

عوامل تشكيل الصورة الذهنية الأحزاب السياسية الجزائرية
لدى الأساتذة الجامعيين - دراسة ميدانية -

Factors shaping the mental image of Algerian political parties
For university professors - a field study-

د. قرة عائشة¹

جامعة محمد لمين دباغين
guerraaicha@gmail.com

د. لعرباوي نصير

جامعة محمد لمين دباغين
nacir_larb@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2020/09/16 القبول 2021/10/20 النشر على الخط 2022/04/15

Received 16/09/2020 Accepted 20/10/2021 Published online 15/04/2022

ملخص:

تهدف الورقة البحثية إلى تقصي عوامل تشكيل صورة الأحزاب السياسية الذهنية لدى أفراد المجتمع الجزائري من خلال عينة حددت في أساتذة التعليم العالي حيث تم اختيار هذه الأخيرة استنادا لكونهم يعدون من نخبة المجتمع والطبقة الأكثر وعيا خاصة في الجانب السياسي، وتندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث الاعتماد على أداة البحث المتمثلة في استمارة الاستبيان الإلكتروني والتي مكنت الدراسة من التوصل إلى العديد من النتائج أهمها أن صورة الأحزاب السياسية الجزائرية سلبية، كما انتهت الدراسة إلى إعطاء جملة من النتائج والتوصيات التي تساهم في مساعدة الأحزاب السياسية على تصور سياسات وبرامج أكثر رقيا وملائمة لتطلعات المواطنين وتحسين صورتها لديهم.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، الأحزاب السياسية، التعليم العالي، الأساتذة، الجزائر.

Abstract:

This article try to explore the mental image of the political parties by higher education professors as a sample of the study, the study adopted a descriptive analysis method to achieve our objectives, so it used the E-questionnaire as tool for collecting data about subject.

Finally, the study concluded that the representation of Algerian political parties is negative, so it try to propose some recommendations to help the political parties to improve their image mental

Keywords: Political parties, mental image, higher education, professors, Algeria.

1. مقدمة:

تعتبر الأحزاب مظهر من مظاهر الحرية في البلدان ذات الطابع الديمقراطي، فهي عبارة عن منظمات أو جماعات ذات طابع سياسي لها أهدافها وبرامجها التي ترمي في النهاية إلى خدمة المجتمع والدولة، وهي شأنها شأن أي منظمة أو مؤسسة تعمل على خلق صورة ذهنية عنها لدى الجماهير المستهدفة والتي عادة ما تتشكل بطريقة نمطية تراكمية من خلال مجموعة من العوامل والتصرفات، حيث تقوم هذه الأخيرة بدور هام ومحوري في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد والتأثير في تصرفاتهم تجاه هذه الجماعات والمنظمات، فالصورة الذهنية تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الذي بدوره يقوم باتخاذ القرار والتصرف وأخذ الانطباع سواء بالإيجاب أو السلب بناء على ما شكله من تصورات.

في الحقيقة تعتبر الصورة الذهنية للأحزاب من أهم القضايا التي يدور حولها الحديث منذ ظهور هذه الأخيرة وتشغل الرأي العام عامة والبحوث العلمية والأكاديمية خاصة، حيث تلعب دورا مهما في توضيح العلاقة بين الأحزاب السياسية وأفراد المجتمع، كما أن لها دورا حاسما في تحديد نوع العلاقة بين الطرفين، لذلك تعمل الأحزاب السياسية دائما على البحث عن نوع الصورة الذهنية التي يحملها أفراد المجتمع عنها، فكلما كانت سلبية كلما كثفت جهودها لتغييرها وتعزيزها نحو الجانب الإيجابي، لاستقطاب الجمهور صوب أفكارها وبرامجها.

ويعد دستور 1989 الوثيقة الرسمية لإقرار التعددية للأحزاب السياسية في الجزائر، والذي برزت عنه الكثير من الأحزاب السياسية منها من بقيت نشطة حتى يومنا هذا ومنها من زالت أو غيرت من اسمها أو توجهها، مثل حزب جبهة التحرير الوطني وحركة الإصلاح الوطني وحركة مجتمع السلم، حزب العمال، جبهة القوى الاشتراكية والتجمع من أجل الثقافة والديمقراطية... وقد مرت هذه الأحزاب بمراحل وضغوطات وأزمات داخلية وأخرى خارجية في علاقتها بالسلطة وبأفراد المجتمع أثرت على تشكيل صورتها الذهنية لدى أفراد المجتمع عموما ولدى النخب على وجه الخصوص.

فبناء على اطلاعنا على بعض الأدبيات السابقة حول الموضوع وجدنا أنه قد اتفق العديد من الباحثين على أن الأحزاب السياسية الجزائرية تفتقر إلى المرونة والتغيير والمراجعة في خطاباتها السياسية وفي تحليلها للوضع العام للبلاد، حيث تعمل على تأييد مشاريع السلطة دون أن تكون لها القدرة على اتخاذ مواقف مستقلة ومعارضة وذلك لضمان بقاءها السياسي¹، لهذا تعاني التعددية الحزبية في الجزائر من غياب المعارضة السياسية الحزبية، إلى جانب هذا فهي لا تناوب للقيادات في رئاسة الحزب، بل تتميز بغياب التناوب على السلطة وتوجه بنية الأحزاب السياسية نحو اتخاذها طابع الاحتكار، الأمر الذي أدى إلى خلق صورة ذهنية نوعا ما سلبية عنها لدى أفراد المجتمع.

انطلاقا مما سبق، تسعى هذه الورقة البحثية لدراسة وتسليط الضوء على البحث في موضوع الصورة الذهنية للأحزاب السياسية في الجزائر من خلال الخوض في دراسة العوامل المتحكمة في تشكل الصورة الذهنية حيال الأحزاب السياسية في الجزائر. وعليه تتجلى إشكالية الدراسة في التساؤل التالي:

¹ عائشة قرة: الأساليب الاتصالية للأحزاب السياسية الجزائرية ودورها في تفعيل المشاركة السياسية -دراسة ميدانية لحزبي FLN و MSP، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علوم الاعلام والاتصال، جامعة سطيف2، الجزائر، 2020/2021، ص277.

ما عوامل تشكيل الصورة الذهنية للأحزاب السياسية الجزائرية من خلال آراء الأساتذة الجامعيين؟
وللتعمق أكثر احتوت الدراسة على التساؤلات الفرعية التالية:

1. هل يساهم المستوى التعليمي العالي في صنع صورة ذهنية مغايرة و متميزة حول الأحزاب السياسية الجزائرية؟
 2. كيف تؤثر سياسة الأحزاب السياسية في تشكيل صورة ذهنية إيجابية عنها لدى الأساتذة الجامعيين؟
 3. ما مدى تأثير الإعلام الحزبي في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الأحزاب السياسية؟
- أ. أهداف الدراسة: كما هو متعارف لا تخلو أية دراسة من أهداف ترمي للوصول إليها في آخر المطاف، وتكمن أهداف دراستنا في:

- التعرف على صورة الأحزاب السياسية الجزائرية لدى العينة بشكل موضوعي أكاديمي.
- الكشف عن أهمية الصورة الذهنية وضرورة الاهتمام بها وتزويد الأحزاب السياسية برؤية موضوعية حولها.
- إبراز العوامل المساهمة في بناء صورة الأحزاب السياسية لدى عينة الدراسة وتسلط الضوء على أهمها.
- تمكين القارئ من معرفة صورة للأحزاب السياسية الجزائرية لدى عينة الدراسة.
- الرغبة في التوصل إلى نتائج وتوصيات تساهم في مساعدة الأحزاب السياسية على تصور سياسات وبرامج أكثر رقياً وملائمة لتطلعات المواطنين.

ب. أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي نحن بصدد طرحه، وهو تبيان وتوضيح موضوع الصورة الذهنية للأحزاب السياسية عند عينة من المجتمع الجزائري المتمثلة في أساتذة التعليم العالي كونهم يعدون من نخبة المجتمع والطبقة الأكثر وعياً في مختلف المجالات خاصة في المجال السياسي.
- كما تستمد الدراسة أهميتها من أهمية موضوع الأحزاب السياسية التي تمثل جزءاً مهماً من مكونات المجتمع من خلال مختلف الأدوار التي يمكن أن تقدمها للبلد والمواطنين.
- كما تتجلى أهمية الدراسة في النتائج التي ستتوصل إليها، وفي المقترحات والتوصيات التي سنختم بها الدراسة والتي ستساهم في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الأحزاب السياسية.

ج. ضبط مفاهيم الدراسة:

- **الأحزاب السياسية:** عبارة عن تنظيمات ذات أهداف وطموحات سياسية وفكرية معينة، تعمل داخلها مجموعة من الأعضاء، ترى فيها الآلية المناسبة لتحقيق طموحاتها، وتتسع مساحة اهتمام الحزب لتشمل كل مرافق الحياة، ويحاول بدوره إدارتها أو صياغتها أو التأثير عليها بالشكل الذي يتناسب وبرنامج عمله ونظامه الداخلي، والذي يستند بدوره إلى المنهج الفكري الذي يتبناه¹.

