

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال والعلاقات العامة

رقم التسجيل:

الرقم التسلسلي:

وسائل الإعلام والقيم السياسية لدى النخبة
المثقفة في الجزائر
-دراسة ميدانية-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

أ.د الطاهر اجعيم

إعداد الطالبة:

وليدة حدادي

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. إدريس بولكعيبات	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة-3	رئيسا
د. الطاهر اجعيم	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة-3	مشرفا ومقررا
د. ليلي بن لطرش	أستاذ محاضر أ	جامعة قسنطينة-3	عضوا
د. عبد الله بوجلال	أستاذ التعليم العالي	الجامعة الإسلامية - الأمير عبد القادر	عضوا
د. جمال العيفة	أستاذ محاضر أ	جامعة باجي مختار - عنابة	عضوا
د. جمال بن زروق	أستاذ محاضر أ	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	عضوا

السنة الجامعية: 2014 - 2015

إهداء:

إلى:

... رمزا الصبر والتحدي ... والدي.

إلى:

رفيق العمر وشريك الحياة ... زوجي.

إلى:

فلذات كبدي أبنائي ... جمانة وعبد الجليل.

شكر وتقدير:

أحمد الله سبحانه وتعالى الذي أعانني على إتمام هذه

الدراسة العلمية، كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى

أستاذي المشرف، بما غمرني به من توجيه ونصح في دروب

البحث، إذ تتبع العمل خطوة بخطوة حتى استقام واستقر

منهجاً وشكلاً ومضموناً.

كما يقتضي الواجب أن أتقدم بخالص الشكر إلى كل من

ساعدني وبذل جهداً في سبيل دعمي في إنجاز هذه الدراسة.

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
أ- ت	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
2	أولاً- الإشكالية
4	ثانياً- تساؤلات الدراسة
5	ثالثاً- أهمية وأسباب اختيار موضوع الدراسة
6	رابعاً- أهداف الدراسة
6	خامساً- تحديد المفاهيم الأساسية
30	سادساً- الإجراءات المنهجية للدراسة
30	1- مجالات الدراسة
30	أ- المجال الزمني
30	ب- المجال المكاني
30	ت- المجال البشري (عينة الدراسة)
33	2- منهج الدراسة
34	3- الاستبيان كأداة لجمع البيانات
37	4- التحليل الإحصائي كأسلوب لتحليل البيانات
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
39	أولاً- الدراسات الجزائرية
50	- تعقيب على الدراسات الجزائرية
51	ثانياً- الدراسات العربية
82	- تعقيب على الدراسات العربية
82	ثالثاً- الدراسات الأجنبية
96	- تعقيب على الدراسات الأجنبية
97	- تعقيب عام على الدراسات السابقة

	الفصل الثالث: النخبة المثقفة الجزائرية المسار والأدوار
101	أولاً- نظريات النخبة
108	ثانياً- تصنيف النخب
108	1- النخبة السياسية
110	2- النخبة العسكرية
110	3- النخبة التقليدية
111	4- النخبة ذات الملكية
112	5- النخبة الإيديولوجية
113	6- النخبة التكنوقراطية
114	7- النخبة الكاريزمية
114	8- النخبة المثقفة
114	ثالثاً- خصائص النخبة المثقفة
115	1- الخصائص الذاتية
116	2- الخصائص الموضوعية
117	رابعاً- أدوار النخبة المثقفة
117	1- الدور الاجتماعي للنخبة المثقفة
125	2- الدور السياسي للنخبة المثقفة
131	خامساً- مسار النخبة المثقفة الجزائرية
145	سادساً- النخبة المثقفة الجزائرية تحدياتها ورهاناتها
	الفصل الرابع: المنظور الفكري للقيم السياسية
154	أولاً - مصادر تكوين القيم
154	1- مصادر تكوين القيم في الفكر الغربي
156	2- مصادر تكوين القيم في الفكر الإسلامي
162	ثانياً- تصنيف القيم
162	1- تصنيف القيم في الفكر الغربي
166	2- تصنيف القيم في الفكر الإسلامي

167	ثالثا- خصائص القيم
167	1- خصائص القيم في التصور الغربي
169	2- خصائص القيم في التصور الإسلامي
173	رابعا- القيم السياسية
173	1- أهمية القيم السياسية
175	2- القيم السياسية في الفكر الغربي
175	أ- المساواة
178	ب- الحرية
180	ت- الديمقراطية
182	ث- المشاركة السياسية
183	ج- المواطنة
185	ح- الانتماء والولاء الوطني
187	3- القيم السياسية في الفكر الإسلامي
188	أ- العدالة
190	ب- الشورى
192	ت- الحرية
196	ث- المساواة
198	خامسا - مؤسسات التنشئة السياسية ودورها في تشكيل القيم
199	1- الأسرة
200	2- المؤسسات التعليمية
205	3- جماعات الرفاق
208	4- الأحزاب السياسية
210	5- المؤسسات الدينية (دور العبادة)
212	6- منظمات المجتمع المدني
	الفصل الخامس: وسائل الإعلام ودورها في تشكيل القيم السياسية لدى النخبة المثقفة
220	أولا - وظائف وسائل الإعلام

226	ثانيا- وسائل الإعلام والتنشئة السياسية
228	1- مجالات تأثير وسائل الإعلام
231	2- وسائل التأثير
231	أ- الصحافة المكتوبة
234	ب- الإذاعة
237	ت- التلفزيون
242	ث- السينما
246	ج- المسرح
248	ح- الإنترنت
255	ثالثا - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمنظور للدراسة
255	1- التصور العام للنظرية
255	2- الفرضيات التي تقوم عليها النظرية
257	3- علاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم الاجتماعية
259	4- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
262	5- النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
265	6- نقد النظرية
266	رابعا - الاعتماد المتبادل بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام
	الفصل السادس: تحليل وتفسير بيانات الدراسة
284	أولا- الخصائص العامة لعينة الدراسة
287	ثانيا- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام
398	ثالثا- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام
443	رابعا- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بأثر المضامين الإعلامية على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة

الفصل السابع: نتائج الدراسة	
482	أولاً- النتائج العامة للدراسة
498	ثانياً- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
513	- خاتمة
519	- قائمة المراجع المعتمدة
-	- الملاحق:
-	- استمارة الدراسة الميدانية
-	- الملخص باللغة العربية
-	- الملخص باللغة الفرنسية
-	- الملخص باللغة الإنجليزية

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	رقم العنوان
284	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
285	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	02
288	يوضح نمط قراءة الصحف لدى أفراد العينة	03
289	يوضح علاقة الجنس بنمط قراءة الصحف	04
290	يوضح علاقة المستوى التعليمي بنمط قراءة الصحف	05
291	يوضح الفترات المفضلة لقراءة الصحف لدى أفراد العينة	06
292	يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضلة للقراءة	07
293	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة للقراءة	08
294	يوضح الموضوعات المفضلة لقراءة الصحف لدى أفراد العينة	09
296	يوضح علاقة الجنس بالموضوعات المفضلة لقراءة الصحف	10
297	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالموضوعات المفضلة للقراءة	11
299	يوضح هدف أفراد العينة من قراءة الصحف	12
300	يوضح علاقة الجنس بهدف أفراد العينة من قراءة الصحف	13
301	يوضح علاقة المستوى التعليمي بهدف أفراد العينة من قراءة الصحف	14
302	يوضح الصحف المفضل قراءتها لدى أفراد العينة	15
305	يوضح علاقة الجنس بالصحف المفضل قراءتها لدى أفراد العينة	16
306	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالصحف المفضل قراءتها لدى أفراد العينة	17
307	يوضح مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تم أفراد العينة	18
309	يوضح علاقة الجنس بمدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تم أفراد العينة	19
310	يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تم أفراد العينة	20
311	يوضح مدى استماع النخبة المثقفة للإذاعة	21
313	يوضح علاقة الجنس بمدى استماع أفراد العينة للإذاعة	22
314	يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى استماع أفراد العينة للإذاعة	23
315	يوضح الفترات المفضلة للاستماع إلى الإذاعة لدى أفراد العينة	24
317	يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضلة للاستماع إلى الإذاعة لدى أفراد	25

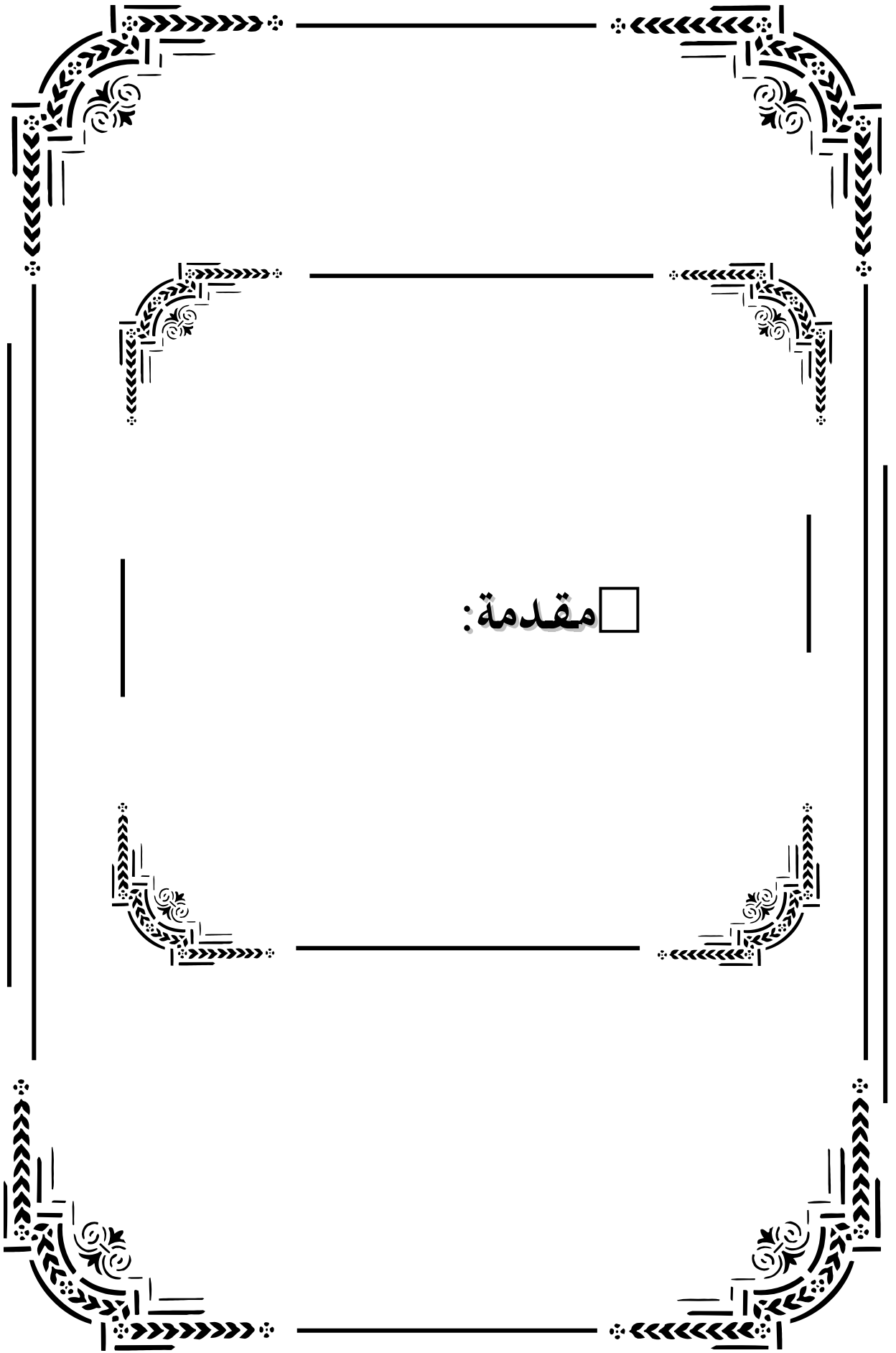
	العينة	
318	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة للاستماع إلى الإذاعة لدى أفراد العينة	26
319	يوضح البرامج الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة	27
321	يوضح علاقة الجنس بالبرامج الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة	28
322	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالبرامج الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة	29
324	يوضح هدف أفراد العينة من الاستماع للبرامج الإذاعية	30
325	يوضح علاقة الجنس بالهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية	31
326	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية	32
327	يوضح المحطات الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة	33
329	يوضح علاقة الجنس بالمحطات الإذاعية المفضل الاستماع إليها	34
329	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالمحطات الإذاعية المفضل الاستماع إليها	35
330	يوضح مدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهم أفراد العينة	36
332	يوضح علاقة الجنس بمدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهم أفراد العينة	37
333	يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهم أفراد العينة	38
334	يوضح نمط المشاهدة لدى أفراد العينة	39
335	يوضح علاقة الجنس بنمط المشاهدة لدى أفراد العينة	40
336	يوضح علاقة المستوى التعليمي بنمط المشاهدة	41
337	يوضح الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون لدى أفراد العينة	42
338	يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضلة لدى أفراد العينة لمشاهدة التلفزيون	43
339	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة لدى أفراد العينة لمشاهدة التلفزيون	44
340	يوضح البرامج التلفزيونية المفضلة لدى أفراد العينة	45
342	يوضح علاقة الجنس بالبرامج التلفزيونية المفضل مشاهدتها	46
344	يوضح علاقة المستوى بالبرامج التلفزيونية المفضل مشاهدتها	47
345	يوضح هدف أفراد العينة من مشاهدة البرامج التلفزيونية	48

347	يوضح علاقة الجنس بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية	49
348	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية	50
349	يوضح القنوات التلفزيونية المفضل مشاهدتها لدى أفراد العينة	51
351	يوضح علاقة الجنس بالقنوات التلفزيونية المفضل مشاهدتها	52
352	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالقنوات التلفزيونية المفضل مشاهدتها	53
353	يوضح مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهم أفراد العينة	54
355	يوضح علاقة الجنس بمدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهم أفراد النخبة المثقفة	55
356	يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهم النخبة المثقفة	56
357	يوضح نمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت	57
358	يوضح علاقة الجنس بنمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت	58
359	يوضح علاقة المستوى التعليمي بنمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت	59
360	يوضح الفترات المفضل استخدام الانترنت فيها	60
362	يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضل استخدام الانترنت فيها	61
364	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضل استخدام الانترنت فيها	62
364	يوضح المواقع الإلكترونية المفضلة	63
366	يوضح علاقة الجنس بالمواقع الإلكترونية المفضلة	64
367	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالمواقع الإلكترونية المفضلة	65
368	يوضح دوافع استخدام الانترنت	66
371	يوضح علاقة الجنس بدوافع استخدام الانترنت	67
373	يوضح علاقة المستوى التعليمي بدوافع استخدام الانترنت	68
375	يوضح طبيعة المواقع الإلكترونية التي يزورها أفراد العينة	69
378	يوضح علاقة الجنس بطبيعة المواقع الإلكترونية التي يزورها أفراد العينة	70
379	يوضح علاقة المستوى التعليمي بطبيعة المواقع الإلكترونية التي يزورها أفراد العينة	71
381	يوضح أشكال التفاعلية في الانترنت التي شارك من خلالها أفراد العينة	72
383	يوضح علاقة الجنس بأشكال التفاعلية في الانترنت التي شارك من خلالها أفراد العينة	73
385	يوضح علاقة المستوى التعليمي بأشكال التفاعلية في الانترنت التي شارك من خلالها أفراد العينة	74

