلامية التي تُحظى بنسبة عالية من المشاهدة بين جميع فئات المجتمع بمختلف الأعمار، كما أنه يجتاز حاجز الأمية، وله جاذبية خاصة من جانب أنه يعتمد على الصورة في التأثير، كما يتمتع بمصداقية وقدرة على الإقناع من خلال تغطية الأحداث ونقل المشاهد. ونظرا للتوسع الكبير اليوم في توصيل الكهرباء إلى البيوت، ومع التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات، وتنوع بدائل المشاهدة وغيرها من العوامل، تزايد الإقبال على اقتناء جهاز التلفزيون، وأصبح الوسيلة الإعلامية الأولى التي يستقي منها الأفراد معارفهم إلى جانب الترفيه والتسلية. وقد تضمن الجدول رقم (6) بالملحق، النتائج المتعلقة بمشاهدة المبحوثين للتلفزيون. ومنه يتضح ارتفاع نسبة التعرض للتلفزيون، حيث أن غالبية أفراد العينة (97,5%) يتابعون الشاشة الصغيرة سواء كان ذلك بصورة منتظمة دائمة (49,6%)، أم يتابعونها أحيانا (47,9%) من مجموع أفراد العينة، وهو ما يؤكد على أن التلفزيون يأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها طلبة الجامعات نظرا لعنصر الجاذبية فيه كما ذكرنا آنفا، فضلا عن المصداقية والتنوع في المضمون. في حين بلغت نسبة من لا يشاهدون التلفزيون 2,5% فقط من مجموع أفراد العينة.

أما عن أسباب عزوف هؤلاء عن مشاهدة التلفزيون، فقد أرجع ما يعادل 1,1% من أفراد العينة عزوفهم عن مشاهدتهم للتلفزيون لكثرة انشغالاتهم وعدم توفر وقت فراغ، بينما أفاد 1,0% بأنهم ليسوا من هواة الشاشة الصغيرة، وبرّر 0,4% بتعليقات مفادها أن التلفزيون ينشر بعشوائية،

برامج غير جدية ولا تتماشى مع متطلبات العصر، كما أنه ينشر الفاسد وبالتالي فهو مفسد للمجتمع؟

وفيما يتعلق بالقنوات التلفزيونية التي يفضل الطلبة مشاهدتها، فقد وُجد أن لديهم أذواق كثيرة وتتنوع في المشاهدة وهذا إنما يعود إلى تعدد القنوات التلفزيونية. وقد اهتمت الباحثة إلى وضع تصنيف للقنوات التي يذكرها المبحوثين إلى قنوات جزائرية، وقنوات عربية، وقنوات أجنبية غربية. وقد أظهرت النتائج أن خيار التنوع في المشاهدة الذي يجمع بين القنوات الجزائرية والعربية والغربية، يأتي في مقدمة الترتيب بنسبة 42,0% من مجموع أفراد العينة، ويفضل 21,0% منهم متابعة قنوات جزائرية وعربية، في حين يفضل 15,2% من المبحوثين مشاهدة قنوات جزائرية وغربية، ويكتفي 12,9% منهم بمشاهدة قنوات عربية فقط، و 4,1% يشاهدون قنوات جزائرية فقط ، و 2,5% لا يشاهدون إلا القنوات الأجنبية الغربية، و 2,4% يشاهدون القنوات الأجنبية سواء كانت عربية أم غربية.

وبالنسبة للبرامج التلفزيونية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها، يظهر أن البرامج الدينية (بما في ذلك القرآن الكريم) تأتي في مقدمة البرامج التي يختار مشاهدتها 18,7% من مجموع العينة، تليها مباشرة الدراما (أفلام، ومسلسلات ومسرحيات) ونشرات الأخبار، كلاهما بنسبة 15,2% من مجموع العينة، إلا أن الأولوية في الترتيب تكون للبرامج الدرامية وذلك لأن نسبة اختيارها كتفضيل أول (21,4%) أكبر من نسبة اختيار نشرة الأخبار (13,2%) كتفضيل أول. ثم تأتي في المرتبة الرابعة البرامج الاجتماعية بنسبة 11,6%، فالبرامج السياسية (تعليقات، تحليلات، وبرامج سياسية خاصة) بنسبة 9,2%، ثم البرامج الثقافية والرياضية بنسبة 7,9% لكل منهما، وفي المرتبتين الأخيرتين تأتي البرامج الموسيقية بنسبة 6,6% والبرامج الاقتصادية بنسبة 4,8% من مجموع أفراد العينة. ومن خلال الجدول رقم (7) بالملحق، تتبين تفاصيل تفضيلات أفراد العينة للبرامج التلفزيونية.