¹فضلون آمال: استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، عنابة- الجزائر، ص 63.

● **الصورة الذهنية:** ينقسم مفهوم الصورة الذهنية في اللغة على مفردتين الصورة والذهنية: **فالصورة:** جمع صور وصور أي الشكل، كل ما يصوّر يقال (صورة الأمر كذا) أي صفته، النوع، الوجه يقال (صورة العقل كذا) أي هيئته. والصورة: الشكل والتمثال المجسم، وتعيد معاجم الأصول اللغوية (Etymology) الكلمة الإنكليزية (Image) إلى أصل لاتيني فرنسي، استخدمت في المعاجم الإنكليزية لتدل على المفاهيم الآتية: المتشابه، صنم الصورة، تمثيل في الذهن، أو فكرة، أو صورة أو تمثيل¹.

الذهنية فتشير إلى الذهن، جمع أذهان أي الفهم، القوة في العقل. وكذلك تشير إلى الفطنة والحفظ في الفلسفة الحديثة يطلق الذهن على الإدراك والتفكير من جهة ما هي مقابلة للإحساس. وبهذا يكون معنى مصطلح **الصورة الذهنية** هو تصور شكل الشيء في هيئته وحقيقته وصفته من خلال الفطنة والحفظ في العقل، وكذلك إدراك الأشياء والتفكير بها لتأليف الأحكام والإستدلالات².

● **الصورة الذهنية للأحزاب السياسية:** حدده **Dinis lindon** "دونيس ليندون" بأنها الصورة التي يشكلها ناخب ما، حول حزب ما أو مرشح ما، أي هي مجموعة السمات والاستعدادات والمواقف السياسية، والكفاءات والعيوب التي ينسبها عن خطأ أو صواب لهذا الحزب أو هذا المرشح أو ذاك³.

● **التعريف الإجرائي:** موافقة مع دراستنا الحالية يمكن أن نعرف **الصورة الذهنية للأحزاب السياسية** بأنها: الفكرة التي يكونها الفرد عن حزب سياسي معين يترتب عن ذلك من أفعال يمكن أن تكون سلبية أو ايجابية، وهي فكرة عادة ما تكون مبنية على المباشرة أو على الإيحاء المركز المنظم بحيث تتشكل من خلال سلوكيات الأفراد المختلفة.

د. منهج الدراسة:

يعرف المنهج أنه السبيل المؤدي للكشف عن الحقيقة في شتى العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تسيطر على سير العقل وتضبط عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة⁴. ولقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، لأنه يتلاءم وطبيعة الدراسة، من خلال دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة المظاهر أو مجموعة الأفراد مما يسمح لنا بتغطية موضوع الدراسة والتعامل مع أفراد العينة والموضوع عن قرب.

¹عبدربه عبد القادر العنزي: صناعة الصورة السياسية في الحملات الانتخابية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، ص 39.

²ساير مصلح حامد المطيري: الصورة الذهنية لرجل الأمن كما يدركها الجمهور السعودي، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2012، ص 18.

³ليلي بولكعبيات: صورة السلطة خلال رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2009/ 2010، ص 62.

⁴عمار بوحورش، محمد محمود أذنيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2001، ص 138.

هـ. مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع البحث مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث¹، أي هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها، ويتكون مجتمع هذه الدراسة من مجموعة من الأساتذة الجامعيين كونهم النخبة التي ترتقي سلم قيادة البلد، فضلا عن إنهم الفئة الكبيرة من الجمهور الذين يمتلكون القرار بالمشاركة في العملية السياسية من خلال انجازاتهم العلمية والأكاديمية، وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة من خلال استبيان إلكتروني، وبلغ حجم العينة 135 أستاذا جامعيا.

و. أداة الدراسة:

والتي تمثلت في أداة الاستبيان الإلكتروني وهي إحدى أدوات البحث الميداني التي تستخدم في البحوث العلمية، وهي عبارة عن عدد من الأسئلة والمواقف التي يراد أخذ معلومات بشأنها، وتستخدم صحيفة البحث أحيانا كبديل للمقابلات الشخصية خصوصا عندما يكون المطلوب الحصول على معلومات أو بيانات من مجموعة يصعب معها استخدام المقابلة لعدد من الأسباب أولها ضيق الوقت واختصارا للجهد والنفقات².

ز. الدراسات السابقة:

1/ دراسة: جهاد حجازي شحاته بعنوان: دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية «دراسة تطبيقية على الانتخابات البرلمانية»³، وتتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري اعتمد على عينة عشوائية قوامها 200 مفردة من الشباب المصري، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه بلغت نسبة من متابعة حملات مرشحي الأحزاب السياسية في انتخابات مجلس النواب 75.2% من عينة الدراسة ليدل على الوعي بأهمية حملات التسويق السياسي، كما أكدت على تعاظم دور الانترنت كوسيلة اتصال وسرعته في تداول المعلومات، وأرجعت الدراسة أسباب عدم المشاركة في التصويت الانتخابي في عدم الثقة في نزاهة الانتخابات.

2/ دراسة: إسرائ محمد كمال الزيني بعنوان: الصورة الذهنية لجماعات الإسلام السياسي لدى الرأي العام جماعة الإخوان المسلمين خسرت الرأي العام وصدمة... فسقطت⁴، تتبلور المشكلة البحثية للدراسة في الكشف عن ملامح وسمات

¹ مورييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية-تدريبات علمية»- ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون: الإشراف والمتابعة مصطفى ماضي، د ط، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص22.

² منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2014، ص 206.

³ جهاد حجازي شحاته: دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية "دراسة تطبيقية على الانتخابات البرلمانية"، دراسة مكتملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الآداب، قسم الإعلام-جامعة المنيا.

⁴ http://www.araa.sa/index.php?option=com_content&view=article&id=4060:2017-03-30-10-41-40&catid=2710&Itemid=172

الصورة الذهنية لتيارات الإسلام السياسي لدى الرأي العام المصري وذلك من خلال التعرف على طبيعة هذه الصورة، وسماتها البارزة فضلا عن أبعادها المختلفة، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح باستخدام العينة العمدية على 450 مفردة وتم مراعاة تشكيلها بحيث تسمح بظهور المتغيرات الديموغرافية والخصائص الاجتماعية والفئات العمرية للرأي العام المصري، من حيث تمثيل السن، النوع والمهنة والتعليم، والانتماء الحزبي والفكري، وغيرها من متغيرات، وقد توصلت الدراسة إلى سلبية صورة جماعة الإخوان المسلمين لدى الرأي العام المصري وأهم أسباب سلبية هذه الصورة قسمت إلى أسباب متعلقة بطبيعة الجماعة، كوجود حالة من عدم الثقة والتخوف من القوى الإسلامية ومصادقتها في قيادة التحول الديمقراطي، وأسباب خاصة بالمناخ السياسي وهي رؤية الفرد المصري للتيار السلفي على أنه جزء من الإسلام السياسي لاستخدامه نفس مفردات جماعة الإخوان المسلمين المتعلقة باستخدام الدين في السياسة، والاعتماد على الخدمات الاجتماعية لحصد الأصوات في الانتخابات، وأسباب متعلقة بالإعلام أهمها قيام الإعلام بشن الحرب على الإرهاب، والمقصود به إرهاب جماعة الإخوان المسلمين، واستخدام الإعلام نفس العبارات التي وصفت بها الجماعة منذ 1954، وقام بشيطة الجماعة التي لم تكن بحاجة إلى شيطنتها في نظر الشعب الذي رفض الإخوان.

3/ دراسة: نجم عبد خلف العيساوي بعنوان: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون المقيمون في عمان¹، هدفت إلى التعرف إلى مدى تأثير أو إسهام بعض العوامل في تشكيل تلك الصورة لدى الإعلاميين العراقيين المقيمين في عمان، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي وأداة الإستبانة، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع الإعلاميين العراقيين المقيمين في عمان والبالغ عددهم 300 إعلامي، من أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة أن الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق تتراوح بين السلبية والإيجابية، وهي أقرب إلى السلبية، حيث أسهمت عوامل عدة في تشكيل صورة الحزب السياسي في العراق، منها ضعف التواصل مع الجمهور، واستغلال نفوذه لتحقيق مصالح شخصية، وغموض مصادر تمويله، وعدم توفر المهنية في إدارة العلاقات العامة، ومواقفه الوطنية والثقافة والمعرفة التي يتمتع بها أعضاء الحزب، بالإضافة لضعف المبادرة إلى خدمة الناس وعدم اعتماده الواقعية في عرض برنامجه الانتخابي.