387	يوضح مميزات الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة	75
389	يوضح علاقة الجنس بمميزات الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة	76
391	يوضح علاقة المستوى التعليمي بمميزات الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة	77
393	يوضح عيوب الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة	78
395	يوضح علاقة الجنس بعيوب الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة	79
396	يوضح علاقة المستوى التعليمي بعيوب الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة	80
399	يوضح الوسيلة الإعلامية التي يفضلها أفراد العينة لإيصال أفكارهم	81
400	يوضح مشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها	82
404	يوضح علاقة الجنس بالاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة لدى أفراد العينة	83
406	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة لدى أفراد العينة	84
408	يوضح إبداء أفراد العينة لكل آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية	85
410	يوضح علاقة الجنس بإبداء أفراد العينة لكل آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية	86
411	يوضح علاقة المستوى التعليمي بإبداء أفراد العينة لكل آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية	87
412	يوضح أسباب عدم إبداء أفراد العينة لكل آرائها بكل حرية	88
414	يوضح علاقة الجنس بأسباب عدم إبداء أفراد العينة لكل آرائها بكل حرية	89
415	يوضح علاقة المستوى التعليمي بأسباب عدم إبداء أفراد العينة لكل آرائها بكل حرية	90
416	يوضح مشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها	91
417	يوضح علاقة الجنس بمشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها	92
418	يوضح علاقة المستوى التعليمي بمشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها	93
419	يوضح وسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة في مناقشة مضامينها	94

422	يوضح علاقة الجنس بوسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة في مناقشة مضامينها	95
423	يوضح علاقة المستوى التعليمي بوسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة في مناقشة مضامينها	96
424	يوضح طبيعة مناقشة أفراد العينة للمضامين الإعلامية	97
427	يوضح علاقة الجنس بطبيعة مناقشة المضامين الإعلامية	98
428	يوضح علاقة المستوى التعليمي بطبيعة مناقشة أفراد العينة للمضامين الإعلامية	99
430	يوضح رغبة أفراد العينة في الظهور في وسائل الإعلام	100
434	يوضح علاقة الجنس برغبة أفراد العينة في الظهور في وسائل الإعلام	101
336	يوضح علاقة المستوى التعليمي برغبة أفراد العينة في الظهور في وسائل الإعلام	102
438	يوضح مشاركة أفراد العينة في حوارات ومناقشات حول المضامين الإعلامية	103
439	يوضح الأطراف التي يتناقش معها أفراد العينة حول المضامين الإعلامية	104
440	يوضح علاقة الجنس بالأطراف التي يتناقش معها أفراد العينة حول المضامين الإعلامية	105
441	يوضح علاقة المستوى التعليمي بالأطراف التي يتناقش معها أفراد العينة حول المضامين الإعلامية	106
444	يوضح موقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم	107
445	يوضح علاقة الجنس بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها	108
446	يوضح علاقة المستوى التعليمي بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها	109
447	يوضح تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لأفراد العينة	110
449	يوضح علاقة الجنس بتحفيزات متابعة وسائل الإعلام لأفراد العينة	111
450	يوضح علاقة المستوى التعليمي بتحفيزات متابعة وسائل الإعلام لأفراد العينة	112
451	يوضح موقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد	113
453	يوضح علاقة الجنس بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في	114

	التنشئة السياسية للأفراد	
454	يوضح علاقة المستوى التعليمي بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد	115
455	يوضح اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام واتجاههم نحو هذه العبارات	116
470	يوضح استخدام أفراد العينة لوسائل الإعلام والارتباط بالقيم السياسية	117



مقدمة □

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما ومؤثرا في تشكيل الثقافة السياسية للرأي العام وتدعيمها أو تغييرها، من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات والمفاهيم السياسية، وفتح المجال واسعا للمشاركة في المناقشات السياسية التي تكسب الأفراد قيما ومبادئ واتجاهات تؤثر في السلوكيات السياسية للمواطن، خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، الذي أكسبها قدرة كبيرة على جذب الجمهور وجلب الانتباه وخلق الإحساس بالمشاركة.

ويعتبر الإعلام بوسائله المختلفة من صحف وإذاعة وتلفزيون وإنترنت جزءا أساسيا في الحياة السياسية، كقنوات اتصال بين النخبة السياسية والجمهور بمختلف فئاته، تساعد الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية وتكوين وعيهم السياسي وآرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات الواقعية أو المحتملة في المجتمع، باعتبارهم أفرادا نشطين يقومون بدور فعال في العملية السياسية من خلال ممارسة حقهم في الاتصال.

حيث تؤكد الدراسات والبحوث العلمية أهمية وسائل الإعلام سواء التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون، أو الوسائل الحديثة كالإنترنت وما تحويه من أشكال متعددة للإعلام الجديد، في بلورة الرأي العام وتشكيل اتجاهاته وترسيخ قيم الانتماء والمواطنة والتكافل الاجتماعي، من خلال تضاعف عدد المنافذ والفضاءات الإعلامية، التي أتاحت الفرصة للمشاركة والمساهمة في تفسير وشرح المواضيع والمضامين الإعلامية، وتعاضم القدرة على الوصول للجمهور برسائل إعلامية متنوعة، باتت تشكل أحد أهم مصادر التأثير المعاصرة، مما يسهم في تفعيل حركة التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي باتجاه مزيد من الحرية والتعددية، وذلك في ظل التطورات السريعة التي شهدتها المجتمعات الإنسانية في السنوات الأخيرة في مجال الاتصال والإعلام من حيث وسائطه وتقنياته ووظائفه ومضامينه المختلفة.

وقد ارتبطت حاليا وسائل الإعلام كأهم مؤسسة للتنشئة السياسية والاجتماعية بعدة مفاهيم وقيم سياسية كالديمقراطية والحرية والمشاركة السياسية واحترام حقوق الإنسان، ولعبت دورا فعالا في تدعيمها، والتي تعمل كقواعد ومعايير تحدد السلوك السياسي وضوابطه، وتبلور بناء عليها أحكام الفرد واتجاهاته نحو الأشخاص والأفكار والأشياء، وتسهم في تهيئة الفرد وإعداده لمواجهة الحياة السياسية، وإكسابه منظومة القيم والمبادئ والمهارات، التي تساعد على التفاعل مع المحيط الاجتماعي، والقيام بدور فعال في الحياة السياسية والاجتماعية.

وتعتمد وسائل الإعلام لتفعيل هذا الدور على أفراد النخبة المثقفة، باختلاف توجهاتهم ووجهات نظرهم، كمنتجين للأفكار وأنماط السلوك والتعبير، ما يؤهلهم لأن يكونوا قادة رأي، يساهمون في قيادة

الجماهير وتشكيل الرأي العام في كل المجتمعات، خاصة في ظل تزايد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة، بالاعتماد على ما تقدمه النخبة المثقفة من تحليلات وأفكار ورؤى تساهم في تنوير الرأي العام، وتفعيل الحوار الديمقراطي وحرية التعبير بمعزل عن سيطرة الدول والحكومات، من خلال مختلف أشكال التفاعلية المتاحة.

وتتضح أهمية دراسة علاقة النخبة بوسائل الإعلام في ضوء تركيز معظم دراسات الاتصال العربية على الجمهور العام في علاقته بوسائل الإعلام، ويؤيد ذلك ما قاله "بويد" من أن بحوث الاتصال في العالم العربي ركزت على الجمهور العام، ولم تعط أهمية تذكر لدراسة النخبة في علاقتها بوسائل الإعلام.¹ ورغم ما يثيره استخدام مصطلح النخبة من إشكالات تتصل بتعريف النخبة وتحديد نطاقها، خاصة مع تعدد هذه التعريفات وعدم وجود تعريف متفق عليه بين الباحثين يحدد مفهومها ونطاقها، إلا أن معظم الباحثين استخدم كلمة نخبة أو صفة كترجمة للمصطلح الإنجليزي "Elite"، كما اتخذت معظم الدراسات من مداخل الشهرة أو المساهمة في اتخاذ القرار أو المنصب الرسمي أساساً لتحديد أفراد النخبة.²

لذلك اعتمدت هذه الدراسة على نظرية النخبة في الدراسات الاجتماعية والسياسية من خلال التركيز على النخبة في المجال الفكري أو الثقافي ممن لها مساهمة في الجهد الثقافي بمعناه الأوسع، من خلال نتاجها الفكري والعقلي، بوصفها جزءاً من الحضارة الإنسانية، تشارك في تكوين ثقافتها وتؤثر في مسيرتها وتطورها، من خلال دورها في تشكيل القيم والاتجاهات في المجتمع، ويمكن تصنيفها إلى الأكاديميين والكتاب والأدباء والمفكرين المبدعين والفاعلين في مجالات الحياة الفكرية المختلفة، والتي تتفق من حيث قدرتها على التأثير في اتخاذ القرارات السياسية.

وقد تناولت الباحثة هذه الدراسة من خلال الاعتماد على مدخل الاعتماد المتبادل، والذي يقوم على فكرة أن قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر المعلومات، التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية في الفهم والترفيه والتوجيه والمعرفة والتنشئة، خاصة في ظل التطور القائم في مجال وسائل الإعلام التي تنوعت بصورة كبيرة بفئاتها المطبوعة والمسموعة والمرئية بفضل الثورة المعلوماتية، وتختلف درجة وأسباب الاعتماد وفقاً لدرجة ومدى التغيير الحادث في المجتمع، وكذلك مدى الصراع وعدم الاستقرار، وكذلك مدى أهمية وسائل الإعلام في المجتمع كوسائل للحصول على المعلومات، وينتج عن هذا الاعتماد مجموعة من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

¹. Douglas A. Boyd: AQ. Analysis of Mass Media Usage by Egyptian Elite Groups, Journalism Quarterly, Vol.55, No.3, 1978, p: 501.

². إسماعيل علي سعد: أسس علم الاجتماع السياسي، دار المعارف، القاهرة، 1981، ص: 269.

وفي هذا الإطار يمكن النظر إلى العلاقة بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام على أنها علاقة اعتمادية وتبادلية التأثير، حيث تمثل وسائل الإعلام في حياة النخبة المثقفة إحدى قنوات الحصول على المعلومات والتثقيف والترفيه، وفي المقابل تعتبر النخبة المثقفة مصدرا مهما ومحورا من محاور الأخبار وأحد الروافد الأساسية لإثراء مضامين ومحتويات وسائل الإعلام فكريا.

حيث تتميز النخبة المثقفة بأنها من أكثر الفئات اعتمادا على وسائل الإعلام، نظرا لكونها عنصرا نشطا في عملية إدراك واستيعاب المعارف والمعلومات، كما أنها تتمتع بخصائص وسمات ثقافية ومعرفية هامة، وبانفتاحها على مصادر المعلومات المختلفة.

وعلى هذا الأساس تأتي هذه الدراسة للكشف عن طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل القيم السياسية لدى جمهور النخبة المثقفة.

وعليه قسمنا الدراسة إلى ستة فصول، توزعت على النحو الآتي:

الفصل الأول: يتناول الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة، من خلال عرض الإشكالية وتساؤلات الدراسة، وأهمية وأسباب اختيار الدراسة، وأهدافها، والمفاهيم الأساسية.

الفصل الثاني: يتناول الدراسات السابقة، من خلال عرض مختلف الدراسات ذات العلاقة بالموضوع ومنهج الدراسة وأدواته.

الفصل الثالث: يتناول النخبة المثقفة، حيث يتطرق إلى نظريات النخبة، وتصنيف النخب، ثم خصائص النخبة المثقفة الذاتية منها والموضوعية، ثم أدوار النخبة المثقفة، وقوفا عند الدور الاجتماعي والسياسي لها، ثم مسار النخبة المثقفة الجزائرية، وأخيرا النخبة المثقفة الجزائرية تحدياتها ورهاناتها.

الفصل الرابع: يتناول المنظور الفكري للقيم السياسية، حيث يتطرق إلى مصادر تكوين القيم، وتصنيفاتها، وخصائصها في كل من الفكر الغربي والفكر الإسلامي، ويتناول هذا الفصل أيضا أهمية القيم السياسية، ثم القيم السياسية التي يقوم عليها كل من الفكر الغربي والفكر الإسلامي، وأخيرا مؤسسات التنشئة السياسية ودورها في تشكيل القيم، وقوفا عند الأسرة والمؤسسات التعليمية وجماعات الرفاق والأحزاب السياسية والمؤسسات الدينية ومنظمات المجتمع المدني.

الفصل الخامس: يتناول وسائل الإعلام ودورها في تشكيل القيم السياسية لدى النخبة المثقفة، حيث يتطرق إلى وظائف وسائل الإعلام، ثم وسائل الإعلام والتنشئة السياسية وقوفا عند مجالات تأثير وسائل الإعلام، ووسائل التأثير المتمثلة في الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون والمسرح والسينما والإنترنت، ويتناول هذا الفصل أيضا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمنظور للدراسة، وقوفا عند التصور العام

للنظرية، والفرضيات التي تقوم عليها النظرية، وعلاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم الاجتماعية، وآثار الاعتماد على وسائل الإعلام، والنموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونقد النظرية، وأخيرا الاعتماد المتبادل بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام.

الفصل السادس: يتطرق إلى تحليل وتفسير بيانات الدراسة، التي تناولت عينة من النخبة المثقفة في الجزائر، بلغ مجموعها 300 مفردة.

الفصل السابع: يتطرق إلى عرض النتائج العامة للدراسة ونتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.

وخلصت الدراسة بخاتمة وملاحق متعلقة باستمرار الدراسة الميدانية.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

أولا- الإشكالية

ثانيا- تساؤلات الدراسة

ثالثا- أهمية وأسباب اختيار موضوع الدراسة

رابعا- أهداف الدراسة

خامسا- تحديد المفاهيم الأساسية

سادسا- الإجراءات المنهجية للدراسة

1- مجالات الدراسة

أ- المجال الزمني

ب- المجال المكاني

ت- المجال البشري (عينة الدراسة)

2- منهج الدراسة

3- الاستبيان كأداة لجمع البيانات

4- التحليل الإحصائي كأسلوب لتحليل البيانات

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما وفعالا في التنشئة السياسية والاجتماعية للجمهور، حيث تعمل على تهيئته ليصبح مؤهلا للمشاركة في الحياة السياسية لمجتمع من خلال تلقينه المبادئ والقيم والمعايير والاتجاهات المشجعة على ذلك في جميع مراحل الحياة، لتساهم بذلك في تدعيم المشاركة السياسية التي تمثل مؤشرا هاما في إحداث التغيير السياسي داخل المجتمع وعاملا حاسما في سبيل بناء نسق سياسي اجتماعي متوافق ومتكامل.