لقد تبين أن اهتمام الطلبة بمتابعة الأمور السياسية محدود كما هو الحال بالنسبة للراديو، وذلك بالمقارنة بالبرامج الأخرى كالدينية والاجتماعية والموسيقية، فقد تزايد الاهتمام بالبرامج الدينية التلفزيونية مقارنة بالبرامج الدينية بالإذاعة، كما تزايد الاهتمام بالبرامج السياسية التلفزيونية إلا أنها بقيت محافظة على نفس الترتيب الذي بلغته بالراديو، في حين تراجع الاهتمام ببرامج الأخبار من حيث النسبة والترتيب معاً.

إلا أن ما لا يتضح، دائماً من الجدول رقم (7) الآنف الذكر، فقد تمّ تسجيل بعض المواقف على هامش استجابات بعض الطلبة والتي تبين من خلالها أن متابعة التلفزيون لا يعني الرضا عما يُقدّم فيه من برامج، فهناك تضرّر على نوعية الحصص المقدّمة خصوصاً السياسية منها التي وصفها أحد الطلبة بأنها تفتقر إلى المصداقية، وهناك من عبّر عن هذا التضرّر بوصفه التلفزيون مبني على ثقافة الغناء والرقص، وهو محدود التنوّع ولا فرق في ذلك بين القناة الأرضية أو القنوات الفضائية، وهذه نتيجة مماثلة لما توصلت إليه دراسة أخرى، حيث وُجد أن 4,8% من الطلبة غير راضين تماماً عما يعرض من برامج في القنوات الجزائرية التلفزيونية (طايبي، 2007، صفحة 243). هذه المواقف إنما تدل على حقيقة مفادها أن علاقة الطلبة بالإنتاج التلفزيوني الجزائري هي علاقة سطحية، لا تثقيفية أو فكرية، بما يعني أنه لا يوجد تفاعل بين الطلبة والإنتاج الثقافي الجزائري.

### 3 - 4. مقياس التعرض لوسائل الإعلام:

يشتمل هذا المقياس على ثلاثة عناصر هي: قراءة الصحف، الاستماع للراديو، ومشاهدة التلفزيون، حيث أعطى الباحث درجتان عن كل إجابة ((نعم بانتظام))، ودرجة واحدة عن كل إجابة ((نعم أحياناً))، وصفر عن كل إجابة بـ ((لا)). ليصبح المقياس بمجموع 6 درجات كحد أقصى وصفر كحد أدنى.

وقد أوضح التحليل الإحصائي ارتفاع مستوى التعرّض لوسائل الإعلام في الوسط الطلابي لعينة البحث، فقد تحصّل 55,2% منهم على درجات مرتفعة، في مقابل 11,5% منهم تحصّلوا على درجات منخفضة، بينما تحصل نحو ثلث العينة (33,4%) على درجة المتوسط القياسي. وقد انعكس مستوى التعرّض المرتفع لوسائل الإعلام في تجاوز المتوسط العام للتعرّض لوسائل الإعلام بين طلبة العينة (3,70 درجات) للمتوسط القياسي (3 درجات).

وعلى صعيد التوزيع الإحصائي المعتاد، يبيّن الجدول رقم (8) بالملحق أن 23,3% من مجموع أفراد العينة أي ما يقارب ربع المبحوثين في مستوى تعرّض مرتفع لوسائل الإعلام، وأن 65,2% منهم في مستوى تعرّض متوسط، في حين تقع نسبة 11,5% من أفراد العينة في مستوى تعرّض منخفض.

ومفاد هذه القراءة على العموم هو أن مستوى التعرّض لوسائل الإعلام في الوسط الطلابي متوسط إلى مرتفع، وهذا ما يعني القول أن وسائل الإعلام المختلفة (جرائد، راديو، تلفزيون) تمثل المصدر الأول والأساسي للمعلومات السياسية لطلبة الجامعات.

كما أظهرت النتائج أنه لا توجد فروق معنوية بين الطلبة في العينة تبعا لمتغيري الجنس والمستوى الاقتصادي والاجتماعي في مستوى التعرّض لوسائل الإعلام، حيث تقاربت النسب بين الطلبة والطالبات، وبين مجموعات الطلبة في المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة. وقد انعكس هذا التقارب في تقلص الفروق بين المتوسطات فيما بين المجموعات تبعا لكلا المتغيرين المستقلين (لاحظ الجدول رقم (9) بالملحق).