4/ دراسة: نور اختياري موحان، باقر موسى جاسم بعنوان "مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء الأحزاب السياسية العراقية دراسة مسحية"² تأتي هذه الدراسة في سياق التعرف إلى صورة الأحزاب السياسية لدى الطالب الجامعي العراقي وطبيعة النظرة التي يحتزنها عن تلك الأحزاب، وتمحورت مشكلة الدراسة في طرح السؤال الرئيسي: "ما الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة جامعة بغداد"، يعد هذا البحث ضمن إطار البحوث الوصفية، وقد حددت مجالات البحث بالآتي: المجال البشري تم اختيار طلبة جامعة بغداد اعتمادا على أسلوب العينة العشوائية البسيطة في تحديد العينة، أما المجال المكاني تمثل في المجمعات التي تضم الكليات التابعة لجامعة بغداد، بالنسبة للمجال الزماني حدد بالمدة من 1/9/2013، وحتى

¹ نجم عبد خلف العيساوي: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون المقيمون في عمان، دراسة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام-جامعة الشرق الأوسط، 2015.

² نور اختياري موحان، باقر موسى جاسم: مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء الأحزاب السياسية العراقية دراسة مسحية، بحث مستل من رسالة الماجستير الموسومة (الصورة الذهنية للأحزاب السياسية العراقية لدى طلبة جامعة بغداد بعد عام 2003)، كلية الإعلام جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، ص 129.

1/1/ 2014، إذ أن اختيار هذه المدة الزمنية جاء لأهميتها كونها تمثل نهاية الدورة البرلمانية التي اشتركت فيها الأحزاب السياسية، واقترب الدورة البرلمانية الجديدة، ومن ثم فإن الصورة الذهنية ستكون صورة إلى حد ما نهائية تعبر عن حصيلة الانطباعات التي شكلها الجمهور عن الأحزاب السياسية،

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية أن الطالب الجامعي يحمل صورة ذهنية ذات مؤشر سلبي عن الأحزاب السياسية العراقية، كما أنه لا توجد علاقات مستمرة بين الأحزاب السياسية وطلبة الجامعات وأن التواصل مناسباتي يقوى ويتفاعل وقت الانتخابات التي ما تلبث ان تنتهي ينقطع ذلك التواصل، وأن طبيعة تلك العلاقة تكون سلبية مبنية على التدخل في شؤون الجامعات، وتعيين الكفاءات الموالية لهم، أيضا الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة الجامعات ذات مؤشر سلبي فيما يتعلق بالوطنية، خاصة أنها تشك في أن تمويلها يكون دول أجنبية عربية أو إقليمية أو غيرها، كما أقر المبحوثون أنه لا دور لها في محاربة الفساد المالي والإداري، وجل اهتمامها منصب على كيفية الوصول إلى السلطة ولو على حساب القيم والمبادئ.

2. ماهية الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية أول مرة مع الباحث والترليمان في كتابه **الرأي العام سنة 1922**، وأصبح أساس دراسات التأثير الذي تقوم به وسائل الإعلام، والتي تستهدف بشكل رئيسي ذهن الإنسان¹، أي أنها عملية استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته الحواس كالرؤية والشم، السمع والذوق، تأخذ هذه المدركات شكلا ثابتا أو غير ثابت، دقيق أو غير دقيق. كما عرف "رينولدز" الصورة على أنها تطور البناء الذهني القائم على انطباعات معدودة تم اختيارها من فيض المعلومات التي يتلقاها الإنسان²، ويوافق في هذه الرؤية "وليم سكوت" الذي عرفها على "أنها مجموعة الصفات التي يميزها الشخص أو يتصورها حين يتفكر بالشيء الذي تحمله الصورة، ولقد توزعت الاستخدامات الأساسية لمصطلح الصورة في المعاجم العربية على معنيين أساسيين، حيث المعنى الأول يركز على الشكل الخارجي والذي يشمل الهيئة، الصفة، والشبه أو المثال، أما المعنى الثاني فهو الماهية المجردة وما يتحدر عنها من معاني في الخيال والذهن والعقل"³.

وحسب الدكتور "علي عوجة" الصورة الذهنية في كتابه **"العلاقات العامة والصورة الذهنية فهي الناتج النهائي للانطباعات الذهنية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما، أو شعب ما، أو جنس معين، أو منشأة معينة، أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة، أو أي شيء آخر عليه أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم**

¹ إبراهيم يوسف لعوامرة: **الصورة الذهنية في المسلسلات التركية المدبلجة إلى العربية دراسة حالة: الجزء 4 من مسلسل وادي الذئاب**، دراسة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص 25.

² عمر سليمان مكاي: **صورة الرجل المسلم كما يراها الطلبة الغربيون في الجامعات الأردنية**، ملخص أطروحة ماجستير في الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، المحلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 18، نوفمبر 2017، ص 284.

³ طالب كبحول، فلة بن دالي: **صورة الثورة الجزائرية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لمستخدمي المجموعات الفيسبوكية**، مجلة الصورة والاتصال، مجلد 5، العدد 19، ص 3.

صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا، ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونها على أساسها¹.

من خلال هذه التعاريف نلاحظ أن الصورة الذهنية هي مجموعة السمات والملامح التي يدركها الجمهور، ويبنى على أساسها مواقفهم واتجاهاته نحو المنظمة أو الدولة، أو الجماعة أو الحزب، وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الاتصال المباشر، أو عن طريق العمليات الاتصالية والإعلامية الجماهيرية، وتشكل سمات وملامح الصورة الذهنية من خلال إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم الأساسية التي تتبناها. زيادة على ما سبق، تمثل الصورة الذهنية في مجموعة من التصورات والأحكام والانطباعات القديمة المتوارثة والجديدة المستحدثة الإيجابية منها والسلبية التي يأخذها شخص أو جماعة أو مجتمع عن الآخر، ويستخدمها أساسا ومنطلقا لتقييمه لهذا الشخص ولتحديد موقفه وسلوكه إزاءه، تكون عادة مبنية على المباشرة أو على الإيجاء المركز والمنظم بحيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة.

وفي علم النفس الغربي تعني الصورة الذهنية لدى "نظرية الجشالت" بأنها الشكل، ومفهومها أن كل شكل هو أكبر من مجموع عناصره، وأن الكل فيه أهم من الأجزاء، وأن ذلك الكل هو الذي يسبغ على عناصره مغازيها. وتثار في ميدان فلسفة الفن مشكلة الشكل والمضمون، أو الصورة والمادة، ويرى بعضهم أن المفهوم في الفن إنما هو الشكل بمعنى الصورة، أي هيئة انتظام العناصر بصرف النظر عن مضمونها أو معانيها².

كما يرى "صلاح الدين محمد كامل" أن الأفكار والمعتقدات والمشاعر والأحاسيس التي تتكون في عقول ووجدان الجماهير، تجاه قضية أو منظمة أو فكرة أو شخص، وهي تتبادر إلى الأذهان عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوما عاما عنها قد يكون طيبا أو سيئا، وتتكون هذه الصورة مما اكتسبه الفرد من معلومات ومعارف وخبرات حول هذه القضايا، أو الأفكار أو المنظمات أو الأفراد³.

وعليه من خلال التعاريف المذكورة سابقا يمكننا أن نستنتج النقاط التالية:

- ❖ الصورة الذهنية هي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين يترتب عن ذلك من أفعال سواء سلبية أو ايجابية.
- ❖ للصورة الذهنية ثلاثة مكونات تقوم عليهم تتمثل في المكون الإدراكي وهو الجانب المعلوماتي للصورة، والمكون العاطفي يضم الاتجاهات العاطفية السلبية والإيجابية، أما المكون السلوكي فيكون إما تحيزا أو تعصبا.

¹ علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص9.

² سمير أحمد مخلوف: الصورة الذهنية (دراسة في تصور المعنى)، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26 العدد الأول+الثاني، 2010، ص5.

³ عبد الرحمن بن عبد الله بن محمد العبد القادر: الصورة الذهنية المتبادلة بين السعوديين والمقيمين وإسهام قنوات الاتصال في بنائها، دراسة وصفية تحليلية رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2015، ص5.

- ❖ الصورة الذهنية للمنظمة تتسم بالديناميكية والقابلية للتغيير، والتفاعل المستمر مع المتغيرات الذاتية للأفراد، أو تلك الخاصة بالمنظمة نفسها، أو بالمنظمات المنافسة لها، كما تتفاعل مع المتغيرات المجتمعية المختلفة¹.
- ❖ الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي، ولا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي.
- ❖ يشترك في تكوين الصورة الذهنية العوامل النفسية والاجتماعية والعوامل الاتصالية.