وقد أصبحت وسائل الإعلام في ظل التطور التكنولوجي من أهم عناصر وأدوات النسق السياسي، ومحركا ودافعا هاما للتحول الديمقراطي، التي تساهم كقنوات للتعبير في صياغة مواقف الرأي العام والارتقاء به وبلورة اتجاهاته ومعارفه السياسية، من خلال تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع، وتوفير الحقائق وإتاحة المعلومات وتفسيرها حول مختلف قضايا المجتمع، ومراقبة السلطات للتحكم في تجاوزاتها وانحرافاتهما ونقلها للمواطن، بعيدا عن وظائف المنع والرقابة التي تمارسها الحكومات وغيرها بهدف التعتيم الإعلامي، من خلال اتساع المجال العام للنقاش وتبادل الآراء ودفع الحوار الفعال بين مختلف الفئات في المجتمع.

كما تعد وسائل الإعلام من أهم الوسائط التي تساهم في اتخاذ القرارات وصناعتها، خاصة وقد أصبح توجه الفرد لوسائل الإعلام من السمات البارزة في عصر المعلومات، لتلبية الحاجيات المستمرة للمعلومات، التي سهلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من إمكانية الحصول عليها بسرعة ودقة وجدية من أجل تكوين المعرفة التامة والفهم الكامل للأحداث المتلاحقة، حيث يمثل الإعلام حاليا المصدر الأساسي المتاح أمام صناع القرار، للحصول على المعلومات وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم، ونقل وتحليل النشاط السياسي، كما يعتمد عليه الجمهور في تكوين اعتقاداته واتجاهاته إزاء الأحداث التي تقع داخل الواقع المحيط به، وما يترتب عليها من سلوكيات وردود أفعال إزاء هذه الأحداث، فالطريقة التي يتصرف بها الأفراد حيال السياسات والاتجاهات والقيم السياسية ليست إلا انعكاسا للصورة الذهنية، التي استقاها من كم المعلومات التي وصلت إليه من خلال المضمون السياسي المقدم في وسائل الإعلام.

وقد أشارت معظم الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأساسي للمعلومات السياسية، بل وتقدم للفرد المهارات التي تمكنه من التعامل مع هذه المعلومات، فلم يعد دور هذه الوسائل يتوقف على طرح القضايا التي يفكر حولها الأفراد "ماذا تفكر بشأن؟"، وإنما تقدم لهم الطرق والأساليب التي تعلمهم كيفية التفكير حول هذه القضايا "كيف تفكر في شأن؟". وفي هذا السياق،

تعمل وسائل الإعلام في ارتباط وثيق مع التنمية السياسية على خلق اتفاق عام حول القيم الأساسية في المجتمع، ودفع الأفراد نحو المشاركة السياسية وتعميقها خاصة لدى النخبة المثقفة حتى يكونوا قادرين على ممارسة دور إيجابي في الحياة السياسية، والذي يعتبر ضرورة لإقامة الحياة الديمقراطية في المجتمع.

وتعتبر النخبة المثقفة من أكثر الفئات اعتمادا على وسائل الإعلام، التي تتميز بقدرتها على تلبية الحاجات الاتصالية المتزايدة لهذه الفئة، ولذا فهي تعمل على تكوين البناء المعرفي وتشكيل الإدراك للقضايا المختلفة لديها، ما يؤدي إلى تكوين الاهتمام الذي يعد عاملا هاما في تكوين اتجاهاتها الفكرية وسلوكياتها ومواقفها السياسية والاجتماعية، من أجل إشراكها في ديناميات التغيير والتنمية الشاملة، كما تعد النخبة المثقفة عنصرا نشطا في عملية إدراك واستيعاب المعارف والمعلومات المختلفة، لما تتمتع به من خصائص ثقافية ومعرفية هامة، وانفتاح كبير على مصادر المعلومات، فكانت من أهم روافد الأخبار التي تعتمد عليها وسائل الإعلام من خلال الفضاءات التعبيرية التي تتيحها لها للنقد والجدل والنقاش السياسي لإشراكها في عملية اتخاذ القرار، لذلك يمكن النظر إلى العلاقة بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام على أنها علاقة متداخلة تقوم على الاعتماد المتبادل.

وتعتبر القيم كموجهات لسلوك الأفراد عنصرا رئيسيا في تشكيل ثقافة المجتمع، وخاصة في ظل التغيرات المتسارعة والتطورات المتلاحقة بفعل ظاهرة التفجر المعرفي والتسارع التقني، التي أثرت على مجمل نظم المجتمع السياسية والثقافية والاجتماعية والقيمية، وهنا يبرز دور وسائل الإعلام في بناء منظومة القيم، لتجنب الصراع القيمي وتحقيق التكامل السياسي والاجتماعي.

وفي ظل ازدياد حجم الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تقديم وطرح ومناقشة وتكوين بعض القيم ذات الارتباط بالمنظومة السياسية، أصبح من الضروري أن نتعرف على مدى فاعلية التنشئة السياسية ومؤسساتها خاصة وسائل الإعلام في بث القيم المرغوبة لخلق شخصيات الأفراد بما يتفق وأهداف المجتمع، حيث تؤكد البحوث والدراسات في هذا الإطار أن وسائل الإعلام قوة ذات فاعلية سياسية باعتبارها مصدرا لتكوين انطباعات الأفراد ومعاييرهم وقيمهم ووجهات نظرهم السياسية، وهذا ما جعلها تمثل أهم قنوات التواصل الثقافي، التي تعتمد عليها النخبة المثقفة لتداول المعلومات والتعبير عن الآراء والأفكار ومختلف التوجهات الفكرية، فسلطتها الفكرية تقوم أساسا على قدرتها الاتصالية التي تتحقق من خلال الوسائل الإعلامية، التي تعمل كآليات فعالة لتشجيع الإبداع والإنتاج الفكريين داخل المجتمع، للمساهمة في تنوير الرأي العام حول القضايا الوطنية العديدة المطروحة على الساحة السياسية، والاضطلاع بمسؤولية الإصلاح الاجتماعي والثقافي والسياسي.

حيث أن النخبة المثقفة بتفاعلها مع عصر المعلومات وصناعة المعرفة والتفكير المستقبلي، ودورها في المشاركة في صنع القرار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، وقيادتها لدفة التغيير الاجتماعي، تعتبر عماد التنشئة السياسية وركيزتها الأساسية في كل المجتمعات، من خلال تعميق القيم الدينية والأخلاقية والسياسية، والحفاظ على الهوية المجتمعية لتجنب الاضطرابات والتوترات الاجتماعية والسياسية في المجتمع، نظرا لكونها جزءا لا يتجزأ منه، وبنية أساسية من بناه، يقع على عاتقها عبء الارتقاء بالمجتمع، لما تتمتع به من مستوى تعليمي وفكري مرتفع يجعل لها من الرأي والرؤيا ما يؤهلها لدور القيادة في شتى المجالات، فالنخبة المثقفة تكون مؤهلة لقيادة المجتمع فقط حين تهتم بقضاياها وتحولاته ومشكلاته، وتساهم في إيجاد الحلول المناسبة لخدمة المصلحة العامة.

ويتجلى الدور الحقيقي للنخبة المثقفة بصفة أكثر في المجتمعات النامية، كالمجتمع الجزائري الذي مازال يطرح بعض التساؤلات حول مكونات الهوية والشخصية الثقافية لعوامل تاريخية، في خلق الترابط بين أجزاء الأمة الواحدة، وخلق الشعور بالولاء وتدعيم الوحدة الوطنية، بما يسمح بنمو الإدراك المتبادل وتحقيق التكامل والتفاعل بين النخبة السياسية والجماهير، ومختلف النخب في المجتمع، حيث "يتطلب الإنشاء الحضاري تجاوبا حيا صادقا بين هؤلاء، ولكن هذا الإنشاء ينطلق دوما من خلايا الوعي والإبداع الفاعلة في المجتمع، والتاريخ يدل على أن هذه الخلايا هي دوما مبعث الحيوية والتجدد في جسم المجتمع ومصدر التقدم والرقي الحضاري"¹.

ومن هذا المنطلق، ستركز هذه الدراسة على علاقة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنخبة المثقفة، حيث تعد وسائل الإعلام قنوات أساسية لمد أفراد النخبة المثقفة بالمعلومات عن مختلف الأحداث في إطار عملية التنشئة السياسية، التي تهدف إلى تكوين القيم التي تكفل تنمية الشعور بالهوية والانتماء الوطني لديهم مترافقا مع الولاء الوجداني والفكري والسياسي للدولة والمجتمع، كما تنقل أفكارها وآراءها إلى الجمهور والمسؤولين في مختلف قطاعات الدولة للمساهمة في تنوير الرأي العام، وفي المقابل تشكل النخبة المثقفة محورا أساسيا لمعظم أخبار وسائل الإعلام بما تقدمه من أفكار وكتابات وتعليقات في كافة مجالات الحياة.

وعلى هذا الأساس تأتي هذه الدراسة للكشف عن مدى مساهمة وسائل الإعلام في نشر القيم السياسية وتعزيزها لدى النخبة المثقفة في الجزائر.

ثانيا- تساؤلات الدراسة:

¹. أحمد صدقي الدجاني: لحة تاريخية (حضارات إنسانية رئيسية وعلاقة مثقفين بمجتمعاتهم)، المثقف العربي همومه وعطاؤه، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان ، ط2، 2001، ص:21.

- ما مدى مساهمة وسائل الإعلام في نشر القيم السياسية وتعزيزها لدى النخبة المثقفة في الجزائر؟
ويندرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية هي:

- ما هي عادات وأتماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الصحف؟
- ما هي عادات وأتماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الإذاعة؟
- ما هي عادات وأتماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على التلفزيون؟
- ما هي عادات وأتماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الانترنت؟
- ما هو ترتيب وأهمية وسائل الإعلام بالنسبة لجمهور النخبة المثقفة؟
- كيف ساهمت النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام.
- ما أثر الاعتماد على وسائل الإعلام على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة الجزائرية؟

ثالثا- أهمية وأسباب اختيار موضوع الدراسة:

- الرغبة الذاتية في تناول الموضوع.
- انعدام الدراسات السابقة التي تهتم بموضوع وسائل الإعلام والقيم السياسية في المجتمع الجزائري، فأغلب الدراسات التي تناولت القيم أو جانب معين من القيم، مثل القيم الاجتماعية أو الأخلاقية ركزت على مؤسسات التنشئة الأخرى كالأ أسرة والمدرسة.
- قلة الدراسات التي تتناول النخبة المثقفة في علاقتها بوسائل الإعلام في الجزائر، فمعظم الدراسات التي تم الحصول عليها والاطلاع عليها تناولت الجمهور العام في إطار المجتمع الذي ينتمي إليه الباحث، وأهملت فئة النخبة المثقفة وقضاياها واتجاهاتها وقيمها، والتي تتميز بالنضج العقلي والنفسي والاجتماعي، مما يجعلها قادرة على تحديد المواقف الحياتية المختلفة الاجتماعية والثقافية الفكرية، والاقتصادية، والسياسية، ويؤهلها لتقييم الأداء الإعلامي في وسائل الإعلام. وهذا ما شكل لدينا دافعا لمعرفة تأثيرات وسائل الإعلام على فئة النخبة المثقفة.
- أهمية وسائل الإعلام في تشكيل القيم السياسية لدى الأفراد وبخاصة فئة النخبة المثقفة، فقد دلت البحوث والدراسات أن وسائل الإعلام بتنوعها وتعددتها بإمكانها أن تلعب دورا فعالا في بلورة الرؤى وتشكيل الاتجاهات -أو تدعيمها- داخل المجتمع، والتأثير على مختلف القوى الاجتماعية والسياسية التي تشكل مقومات الدولة، لما لها من قدرة على مخاطبة الفئات المجتمعية المختلفة، وإمدادها بأهم المستجدات، وتبصيرها بالوضع الراهن، والتأثير في نظرتها إليه، للمساهمة في تكوين رأي عام واع ومستنير، وتنمية قدرات الجمهور على الفهم والتحليل للمواقف المختلفة، ليشترك بفعالية في صنع القرار. وبخاصة إذا كرست وسائل الإعلام المبادئ الديمقراطية من خلال توفير فضاءات للتعبير وتعدد منابر الرأي والفكر، خاصة فئة النخبة المثقفة التي تمثل في أحيان كثيرة الوسيط بين وسائل الإعلام والفئات

الأقل منها ثقافة سواء من خلال قنوات الاتصال الشخصي أو من خلال المشاركة في تقديم وتحليل وتفسير ومناقشة المضامين والمحتويات الإعلامية، بما يؤدي في مراحل لاحقة إلى التأثير في المنظومة الاجتماعية والثقافية والسياسية والإعلامية.

- أهمية دراسة القيم السياسية، كونها تشكل الملامح الأساسية لضمير المجتمع ووجدانه للحفاظ على الهوية الاجتماعية وتماسكها، كأداة من أدوات تفعيل المشاركة الإيجابية بمختلف صورها السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وتحقيق التنمية الشاملة في المجتمع.

- أهمية هذه الدراسة من خلال تطبيقها على فئة النخبة المثقفة التي تمثل أكثر فئات المجتمع تأثيرا في الحياة العامة، وقدرة على القيام بدور قيادي أو بأدوار المسؤولية في المجتمع، لتمييزها عن الفئات الأخرى سواء وظيفيا أو علميا، أو فكريا، كما أن تأثيرها يمتد في المجتمع بعدة جهات ومحاور أساسية، من خلال علاقتها في أي مجتمع بالسلطة والجمهور والإعلام، الذي يعرض مختلف القضايا والأحداث الطارئة التي تحتاج إلى مواقف واستجابات فورية سريعة تكون قادرة على التعبير عن الجماهير وقيادتها، وملاحقتها بالتفسير، والتحليل والتقييم.

- أهمية هذه الدراسة لتركيزها على جميع وسائل الإعلام (المرئية - المسموعة - المقروءة) المحلية منها والدولية، وكذلك الانترنت، وهو ما تغافلته أغلب الدراسات السابقة التي تناولت علاقة النخبة المثقفة بإحدى هذه الوسائل.

- أهمية تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة، كون جمهورها أكثر قدرة على تحديد أهدافه وحاجاته، وبالتالي اختيار الرسائل الإعلامية التي يرغب فيها، والوسائل الإعلامية التي يفضلها، لذلك فهي تساعد على معرفة متى ولماذا وكيف تعتمد النخبة المثقفة على وسيلة محددة وما هو التأثير الناجم عن هذا الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنخبة المثقفة.