### 3 - 5. مقياس مستوى متابعة الموضوعات السياسية من خلال وسائل الإعلام:

يشتمل هذا المقياس أيضا على ثلاثة عناصر هي: مدى متابعة الموضوعات السياسية في الصحف، مدى متابعتها بالراديو، ومدى متابعتها بالتلفزيون، حيث أعطى الباحث ثلاث درجات إذا تم اختيار الموضوعات السياسية كتفضيل أول، درجتان إذا تم اختيار الموضوعات السياسية كتفضيل ثاني، ودرجة واحدة إذا تم اختيار الموضوعات السياسية كتفضيل ثالث، وصفر إذا تجاوز اختيار الموضوعات السياسية كتفضيل ثالث. ليصبح المقياس بمجموع 9 درجات كحد أقصى وصفر كحد أدنى.

وقد بينت التحاليل الإحصائية انخفاض كبير في مستوى متابعة الموضوعات السياسية في الوسط الطلابي لعينة البحث، فقد تحصل 86,2% منهم على درجات أقل من المتوسط القياسي، في مقابل 7,8% منهم تحصلوا على درجات أعلى من المتوسط القياسي، بينما تحصل 6,0% على درجة المتوسط القياسي. وقد انعكس مستوى المتابعة المنخفض للموضوعات والبرامج السياسية من خلال وسائل الإعلام في انخفاض المتوسط العام لهذه المتابعة بين طلبة العينة ليلغ 2,09 درجة، بنحو ثلاث درجات عن المتوسط القياسي والمحدد بـ 6 درجات.

وعلى صعيد التوزيع الإحصائي المعتاد، يوضّح الجدول رقم (10) بالملحق أن 76,4% من مجموع أفراد العينة، أي ما يزيد عن ثلاثة أرباع المبحوثين، في مستوى منخفض من المتابعة للموضوعات السياسية، وأن 15,8% منهم في مستوى متوسط من المتابعة للموضوعات السياسية، في حين تقع نسبة 7,8% من أفراد العينة في مستوى مرتفع من المتابعة للموضوعات السياسية.



كما تشير النتائج الإحصائية إلى أن الفروق بين الطلبة في مستوى متابعة الموضوعات والبرامج السياسية تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي ليست ذات دلالة إحصائية (أنظر الجدول رقم (11))، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى متابعة الموضوعات والبرامج السياسية (أنظر الجدول رقم (12)). فقد جاء 11,9% من بين الطلبة الذكور في مستوى متابعة مرتفع، و22,0% منهم في مستوى متابعة متوسط، و66,1% منهم في مستوى متابعة منخفض، في مقابل 5,3% من بين الطالبات في المستوى المرتفع و12,0% منهن في المستوى المتوسط، و82,7% منهن في المستوى المنخفض. وقد انعكس ذلك التباين في ارتفاع متوسط المتابعة لدى الذكور (2,79 درجة) عن نظيره لدى الإناث (1,67 درجة)، ما يشير إلى أن متابعة فئة الذكور من الطلبة الجامعيين للموضوعات والبرامج السياسية أكبر بكثير من متابعة الطالبات لها (الجدول رقم (13))، وهو ما تؤكد من خلال ملاحظة توزيع استجابات أفراد العينة وفقا للنوع للبرامج المفضلة لديهم من خلال الصحف والراديو والتلفزيون على حدٍ سواء. وقد جاءت هذه النتيجة متفقة إلى حد كبير مع ما توصلت إليه دراسة سابقة مماثلة (شاطرباش، 2002، صفحة 281).

والواقع أن هذه النتائج تعكس بعض الحقائق منها أن غالبية الطالبات الجامعيات لا يتابعن الموضوعات والبرامج السياسية، ولو أن مستوى المتابعة في الوسط الطلابي ضعيف على العموم كما ذكرنا آنفا، لكنه أضعف لدى الطالبات، لأنهن . ربما . يعتقدن بأن الأمور السياسية أمور معقدة، أعلى من مستوى إدراكهن وفهمهن. هذا الاعتقاد إنما يدل على انعدام الثقة في الذات الفردية للطلبة الجامعية الجزائرية، فهي تحكم على نفسها بأنها امرأة وإذا أرادت أن تكون أهلا للسياسة فإن عليها أن تملك المهارات والقدرات اللازمة لفهم الأمور السياسية.