3. أهمية الصورة الذهنية للأحزاب السياسية وعوامل بناءها:

تظهر أهمية الصورة الذهنية للحزب السياسي كونها تمثل سمعته وتعزز مواقفه ومبادئه، فضلا عن أن الأحزاب السياسية إحدى أهم مؤسسات المجتمع المدني، وتعتبر ظاهرة ديمقراطية حضارية تسعى البلدان المتطورة إلى استثمارها في تحقيق ازدهار شعوبها وبناء حضارتها والارتقاء بحياتها السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وهنا تكمن ضرورة معرفة الأحزاب لهذه الصورة وسماتها وأسبابها ومراحل بنائها هذا من جهة²، ومن جهة أخرى ازدادت أهميتها من كون بعض الدراسات السياسية والإعلامية بدأت تولي اهتماما كبيرا بصورة القيادات السياسية وتأثيرها على الشعب.

بالإضافة إلى اهتمام خبراء العلاقات العامة بدراسة صور الشخصيات القيادية والمنظمات والشركات والمؤسسات المختلفة للتعرف على نظرة الجماهير لهذه الشخصيات أو المنظمات، ومعرفة العناصر الإيجابية والسلبية في هذه الصورة، لتعزيز العناصر الإيجابية وعلاج الأسباب التي أدت إلى تكوين الاتجاهات السلبية إن وجدت.

كما أثبتت عديد الدراسات الميدانية أن الصورة الذهنية للأحزاب السياسية تعد عاملا حاسما في تحديد المواقف السياسية تجاهها، حيث أن أغلب الناخبين يدلون بأصواتهم للأحزاب السياسية التي يملكون صورة ذهنية ايجابية عنها، وخلفية ذهنية عن ماهيتها وبرامجها والمشاريع التي قامت بها خلال مسيرتها.

وفي الواقع صورة الأحزاب السياسية ليست ثابتة بل تتسم بالمرونة والقابلية للتغيير والتحسين، حيث تتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيف التغيير المحتمل في الصورة، بعضها يتعلق بالصورة ذاتها وبعضها يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها، بالإضافة إلى العديد من المؤثرات نوجزها في النقاط التالية:

1.3. البعد الفكري والمعرفي لصورة الحزب السياسي:

يتمثل بالنتائج والمعارف والأدبيات التي يقدمها الحزب السياسي أو يتبناها، وتمثل السمة الغالبة لفكره لدى الجمهور، وهذه تختلف وفقا لنسبة الحضور القوي أو الضعيف للحزب من خلال نتاجاته الأدبية والفكرية والبرامج التوعوية، التي يقدمها عبر نشاطاته اليومية أو الأسبوعية أو مؤتمراته السنوية، بالإضافة إلى ما يترسخ في أذهان الناس من تجارب الحزب التاريخية وتجارب السلطة

¹ أسماء شام حسن صرصور: الصورة الذهنية لمجلس طالبات الجامعة الإسلامية لدى جمهور الطالبات، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس من قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية - غزة، 2010، ص43.

² نجم عبد خلف العيسوي: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون المقيمون في عمان، مرجع سبق ذكره، ص 45.

والمشاركة السياسية والمشاريع المقدمة والمقترحة والمتحققة، وبالإجمال فإن هذا البعد يعني بمعرفة الحزب عموماً، ويتأثر هذا البعد من الناحية التكوينية بعوامل عدة منها¹ :

أ- الخطاب السياسي: بشقيه الموجه إلى الجمهور والموجه إلى السلطة ومدى التوافق فيهما، وتقديم رؤية موضوعية لأي موقف سياسي، وعدم تبرير الخلل بالخلل أو الضعف بضعف، أو التعمية على مجريات العمل السياسي بمصطلحات توسع الفجوة بين الحزب والجمهور، بل بتقديم حقائق واضحة للجمهور عن مسيرة العمل السياسي.

ب- الخبرات السابقة عن الحزب: التجارب التي مارسها والمواقف التي اتخذها طيلة فترة حياة الحزب ومنذ نشأته، فالأحزاب التي حافظت على تاريخها من الإنحراف السياسي أو الاجتماعي أو الوطني، هي غير تلك الأحزاب التي وقعت في انحرافات تاريخية تمس سمعتها الوطنية وتحشد كيانها الاجتماعي، مضافاً إلى ذلك المواقف المعززة لكلا الاتجاهين أو الحالتين، والثبات الأخير والمواقف المتبناة كأحداث تجربة عرفها الجمهور عن الحزب.

ج- الدعم الإعلامي الخاص والخارجي: حيث يكون للإعلام ووسائل الاتصال دور كبير في ترسيخ البعد الفكري للحزب، من خلال استعراض نتاجه وأفكاره ومواقفه والتثقيف لها وبها، أو العكس التنفير منها والتحذير والترهيب، فهذا يؤثر في تكوين البعد الفكري للصورة الذهنية المتكونة لدى المتلقي، فإذا كان التوجه الإعلامي مشبعاً بنبرة الإدانة، والتنديد والسخرية، والتحريض أو الإشادة والتمجيد والتفاخر والدفاع، فإنها ترسم أبعاداً معرفية ووجدانية جديدة غير مألوفة².

2.3. البعد الوجداني لصورة الحزب السياسي:

يقصد به اتجاهات وأحكام الجمهور الذهنية والنفسية نحو الحزب السياسي ومواقفه، والتي قد تكون إما سلبية أو إيجابية أو محايدة، كما يعني ربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة لتتحول إلى إدراك عقلي كامل، إما بتعاطف كامل أو نفور من الحزب، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، فمع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة³.

وتشترك في تعزيز هذا البعد جميع العوامل التي ذكرت في البعد الفكري، وتتركز على استهداف تلك "الشخصية المعنوية" في وجدان الجمهور تعزيزاً أو تفنيداً، من خلال تدعيم الهدف ببعض المواقف السابقة أو اجتزاء بعض الصور المشرقة أو المشوهة وتكرارها وتذكير الجمهور بها، ويتعزز هذا الجانب أكثر كلما كانت العلاقة بين الجمهور والحزب أكثر تنظيمياً، وبالتالي صعوبة استهداف هذا الشخصية المعنوية في وجدان الجمهور.

¹ أسباب وعوامل تشكيل صورة الأحزاب السياسية لدى الجمهور <http://najmaleessawi.blogspot.com/2015/11/blog-post.html>

العراقي
² خالد الصوفي، علي البرهبي: دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي دراسة ميدانية، مجلة رؤى استراتيجية، جانفي 2014، ص35.

³ مراد كموش: الصورة الذهنية ووسائل الإعلام قراءة في المفهوم والتكوين، متوفر على الرابط:

3.3. البعد السلوكي لصورة الحزب السياسي:

يتضمن الاستجابة الظاهرة للجمهور تجاه الحزب السياسي بناء على البعدين الفكري والوجداني، فهو تحصيل حاصل لما ترسخ في أذهان الجمهور وتفاعلوا معه واقتنعوا به، ليظهر سلوك واضح من خلال المشاركة أو عدمها في فعاليات الحزب السياسي كالانتخابات والمؤتمرات والمهرجانات والتحفيد أو التنديد وغيرها من مظاهر السلوك المتوافقة مع البعدين الفكري والوجداني، ويعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشككة لديه في مختلف شئون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، وتبعاً لذلك فإن الاستخدام العقلي للصورة الذهنية يعني قدرة الفرد على الإدراك والموازنة فيما يمتلكه من تراكمات معرفية وإيجاد المقارنة بينهما تجاه الأشياء للوصول إلى اتخاذ القرارات والحكم عليها، وهي بطبيعة الحال قابلة للتغيير أو الثبات على الرغم مما تتصف به من استباق زمني في معظمها تجاه الأشياء الحالية التي يواجهها الفرد أو ما تتميز به من إضافات للشحنات العاطفية في بعض مكوناتها .

4.3. وسائل الإعلام:

أصبحت وسائل الإعلام أساسية في تقديم المعاني والتفسيرات إلى الناس خصوصاً أنهم يبنون أفكارهم عن الحقائق الاجتماعية أو المادية التي لم يحسوها من خلال التعرض لوسائل الإعلام، فالفرد يحصل على المعلومات والآراء والمواقف من وسائل الإعلام التي تساعده في تكوين تصور للعالم الذي يعيش فيه، فهو يعتمد عليها في التعرف على الواقع المحيط به. ويرى "ويلبر شرام" أن حوالي 70% من الصور التي يبينها الإنسان لعالمه مصدرها وسائل الإعلام الجماهيري، حيث تلعب المعلومات التي تتناقلها وسائل الإعلام وخاصة تلك التي تتصف بالاستمرارية، دوراً في تكوين معارف الجمهور وانطباعاته وتؤدي في النهاية مع الذات والغير إلى تشكيل الصور الذهنية التي تؤثر في تصرفات الناس¹. كما أن لوسائل الإعلام القدرة على تزييف الواقع أو نقله كما هو إن أرادت، وذلك من خلال الانتقاء العمدي لبعض المشاهد والمفاهيم والكلمات والصور وتكرارها واستبعاد أخرى، على النحو الذي تظن معه أن كل ما تعرضه وسائل الإعلام هو مجرد انعكاس حقيقي للواقع، وإذا كان لوسائل الإعلام القدرة على أن تخلق ذلك الواقع الافتراضي "المشوه"، فإنها الوحيدة القادرة على إبقائه ماثلاً في أذهان الجماهير عبر توظيفها آليات التكرار والملاحقة، الحشد، التعبئة وصناعة الخوف من خلال التهيب والترغيب... إلخ².