رابعا- أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- الكشف عن مدى مساهمة وسائل الإعلام في نشر القيم السياسية وتعزيزها لدى النخبة المثقفة في الجزائر، من خلال:

- التعرف على عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الصحف.

- التعرف على عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الإذاعة.

- التعرف على عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على التليفزيون.
- التعرف على عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الانترنت.
- التعرف على ترتيب وأهمية وسائل الإعلام بالنسبة لجمهور النخبة المثقفة.
- التعرف على مساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام.
- التعرف على أثر الاعتماد على وسائل الإعلام على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة الجزائرية.

خامسا- تحديد المفاهيم الأساسية:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم خطوة أساسية من خطوات البحث العلمي، إذ كلما كان تحديدها تحديدا دقيقا أدى ذلك إلى فهم موضوع البحث ومتغيراته، مما يساعد على تحقيق أهداف الدراسة، ونظرا لأهمية هذه الخطوة فقد ركزنا على تحديد بعض المفاهيم الأساسية الواردة في دراستنا هذه، وهي:

1- مفهوم وسائل الإعلام:

تعرف وسائل الإعلام بأنها الوسائل التي تتم بها عملية الاتصال الجماهيري، المتميزة بالمقدرة على توصيل الرسائل في اللحظة نفسها وبسرعة إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، وعلى مقدرتها على نقل الأخبار والمعلومات والترفيه والآراء والقيم، والمقدرة على خلق رأي عام وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة لدى الجمهور، وهذه الوسائل هي الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والكتاب والتسجيلات المسموعة والمرئية والانترنت.¹

وتعرف بأنها وسيط يتيح للفرد التواصل مع الآخرين، وقناة لتزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار والمعلومات عن القضايا والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، بما يؤدي إلى خلق درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، وبما يساهم في تنوير الرأي العام، وتشمل الوسائل السمعية والوسائل البصرية والوسائل السمعية- البصرية.²

ومما سبق يمكن تعريف وسائل الإعلام وفقا لمنطلق الدراسة بأنها: " أداة من أدوات نقل المعلومات للجماهير وتنمية المدركات السياسية للجماهير وزيادة تفاعلها مع الحياة السياسية، والمساهمة في تطور القيم والمعتقدات السياسية في إطار الاتجاه نحو التنمية السياسية كبعد أساسي من أبعاد التنمية

¹. صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي (دراسات في الإعلام)، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص: 45.

². إبراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الإعلام وتطورها، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 2005، ص: 29-30.

الشاملة، من خلال ما تقدمه من مواد وبرامج إعلامية وإخبارية ونشرات وتعليقات وتحليلات، تدعم الممارسة الديمقراطية، وتشمل التلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة والانترنت، المحلية منها والدولية.

2- مفهوم القيم:

اهتم الكثير من الباحثين والمفكرين على اختلاف انتماءاتهم العلمية والفكرية بموضوع القيم، لأنها تتصل بكل مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والأخلاقية والجمالية للأفراد والجماعات، وبذلك تعددت بشأنها الآراء واختلفت في تحديد طبيعتها ومدلولها.

وترجع أهمية القيم إلى كونها تمثل الضابط والمعيار الأساسي للسلوك الفردي والاجتماعي، الذي يحتوي على قواعد ومقاييس تتم من خلالها عملية الاختيار والانتقاء بين بدائل الفعل المختلفة في المواقف الاجتماعية.

وتحتل القيم جانبا رئيسيا من ثقافة أي مجتمع، بل يمكن أن نقول أنها تمثل لب الثقافة وجوهرها، وأن القيم يمكن أن تحدد وتنظم النشاط الاجتماعي لكافة أفراد المجتمع. وقد أوضحت الدراسات أن الجماعات التي تتكون على أساس تشابه القيم، يتفاعل أفرادها بدرجة أفضل من الجماعات التي تتكون دون اعتبار لنسق القيم لدى أعضائها.¹

ونعرض فيما يأتي مفهوم القيمة واستخداماته في عدد من التخصصات في النقاط الآتية:

- مفهوم القيم في اللغة:

ذكر ابن منظور أن القيمة واحدة القيم وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم تقاومه فيما بينهم، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته فقد استقام لوجهه، ويقال كم قامت ناقتك أي كم بلغت.²

وجاء في المعجم الوسيط أن قيمة الشيء: قدره، وقيمة المتع: ثمنه وجمع القيمة: قيم. ويقال: مالي فلان قيمة: أي ماله ثبات ودوام على الأمر، وأمر قيم: أي مستقيم، وكتاب قيم: ذو قيمة. (القيمة) - الأمة القيمة: المستقيمة المعتدلة.³ قال تعالى: " قل إنني هادي ربي إلى صراط مستقيم دينا قيما". (سورة الأنعام، الجزء الثامن: الآية 161). وقال تعالى: " وذلك دين القيمة". (سورة البينة، الجزء الثلاثون،

¹. بشير معمريّة: التغيير في ارتقاء القيم لدى مجموعات عمرية مختلفة من الجنسين، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة علمية

نصف سنوية، جامعة منتوري، قسنطينة، ع 15، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، جوان 2001، ص: 8.

². ابن منظور أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، دار صادر، بيروت، الجزء الثاني، (د.ت)، ص: 500.

³. إبراهيم أنيس: المعجم الوسيط، دار المعارف، القاهرة، الجزء الثاني، 1973، ص: 774.

الآية 5). أي مستقيماً أورد الراغب أن الدين القيم هو الثابت المقوم لأمر الناس ومعاشهم، وأمر قيم مستقيم، وخلق قيم حسن، ودين قيم مستقيم لا زيغ فيه، وكتب قيمة مستقيمة تبين الحق من الباطل وتتفق هذه المعاني اللغوية الثلاث مع المدلول العام الذي تحمله مفردة "قيمة" فالقيم تتسم بالثبات، وفيها معاني الرعاية والصلاح والاستقامة.¹

وفي المنجد ذكر أن القيمة جمع قيم، تعني الثمن الذي يعادل المتاع، القيم كل ذي قيمة، يقال "كتاب قيم" أي ذو قيمة.²

ومنه يتبين أن القيمة تحمل معاني الاستقامة والاعتدال، الثبات والدوام على الأمر.

وفي اللغات الأجنبية (الفرنسية والانجليزية) (Valeur- Value) مشتقة من الفعل اللاتيني (Vale) والذي يعني أنا أقوى أو أنني بصحة جيدة، وهذا يعني أن القيمة تحتوي على معنى المقاومة والصلابة وعدم الخضوع للمؤثرات.³

- مفهوم القيم في الفلسفة:

اهتم الفلاسفة بموضوع القيم اهتماماً كبيراً، أدى إلى جعل مبحث القيم مبحثاً مستقلاً من مباحث الفلسفة، والذي يطلق عليه في الإنجليزية "Axiology"، والذي ينصب اهتمامه على كل ما يتعلق بالقيم من حيث مفهومها وطبيعتها وأنساقها، وهي أساساً مشتقة من "Axios" بمعنى قيمة، و"Legos" وتعني نظرية أو اهتمام الفلسفة وبشكل كبير بالقيم المطلقة أو النهائية وهي القيم الشائع ذكرها في مجال الفلسفة أي الحق والخير والجمال، وبذلك تكون المهمة الأساسية للباحث في هذا المجال معرفة مصدر تلك القيم أي هل هي من ذات الإنسان أو من العالم الخارجي،⁴ ويعتبر اللاهوتي "ريتشل" (Ritschel) أول من استخدم لفظ القيمة بالمعنى الفلسفي وعمل على نشره، إذ كان يقصد من وراء ذلك حماية الدين من هجمات العلم بأن يعين لكل منها مجالاً خاصاً، ومن ثم جعل العلم يختص بالجواهر والقوانين، والدين يختص بالقيم.⁵

1. ماجد زكي الجلاد: تعلم القيم وتعليمها، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص: 941.

2. يوسف المعلوف وآخرون: المنجد في اللغة والأعلام، دار المشرق، بيروت، 27، 1984، ص: 664.

3. سعود هلال الحربي: التربية والقيم السياسية، مؤسسة غراس للنشر والتوزيع، الكويت، ط 1، 2002، ص: 27.

4. نفس المرجع، ص: 46.

5. مراد وهبة: المعجم الفلسفي، دار الثقافة، بيروت، ط 3، 1979، ص: 114.

وعلى الرغم من الاهتمام البالغ الذي ناله موضوع القيم من قبل الفلاسفة، إلا أنهم لم يتمكنوا من وضع تصور يتفق عليه هؤلاء حول مفهوم القيم، وبصفة عامة انقسم هؤلاء إلى اتجاهات لكل اتجاه تصوره ونظرته للقيم:

الاتجاه الأول: ويتمثل في اتجاه الفلسفة المثالية حيث يرى أصحابه أن القيم ذات وجود موضوعي، وأن مصدرها يتعدى الحياة الواقعية والخبرة الشخصية للإنسان، لذا ينبغي في رأيهم أن يكون مصدر القيم هو عالم المثل الذي يمتاز بأنه عالم أبدي مطلق وغير متغير، وبالتالي يمكن للقيم أن تكون موجودة في حد ذاتها خالدة وغير قابلة للتغيير.¹ وتعد فلسفة " أفلاطون " من هذه الناحية دراسة في القيم، حيث يرى هذا الأخير أن الناس يتحدثون عن الخير والحق والجمال، إلا أنهم لا يعون مصادر الإلزام في حياتهم، ومن ثم لا بد أن يكون هناك مصدر استقى منه الناس معتقداتهم التي أدت بهم إلى هذا اللون من التفكير، وأن مصدر هذه الأفكار المثالية السامية عالم آخر غير عالمنا الذي نعيش فيه، إنه عالم توجد فيه الأشياء كاملة وهو عالم الحق والخير والجمال.²

في حين يرى " كانط " (Kant) أن مصدر هذه الأفكار المثالية السامية "الحق والخير والجمال" عالم داخلي غير العالم الخارجي الذي لجأ إليه أفلاطون، وهو العقل، فالعقل هو الذي يعطي للخبرات الحسية شكلها الخاص الذي ندركه.³ وبوجه عام فالفلسفات المثالية تقول باستقلال القيم وانعزالها عن الخبرة الإنسانية.

الاتجاه الثاني: ويتمثل في اتجاه الفلسفة الطبيعية، حيث يرى أصحابه أن القيم تعد جزءاً لا يتجزأ من الواقع الموضوعي للحياة، وأن قيم الأشياء المتصلة بخبراتنا الإنسانية هي نتاج اتصالنا بها وتفاعلنا معها وسعينا إليها. ومنه فالأشياء حسب رأيهم ليست خيراً أو شراً في ذاتها، إنما الأحكام التي تصدرها اتجاهها نتيجة تأثيرنا فيها، وتأثرنا بها هي التي تضيف عليها صفة الخير أو الشر، لذلك فالقيمة في نظر هؤلاء ليست شيئاً مستقلاً عن الأشياء التي ترتبط بها مفاهيم الأفراد، وإنما هي القرار الذي يصدره الإنسان بالنسبة لأمر ما بناء على دستور من المبادئ أو المعايير التي تميز بين الجوانب القيمة الثلاث التي تضمها

¹. حميد خروف: التنمية والقيم الاجتماعية-الثقافية (دراسة لبعض أنماط السلوك الاجتماعي لعمال مركب الأسمدة الفوسفاتية بعنابة)، رسالة دكتوراه غير منشورة في علم اجتماع التنمية، إشراف: إسماعيل قيرة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 1997، ص: 82.

². بشير معمري: المرجع السابق، ص: 32.

³. زكريا عبد العزيز محمد: التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، شركة الجلال للطباعة، الإسكندرية، 2002، ص: 28.

الخبرة الإنسانية وهي الحق والخير والجمال كما تعلمها وكما تواجد معها وتتضمنها صورته المثالية عن ذاته.¹

- مفهوم القيم في علم الاقتصاد:

يعتبر علماء الاقتصاد أول العلماء الاجتماعيين الذين استخدموا كلمة "قيمة" بمعناها الفني. حيث أن "القيمة" و"التقييم" أصبحتا مصطلحات فنية في ذلك الفرع من الاقتصاد المسمى "الاقتصاد السياسي" والذي يطلق عليه أيضا اسم نظرية القيمة والذي يختص بتوضيح الكيفية التي تحدد بها القيمة والأسعار لمختلف البضائع والخدمات.²

ويهتم علماء الاقتصاد بقيمة المبادلة ويدلون بالقيمة على الصفة التي تجعل شيئا ممكنا الاستبدال بشيء آخر.³

وقد حاول كثيرون من علماء الاقتصاد تحديد معيار لقيمة المبادلة، فبعضهم مثل "آدم سميث" و"كارل ماركس" يدعون أن هذا المعيار موجود في العمل، وآخرون مثل "كوندياك" يدعون أنه موجود في المنفعة والندرة، وآخرون تمثلهم المدرسة النمساوية بالخصوص يحاولون أن يطبقوا في قيمة المبادلة مبدأ المنفعة الغائية التي تطبق في قيمة الاستعمال، مدعين أن قيمة المبادلة لشيء ما تابعة لدرجة نفعها مع اعتبار ندرتها النسبية، ولكن في الواقع لا يوجد معيار مقبول لقيمة المبادلة في شيء واحد مثل العمل، وحتى في مؤلف من عناصر متعددة مثل المنفعة والندرة والعمل، يمكن أن يحدد أهميتها النسبية تحديدا دقيقا، وهذا ما دفع بالكثير من علماء الاقتصاد إلى الانصراف عن تحليل قيمة المبادلة والاستعاضة بفكرة الثمن التي يمكن دراستها دراسة عميقة.⁴

- مفهوم القيم في علم النفس:

تعد دراسة القيم من أهم الدراسات التي تهتم بها البحوث النفسية في الوقت الحاضر، وذلك لارتباطها بعدة نواح نظرية وتطبيقية من ميدان علم النفس. وقد ظهر هذا من اهتمام علماء النفس في ميدان علم النفس التربوي وعلم النفس الاجتماعي، وعلم النفس الإكلينيكي، كما ظهر أيضا في اهتمام

¹ مساعد بن عبد الله الحيا: القيم في المسلسلات التلفازية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية)، دار العاصمة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 1993، ص: 34-35.

² محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص: 53.

³ صلاح الدين بيومي رسلان: القيم في الإسلام (بين الذاتية والموضوعية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص: 10.

⁴ الربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر (بين النسبية المطلقة)، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980، ص: 29.