كما تعكس هذه النتائج حقيقة مفادها أن مفهوم تقسيم الأدوار ما زال بلعب دوره في عدم حرص المرأة على متابعة الأمور التي تمت بصلة للسياسة اعتقادا منها أن ذلك من صميم اختصاص الرجل، حيث ارتبط العمل السياسي بالرجل لفترة طويلة عبر التاريخ الجزائري. فالمرأة رغم حصولها على حقوقها السياسية من الناحية الدستورية، إلا أن الكثير من النسوة . من الناحية الواقعية . لم يتخلصن من فكرة تقسيم الأدوار في ضوء القيم والمعايير والعناصر الثقافية السائدة، وبالفعل ما زال العمل السياسي وكل ما يرتبط به حكرا على الرجل.

وترتبط على ما سبق، ربما فضلا عن ما تقوم به من أعباء داخل البيت واهتمامها بالدراسة، لم يعد لدى الطالبة الجامعية من الوقت ما تخصصه لمتابعة الأمور السياسية، أو أنها أصبحت تعتبرها ليس أمرا واجبا عليها الاهتمام به بالرغم من أنها عنصرا فاعلا في المجتمع يفترض أن يشارك في مختلف مناحي الحياة. وإذا كان الأمر كذلك، فهو إشارة إلى وضع من الخطورة بمكان حيث أن الغاية من تعليم ونزول المرأة إلى ميدان العمل تنحصر أساسا في تلبية الرغبات الاستهلاكية للأسرة وكفى.

#### 4 - خلاصة واستنتاجات

مما سبق يمكن استخلاص أن مستوى تعرّض الطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام (صحف، راديو، تلفزيون) فوق المتوسط على العموم، حيث تجاوز نصف عدد أفراد العينة، ولكنه لم يعكس مستوى مماثلا في متابعة القضايا السياسية لديهم، ما يعني أن حرص الطلبة على الحصول على المعلومات السياسية من خلال متابعة ما تقدّمه وسائل الإعلام من مواد سياسية هو حرص محدود. والدليل على ذلك أن المواد السياسية تأتي عادة في مرتبة متأخرة عند ترتيب أسبقية الموضوعات والبرامج التي يفضل الطلبة قراءتها في الصحافة المكتوبة أو يفضلون الاستماع إليها في الراديو، أو يفضلون مشاهدتها في التلفزيون.

يبدو أن هناك علاقة بين الوسيلة الإعلامية وبين الحرص على متابعة الموضوعات السياسية، يتأكد ذلك إذا ما لاحظنا أن الموضوعات السياسية تحتل مكانة متقدمة إلى حد ما في أسبقية الموضوعات التي يفضل الطلبة الجامعيين قراءتها في الصحف، إذا ما قورنت بمدى حرصهم وتفضيلهم الاستماع أو مشاهدة مثيلاتها في الإذاعة والتلفزيون.

للإفادة فقط أنه لوحظ من خلال تفاصيل التحليل الإحصائي أن أعلى مستوى متابعة للبرامج والموضوعات السياسية قد تحقق لدى طلبة كلية العلوم السياسية والإعلام، يلي ذلك وبفارق نسبي كبير طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية الحقوق، ومعهد التربية البدنية والرياضة، وبفارق أقل بكثير يأتي طلبة الكليات المتبقية الأخرى. كما ثبت وجود فروق معنوية في متابعة هذه البرامج بين الجنسين ولصالح الطلبة الذكور، وعدم وجود ارتباط بين متابعة البرامج السياسية ومتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

من المتوقع أن ضعف حرص الطالب على متابعة الأمور السياسية، على نحو يمكنه من الحصول على قدر معقول من المعلومات السياسية، سيكون له تأثيره على مضمون القيم السياسية

التي يؤمن بها، وعلى الوعي السياسي لديه، وبالتالي على مشاركته في الحياة السياسية. وهذا الذي يأمل الباحث تناوله في بحوث لاحقة.