4. الأزمة السياسية الجزائرية وتأثيراتها في بناء صورة الأحزاب السياسية الجزائرية:

تسببت أحداث أكتوبر 1988 بنقلة نوعية على المستوى السياسي والممارسات السياسية، وتمخض عنها ما يعرف بالتعددية السياسية وتداولية السلطة، ما أضفى على الحياة السياسية حركية ومرونة وتطوراً، كون التعددية السياسية تعتبر دليل تقدم وتطور المجتمعات لما لها من فضل في دفعها نحو التقدم والانفتاح السياسي، لكن ما يعاب على هذه التعددية أن معظم الأحزاب التي

¹ ليلي بولكيبات: مرجع سبق ذكره، ص 80.

² نجم عبد خلف العيساوي: مرجع سبق ذكره، ص 75.

كانت ولا تزال من إنشاء السلطة، عملت على تأييد نظام الحكم والعمل في ظل السلطة والذي أدى إلى غياب القضايا الجوهرية والأساسية من برامج الأحزاب السياسية الجزائرية وجعلها بعيدة عن الشعب ومشاكله ومعاناته. في حقيقة الأمر ديمقراطية أكتوبر 1988 لم تجدي نفعا، حيث بدأ الوضع السياسي يتأزم وتم إيقاف المسار الانتخابي لتشريعات 1991، الأمر الذي أدى إلى نشوب صراعات حول السلطة داخل الأحزاب السياسية، وأصبحت تعمل لأجل مصالحها الشخصية متناسية هدفها الأصلي وهو خدمة المجتمع والدفاع عن حقوقه والبحث في مشاكله ومتطلباته، ومن جهة أخرى أصبحت الأحزاب طوع أمر السلطة تابعة لها نتيجة البيئة السياسية للدولة والنظام الريعي الذي تتميز به، ما جعل هدفها يتمثل في التمتع كقيادات في الدولة والاستفادة من الرئوس و ثروات البلد.

من جانب آخر انتقلت الصورة المشوهة عن دور الحزب في الحركة الوطنية ومن تجربة الحزب الواحد السلبية إلى الأجيال الشابة عن طريق مؤسسات التنشئة المختلفة، كل هذا خلق ظاهرة الاغتراب السياسي، وأصبح الفرد الجزائري بعيدا عن الساحة السياسية يؤمن بعدم الجدوى من المشاركة السياسية وفقد الثقة في كفاءة الأحزاب السياسية، وهذا ما برهنته نتائج الدراسة المعنونة بـ"المسألة الاجتماعية في برامج الأحزاب السياسية في الجزائر"¹، حيث توصلت إلى أن الأحزاب السياسية في مجمل برامجها المعروضة لا تتكفل بالمسألة الاجتماعية ولم تدرجها ضمن أولوياتها، بل بقيت مجرد خطابات وهمية تتناول التشخيص دون إعطاء البدائل والحلول أو حتى معالجتها، إلى جانب أنها تتميز بنقص الكفاءة والمصادقية السياسية في المجتمع .

5. أداء الأحزاب السياسية الجزائرية والصورة المشككة حيالها:

باتت الأحزاب السياسية اليوم في الجزائر تعيش أزمت جديدة، أهمها أزمة التمثيل السياسي حيث يمكن الإشارة أن التعدد الكبير الذي شهدته الحياة الحزبية، أفرغ الظاهرة الحزبية من محتواها وقاد إلى غياب الثقة في السياسة والأحزاب عموما، ويفسر ذلك بالمقاطعة المتنامية والتي تنتج عن التفتح الثقافي الذي شهدته الحياة المجتمعية عبر التعدد الإعلامي الداخلي والخارجي، الذي سلط الضوء على الحياة السياسية في الجزائر.²

كما تعاني الأحزاب السياسية الجزائرية غياب الممارسة الديمقراطية داخليا اقترانا بتنامي ظاهرة الانشقاقات كنتيجة حتمية لها، جراء سيطرة الزعامة الجهوية والمصالح العشائرية بدل الثقافة الديمقراطية، ما أدى إلى نفور المواطنين منها، ولا سيما ما تعلق بسيطرة المال السياسي في كواليس اللعبة الانتخابية، على حساب الكفاءة والقدرة التمثيلية، مما يجعل التمثيل السياسي تكريسا للعلاقات الزبونية، الذي جعلها تعاني من ترهل صدقيتها عند الناخب، هذا ما أكدته نتائج المؤشر العربي سنة 2014، إذ عبر الرأي العام في الجزائر عن تدي نسبة ثقته في الأحزاب بنسبة 33 بالمئة كما تظهر النظرة السلبية للمواطنين اتجاهها عبر عدم الانخراط فيها و بروز ظاهرة العزوف الانتخابي أكثر.³

¹ النوي الجمعي: المسألة الاجتماعية في برامج الأحزاب السياسية في الجزائر-دراسة سوسيوسياسية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، قسنطينة، الجزائر، 2010.

² توازي خالد: الظاهرة الحزبية في الجزائر التاريخ-المكانة-الممارسة-المستقبل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 174.

³ سمير بارة: التمثيل السياسي الحزبي في الجزائر: بين تحديات الواقع واستراتيجيات التفعيل، المجلة العربية للعلوم السياسية، ص 124.

ولا يخفى على أحد أن دور الأحزاب السياسية في الجزائر ضعيف وهذا يرجع إلى أن الحكومة تعمل على تحجيم الدور الذي وجدت من أجله من خلال التدخل في صلاحياتها، إلى جانب عدم كفاءة الأحزاب السياسية وعدم مقدرتها في تفعيل العمل الحزبي في مسار الإصلاحات السياسية.

6. الأبعاد الإمبريقية لآراء الأساتذة الجامعيين حول الأحزاب السياسية في الجزائر.

بعد توزيع الاستبيان وجمع المعلومات والإجابة عن الأسئلة، توصلت الدراسة إلى معرفة ماهية صورة الأحزاب السياسية الجزائرية، والتي نفضلها كالآتي:

الجدول 1: توزيع أفراد العينة وفقا لمتغيرات الدراسة:

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	النوع
51.6%	69	ذكر	
48.4%	66	انثى	
100	135		المجموع
38.3%	52	30-25	السن
25%	34	35-31	
17.2%	23	40-36	
14.1%	19	45-41	
5.4%	7	50-46	
100	135		المجموع
10%	13	أستاذ مساعد -أ-	الدرجة العلمية
20%	26	أستاذ مساعد -ب-	
22.5%	30	أستاذ محاضر	
47%	63	أستاذ مؤقت	
2%	3	بروفيسور	
100	135		المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

1/ السن: من خلال الجدول، نلاحظ أن فئة الأصغر سنا هي الأكبر نسبة من بين الفئات الأخرى، وهذا راجع إلى أن الاستبانة ذات طابع الكتروني تم توزيعها عبر المجموعات الفايبرية والتي يتسم مستخدميها بصغر سنهم، كما أن فئة الشباب هي الأكثر استخداما للتكنولوجيات الحديثة بشتى أنواعها.

2/ الجنس: نلاحظ أن جنس الذكور ذو نسبة أعلى من جنس الإناث، نعلل هذا بأن المواضيع السياسية عامة ومواضيع الأحزاب خاصة تسترعي انتباه الذكور أكثر من الإناث، كونها من المواضيع الجافة التي لا تناسب اهتمام الأغلبية من النساء.

3/ الرتبة العلمية: من خلال القراءة المتأنية للجدول أعلاه، تم تقسيم عينة الدراسة إلى 5 أقسام، حيث مثلت نسبة الأساتذة قسم مساعد -أ- 10%، والأستاذ المحاضر 22.5% من العينة الكلية للدراسة، في حين بلغت أستاذ مساعد -ب- نسبة

20%، وكانت النسبة الأكبر متمثلة في الأساتذة المؤقتين بنسبة 47%، وهذا راجع للتفاعل الكبير من طرف هذه الفئة كونهم أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي وأكثر اهتماما بالأبحاث والدراسات ذات النشر الإلكتروني، كما ترجع نسبة ارتفاعهم إلى ارتفاع نسبة فئة الشباب كما هو موضح في الجدول 1.

5/ التخصص: تنوعت تخصصات أفراد العينة بين التخصصات العلمية والأدبية والإنسانية، حيث تمثلت تخصصات العلمية والتطبيقية في: العلوم الاقتصاد والتجارية، الهندسة المدنية والميكانيكية، الهندسة المعمارية، إضافة على الصيدلة والبيولوجيا والاعلام الآلي.