المختصين في ميدان التوجيه والإرشاد النفسي. ويرجع الفضل في دراسة القيم سيكولوجيا إلى اثنين من العلماء: الأول هو السيكولوجي والمفكر الألماني "ادوارد سبرانجر" (E.Spranger) في كتابه "أنماط الرجال" (Types of men) عام 1928، بين فيه أن الناس يتوزعون بين ستة أنماط تبعا لسيادة واحدة من القيم التالية: النظرية، الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، الجمالية، الدينية. وهذا التقسيم للقيم الذي أورده "سبرانجر" لا يعني أن الأفراد يتوزعون عليها ولكنه يعني أن هذه القيم توجد جميعها في كل فرد، غير أنها تختلف في ترتيبها وأهميتها والعمل بها من فرد لآخر قوة وضعفا.¹ والثاني هو السيكولوجي الأمريكي "ليون لويس ثرستون" (L.L.Thurstone) الذي نشر مقالا عام 1954 بعنوان "قياس القيم: منظور سيكولوجي"، قدم فيه تصورا لمعالجة القيم في إطار البحث العلمي مستندا في ذلك إلى مبادئ السيكوفيزيقا المعاصرة. ثم توالى دراسة القيم بعد ذلك وخاصة ضمن موضوعات علم النفس الاجتماعي.²

يؤكد علماء النفس على الصفة الفردية للتعبير عن القيم، حيث يهتمون بدراسة قيم الفرد، ومحدداتها سواء أكانت نفسية أم اجتماعية أم جسمية، ففي حين تمثل الجماعة بؤرة اهتمام علماء الاجتماع يمثل الفرد بؤرة ومركز الاهتمام لدى علماء النفس، إذ تكشف الدراسات السيكولوجية التي تناولت القيم بالبحث والتحليل أن الإطار العام لها أو لعلم النفس في تفسيره لظاهرة القيم يتركز في ثلاث مجالات هامة، هي:³

المجال الأول: يهتم بقياس القيم، حيث أسفر الاهتمام بهذا الموضوع عن عدة دراسات تعنى بالفروق القيمة بين الجماعات والأفراد، أي العلاقة بين بعض المتغيرات مثل الجنس، الدين، الذكاء والنوع، كما تهتم بالفروق الفردية بالنسبة لمقياس القيم.

المجال الثاني: ويتصل بدراسة أصل وتطور القيم داخل الفرد، أي كيف يقوم الأطفال داخل عملية غرس القيم باكتساب نسق القيم الثابت من سلوك الكبار.

المجال الثالث: ويهتم بتأثير ووظيفة القيم في الأفراد، أي تأثيرها على العمليات الإدراكية مثل الاختبار، والثبات، والإدراك الاجتماعي، والاستجابة اللفظية.

¹ . مساعد بن عبد الله الحيا: المرجع السابق، ص:38.

² . عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم (دراسة نفسية)، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1992، ص:15.

³ . فايزة أنور أحمد شكري: القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص:260.

وقد وضع علماء النفس تعريفات عديدة لمفهوم القيم، اختلفت باختلاف اهتمامات كل باحث والمجال الذي تخصص فيه، ويلاحظ في تعريفهم للقيم ربطا واضحا لهذا المصطلح ببعض المصطلحات الأخرى المرتبطة بعلم النفس مثل الاتجاهات والتفضيلات والمعتقدات والاهتمامات.

فهناك من يعتبر القيم اتجاهات ومن هؤلاء "روز" (Rose)، فيقول أن القيم هي: "إتجاه يعقد بواسطة الفرد أو الجماعة نحو موضوع مادي أو غير مادي - حقيقي أو خيالي-".¹

ومنهم من ينظر إليها على أنها تفضيلات من ذلك تعريف "ثورنديك" (Thorndike) الذي يرى أن القيم الإيجابية منها والسلبية، تكمن في اللذة أو الألم الذي يشعر به الإنسان، فإذا كان حدوث (س) لا يؤثر مطلقا على لذة أو ألم أي فرد أيا كان حاليا أو مستقبلا، فإنه يكون عديم القيمة على الإطلاق، والأحكام عن القيم ترجع في النهاية إلى اللذة والألم أو الارتياح أو عدم الارتياح الذي يشعر به الإنسان، كما تتوقف أيضا على تفضيلاته للأشياء".²

وهناك تعريفات ترى أن القيم عبارة عن معتقدات، فتري أن القيم طبقة هامة من المعتقدات يتقاسمها أعضاء المجتمع الواحد، وخاصة فيما يتعلق بما هو حسن أو قبيح، أو ما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه". وهذا ما ذهب إليه حسن الساعاتي حيث يقول، أن القيم هي "الأفكار الاعتقادية المتعلقة بفائدة كل شيء في المجتمع، وقد تكون الفائدة صحة جسمية، أو توقدا في الذكاء، أو نشوة أو لذة، أو بسطة في الرزق، أو حسن سمعة أو غير ذلك من المنافع الشخصية".³

ويرى "الف بارتون بيرري" (R.B.Perry) أن القيمة هي "الاهتمام"، فأى شيء يكون موضع اهتمام، فإنه حتما ذو قيمة.⁴

وهناك من يركز على القيم من خلال الفعل، بحيث يناظر أصحاب هذا الإتجاه القيم بالفعل أو السلوك، ورأوا أن في استطاعتنا دراسة وتحليل القيم من خلال التعرف على الأنشطة السلوكية التي يأتي بها الأفراد أي أن السلوك يعد مؤشرا يعكس القيم.¹

¹ محمد أحمد بيومي: المجتمع والثقافة والشخصية (دراسة في علم الاجتماع الثقافي)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1986، ص: 109.

² فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية (مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية)، دار النهضة العربية، بيروت، ط2، 1980، ص: 22-23.

³ علي خليل مصطفى أبو العينين: القيم الإسلامية والتربية (دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها)، مطابع المختار الإسلامي، المدينة المنورة، ط1، 1988، ص: 25.

⁴ فوزية دياب: المرجع السابق، ص: 22.

ومن خلال تعريفات كثيرة تكمل بعضها بعضا لعلماء النفس، يمكن تعريف القيم بأنها عبارة عن نظام معقد يتضمن أحكاما تقويمية إيجابية وسلبية تبدأ من القبول إلى الرفض ذات طابع فكري ومزاجي نحو الأشياء وموضوعات الحياة المختلفة بل نحو الأشخاص، وتعكس القيم أهدافنا واهتماماتنا وحاجاتنا والنظام الاجتماعي والثقافة التي تنشأ فيها بما تتضمنه من نواحي دينية واقتصادية وعلمية.²

- مفهوم القيم في علم الاجتماع:

يرى علماء الاجتماع المعاصرين أن الدراسات السابقة للقيم لا تعتبر دراسات علمية بالمفهوم الحديث في علم الاجتماع، وأنها لا تتجاوز الدراسة الفلسفية البعيدة عن مناهج العلوم الاجتماعية، ويعود الفضل الكبير في إثراء دراسة القيم إلى العالمين "توماس" و"زنانسكي"، حيث يعتبران أول من استخدم مصطلح القيم في دراستهما عن "الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا".³

إن القيم تعتبر عنصرا مشتركا في تركيب البناء الاجتماعي، ويرى علماء الاجتماع أن القيم من صنع المجتمع، وأنها تعبير عن الواقع. فالقيم حقائق واقعية توجد في المجتمع، ويحاول عالم الاجتماع عند دراسته للقيم أن يجللها ويفسرها ويقارن بين الجماعات المختلفة وتأثير القيم في السلوك. لذلك فقد طرحت قضية سوسيولوجية القيم كأحد المحاور الرئيسية التي انشغل بدراستها العديد من الباحثين الاجتماعيين بحيث تجسد ذلك في كتابات الكثير من علماء الاجتماع المحدثين والمعاصرين إيماننا منهم بأنه توجد علاقة وظيفية بين القيم - باعتبارها ظاهرة اجتماعية - وسائر الظواهر الاجتماعية الأخرى السائدة داخل البناء الاجتماعي للمجتمع.⁴

وبالرغم من أن الباحثين في ميدان علم الاجتماع يتفقون على أن القيم عناصر بنائية تشتق أساسا من التفاعل الاجتماعي، إلا أنهم يختلفون في تفسير طبيعتها.

حيث يعرف "توماس" و"زنانسكي" القيمة بأنها "أي شيء له محتوى من السهل الوصول إليه، وله معنى لأعضاء الجماعة الاجتماعية. والقيمة الاجتماعية هي أي مدلول له محتوى أمبريقي من السهل

¹. سيف الدين عبد الفتاح إسماعيل: العلاقات الدولية في الإسلام (مدخل القيم في إطار مرجعي لدراسة العلاقات الدولية في الإسلام)، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ج2، ط1، 1999، ص:56.

². عبد الله بوجلال: أثر مشاهدة التلفزيون على القيم الثقافية والاجتماعية لدى الأطفال، مجلة المعيار، دورية محكمة علمية تعنى بالدراسات الإسلامية والإنسانية، ع7، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، دار الهدى للنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، ديسمبر 2003، ص: 37-38.

³. سعيد مبارك آل زعير: التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2008، ص:94.

⁴. حميد خروف: القيم من منظور اجتماعي (مقاربة نظرية)، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة علمية محكمة نصف سنوية، جامعة منتوري، قسنطينة، ع20، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ديسمبر 2003، ص:71.

الوصول إليه بالنسبة لأعضاء الجماعة وله معنى ليصبح من أجله موضوعاً للنشاط". ويقول "فولسوم" (J.V.Folsom): "سوف ننظر إلى القيمة على أنها نمط أو موقف أو جانب من السلوك الإنساني أو مجتمع أو ثقافة، أو بيئة طبيعية أو العلاقات المتبادلة التي تمارس من شخص أو أكثر كما لو كانت غاية في حد ذاتها، أنها شيء يحاول الناس حمايته والاستزادة منه، والحصول عليه ويشعرون بالسعادة ظاهرياً، عندما ينجحون في ذلك".¹

ويعرفها "كليد كلاكهون" (C.Kluckhohn) بأنها: "تصور واضح محكم أو مختلط عن الموضوع المرغوب فيه ويخص فرد أو جماعة ويتحكم في اختيار أساليب الفعل ووسائله وغاياته من بين الممكنات".²

أما "مالينوفسكي" فيعرفها على أنها: "اتصال قوي وحتمي بموضوعات وقيم أو معايير أو أشخاص ينظر إليهم باعتبارهم وسيلة لإرضاء حاجات الكائن". كما يعرف "تالكوت بارسونز" (T.Parsons) القيم على أنها: "عنصر في النسق الرمزي المشترك الذي يخدم كمعيار أو مقياس للاختيار بين بدائل الموجهات التي تفتح ذاتياً في الموقف".³ ويرى "دور كايم" أن القيم هي تصورات تتميز بالعمومية والإلزام، فأفراد المجتمع يشتركون في قيم واحدة أو معايير متماثلة يفرضها عليهم المجتمع بما له من قوة القهر.⁴

وهناك من ينظر للقيم على اعتبار أنها منتجات ثقافية تصدر عن بنية الواقع الاجتماعي، ويضم هذا الاتجاه مجموعة من الباحثين أمثال "سانيال" (Sanyal) و"بترن سوروكين" (P.Sorokin)، حيث يرى "سانيال" أن القيمة هي علاقة قائمة بين الذات والموضوع، ذلك أن الذات تنجذب بدافع القيمة نحو موضوع معين بقصد إيجاد عملية تكييف وتوازن، فهي عملية ثقافية دون ريب، ومن ثم كانت الثقافة هي محاولة دائبة لتحقيق القيم.⁵

- مفهوم القيم في الدين الإسلامي:

بحث علماء وفقهاء الإسلام موضوع القيم تحت عناوين مختلفة ومتنوعة، تمس جميع الفضائل والسلوك الإيجابية منها والسلبية مما يحتاج المسلم إلى معرفته، لذلك يمكن اعتبار قضية القيم من القضايا الجديدة التي دخلت التصور الإسلامي، فقد عكف المفكرون المسلمون المعاصرون على دراسة موضوع

¹ . محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، المرجع السابق، ص: 108-109.

² . عبد الرزاق جبلي: دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، بيروت، 1984، ص: 130.

³ . محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، المرجع السابق، ص: 108، 112.

⁴ . سعيد مبارك آل زعير: المرجع السابق، ص: 99.

⁵ . حميد خروف: القيم من منظور اجتماعي (مقاربة نظرية)، المرجع السابق، ص: 79.

القيم وإعطائها مدلولاً يختلف تماماً عما هو عليه في الدراسات الغربية، حيث تستند كل التعاريف التي تناولت مفهوم القيم في التصور الإسلامي إلى مرجعية واحدة ألا وهي الدين الإسلامي، فيرون أن القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة مصدران أساسيان للقيم، أي أن كتاب الله سبحانه وتعالى هو الفيصل في الحكم على الحسن والقيح، الخير والشر، الحلال والحرام.¹ على خلاف ذلك يعرف الفكر الغربي تباينا وجدلاً كبيراً فوجد أن البعض يرى أن مصدر القيم هو السماء، في حين يراها البعض الآخر في العقل والخبرات الإنسانية والذين يرونها معزولة عن السماء يختلفون هل هي من صنع الفرد أو من صنع المجتمع.

وتعرف القيم في الدين الإسلامي على أنها "مجموعة الأخلاق التي تصنع نسيج الشخصية الإسلامية وتجعلها متكاملة قادرة على التفاعل الحي مع المجتمع وعلى التوافق مع أعضائه وعلى العمل من أجل النفس والأسرة والعقيدة".²

كما تعرف بأنها: "مبادئ تحث على الفضيلة وموجهات للسلوك الإنساني لصالحه وصالح مجتمعه وتستمد أصولها بالأمر والنهي من القرآن الكريم وسنة الرسول صلى الله عليه وسلم".³

ويراها مساعد بن عبد الله المحيا بأنها: "الأحكام التي يصدرها المرء على الأشياء سواء المادية أو المعنوية من حيث الاستحسان أو الاستهجان والتي يستقيها من مصادر التشريع الإسلامي والتي يوجه الإسلام بها المؤمنين به والمدعنين إليه إلى ما فيه صلاح أمرهم وأحوالهم في معاشهم ومعادهم".⁴

كما يراد بها المبادئ السليمة ومجموعات الفضائل التي هي وليدة الدين الصحيح لتوجيه سلوك الإنسان، وهي ثابتة موحدة تنبع من العقيدة وترقى في ضمير المؤمن إلى مستوى الإيمان.⁵ ويعرفها آخرون بأنها: "المفاهيم، والمعاني التي يولد الإنسان عليها ولادة ربانية".⁶

وتعرف القيم أيضاً بأنها "ثوابت اعتقادية وسلوكية مصدرها الوحي الإلهي الذي أخبر عن وجودها وحكم بضرورتها، وتستمد القيم مصدر إلزامها بما يترتب على عدم الالتزام من الجزاء الآخروي، وهكذا يحسم القرآن الكريم في شأن السلوك الإنساني على أساس تلك القيم. وقيم الإسلام في العقيدة

¹ . جابر قميحة: المدخل إلى القيم الإسلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط1، 1984، ص: 198.

² . نفس المرجع، ص: 41.

³ . سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 49.