### الخاتمة

لقد أكدت نتائج الدراسة على المستوى الميداني، من ناحية، أنه على الرغم من تعدد وتنوع مصادر المعرفة السياسية للطلبة الجامعيين، إلا أن الأدوار التي تلعبها مؤسسات التنشئة السياسية خاصة الأسرة والمؤسسة التعليمية ممثلة في الجامعة، والأحزاب السياسية، في تشكيل الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين محدودة للغاية. فقد جاءت الكتب الثقافية والسياسية، والمقررات والبرامج الدراسية الجامعية، والمناقشات والحوارات مع أعضاء هيئة التدريس بالجامعة، في المراتب الأخيرة من حيث الأهمية لدى الطلبة، وهو توضيح عن قصور دور الجامعة في عملية التنشئة السياسية، حيث لم يعد للمقررات والبرامج الدراسية الجامعية، ولا للأستاذ الجامعي مكانة بارزة في التنقيف السياسي وبلورة الوعي السياسي للشباب في المجتمع. ويأتي حضور اللقاءات والندوات الحزبية في مرتبة متأخرة، فضلا عن العزوف الكبير عن المشاركة بالعضوية في النشاطات الحزبية في المجتمع، الأمر الذي يمكن إرجاعه بالفعل إلى الاعتقاد السائد بأن الأحزاب السياسية ليس لها دور بارز في رفع الوعي والتنقيف السياسي لطلبة الجامعات.

ومن ناحية ثانية، فقد أظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأول الذي يحصل منه الطلبة على معارفهم السياسية وبنسبة قاربت أربعة أخماس (5/4) من المجموع الكلي لأفراد العينة. ويأتي اهتمام الدراسة بمدى حرص الطلبة على اكتساب المعلومات السياسية من خلال متابعة ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيري إلى كون أن هذه الأخيرة أضحت من الأدوات الفعالة التي تساعد عامة الناس على إدراك الموضوعات السياسية، ما يعني أن هذه المؤسسة الاجتماعية تشكل أهم رافد من روافد تشكيل الثقافة السياسية في المجتمع وفي المجتمع الطلابي على الخصوص. كما أظهرت أن مستوى تعرّض الطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام (صحف، راديو، تلفزيون) فوق المتوسط على العموم، حيث تجاوز نصف عدد أفراد العينة.

ولكن هذا المستوى لم يعكس مستوى مماثلا في متابعة القضايا السياسية لدى الطلبة، ما يعني أن حرصهم على الحصول على المعلومات السياسية من خلال متابعة ما تقدمه وسائل الإعلام من مواد سياسية هو حرص محدود جدا. حيث لوحظ أن الموضوعات السياسية وأخبار الدولة، وقضايا المجتمع الجزائري، على المستويين المحلي والدولي، تحتل مكانة متقدمة في

أولويات اهتمامات الطلبة بالمضامين الإعلامية المقدمة بالصحف الوطنية، كما تأتي نشرات الأخبار في مقدمة البرامج التي يفضلون سماعها من الراديو بينما كان اهتمامهم بمتابعة الشؤون والأحداث السياسية بالإذاعة والتلفزيون ممثلة في البرامج السياسية محدودة، وهو ما يؤكد علاقة ارتباطية بين اختلاف حرص الطلبة على متابعة الموضوعات والبرامج السياسية واختلافهم في التعرّض لوسائل الإعلام، أي أن الاهتمام بالموضوعات والبرامج السياسية يرتبط بنوع الوسيلة الإعلامية. كما يؤكد من جهة ثانية، على أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الصحافة المكتوبة في الرفع من مستوى المعرفة السياسية وبالتالي على تنمية الوعي السياسي للشباب الجزائري، ويشير في نفس الوقت إلى ضرورة العمل على تطوير وتجديد البرامج السياسية التي تُبثّ إذاعيا وتلفزيا بالشكل الذي يضمن لها تحقيق درجة أعلى من الاستماع والمشاهدة.

لم تسجل فروق معنوية بين أفراد العينة في مستوى التعرّض لوسائل الإعلام تبعا لمتغيري النوع والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للطلبة، ولم تسجل فروق معنوية بين الطلبة في مستوى متابعة الموضوعات السياسية بوسائل الإعلام تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي، في حين كان لعامل النوع تأثير له دلالة إحصائية على هذه المتابعة ولصالح الطلبة الذكور.

ملحق الجداول:

جدول رقم ( 1 ): توزيع أفراد العينة حسب ترتيب مصادر حصولهم على المعلومات السياسية.