أما التخصصات العلمية والأدبية فشملت: العلوم السياسية والعلاقات الدولية، علم النفس والتربية، علوم الاعلام والاتصال، علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية، علم الاجتماع بفروعه، الحقوق والفلسفة، إضافة إلى الأدب العربي والإنجليزي. هذا التنوع أدى إلى إثراء نتيجة الدراسة، وإعطاءها بعدا هاما من خلال التنوع في الآراء والتخصصات ووجهات النظر، حيث كما نعلم أن التخصصات والتكوين يلعب دورا هاما في تكوين توجهات الأفراد نحو مختلف المواضيع، لذلك فالعينة ذات زوايا متعددة في إبداء رأيها حول صورة الأحزاب السياسية الجزائرية.

الجدول 2: دور السياسة الحزبية في تشكيل صورة الحزب السياسي في الجزائر.

محايد		لا أوافق		أوافق		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	
2.96	4	89.62	121	4.44	6	الأحزاب تحوز برامج تتطابق وخطابها المسوق وتعمل على إنجاز وعودها
4.44	6	78.51	106	14.81	20	نشاط الأحزاب كاف لتكريس التواصل مع أفراد المجتمع.
2.22	3	80.74	109	14.81	20	تعمل الأحزاب على تبنى معالجة مشاكل الجمهور.
6.66	9	83.70	113	7.40	10	تمتيز الأحزاب بالوضوح والانسجام في الخطاب السياسي لها.
16.29	22	73.33	99	8.14	11	تمتاز بالنزاهة المالية في مصادر التمويل.
5.98	8	87.40	118	4.44	6	الأحزاب في الجزائر مستقلة في مواقفها السياسية عن السلطة.
10.37	14	69.62	94	17.77	24	يتمتع أعضاء الأحزاب بثقافة ومستوى تعليمي جيد.
7.40	10	82.96	112	7.40	10	تمتيز بالكفاءة في الأداء السياسي.
5.98	8	77.03	104	13.33	18	تعمل على عدم استغلال النفوذ في تحقيق المصالح الشخصية.
12.59	17	25.92	35	59.25	80	تقوم باستغلال الدين لتحقيق المصالح ودور العبادة لأغراض انتخابية.
4.44	6	73.33	99	20	27	تساهم في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم.
7.40	10	66.66	90	25.92	35	تساهم في توجيه الرأي العام وتعزيز روابط الوحدة الوطنية.
4.44	6	74.07	100	21.48	29	تطرح الأحزاب السياسية برامج الحد من البطالة.
7.40	10	58.51	79	34.04	46	تعمل على تقاسم برامجها خلال المواعيد الانتخابية بما يوافق متطلبات الشعب.
0	0	14.07	19	85.92	116	برامج الأحزاب مناسبة دعائية لكسب الأصوات فقط.

8.14	11	12.59	17	79.25	107	مصالحها الحزبية الخاصة أولى من مصلحة الوطن.
7.40	10	10.37	14	82.22	111	اهتمام الأحزاب بالمرأة دعائي غير حقيقي للتمكين السياسي لها.
13.33	18	72.59	98	14.07	19	تعمل على الحرص على حماية المواطنة وتكريس الديمقراطية.
5.98	8	85.92	116	8.14	11	تتعامل بشفافية مع الجمهور حيال المسائل المطروحة وطنيا ودوليا
14.81	20	59.25	80	25.92	35	تسعى على اختلاف مرجعياتها وموقعها من السلطة إلى أحلقت خطأها السياسي.
10.37	14	72.59	98	17.03	23	تبادر إلى ترقية الحس المدني للمجتمع في شتى المجالات
10.37	14	60	81	29.62	40	تدافع عن الثقافات والتراث والتاريخ الوطني للبلاد.
10.37	14	74.81	101	14.81	20	الأحزاب تمثل فئات الشعب المختلفة وتعكس انشغالهم خاصة الفئات الهشة.
11.85	16	66.66	99	14.81	20	تنمي الوعي الديمقراطي لدى الأفراد.
14.81	20	50.37	68	34.81	47	المواقف السياسية الثورية الأحزاب السياسية تساهم في تعزيز الصورة الذهنية للحزب
17.03	23	53.33	72	29.62	40	الأحزاب الإسلامية تتمتع بصورة إيجابية أكثر من غيرها.
11.85	16	25.92	35	62.22	84	تلعب أيديولوجيا الأحزاب دور مهم في تشكيل صورة الحزب.
17.03	23	59.25	80	23.70	32	الأحزاب التي تضم النساء كأعضاء تتحسن صورتها لدى الأفراد.
15.55	21	29.62	40	54.81	74	كلما عارضت الأحزاب السلطة كلما تحسنت صورتها وكلما شاركت في سلطة ساءت صورتها.
8.14	11	74.07	100	17.77	24	تقوم الأحزاب بتدعيم مؤسسات المجتمع المدني للحصول على حقوق أفراد المجتمع.
11.11	15	74.07	100	14.81	20	تعمل الأحزاب على التصدي للسلبات التي تقوم بها السلطة.

المصدر: من إعداد الباحثين.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن عينة الدراسة أجمعت على العديد من الأمور السلبية التي تقوم بها الأحزاب الجزائرية على اختلاف أنواعها سواء المعارضة للسلطة أو الموالية لها، وحسب رأي العينة فالأحزاب السياسية الجزائرية لا تحوز برامج تتطابق وخطابها المسوق، كما لا تعمل على إنجاز وعودها، ويتسم نشاطها بأنه غير كاف لتكريس التواصل مع أفراد المجتمع ما ينتج عنه أنها لا تهتم بمشاكل الجمهور ولا تعمل على معالجتها، إضافة إلى أنها لا تتميز بالوضوح والانسجام في الخطاب السياسي لها ولا تمتاز بالنزاهة المالية في مصادر تمويلها، وهذا يبرره أن أعضاء الأحزاب لا تتمتع بثقافة ومستوى تعليمي جيد، كما تنقصها الكفاءة في الأداء السياسي، ما يمنعها من ممارسة أنشطتها بطريقة علمية تستند إلى التخطيط والدراسة المسبقة.

أيضا، وحسب العينة الأحزاب السياسية الجزائرية ليست مستقلة في مواقفها عن السلطة بل تابعة لها، وتقوم باستغلال نفوذها في تحقيق المصالح الشخصية، وزيادة على ذلك اتفق أفراد العينة على أن الأحزاب السياسية الجزائرية تقوم باستغلال الدين لتحقيق المصالح ودور العبادة لأغراض انتخابية، ولا تعمل على تقديم برامجها خلال المواعيد الانتخابية بما يوافق متطلبات الشعب، أي أنها لا تساهم في توجيه الرأي العام نحو تعزيز روابط الوحدة الوطنية، ولا تهتم بتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، فبرامجها مناسبة دعائية لكسب الأصوات فقط، ومصالحها الحزبية الخاصة أولى من مصلحة الوطن.

من جهة أخرى، اتفقت العينة على أن الأحزاب السياسية الجزائرية لا تطرح برامج الحد من البطالة، ولا تحرص على حماية المواطنة أو تكريس الديمقراطية، كما لا تبادر إلى ترقية الحس المدني للمجتمع، واهتمامها بالمرأة اهمام دعائي غير حقيقي للتمكين السياسي لها واستعطاف فئة النساء للحصول على تأييدهن وأصواتهن، ومنه فالأحزاب السياسية الجزائرية لا تمثل فئات الشعب المختلفة ولا تعكس انشغالهم خاصة الفئات الهشة، أيضا لا تقوم بتدعيم مؤسسات المجتمع المدني للحصول على حقوق أفراد المجتمع. بناء على إجابات العينة، وبالرجوع إلى المؤشر العربي 2014¹ حول تقييم أداء المجالس التمثيلية في الجزائر من حيث القيام بدورها في الرقابة على الحكومة، والرقابة على الإنفاق العام، بما يضمن مراعاة مصالح فئات المجتمع، والقيام بدورها بوضع تشريعات تساهم في ضمان حريات المواطنين، يرى 58% أنها لا تقوم بأدائها في الرقابة على أداء الحكومة.

تعزو الصورة السلبية المشككة لدى أفراد العينة والتي نلاحظها من خلال الإجابات إلى أن الأحزاب السياسية الجزائرية مجرد هياكل تلهث وراء الوصول للسلطة والامتيازات، وتتميز بالعديد من النقائص كغياب القضايا الجوهرية في برامجها مثل قضايا الفساد، وعدم الربط بين السلطة والمجتمع وغيرها من القضايا التي تعمل على تنمية المجتمع ودفعه نحو التقدم، كما تتميز بضعف الفاعلية في القيام بوظائف تجميع المصالح والمشاركة السياسية والتنشئة السياسية. وترى العينة أنه لكي تتمتع الأحزاب السياسية الجزائرية بصورة حسنة وإيجابية يتوجب أن تعمل على التصدي للسلبات التي تقوم بها السلطة، وتعمل على معارضة ما تقوم به، فأيدولوجيا الأحزاب لها دور مهم في تشكيل صورة الحزب الجيدة، لذلك تميزها بأيدولوجيا معينة يساهم في تحسين أدائها ونشر صورة إيجابية عنها. في هذا الصدد يشير الباحث عبد الناصر جابي² إلى أن من أهم تكوين الصورة السلبية عن الأحزاب السياسية الجزائرية يعود إلى أنها لا تمتلك برامج أو أيدولوجيات ولا مشاريع تحولها من تولى زمام العمل الحزبي العمومي، الأمر الذي شكل عائقا أمامها لممارسة المنافسة الفعلية أو إبداء مواقفها المعارضة، كما أن بعض الوجوه الحزبية تشكل مادة للتنكيت والضحك من قبل الشعب.