⁴ . مساعد بن عبد الله المحيا: المرجع السابق، ص: 80.

⁵ . وضحة السويدي: تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر (برنامج

مقترح)، دار الثقافة، قطر، ط1، 1989، ص: 72.

⁶ . طه ياسين الخطيب: القيم التربوية في موعظة لقمان لابنه، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مجلة علمية محكمة فصلية،

مؤسسة الأيام للصحافة والنشر والتوزيع، مملكة البحرين، المجلد4، ع1، مارس 2003، ص: 129.

والشريعة والأخلاق قيم متكاملة تتوحد ضمن منظور معرفي واعتقادي وأخلاقي لا يقبل التفكيك والتجزئة والإنتقاء.¹

ومنه نستنتج أن مفكري الإسلام لم يستخدموا مصطلح "القيم" بالمعنى المتداول بين المفكرين الغربيين، وذلك من خلال دراسة القيم في إطار من المرجعية الإسلامية، كما لا نجد من خلال تعاريفهم لمفهوم القيم ذلك التباين والتضارب والغموض والتعقيد الذي يكتنف مدلوله في الفكر الغربي لاختلاف الباحثين الغربيين في الأصول الفكرية والانتماء الإيديولوجي.

3- مفهوم القيم السياسية:

تحدد القيم في السياسة علاقة الفرد بالسلطة السياسية، كذلك تهتم القيم في مجال السياسة بالسلوك السياسي للقادة والقائمين على السلطة، إضافة إلى ذلك تساعد القيم على فهم الأفكار السياسية والأنماط السلوكية المتعلقة بها، وهذا ما جعل البعض يرى أن القيم السياسية تهتم بميول الفرد للسيطرة والقوة في الأشياء أو الأشخاص أو حتى المؤسسات السياسية.²

وهي معيار للحكم على كل ما يؤمن به مجتمع ما من المجتمعات البشرية ويؤثر في سلوك أفرادها، حيث يتم من خلاله الحكم على شخصية الفرد ومدى صدق انتمائه نحو المجتمع، بكل أفكاره ومعتقداته وأهدافه وطموحاته وقد تكون هذه القيم إيجابية أو سلبية لكل ما هو مرغوب أو غير مرغوب فيه، ويتمثلها الفرد بصورة صريحة أو ضمنية تنعكس آثارها على سلوكه فتحدد مجرى حياته، وتتجلى من خلالها ملامح شخصيته.³

ويعرفها سعيد فراج بأنها "تلك القيم التي تكون عند الفرد أحكاما معيارية حول مواقف الحياة السياسية والاجتماعية وتكون إطارا مرجعيا للفرد يظهر من خلاله سلوكياته في مواقف متعددة كاتخاذ قرار ما أو استجابة معينة وهذا الإطار يؤثر بشكل مباشر على قيام الفرد بأدواره المتوقعة للمشاركة الإيجابية في المواقف المرتبطة بالحياة السياسية".⁴

¹. إدريس العلوي العبدلاوي: مفهوم القيم في الإسلام ومدى اعتمادها كمصدر من مصادر التشريع، مجلة الأكاديمية، سلسلة الدورات، الدورة الربيعية لسنة 2001 (أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر)، مطبعة المعارف الجديدة، المغرب، 2002، ص: 218.

². صلاح الدين عرفة محمود: التوجهات القيمية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الإعدادية، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، جامعة المنيا، يناير 1994، ص: 332.

³. أحمد علي كنعان: أدب الأطفال والقيم التربوية، دار الفكر، دمشق، 1995، ص: 134.

⁴. أمل خلف: التنشئة السياسية لطفل ما قبل المدرسة (تطبيقات وأنشطة تربوية)، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص: 56.

كما تمثل القيم السياسية بناء معرفيا أخلاقيا ينظم أفكار الفرد ومعتقداته وسلوكه تجاه الآخرين الذين يتفاعل معهم، وهي اجتماعية حيث ترتبط بثقافة المجتمع وتراثه الديني وتستمد منه مقوماتها، وهي تمثل أهدافا مثالية حيث يسعى الأفراد للعمل وفقها، ويسعى النظام السياسي إلى العمل على نشرها لتحقيق الاستقرار بين أعضاء المجتمع.¹

ويقصد بها مجموعة القيم التي تعكس الشعور بالهوية الوطنية والانتماء الوطني، وتساهم في إعداد الفرد تجاه المشاركة السياسية داخل المجتمع كالديمقراطية والشورى والطاعة والعدل والجهاد والتضحية.²

ويعرفها حامد زهران بأنها: "عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء التي توجه رغباته واتجاهاته نحوها، وكما أنها مفهوم مجرد ضمني، غالبا ما يعبر عن الفضل أو الامتياز، أو أوجه الفضل الذي يرتبط بالأشخاص أو الأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط".³

ويعرفها عبد القادر خليفة بأنها: "الأحكام التي يصدرها الفرد وفق المعايير التي اكتسبها في بيئته الاجتماعية على سلوك اجتماعي أو فردي ما، بحيث تنطوي هذه الأحكام على تقويم داخلي للفرد يسلك من خلالها ما يتماشى مع ما يقتنع به". كما يعرفها أمين فهمي وحنا شنودة بأنها: "ذلك النوع من القيم المرتبطة بظاهرة السلطة والعلاقات داخلها أي بين أفراد الطبقة الحاكمة وخارجها، أي سلوك المحكومين في التعامل معها".⁴

وتعرف أيضا بأنها: "معايير أخلاقية تعبر عن أفكار مثالية وتصور نموذجي يمتلك الخصائص الحضارية لما هو مقبول وما هو مرفوض ضمن البيئة الاجتماعية التي نعيش فيها معبرة عن عموم المجتمع، وليس خصوصية شريحة اجتماعية معينة".⁵

ومما سبق نعرف القيم السياسية وفقا لمنطلق الدراسة بأنها: "مجموعة من المعايير والأحكام التي يصدرها الفرد ويعتمد عليها في توجيه سلوكه في المرغوب فيه والمرغوب عنه، يكتسبها الفرد من خلال عملية التنشئة السياسية ومؤسساتها خاصة وسائل الإعلام، وذلك في كل مرحلة من مراحل حياته، لكي تهيئه للمشاركة السياسية الهادفة لبناء المجتمع وتحقيق الاستقرار بين عناصره، كالديمقراطية والعدالة والحرية والمساواة والمواطنة والانتماء والولاء الوطني.

¹. سمير خطاب: التنشئة السياسية والقيم (مع دراسة ميدانية لطلاب مدارس الثانوية)، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص ص: 65-66.

². محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص: 435.

³. حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص: 15.

⁴. سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 102.

⁵. معن خليل العمر: التنشئة الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004، ص: 217.

- الثقافة لغة:

يقول السويدي أن العرب اختاروا الثقافة تعبيراً عن الحكمة، ويرى ابن منظور في "لسان العرب" أن الثقافة مشتقة من "الثقاف" وهو الأداة التي تسوي بما الرمح، ويقال أن الرمح أصبح مثقفاً، وثقف الشيء أقام المعوج منه وسواه، والإنسان أدبه وهذبه.¹

وقد وردت الكلمة في القرآن الكريم مصداقاً لقوله تعالى: "واقتلوهم حيث ثقتموهم وأخرجوهم من حيث أخرجوكم والفتنة أشد من القتل". (سورة البقرة. الآية: 191). ووردت هنا بمعنى وجدتموهم.

أما الكلمة في سياقها الدلالي والفكري فتعود إلى أصولها الأوروبية، فكلمة ثقافة التي يقابلها "culture" بالفرنسية مشتقة من الكلمة اللاتينية "cultivare" التي تعني الزراعة. ويرى مالك بن نبي أن استعمال كلمة ثقافة "culture" بمعنى زراعة، هي استعارة عن تأثر الإنسان الأوربي بالأرض بصفتها من أهم رموزه الحضارية ونقطة قوة انطلاقاً مختلف الوظائف الحيوية الأخرى، كما تشكل نقطة ارتكاز وبعث التحول لمختلف الحضارات المتعاقبة، في وقت بلغت فيه النهضة الفكرية أولى بداياتها في القرن السادس عشر، لتعبر في مرحلة موالية عن مجموع ثمرات الفكر في ميادين الفن، الفلسفة والقانون.²

- الثقافة اصطلاحاً:

حاول الكثير من الباحثين منذ القرن التاسع عشر تحديد مفهوم الثقافة، لكن تعدد وتنوع تعاريفها جعل محاولة حصرها عسيرة، فكلمة الثقافة هي واحدة من بين الكلمات التي يكتنفها التعقيد والغموض، وتدل بشكل عام على الجانب الفكري من الحضارة، أما كلمة الحضارة فتدل على الجانب المادي، وهناك ترادفاً في المفهوم الانجلوساكسوني للكلمتين، فكلمة الثقافة كثيراً ما تأتي مرادفة لكلمة حضارة³، وأقدم تعريف للثقافة وأكثره شيوعاً ذلك الذي قدمه إدوار تايلور سنة 1871 في كتابه "Primitive culture" مفاده أن الثقافة هي "كل مركب يشتمل على المعرفة، المعتقدات، الفنون،

¹ . محمد السويدي: المثقف والسلطة (دراسة في الفكر الفلسفي الفرنسي المعاصر)، دار الطليعة، بيروت، ط1، 1991، ص:39.

² . مالك بن نبي (ترجمة: عبد الصبور شاهين): مشكلة الثقافة، دار الفكر، سوريا، ط4، 1974، ص:28.

³ . تيري إيجلتون (ترجمة: ثائر ديب): فكرة الثقافة، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، 2001، ص:12.

القانون، العرف، وغير ذلك من الإمكانيات أو العادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع
1.

تتميز التعاريف الاصطلاحية للثقافة بكثرتها، فيصعب حصرها ويتفق علماء الأنثروبولوجيا
والاجتماع على صعوبة تقديم تعريف دقيق ومتفق عليه لمفهوم الثقافة.

حيث أن تعدد مفاهيم الثقافة ناتج عن تباين آراء الدارسين لها، فمنهم من يميل إلى دراسة
الثقافة في حد ذاتها والبحث عن دورها الاجتماعي، وهناك من يرجح كفة التاريخ ولا يفهم الثقافة إلا
من خلال مفهومها التاريخي، ويمكن إيجاز مفهوم الثقافة بالمعنى الأنثروبولوجي الذي يشمل كل ما يقوم به
الإنسان من نشاط فكري أو مادي²، وهو معنى يرتبط بأشكال القيم ونوع الأساليب التي يبتكرها
الإنسان ويرتب بها حياته الفكرية والروحية والجمالية والاجتماعية.

ويقول ميشيل ثومبسون (Michael Thompson) لعله من أبسط تعريفات الثقافة وأكثرها
وضوحاً تعريف أحد علماء الاجتماع المحدثين، روبرت بيرستيد (R.Bierstedt)، إذ يعرفها بقوله: "إن
الثقافة هي ذلك الكل المركب، الذي يتألف من كل ما تفكر فيه أو تقوم بعمله أو نتملكه كأعضاء في
المجتمع. هذا التعريف يبرز الصيغة التأليفية للثقافة لتصبح ظاهرة مركبة تتكون من عناصر بعضها فكري
وبعضها سلوكي وبعضها مادي"³، ويشبه هذا التعريف ذلك الذي قدمه جاك. ل (Jacques
Leenhardt) إذ يقول أن الثقافة في معناها الواسع تضم كل المعارف، ووسائل الإنتاج المادي.⁴

والثقافة حسب ما عرفت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم هي "مجموع النشاط الفكري
والفني بمعناها الواسع، وما يتصل بهما من المهارات والوسائل والقيم"، فالثقافة بهذا المعنى هي المعارف
والقيم والالتزامات الأخلاقية وطرائق التفكير والإبداع الجمالي والفني والمعرفي.⁵

مفهوم الثقافة تعدى اهتمامات الباحثين إلى اهتمامات الهيئات، وأضحى حاجساً عند أهم
مؤسسة دولية تهتم بالثقافة وهي منظمة اليونسكو، التي تمخض عن مؤتمرها المنعقد في نيومكسيكو سنة
1982 تعريفاً للثقافة جاء فيه "الثقافة بمعناها الواسع هي مجموع السمات الروحية والمادية والفكرية

¹ . ميشيل ثومبسون وريتشارد إليس وآخرون (ترجمة: علي الصاوي): نظرية الثقافة، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني
للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1997، ص:9.

² .Abou Selim: L'identité culturelle, relation interethnique et problèmes
d'acculturation, Atropis, Paris: 1992, p:21.

³ . ميشيل ثومبسون وريتشارد إليس وآخرون: المرجع السابق، ص: 10.

⁴ . Jacques Leenhardt, Barbara Maj : la force des mots (le rôle des intellectuels), Paris,
Megrelis, 1982, p : 32.

⁵ . المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، ط2، 1990، ص:43.

والعاطفية التي تميز مجتمعاً بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الإرث الاجتماعي ومحصلة النشاط الذهني والروحي والفكر الأدبي والقيمي، ويتجسد في الرموز والأفكار والمفاهيم والنظم وسلم القيم والحس الجمالي، أي هي الامتداد المتنوع لجميع أنواع المعارف والخبرات الإنسانية، التي تشمل المعارف العلمية والأدبية والفنية والتراث وأسلوب العيش والأذواق والآداب السلوكية وقوانين التعامل بين الناس

1 .

رغم أن الثقافة بهذا التعريف ليست من المسلمات المتفق عليها، إلا أن هذا التعريف بهذه السعة والشمولية قلما يتعارض مع التعريفات الأخرى التي ربما تختصره دون أن تتناقض معه، فأغلب المفكرين ينظرون إلى الثقافة على أنها السمات المشتركة التي تميز أمة ما عن غيرها من الأمم، سواء كانت هذه السمات تتعلق بالفعاليات الإنسانية ونشاطاتها الذهنية والمادية، أو كانت تراكم خبرات وتجارب اجتماعية أو تصورات منبثقة من معتقدات دينية.

ومنه يمكن تعريف الثقافة من خلال ثلاثة أبعاد أساسية، هي: ²

أ- التحيزات الثقافية: تتمثل في الإطار العقائدي والفكري والإيديولوجي الذي يشكل رمزية الثقافة، فيتجه الأفراد من خلالها إلى أهداف وقيم بعينها بشكل صريح أو ضمني.

ب- العلاقات الاجتماعية: وهي الإطار الاجتماعي الذي يشكل قالباً مرناً، نفسياً واجتماعياً، تتعدد من خلاله طبيعة العلاقات الاجتماعية القائمة وأشكالها ومحتواها الإنساني.

ت - أنماط وأساليب الحياة: وهي أساليب الحياة المختلفة سواء تعلق الأمر بأنماط مادية ومعنوية، وهذه الأنماط إنما هي حصيلة تفاعل بين تحيزات الأفراد وطبيعة العلاقة الاجتماعية القائمة، بحيث تنتج نموذجاً خاصاً للتفكير والسلوك والإنجاز.