المتغير	دون ترتيب	سُئِم ترتيب المصادر								المصادر
		8	7	6	5	4	3	2	1	
التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
785 (100)	76 (9,7)	4 (0,5)	30 (3,8)	71 (9,0)	73 (9,3)	122 (15,5)	145 (18,5)	222 (28,3)	42 (5,4)	مناقشات وحوارات أسرية
785 (100)	1 (0,1)	0 (0)	3 (0,4)	4 (0,5)	10 (1,3)	19 (2,4)	47 (6,0)	83 (10,6)	618 (78,7)	وسائل الإعلام (جرائد، راديو، تلفزيون)
785 (100)	164 (20,9)	3 (0,4)	28 (3,6)	108 (13,8)	142 (18,1)	101 (12,9)	99 (12,6)	104 (13,2)	36 (4,6)	مقررات (برامج) جامعية
785 (100)	125 (15,9)	0 (0)	21 (2,7)	100 (12,7)	122 (15,5)	136 (17,3)	128 (16,3)	116 (14,8)	37 (4,7)	كتب ثقافية وسياسية
785 (100)	45 (5,7)	0 (0)	22 (2,8)	45 (5,7)	81 (10,3)	127 (16,2)	228 (29,0)	203 (25,9)	34 (4,3)	حوارات مع جماعة الأصدقاء
785 (100)	150 (19,1)	2 (0,3)	36 (4,6)	182 (23,2)	146 (18,6)	126 (16,1)	97 (12,4)	37 (4,7)	9 (1,1)	مناقشات وحوارات مع الأساتذة
785 (100)	250 (31,8)	10 (1,3)	369 (47,0)	57 (7,3)	36 (4,6)	30 (3,8)	17 (2,2)	10 (1,3)	6 (0,8)	حضور لقاءات وندوات حزبية
785 (100)	730 (93,0)	28 (3,6)	4 (0,5)	2 (0,3)	2 (0,3)	7 (0,9)	5 (0,6)	3 (0,4)	4 (0,5)	مصدر آخر يذكر

جدول رقم ( 2 ): توزيع أفراد العينة حسب قراءة الجرائد.

المجموع	الإطلاع على الجرائد			بدائل الاستجابة
	لا	أحيانا	بانتظام	
التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
785 (100)	45 (5,7)	539 (68,7)	201 (25,6)	العينة

جدول رقم ( 3 ) : توزيع أفراد العينة حسب أولوية الموضوعات التي يفضلون الإطلاع عليها في الجرائد.

المجموع (*)		ترتيب الأولوية			الموضوعات
		3	2	1	
النسبة	التكرار	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
16,8	396	98 (12,5)	101 (12,9)	197 (25,1)	موضوعات سياسية
10,1	238	77 (9,8)	100 (12,7)	61 (7,8)	موضوعات اقتصادية
16,1	378	127 (16,2)	127 (16,2)	124 (15,8)	موضوعات اجتماعية
3,9	93	30 (3,8)	38 (4,8)	25 (3,2)	موضوعات فنية
11,7	276	115 (14,6)	97 (12,4)	64 (8,2)	موضوعات ثقافية
8,5	201	54 (6,9)	69 (8,8)	78 (9,9)	أخبار الرياضة
15,0	354	109 (13,9)	102 (13,0)	143 (18,2)	أخبار الحوادث والقضايا
7,8	183	64 (8,2)	83 (10,6)	36 (4,6)	أخبار المرأة والشباب
3,9	92	63 (8,0)	22 (2,8)	7 (0,9)	الإعلانات والتسليية
0,4	9	3 (0,4)	1 (0,1)	5 (0,6)	أخرى تذكر
5,7	135	45 (5,7)	45 (5,7)	45 (5,7)	لا يقرؤون الجرائد
100	2355	785 (100)	785 (100)	785 (100)	المجموع

جدول رقم ( 4 ) : توزيع أفراد العينة حسب سماعهم للراديو.

المجموع	الاستماع للراديو			بدائل الاستجابة
	لا	أحيانا	بانتظام	
التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
785 (100)	147 (18,7)	464 (59,1)	174 (22,2)	العينة

(\*) - يعبر المجموع عن إجمالي عدد أفراد العينة  $3 \times$  حيث أن السؤال المطروح من نوع الأسئلة متعددة الإجابات.

جدول رقم ( 5 ): توزيع أفراد العينة حسب أولوية البرامج التي يفضلون سماعها من الراديو.