الجدول 3: دور إعلام الحزب السياسي في الجزائر في تشكيل صورة ايجابية عن الحزب.

محايد		لا أوافق		أوافق		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	
14.07	19	46.66	63	39.25	53	يعمل الإعلام على غرس صورة ذهنية ايجابية للسياسة لدى الجماهير في الجزائر.
11.85	16	32.59	44	55.55	75	يعمل على صياغة خطابه السياسي لإعطاء صورة ايجابية عنها.
14.07	19	26.66	36	59.25	80	يستخدم مختلف الوسائل الاتصالية لتوضيح مواقف الحزب.
11.11	15	23.70	32	65.18	88	يعمل على استخدام الأساليب الحديثة للوصول إلى أكبر عدد من الجماهير.

¹ مشروع قياس الرأي العام العربي: المؤشر العربي، 2014.

² عبد الناصر جابي: الممارسة الديمقراطية داخل الأحزاب الجزائرية بين إرث الماضي وتحديات المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2012، ص196.

11.11	15	78.51	106	10.37	14	تتميز بأداء اعلامي محترف ومقنع.
11.85	16	78.51	106	9.62	13	تملك سياسة اعلامية منضبطة.
12.59	17	62.22	84	25.18	34	تعمل على تطوير الأداء الإعلامي لها باستمرار.
10.37	14	82.22	111	7.40	10	الصدق في الأداء الاعلامي.
9.62	13	82.96	112	7.40	10	تنقل مساهمة الأحزاب في محاربة الفساد بأنواعه بمصداقية
14.81	20	74.07	100	11.11	15	يعمل الحزب السياسي على نشر الأخبار الحقيقية وإيصالها للجماهير لتوعيتهم.
26.66	36	48.14	65	25.18	34	يلتزم إعلام الأحزاب بأصول الدعاية والنشر القانوني.
19.25	26	60.74	82	20	27	اعتماد الواقعية إعداد البرامج الانتخابية الموافقة لقدراتها المادية.

المصدر: من إعداد الباحثين.

فيما يخص محور دور إعلام الحزب السياسي في الجزائر في تشكيل صورة الحزب السياسي، وبناء على الجدول أعلاه، أجمعت العينة على أن الإعلام الحزب السياسي لا يعمل على غرس صورة ايجابية للسياسة لدى الجماهير في الجزائر، وحسب العينة يعود هذا إلى أن إعلام الحزب لا يتميز بأداء اعلامي محترف ومقنع، ولا تملك سياسة اعلامية منضبطة "حسب رأي العينة".

من جانب آخر، إعلام الأحزاب السياسية في الجزائر لا يهتم باستخدام مختلف الوسائل الاتصالية لتوضيح مواقف الحزب، كما أنها لا تهتم بتطوير الأداء الإعلامي باستمرار، وحسب العينة فهي تتسم بعدم الصدق في الأداء الإعلامي، ولا تلتزم بأصول الدعاية والنشر القانوني، أيضا أدلت العينة في إيجابتها بأن إعلام الأحزاب لا ينقل مساهمة الأحزاب في محاربة الفساد بأنواعه بمصداقية، ولا يعمل على نشر الأخبار الحقيقية وإيصالها للجماهير لتوعيتهم، وعليه ومن كل ما تم ذكره نجد أن نشاط الأحزاب الاعلامي مناسباتي يكثف وقت الانتخابات فقط، وهذا ما أجمعت عليه العينة.

ومنه، نجد أن وسائل الإعلام لا تهدف إلى تعزيز علاقة الجمهور بالأحزاب السياسية ولا تعمل على انغراس الأحزاب السياسية اجتماعيا وإكسابها القبول الاجتماعي، كما تتصف بعدم التوافق بين الخطاب السياسي للأحزاب والواقع العملي لها، وهي دائمة التغيير في الخطابات والبرامج أي أنها لا تثبت على فكرة واحدة، الأمر الذي أدى إلى اتساع الهوة والفجوة بينها وبين المجتمع.

وفي هذا الصدد، أجمع المحللون السياسية من بينهم "أرزقي فراد، سفيان صخري" على ضعف الخطاب الذي تتبناه الأحزاب السياسية خلال تواصلها مع الجماهير، وتم إدراجها في خانة العبث السياسي والشعبوية والخادم لمصلحتهم أكثر من الصالح العام والشعب، فهي تعمل على بيع الأوهام والوعود الظرفية، ويرى المحلل السياسي "عبد العالي رزاق" أن معظم الخطابات طغى عليها خطاب الارتجال والتضليل للرأي العام والتناقض في التصريحات، وطالتها الفوضى والعشوائية وهو ما ينم عن رداءة الخطاب السياسي بصفة عامة.

الجدول 4: دور وسائل الإعلام الحكومية والخاصة في تشكيل صورة الأحزاب السياسية الجزائرية.

محايد		لا أوافق		أوافق		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	
11.11	15	46.66	63	42.22	57	تعمل على تدعيم الصورة الايجابية عن الحزب السياسي في الجزائر.
10.37	14	79.25	107	10.37	14	تقدم عنه صور واقعية دون تزييف ولا تمييز بين الأحزاب الموالية والمعارضة.
8.88	12	79.25	107	11.85	16	تعزز علاقة الجمهور بالحزب من خلال عرض إنجازاته بصدق وموضوعية.
12.59	17	70.37	95	17.03	23	تظهر أهمية رسالة الحزب بجدية في أعمال الحكومة أو بوصفها معارضة لها.
12.59	17	48.14	65	39.25	53	تحت الجمهور على المشاركة الانتخابية ومساندة الأحزاب دون تمييز.
14.81	20	66.66	90	18.51	25	تبلغ رسائل الأحزاب السياسية على تفعيل المشاركة السياسية بأمانة.
11.11	15	22.96	31	65.92	89	هناك انتقائية في تغطية نشاط الأحزاب من قبل وسائل الإعلام الحكومية وتمييز أحزاب السلطة على المعارضة.
17.03	23	53.33	72	29.62	40	تعمل على انفراس الحزب اجتماعيا وإكسابه القبول الاجتماعي.

المصدر: من إعداد الباحثين.

إن لوسائل الإعلام الحكومية دور هام في تشكيل وبناء الصورة لدى الجماهير، وخاصة في موضوع الأحزاب السياسية، وفي هذا الصدد وبناء على إجابات العينة التي أكدت على أن وسائل الإعلام سواء الحكومية أو الخاصة لا تعمل على تدعيم الصورة الايجابية عن الأحزاب السياسية الجزائرية، ولا تظهر أهمية رسالة الأحزاب السياسية بجدية خاصة رسائل أحزاب المعارضة، بالإضافة إلى مما سبق نجد أنها لا تحت الجمهور على المشاركة الانتخابية ومساندة الأحزاب دون تمييز.

ومما اتفقت عليه العينة أن هناك انتقائية في تغطية نشاط الأحزاب من قبل وسائل الإعلام الحكومية والخاصة على حد سواء، وتمييز أحزاب السلطة على المعارضة، كما أنها لا تقدم عنها صور واقعية دون تزييف ولا تمييز بين الأحزاب الموالية والمعارضة. وما يعاب على وسائل الإعلام خاصة الحكومية أنها وهمية لا تحاكي الواقع وما يعيشه المواطن بصدق، بل هي محتكرة من قبل السلطة تبث للمواطنين إلا ما يخدم مصالحها.

7. خاتمة:

بناء على النتائج المتوصل إليها، اتضح أن صورة الأحزاب جد سلبية لدى أفراد العينة خاصة وغيرهم بصفة عامة، وهذا يعود إلى انحراف الأحزاب السياسية الجزائرية عن مسارها الصحيح، وخلق فجوة بينها وبين أفراد المجتمع، كما أن أهدافها الغامضة والتي لا تمد بالمجتمع بصلة أدت إلى ترسيخ صورة سلبية عنها. كما يتبين لنا أن الأحزاب أفرغت من محتواها، ويرجع هذا للعديد من العوامل أهمها طغيان العوامل الذاتية وتغليب المصلحة الشخصية على مصلحة المجتمع والوطن، ومن خلال كل هذا نخلص إلى أنه لن تعود الصورة الايجابية عن الأحزاب السياسية إلا إذا تحولت جهود الأحزاب إلى خدمة الشعب من خلال التعبير عن همومهم ومشاكلهم

وتطلعاتهم، بشرط التخلص من المصالح الشخصية والأخذ بالاعتبار جميع المشاكل والمطامح والمسامي التي ترهق كاهل الفرد والمجتمع.