وعلى العموم يمكن أن تعريف الثقافة حسب ما تتجه إليه الدراسات الحديثة أنها: "تضم جملة أنماط السلوك المشترك السائد، في مجتمع معين، سواء أكانت مادية أو معنوية، فبالإضافة إلى أنماط العيش والمأكل والمشرب والملبس، وطريقة التربية وآداب التحية وتقاليد الزواج والولادة والوفاء وطقوس

¹ Unesco : Le développement culturel expériences régionales, publié par l'organisation des nation unies pour l'éducation, la science et la culture, Paris, 1980, p :11.

² عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات (من الحداثة إلى العولمة)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2006، ص ص: 46، 47.

الأفراح وعادات النظافة واللباقة وسواها، تضم الثقافة جوانب حضارية تتصل باللغة والفكر والعقيدة والتشريع والقانون والآداب والفن واللغة والعلم والتقنية وغيرها".¹

ومع هذا فإن للثقافة بعدا رمزيا "إذ أنها تجريد معنوي للسلوك"، ومعنى هذا أن الثقافة تأخذ قوتها وعمقها الاجتماعي من هذا البعد الرمزي الذي يضفي على أبعادها شرعية الوجود، وهكذا فإن هناك اتجاهين واضحين في تلك التعاريف، ينظر أحدهما إلى الثقافة على أنها تتكون من القيم والمعتقدات والرموز والإيديولوجيات وغيرها من المنتجات العقلية، أما الاتجاه الآخر فيربط الثقافة بنمط الحياة، والعلاقات التي تربط بين أفرادها، وتوجهات هؤلاء الأفراد في حياتهم.²

5- مفهوم النخبة المثقفة:

تعد دراسة النخبة المثقفة من أهم المسائل والقضايا الجوهرية في المجتمعات على اختلافها، نظرا لما لهذه الفئة من مكانة وكفاءة ثقافية وسياسية واجتماعية، مرتبطة جدليا بالبناء الاجتماعي والفكري، باعتبارها تمثل العنصر الفعال في مختلف الطبقات والفئات الاجتماعية، ولطبيعة الأدوار التي تمارسها هذه الفئة تجاه نفسها، وتجاه الواقع الاجتماعي من تأثير، وكذلك للدور التاريخي الذي تؤديه هذه الفئات بحكم طبيعة تكوينها.

تمثل إشكالية تحديد مصطلح النخبة المثقفة أو المثقف عموما مسألة محورية في مسار أي مجتمع وخصوصا في الجزائر، على اعتبار أنها تمثل إرھاصا معنويا وماديا في مسارها التاريخي، يترجم بشكل أو بآخر حركية المجتمع الجزائري من جهة ومعيارا تأطيريا للحظة تواجدتها من جهة أخرى، فالحديث عن النخبة المثقفة يبقى مؤشرا قويا يترجم مدى حيوية المجتمع في ماضيه وراهنه ومدى قابليته لبلورة مشروع ثقافي حديث، لكونها مشتلا سياسيا يبلور منظومة من القيم ومشاريع الأفكار التي تطبع هوية المجتمع وخصوصياته الحضارية.³

ويمكن تحديد مفهوم النخبة المثقفة من خلال استعراض التعاريف الخاصة بكل من مفهومي النخبة والمثقف.

- مفهوم النخبة:

¹. عبد الله الدائم: في سبيل ثقافة عربية دائمة، الثقافة العربية والتراث، دار الآداب، بيروت، ط1، 1983، ص:25.

². ميشيل تومسون وريتشارد إليس وآخرون: المرجع السابق، ص:10.

³. حسين مسكين: أزمة النخب العربية، الثقافة والتنمية، دار القرويين، الدار البيضاء، ط1، 2007، ص ص:17-

تواجدت النخبة منذ القدم حيث تعود إلى أعمال الفلاسفة الإغريقيين، ومنهم الفيلسوف أفلاطون حينما تكلم عن ضرورة أن يحكم المجتمع فئة من الأفراد الناهجين¹، كما ظهرت كذلك عند طائفة البراهمة وهي تتواجد بالهند منذ العصور المبكرة، فضلا عن ذلك وجدت مذاهب ومعتقدات دينية عبرت بشكل أو بآخر عن فكرة النخبة، إلا أن المفهوم تبلور أكثر في العصر الحديث، حيث كانت البدايات للمناقشات النظرية والتحليلية حول النخب في أوروبا أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين في بريطانيا وأمريكا بوجه خاص، بالجدال العلمي والسياسي الذي كان محتدما بين التوجهات الاشتراكية والماركسية من جهة والتوجهات الليبرالية من جهة ثانية، واكتست وجها مغايرا بالنسبة إلى البلاد العربية والإسلامية لاختلاف ظروفها التاريخية عن الأولى، واختلاف أطراف الجدل.

ويعود التصور السياسي والاجتماعي الحديث للنخبة إلى دفاع سان سيمون "Saint Simon" عن حكم العلماء ورجال الصناعة، إلا أن الصفوة اتخذت معاني ومضامين متنوعة بعد أن أقر مسألة الفروق الطبقية وأكد التفاوت بين الأغنياء والفقراء، ويعد أقدم استخدام معروف في اللغة الإنجليزية لكلمة النخبة طبقا لقاموس أكسفورد كان في سنة 1823، حينما كانت تنطبق بالفعل على الجماعات الاجتماعية والسياسية الأوروبية بوجه عام حتى أواخر القرن التاسع عشر، حينما انتشر المصطلح وساد استخدامه في النظريات السوسولوجية للصفوة، وعلى الأخص تلك التي تضمنتها كتابات باريتو.²

- مفهوم النخبة في اللغة:

جاء مصطلح النخبة في لسان العرب مايلي: "نُخب، انتخب الشيء، اختاره والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم ونخبتهم خيارهم، قال الأصمعي، يقال هم نخبة القوم (بضم النون وفتح الحاء)، قال أبو منصور وغيره: يقال نخبة (بتسكين الحاء) ويقال جاء نخب أصحابه أي في خيارهم، والنخبة: المنتخبون من الناس والمنتقون".³

وجاء في قاموس ويبستر "Webster" أن النخبة هي المجموعة المنتقاة والتي تعد بمثابة أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات،⁴ وتستخدم كلمة نخبة بالمعنى المفرد ونخب بالمعنى الجمع، وترادفها في اللغة العربية كلمة الصفوة.

¹ . محمد بن حيتان: النخب السعودية في التحولات والإخفاقات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004، ص:23.

² . علي محمد بيومي: دور الصفوة في اتخاذ القرار السياسي، دار الكتب الحديثة، القاهرة، 2003، ص:11.

³ . ابن منظور أبو الفضل جمال الدين: المرجع السابق، ص:75.

⁴ . جابر محمد عبد الموجود: اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ع18، أكتوبر 2002، ص:69.

وقد جاء لفظ الاصطفاء في القرآن الكريم بمعنى الاختيار، وورد مصطلح الصفوة في آيات عدة مثل قوله تعالى: « أَفَأَصْفَاكُمْ رَبُّكُمْ بِالْبَنِينَ... ». (سورة فاطر. الآية: 32)، وقال تعالى: « وَإِذْ قَالَتِ الْمَلَائِكَةُ يَا مَرْيَمُ إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاكِ وَطَهَّرَكِ وَاصْطَفَاكِ عَلَى نِسَاءِ الْعَالَمِينَ ». (آل عمران. الآية: 42)، وقال سبحانه تعالى: « ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا ... ». (الإسراء. الآية: 40).

وجاء لفظ صفوة في الحديث الشريف في ثلاثين موضعا على لسان النبي - صلى الله عليه وسلم - وأصحابه حين يخاطبوه، مثل قولهم له: "أنت نبي الله وصفوته"، وقوله - صلى الله عليه وسلم - "لكم صفوة أمرهم وعليهم كدره"، وقول أحد الصحابة: شربت صفوة الماء وتركت كدره، والصفوة في هذه الأحاديث تعني أفضل الشيء وخلاصته المختارة، وهو المعنى الذي يدور حوله مفهوم الصفوة والنخبة بشكل عام.¹

وهو ما نجده كترجمة للمصطلح الفرنسي "Elite" والذي يشير إلى الأفضل أو المختار، فقد كان أول استخدام للمصطلح في اللغة الفرنسية للتعبير عن السلع المتقاة وفق مواصفات خاصة لتكون دلالة على جودة الصنف، ثم تطور المفهوم أكثر حتى أصبح يعبر عن الامتياز في أي ميدان من الميادين²، ويقصد بمصطلح النخبة في اللغة الإنجليزية "Elite" جماعة أو جزء منها اختير أو نظر إليه على أنه الأفضل والأكثر نفوذا وقدرة³. أما في الإسبانية فأصل الاشتقاق هو "Lomas Selecto" ومعناه مثل ما في الفرنسية والإنجليزية، وترسم الكلمة في اللغة الإيطالية مثلما ترسم في اللغة الفرنسية موضوعا بين مزدوجين، وبنفس المعنى⁴.

ومنه تدل المعاني الاشتقاقية للفظ نخبة في لغات مختلفة على الندرة والقلة، إذ هي تحيل على الاصطفاء والاختيار والانتخاب، وتمتد تلك الإحالة إلى ما يمثل خصيصة الشيء الأكثر تميزا له عما عداه وعلى أساس التميز والنقاوة والصفاء والرفعة وعدم الاختلاط مع ما هو عام ومبذول ومبتذل وعادي.

- مفهوم النخبة اصطلاحا:

¹ رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص: 141.
² توماس بيرون بوتومور (ترجمة: محمد الجوهري): الصفوة والمجتمع (دراسة في علم الاجتماع السياسي)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988، ص: 5.

³ Eguene Ehrlich: Webster dictionary, Harper collions publishers, New York, 1993, p: 176.

⁴ جمال أبو شنب وإسماعيل علي سعد: الصفوة العسكرية والتنمية السياسية في دول العالم الثالث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998، ص: 33.

كان أقدم استخدام معروف لكلمة نخبة في اللغة الإنجليزية في عام 1823م حينما كانت تنطبق بالفعل على الجماعات الاجتماعية والسياسية الأوروبية بوجه عام في أواخر القرن التاسع عشر، وفي ثلاثينيات القرن العشرين في بريطانيا وأمريكا بوجه خاص حينما انتشر المصطلح وساد استخدامه في النظريات السوسولوجية للصفوة، وعلى الأخص تلك التي تضمنتها كتابات فيلفريدو باريتو.¹

كما عرف قاموس علم الاجتماع النخبة بأنها جماعة من الأشخاص يشغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين، فهي تقوم بالتأثير على الغالبية غير المنظمة، من هنا كان لها دور مهم في عملية التغير الثقافي، ويستخدم المصطلح بالتحديد للإشارة إلى النفوذ الذي تمارسه هذه الجماعات وبخاصة القلة الحاكمة في مجال محدد.²

وتشير النخبة إلى أية طائفة تتوفر فيها صفات ذات قيمة كالقدرة الفكرية والهيبة والسلطة الأدبية والنفوذ الواسع.³

وقد صنفت الكثير من الدراسات المجتمعات إلى فئتين متميزتين هما:⁴

– الأولى: أقل عددا والأقوى سيطرة والأشد احتكارا للنفوذ فضلا عن تمتعها بالمزايا المصاحبة للقوة.
– الثانية: هي أكثر عددا وتخضع لتوجيه وتحكم الفئة الأولى، أي أن في أي مجتمع من المجتمعات سوف ينقسم أعضاء المجتمع أقساما أولية إلى حكام أو صفوة ومحكومين أو جماهير، وسوف يستمر التمايز وعدم المساواة لامتلاك الفئة الأولى للامتيازات التي تحرم منها الفئة الأخيرة.

وعموما يشير مفهوم النخبة إلى:⁵

– أن المكانة الاجتماعية هي المحك الرئيسي لتمييز النخبة من غير النخبة في المجتمع.
– أن النخبة باعتبار أفرادها جماعة متميزة تتمتع بالقوة والنفوذ وتترتب على قمة البناء الاجتماعي يعدون أقلية من الناحية العددية، حيث أنهم أقل بكثير من أولئك الأغلبية الذين يؤثرون فيهم ويحكمونهم.

1 . صابر عبد ربه: موقف الصفوة من النظام العالمي الجديد، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001، ص: 21.

2 . محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص: 154.

3 . عبد الهادي الجوهري: المرجع السابق، ص: 133.

4 . علي محمد بيومي: المرجع السابق، ص: 23.

5 . رضا عبد الواحد أمين: المرجع السابق، ص ص: 145-146.

- إمكانية تعدد النخب في المجتمع بتعدد مجالات النشاط المهني ومواقع الإدارة والحكم في أجهزة الدولة، وبالتالي يصبح لكل مجال من المجالات النخبة الخاصة به والتي تتمتع فيه بالقوة والنفوذ والسيادة.
 - وعلى الرغم من تعدد النخب في المجتمع، إلا أن الترابط والتماسك والانسجام بينها قائم، حيث يعرف بعضهم بعضاً، ويدخلون في شبكة من العلاقات والمصالح يتفاعلون خلالها لتحقيق أهداف معينة.
 - إمكانية التبادل بين أعضاء النخبة بالنسبة للمراتب العليا في المؤسسات العسكرية والاقتصادية والسياسية والإدارية في المجتمع، وإمكانية صعود جماعات معينة وهبوط أخرى مع ما يتعرض له المجتمع من مؤثرات داخلية وخارجية على ضوء ما تسفر عنه عمليات الصراع الاجتماعي بين الجماعات الاجتماعية المختلفة في المجتمع.
 - تباين السمات الخاصة للنخبة ليس فقط بين المجتمعات المختلفة، ولكن أيضاً داخل المجتمع الواحد في الفترات الزمنية المختلفة، ولكل حقبة زمنية أو أكثر السمات الخاصة بنخبته، سواء من حيث خلفيتها الاجتماعية أو من حيث أيديولوجيتها وتوجهاتها العامة، وأساليب ممارستها في المجتمع.
- وفي ذلك يتميز المنظور الإسلامي لمفهوم النخبة والذي يحددها بأنها: "جماعة منظمة وصالحة من العلماء والأمرأ تعنى بالتضافر والتشاور فيما بينها بتعيين أمر الله فيما يواجه الأمة من مواقف وتقوم بتنفيذه بالتكافل العام مع الأمة".¹

ومنه فكل هذه التعاريف لمفهوم النخبة تتفق على أن أفرادها متميزون ومؤثرون في مجتمعهم، وأنهم يقودون الرأي العام في مجالات عديدة، لأنهم أكثر فعات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار، وتعدد النخب لتشمل النخب السياسية والعسكرية والاقتصادية والفكرية، "حيث ينظر البعض إلى أن النخبة واحدة في المجتمع الواحد، وتشمل البارزين في كل المجالات والخادمين للأهداف العليا لمجتمع ما في وقت معين، ولا تشمل البعدين الثقافي والفكري فقط، بل تشمل أبعاداً أخرى سياسية واجتماعية واقتصادية"².