المجموع(*)		ترتيب الأولوية			البرامج
		3	2	1	
النسبة	التكرار	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
16,3	385	95 (12,1)	95 (12,1)	195 (24,8)	برامج الأخبار
7,9	186	83 (10,6)	80 (10,2)	23 (2,9)	البرامج السياسية
5,6	132	56 (7,1)	51 (6,5)	25 (3,2)	البرامج الاقتصادية
7,5	176	54 (6,9)	70 (8,9)	52 (6,6)	البرامج الدرامية (مسلسلات، مسرحيات، أفلام إذاعية)
16,1	379	103 (13,1)	126 (16,1)	150 (19,1)	البرامج الدينية بما في ذلك القرآن الكريم
14,3	336	116 (14,8)	123 (15,7)	97 (12,4)	البرامج الاجتماعية (قضايا المجتمع)
5,0	118	43 (5,5)	29 (3,7)	46 (5,9)	البرامج الرياضية بما فيها كرة القدم
8,2	193	82 (10,4)	63 (8,0)	48 (6,1)	البرامج الموسيقية
0,4	9	6 (0,8)	1 (0,1)	2 (0,3)	برامج أخرى تُذكر
18,7	441	147 (18,7)	147 (18,7)	147 (18,7)	لا يحبون الاستماع للراديو
100	2355	785 (100)	785 (100)	785 (100)	المجموع الصنفي

جدول رقم ( 6 ): توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم للتلفزيون.

المجموع	مشاهدة التلفزيون			بدائل الاستجابة
	لا	أحيانا	بانتظام	
التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
785 (100)	20 (2,5)	376 (47,9)	389 (49,6)	العينة

جدول رقم ( 7 ): توزيع أفراد العينة حسب أولوية البرامج التي يفضلون مشاهدتها عبر التلفزيون.

المجموع(*)		ترتيب الأولوية			البرامج
		3	2	1	
النسبة	التكرار	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	
9,2	216	79	50	87	البرامج السياسية

(\*) - يعبر المجموع عن إجمالي عدد أفراد العينة  $3 \times$  حيث أن السؤال المطروح من نوع الأسئلة متعددة الإجابات.

(\*) - يعبر المجموع عن إجمالي عدد أفراد العينة  $3 \times$  حيث أن السؤال المطروح من نوع الأسئلة متعددة الإجابات.

		(10,3)	(6,5)	(11,4)	
15,2	359	84 (11,0)	111 (14,5)	164 (21,4)	البرامج الدرامية (أفلام، مسلسلات، مسرحيات تلفزيونية)
18,7	441	106 (13,9)	128 (16,7)	207 (27,1)	البرامج الدينية بما في ذلك القرآن الكريم
15,2	359	108 (14,1)	150 (19,6)	101 (13,2)	نشرات الأخبار
6,6	155	62 (8,1)	71 (9,3)	22 (2,9)	البرامج الموسيقية
7,9	185	45 (5,9)	63 (8,2)	77 (10,1)	البرامج الرياضية بما فيها كرة القدم
4,8	113	53 (6,9)	42 (5,5)	18 (2,49)	البرامج الاقتصادية
11,6	274	117 (15,3)	97 (12,7)	60 (7,8)	البرامج الاجتماعية
7,9	187	107 (14,0)	51 (6,7)	29 (3,8)	البرامج الثقافية
0,3	6	4 (0,5)	2 (0,3)	0 (0)	برامج أخرى تذكر
2,5	60	20 (2,5)	20 (2,5)	20 (2,5)	لا يشاهدون التلفزيون
100	2355	785 (100)	785 (100)	785 (100)	المجموع

جدول رقم ( 8 ): توزيع أفراد العينة حسب مستويات تعرضهم لوسائل الإعلام.

الرقم	فئة الدرجة	مستوى التعرض لوسائل الإعلام	التكرار	النسبة
1	[ 2 - 0 ]	مستوى تعرض منخفض	90	11,5
2	[ 4 - 3 ]	مستوى تعرض متوسط	512	65,2
3	[ 6 - 5 ]	مستوى تعرض مرتفع	183	23,3
100	المجموع		785	

الانحراف المعياري = 1,13

الوسط الحسابي = 3,70

جدول رقم ( 9 ): توزيع أفراد العينة تبعا للجنس والمستوى الاقتصادي والاجتماعي

على مستويات التعرض لوسائل الإعلام.

مستويات المقياس	الجنس		المستوى الاقتصادي والاجتماعي		
	ذكور	إناث	منخفض	متوسط	مرتفع
مستوى تعرض منخفض	31 (10,5)	59 (12,0)	54 (11,4)	28 (10,5)	8 (17,0)
مستوى تعرض متوسط	188 (63,7)	324 (66,1)	317 (67,2)	165 (62,0)	30 (63,8)
مستوى تعرض مرتفع	76 (25,8)	107 (21,8)	101 (21,4)	73 (27,4)	9 (19,1)
المجموع	295 (100)	490 (100)	472 (100)	266 (100)	47 (100)
الوسط الحسابي	3,76	3,67	3,65	3,80	3,68

جدول رقم ( 10 ): توزيع أفراد العينة حسب مستويات متابعتهم للموضوعات والبرامج السياسية من خلال وسائل الإعلام.