وعليه خلصت الدراسة إلى اقتراح العديد التوصيات والاقتراحات التي تساهم في تغيير الصورة السلبية للأحزاب السياسية نحو الأفضل وهي:

- بناء قاعدة سياسية قوية تنطلق من الشعب، وبناء استراتيجية اعلامية اتصالية من شأنها التمكين للأحزاب السياسية من تفعيل سياسة التواصل والاستماع للقاعدة الجماهيرية الشعبية، في إطار عملية تبادلية تفاعلية أساسها المنطق والمصادقية في طرح المضامين السياسية من أجل بناء وتطوير الوطن وحماية حقوق المواطنين.
- المصادقية في البرامج الانتخابية التي تخدم المواطن بالدرجة الأولى وتفعيلها على أرض الواقع، والعمل بشفافية والوعد بما هو ممكن إنجازها بعيدا عن التزييف والتنميق والتجميل.
- النزاهة والتفكير في الرأي العام قبل مصلحة أفرادها الشخصية والسعي من أجل تحسين المستوى السياسي للبلاد، والعمل على معالجة المشاكل الاجتماعية والقضاء على الفساد في مختلف المؤسسات.
- العمل على ضمان استقلالية الأحزاب السياسية في الجزائر، وخروجها من العمل تحت جناح السلطة، ومحاولة الضغط على الحكومة من أجل إجبارها على تحسين الظروف المعيشية المواطنين في إطار خدمة الوطن والشعب وإلغاء المصالح الشخصية.
- رفع مستوى تعليم أفراد الحزب لتكون الممارسة الحزبية والسياسية من قبل أشخاص أهل الاختصاص، ذوي تكوين علمي وثقافي لأحداث التغييرات السياسية بشكل ايجابي.
- دراسة البرامج المقدمة من الأحزاب للمشاركة في الانتخابات بموضوعية دون تزييف وأن يكون رؤساء الأحزاب ومسؤولهم ذوي مستوى تعليمي عالي وذوي خلفية سياسية وتاريخية محنكة، واعتماد معايير لتشكيل الأحزاب السياسية مثل نسبة الانتشار وكفاءة البرامج، كفاءات الأعضاء...
- يجب أن تمتلك الأحزاب السياسية برامج ومشاريع وخطط استراتيجية خاصة بها، مبنية على ركائز العلمية، والعمل على الاستفادة والاحتكاك بالأحزاب السياسية الرائدة في العالم، وتجنب الاستنساخ من برنامج الحكومة القائمة، بالإضافة إلى العمل على استقلالية تمويلها لضمان معارضتها.
- التداول على رئاسة الحزب السياسي لمعظم الأحزاب لا تغير القادة وبالتالي شخصنة الحزب السياسي عامل هام في إعطاء صورة سلبية عنها.
- إيجاد آليات قانونية من طرف الدولة تلزم الأحزاب على القيام بنشاطات توعوية دورية في كل سنة عن برامجها ومشاريعها وإنجازاتها، أو وضع هيئة رقابية تعمل على مراقبة عمل الأحزاب السياسية ومدة وفائها لوعودها.
- العمل على تكريس مبدأ الديمقراطية الفعلية على أرض الواقع ومبدأ المساواة والتناوب على السلطة وترك الشعب الجزائري ينتخب بكل حيادية على أي حزب يميل اليه بدون مضايقات أو إكراه أو إغراء، مع ضمان حرية التعبير وإبداء الرأي.

➤ العمل بعقلانية وعدم الاستهتار بالشعب، مع الالتزام بالعمل بكل شفافية مع الجمهور المستهدف من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وصبر آراء الجماهير حول الأحزاب وعمل الندوات والمؤتمرات مع وسائل الاعلام وتقديم الحقائق والوقائع من خلالها.

➤ تجاوز الخطاب السياسي المصلحي والظرفي، مع الالتزام بالصدق في الخطاب السياسي وتوضيح مقاصد الحزب الحقيقية، والنزول إلى الواقع الاجتماعي والابتعاد عن الخطابات المنبرية مع التشديد على ضرورة المطابقة بين الخطاب السياسي والعمل الميداني وتجسيد الوعود.

➤ تبني الأحزاب السياسية مواقف حقيقية تخص المشاكل الفعلية للمجتمع الجزائري لأن هذه الافعال تساهم في تحسين صورة الحزب لدى فئات الشعب المختلفة.

8. قائمة المراجع:

- (1) ابراهيم يوسف لعوامرة: الصورة الذهنية في المسلسلات التركية المدبلجة إلى العربية دراسة حالة: الجزء 4 من مسلسل وادي الذئاب، دراسة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
- (2) أسماء شام حسن صرصور: الصورة الذهنية لمجلس طالبات الجامعة الإسلامية لدى جمهور الطالبات، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس من قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية - غزة.
- (3) النوي الجمعي: المسألة الاجتماعية في برامج الأحزاب السياسية في الجزائر- دراسة سوسيوسياسية- مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، قسنطينة، الجزائر، 2010.
- (4) توازي خالد: الظاهرة الحزبية في الجزائر التاريخ -المكانة-الممارسة-المستقبل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- (5) خالد الصوفي، علي البريهي: دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي دراسة ميدانية، مجلة رؤى استراتيجية، جانفي 2014.
- (6) جهاد حجازي شحاته: دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية "دراسة تطبيقية على الانتخابات البرلمانية"، دراسة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الآداب، قسم الإعلام-جامعة المنيا.
- (7) ساير مصلح حامد المطيري: الصورة الذهنية لرجل الأمن كما يدركها الجمهور السعودي، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2012.
- (8) سمير أحمد مخلوف: الصورة الذهنية -دراسة في تصور المعنى-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26 العدد الأول+الثاني، 2010.
- (9) سمير بارة: التمثيل السياسي الحزبي في الجزائر: بين تحديات الواقع واستراتيجيات التفعيل، المجلة العربية للعلوم السياسية.
- (10) طالب كيجول، فلة بن دالي: صورة الثورة الجزائرية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية لمستخدمي المجموعات الفيسبوكية، مجلة الصورة والاتصال، مجلد 5، العدد 19.
- (11) فضلون آمال: استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، عنابة-الجزائر.

- 12) عائشة قرة: الأساليب الاتصالية للأحزاب السياسية الجزائرية ودورها في تفعيل المشاركة السياسية -دراسة ميدانية لحزبي FLN و MSP، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د في علوم الاعلام والاتصال، جامعة سطيف2، الجزائر، 2021/2020.
- 13) عبد الرحمن بن عبد الله بن محمد العبد القادر: الصورة الذهنية المتبادلة بين السعوديين والمقيمين وإسهام قنوات الاتصال في بنائها، دراسة وصفية تحليلية رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2015.
- 14) عبد الناصر جايي: الممارسة الديمقراطية داخل الأحزاب الجزائرية بين إرث الماضي وتحديات المستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2012.
- 15) عبدربه عبد القادر العنزي: صناعة الصورة السياسية في الحملات الانتخابية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32.
- 16) علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، 2003.
- 17) عمر سليمان مكاوي: صورة الرجل المسلم كما يراها الطلبة الغربيون في الجامعات الأردنية، ملخص أطروحة ماجستير في الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 18، نوفمبر 2017.
- 18) عمار بوحورش، محمد محمود أذنيبات: "مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث"، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2001 .
- 19) لقوي بوخميس: العلاقات العامة في الحزب السياسي المكتب الولائي لجهة التحرير الوطني بسكيكدة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، بسكرة، الجزائر، 2012/2011.
- 20) ليلي بولكعبيات: صورة السلطة خلال رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2009/ 2010.
- 21) منال هلال المزاخرة: مناهج البحث الإعلامي، ط 1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2014.
- 22) موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في البحوث الإنسانية-تدريبات علمية-، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون: الإشراف والمتابعة مصطفى ماضي، د ط، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004 .
- 23) مشروع قياس الرأي العام العربي: المؤشر العربي، 2014.
- 24) نجم عبد خلف العيساوي: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الإعلاميون العراقيون المقيمون في عمان، دراسة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام-جامعة الشرق الأوسط، 2015.
- 25) نور اختياري موحان، باقر موسى جاسم: مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء الأحزاب السياسية العراقية دراسة مسحية، بحث مستل من رسالة الماجستير الموسومة ب:الصورة الذهنية للأحزاب السياسية العراقية لدى طلبة جامعة بغداد بعد عام 2003، كلية الإعلام جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32.

26) http://www.araa.sa/index.php?option=com_content&view=article&id=4060:2017-03-30-10-41-40&catid=2710&Itemid=172

27) <https://platform.almanhal.com/Files/2/13446>