الرقم	فئة الدرجة	مستوى متابعة الموضوعات السياسية	التكرار	النسبة
1	[ 3 - 0 ]	مستوى متابعة منخفض	600	76,4
2	[ 6 - 4 ]	مستوى متابعة متوسط	124	15,8
3	[ 9 - 7 ]	مستوى متابعة مرتفع	61	7,8
		<b>المجموع</b>	<b>785</b>	<b>100</b>

الانحراف المعياري = 2,47

الوسط الحسابي = 2,09

جدول رقم ( 11 ) : التباين في درجة متابعة الموضوعات والبرامج السياسية من خلال وسائل الإعلام طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	3,616	2	1,808	0,294	غير دالة
داخل المجموعات	4812,595	782	6,154		
التباين الكلي	4816,211	784			

جدول رقم ( 12 ) : التباين بين الذكور والإناث في درجة متابعة الموضوعات والبرامج السياسية من خلال وسائل الإعلام.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	229,487	1	229,487	39,176	0,05
داخل المجموعات	4586,725	783	5,858		
التباين الكلي	4816,211	784			

جدول رقم ( 13 ) : توزيع أفراد العينة تبعاً للجنس والمستوى الاقتصادي والاجتماعي على متابعة الموضوعات والبرامج السياسية من خلال وسائل الإعلام.

مستويات المقياس	الجنس		المستوى الاقتصادي والاجتماعي		
	ذكور	إناث	منخفض	متوسط	مرتفع
	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)	التكرار (%)
مستوى متابعة منخفض	195 (66,1)	405 (82,7)	354 (75,0)	206 (77,4)	40 (85,1)
مستوى متابعة متوسط	65 (22,0)	59 (12,0)	78 (16,5)	41 (15,4)	5 (10,6)
مستوى متابعة مرتفع	35 (11,9)	26 (5,3)	40 (8,5)	19 (7,1)	2 (4,3)
<b>المجموع</b>	<b>295 (100)</b>	<b>490 (100)</b>	<b>472 (100)</b>	<b>266 (100)</b>	<b>47 (100)</b>
الوسط الحسابي	2,79	1,67	2,13	2,07	1,85



## قائمة المراجع:

- أحمد شاطرباش. (2002). دور المدرسة في التنشئة السياسية لتلاميذ الطور الثالث من التعليم الأساسي: دراسة ميدانية بولاية الجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر، الجزائر: جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.
- جيهان رشتي. (1972). نظم الاتصال: الإعلام في الدول النامية. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- علي راشد. (1996). الأساليب الأسرية في التنشئة السياسية للطفل المصري. ثقافة الطفل (17)، الصفحات 66-76.
- فاروق يوسف أحمد. (1985). محاضرات في الاجتماع السياسي. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
- فؤاد البهي السيد. (1979). علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري (الإصدار 3). القاهرة: دار الفكر العربي.
- كمال التابعي. (1985). الاتجاهات المعاصرة في دراسة القيم والتنمية. القاهرة: دار المعارف.
- مجدي صلاح المهدي. (1994). التنقيف السياسي للأبناء ودور الأسرة في تنميته. تأليف كمال المنوفي، و حسنين توفيق (المحررون)، الثقافة السياسية في مصر بين الاستمرارية والتغيير، المجلد الثاني (الإصدار 1، الصفحات 914-915). القاهرة، مصر: جامعة القاهرة: مركز البحوث والدراسات السياسية.
- محمد علي العويني. (1981). الراديو والتنمية السياسية. القاهرة: عالم الكتب.
- مريم طايبي. (2007). إشكالية الثقافة في الجزائر بين المقاومة والاستلاب. رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر، الجزائر: جامعة الجزائر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- ويلبير شرام. (1971). أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية. (محمد فتحي، المترجمون) القاهرة: وزارة الثقافة.
- ALMOND, G. A & ,VERBA, S .(1963) .The civic culture : Political attitudes and democracy in five nations .Boston: Little Brown and Co.
- GREENSTEIN, F. I .(1968) .Political socialization .International encyclopedia of social sciences .554 , 14 , New York, USA: The Macmillan company of the free press.
- PYE, L. W .(1972) .Communication and political development .Princeton, New Jersey, USA: Princeton University Press.