- مفهوم المثقف:

- المثقف لغة:

تشير كلمة المثقف في اللغة العربية إلى الحذق والفتنة والخفة وتسوية الاعوجاج وتقوية الإدراك وسرعة الفهم والمهارة والتأدب، وهي مشتقة من الفعل ثقف، ثقفاً، ثقافة، صار حاذقاً، فهو ثقف. ثقف الريح بمعنى قومه وسواه، والولد قد تثقف، هذبه، وعلمه فتهذب وتعلم فهو مثقف، وهي مثقفة.

¹ . نفس المرجع، ص:144.

² . نفس المرجع، ص:125.

وثقف الشيء بمعنى عرفه، ويقال: ثقفت فلانا، أي هذبتة وأصلحته وسويت اعوجاجه حتى صار مستقيما.¹

تحمل كلمة المثقف في اللغة العربية معاني تتجاوز ما يقابلها في اللغات الأجنبية، فليس هناك كلمة واحدة مباشرة في تلك اللغات، تؤدي بالضبط معنى المثقف، ففي الإنجليزية مثلا كلمة "Intellectual" وفي الفرنسية كلمة "Intellectuel" تحملان معنا عقليا بالدرجة الأولى، وفي اللغة الروسية "Intelligentsia" بمعنى "أنتلجنسيا" تحمل إلى جانب المعنى العقلي معنا سياسيا ثوريا.

ففي اللغة الأجنبية، حسب القاموس الموسوعي "Hachette" فكلمة "Intellectuel" مشتقة من "Intelligence" و "Intellect" التي يعادها الذكاء في العربية، وتعني القدرة على فهم واكتشاف العلاقات بين الوقائع والأشياء، أو القدرة على الفهم والمعرفة، ومنه فكلمة مثقف هي صفة لمن تربطهم علاقة بالذكاء والفكر، كما أنه اسم لمن يستحوذ ذوقا أو عملا يمكنه من السيطرة على الحياة الفكرية.²

- المثقف اصطلاحا:

تعتبر كلمة المثقف "intellectuel" وافدة على الحقل اللغوي والدلالي العربي، ظهرت عن طريق الاحتكاك بالغرب بفضل الدراسات التي أنجزها المستشرقون، وكذا الرحلات العلمية والبعثات الطلابية التي تأثرت بالسجلات التي عرفت أوروبا. خاصة المنحى العقلاني الليبرالي لعصر التنوير، الذي مثلته أفكار "مونتيسكيو"، "فولتير" و "روسو"، الشيء الذي أفرز التزايد والمغلاة في العقلانية والاتجاه نحو مزيد من الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسية والمطالبة بحرية الفكر وتحرير العقل من قيوده واحترام الإرادة الشعبية والثورة ضد الاستبداد والطغيان.³

يشير هشام شرابي مركزا على دور التعليم في بعث المثقف بفك الحصار على الفكر قائلا "كانت فئة علماء الدين المغلقة هي الوحيدة التي تخرجت منها النخبة المثقفة في العالم العربي، كانت طبقة العلماء تحتكر المعرفة والنشاط الثقافي لأجيال عدة حتى أواخر القرون الوسطى، لكن تأثير التعليم والأفكار الجديدة كسر هذا الاحتكار تدريجيا ولكن في صورة حاسمة، إذ برزت طبقة جديدة من المثقفين في أواخر القرن التاسع عشر، وما صاحبه من حس نقدي أدى إلى انحلال النظام الفكري القديم واحتفت وحدانية التفكير وتهاوت المصنفات الجامدة وبرزت بالمقابل أنماط فكرية متباينة".⁴

¹ . سعدي الصديق: المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط34، 1996، ص:126.

² . Dictionnaire Hachette encyclopédique, France, 1995, P:970

³ . هشام الشرابي: المثقفون العرب و الغرب، دار النهار للنشر، بيروت، 1971، ص:77.

⁴ . نفس المرجع، ص: 16.

ويرصد "جون بول سارتر" مراحل تطور الفكر الأوروبي من عصوره الظلامية اللاعقلية التي استمرت إلى القرن الرابع عشر، إلى مراحل التنويرية والمقدسة لسلطة العقل والفكر، ويربط ذلك بعلمنة القطاعات التجارية، أما عن كيفية تبلور المثقف بمعناه الحديث، فيربط ذلك بتحرير العقل من طغيان الكنيسة وآلهة الأرض أو الإكليروس الذين احتكروا العلم والمعرفة بسبب أشكال الوساطة التي كانوا يفرضونها، غير أن هذه الممارسات بدأت في الزوال بظهور "اختصاصي المعرفة العلمية" من مهندسين ومحاسبين وغيرهم، بسبب نمو الطبقة البورجوازية وتطور الرأسمالية التجارية بأوروبا، فبدأت تنتزع صفة القداسة على سائر القطاعات العملية، وعليه فكلما تمت علمنة قطاع من القطاعات، أخذ الإله أهبطه للصعود من جديد إلى السماء، وبالفعل أضحي الرب منذ نهاية القرن السابع عشر الرب غير المنظور، ويرى سارتر أن المثقفين بدأوا وكأنهم عضويون بالمعنى الغرامشي، أي تحرروا من الطبقة البورجوازية التي انحدرت منها ليعبروا عن الروح الموضوعية لهذه الطبقة منتصرين لقيم الإنسانية والعالمية الخالدة، الحق، الحرية والعدالة.¹

وأورد أحمد زكي بدوي مفهوم المثقفين بأنهم رجال الفكر والأفراد، الذين يتميزون عن باقي أعضاء المجتمع بالخبرة والمعرفة، وقد يحصلون عليها عن استعداد أو كالترتيب على وظيفتهم المهنية التي تستدعي مثل هذه الخبرة والمعرفة.²

ويشير معجم "Larousse" إلى أن المثقف هو من يحترف ممارسة الفكر ويسيطر على استعمال الذكاء وتطويع ملكاته الذهنية، للتعرف على ما يحيط به من ظواهر، وفهم ما حوله من علاقات، حيث حصر المثقفون في الشغيلة الذهنيين أساسا، أي الذين يمارسون النشاطات الفكرية والعقلية، وهو ما يميزهم عن الشغيلة اليدويين.³

أما سعد الدين إبراهيم فقد ترجم كلمة "Intellectuel" بكلمة مفكر، ويعرفه بأن صناعته الأساسية هي الفكر والثقافة، أو من يستحوذ الاشتغال بالفكر والثقافة على قدر كبير من طاقاته، وأورد أيضا تعريف الانتلجنسيا، معتبرا إياه مدلول تاريخي - اجتماعي محدد، يشير إلى المتعلمين تعليما عاليا حديثا، من الأطباء والمحامين والمهندسين والمعلمين والصحفيين والكتاب والعلماء في روسيا وأوروبا

¹. جون بول سارتر (ترجمة: جورج طرايشي): دفاع عن المثقفين، دار الآداب، بيروت، ط1، 1973، ص:18.

². أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1992، ص:222.

³. Le grand Larousse de la langue Française, France, 1995, p.883 p.894.

الشرقية، سواء كانوا مشغولين بالفكر أو عدمه وسواء كانت لهم اهتمامات عامة خارج مهمتهم وتخصصاتهم أو لم تكن.¹

المثقف في معناه الواسع يشمل أولئك الذين يساهمون في إنتاج أو نشر قيم وبناء رؤى أو تصورات للعالم، وكذا إنتاج معارف سواء كانت ذات صبغة أخلاقية أو بصفة أعم فلسفية.²

ومنه فمفهوم المثقف يرتبط بـ:

- الاحتكام إلى العقل أو ممارسة العمل العقلي.
 - امتلاك قدرة عقلية أو ذهنية.
 - الاعتماد على العقل وليس العاطفة أو الوجدان.
 - شخص ذو مهارة وحذق عقلي.
- ويضيف حماني أفقلي إلى أن صفة المثقف لا تنحصر في الأشخاص الذين يهتمون بالشؤون الفكرية والاجتماعية والسياسية وحدها، أي في الأدباء والمفكرين والشعراء المحليين، وإنما يشمل كذلك كل المبدعين في كافة المجالات الفكرية والفنية والعلمية، بما في ذلك العلوم الدقيقة، شريطة أن تكون لهم مساهمات في خلق ونشر المعرفة.³

إذن فما يميز المثقف عن باقي القوى الفاعلة في المجتمع، هو اهتمامه المستمر بتنمية المعرفة وتنشيط الثقافة، للمساهمة في تشكيل تصورات واتجاهات أفراد المجتمع تجاه مختلف القضايا، بحيث تتجاوز اهتماماته حدود مصلحته الخاصة لتشمل بقدر ما يستطيع مصلحة المجتمع ككل.

ومنه فشمولية مفهوم المثقف لا تتناقض مع التعريفات التي عبر عنها مجموعة من المفكرين، في تعريفهم للمثقف بأنه هو الإنسان الذي يضع نظرة شاملة لتغيير المجتمع، أو هو المفكر المتميز المسلح بالبصيرة، أو هو الذي يمتلك القدرة على النقد الاجتماعي والعلمي والسياسي، أو هو المفكر المتخصص المنتج للمعرفة، وهي تعريفات عامة لا تحصر على تحديد الزاوية أو الموقع الذي ينطلق منه ذلك المثقف في ممارسة النقد الاجتماعي أو السياسي أو في صياغته للنظرة الشاملة للتغيير، والزاوية المقصودة هي

¹. سعد الدين إبراهيم: المفكر والأمير (تحسير الفحوة بين صانعي القرارات والمفكرين العرب)، الأنتلجنسيا العربية، ص: 214.

². Hocine Nouara : Les intellectuels Algériens mythe, mouvance et anamorphose, ENAG, Alger, 2005, p: 32.

³. حماني أفقلي: السلوك الاجتماعي والسياسي للنخبة المحلية، إصدارات مركز طارق بن زياد، الرباط، ط1، 2002، ص: 67.

الموقع الطبقي بالتحديد فهو الغاية والقاعدة المنتجة والمحددة لكل رؤية فكرية ثقافية أو لكل ممارسة نقدية.¹

في ضوء ذلك يحدد "جرامشي" دور المثقف ومسئولته تجاه الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها سواء في إنتاج المعرفة أو المواقف، فالمثقف عنده هو كل إنسان يقوم خارج نطاق مهنته بنوع من أنواع النشاط الفكري، حيث يرى أن للمثقف صفتين الأولى هي الوعي الاجتماعي الكلي بقضايا المجتمع من منطلق بناء فكري محكم، والثانية هي الدور الاجتماعي الذي يلعبه بوعيه ونظرتيه، فالوعي الاجتماعي هنا يقود إلى القيام بدور اجتماعي، فلا دور سياسي أو اجتماعي دون وعي اجتماعي ووعي بالواقع المعاش.²

وتظهر أهمية المثقف العضوي الذي عناه "جرامشي" من خلال نظرية علم الاجتماع، وليس من خلال مسألة المثاقفة والتراكم المعرفي فقط، إذ على المثقف أن يلعب دوره في قضايا المجتمع المدني والدفاع عن قضايا حقوق الإنسان، وهذا الدور تبناه بعد "جرامشي" كل من "فوكو" و"هابرماس" و"مدرسة فرانكفورت" و"إدوارد سعيد"، كما أن الليبرالية تبنت ذلك الدور في معطياتها الجديدة وهو دور تنويري ونضالي أكثر منه دور ثقافي وتراكم كتابات مستلبة للذات، فالمثقف العضوي حسب المفكر "جرامشي" يتميز بخصائص ثلاث هي³:

- أنه يصدر عن نسق إيديولوجي متكامل يوفر له في آن واحد رؤية ومنهجاً للتحليل وإطاراً للتعبئة الجماعية، في مقابل التوجهات الفلسفية والفكرية العامة.
- لا يتجه المثقف العضوي إلى النخب العلمية والسياسية وحدها، وإنما يستهدف بخطابه أساساً القاعدة الاجتماعية العريضة التي يعتبرها هدف التغيير ووسيلته، وينتج عن هذا المنحى تغير في طبيعة الإنتاج الثقافي نفسه.
- ليس النشاط الثقافي هو الغاية ذاتها بل هو مجرد صيغة من صيغ العمل النضالي، ومعياره هو الفاعلية التعبوية للمجتمع.⁴

وبناءً عليه فالمثقف يملك سلطة ثقافية تتجلى في حيازة ملكات الفهم والتحليل والنقد، وهي سلطة قد يوظفها تدخلاً في الشأن العام بل وتوجيهها أو معارضة للسلطة السياسية، من هنا يصاغ النقد

¹. نادبة رمسيس: المثقفون والدولة والمجتمع المدني، ندوة جرامشي وقضايا المجتمع المدني، دار كنعان، دمشق، (د.ت)، ص:233.

². جوردون مارشال (ترجمة: محمد الجوهري): موسوعة علم الاجتماع، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ط1، 2000، ص:538.

³. إدوارد سعيد (ترجمة: محمد عناني): المثقف والسلطة، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص:39.

⁴. منصف الوناس: الأنتلجنسيا العربية (المثقفون والسلطة المساهمات العربية المعاصرة في مسألة المثقف العربي)، عمان، 1988، ص:214.

للمثقف لأنه يطالب بسلطة ثقافية مفقودة محاولا استنساخ وضع مغاير للمثقف الغربي، الذي كانت له سلطة ثقافية مع حيازته لأدوات النضال الديمقراطي بل والمواجهة الصريحة أحيانا للسلطة السياسية، هذا هو جوهر أطروحة "علي أومليل" الذي يقول عن الكاتب العربي أنه يطمح إلى أن يكون له الدور الذي أصبح للكاتب في المجتمع الديمقراطي، في حين أن هذا الأخير يرتكز على ماضٍ من نضال طويل خاضه أسلافه لكي تترسخ حرية الكاتب وتؤكد سلطته، إن سلطة الكاتب المعنوية إنما هي مشروع ينبغي أن يتحقق بتراكم النضال الثقافي، وإذا كانت هذه وضعية قد أصبح يستند إليها الكاتب في مجتمعات بعينها فلأنها قد تحققت عبر ممهّدات تراكمية متضافرة.¹

ومن ثم تصبح النخبة المثقفة، هي تلك التي تمتلك ثقافة عضوية وظيفية، تضع التغيير على رأس اهتماماتها وفي أعلى سلم أجندتها وأولوياتها.²

ومما سبق يمكن تحديد مفهوم النخبة المثقفة وفقا للمعايير التي ارتكزت عليها معظم التعريفات المطروحة، مثل التعليم والثقافة، والابتكار والإبداع، والمهنة والدور الاجتماعي، الوعي بالأدوار الاجتماعية وقضايا المجتمع ومشكلاته، والموقف من التحديات والمشكلات التي تواجه المجتمع.

أ - النخبة المثقفة وفقا لمجال الثقافة والتعليم:

تطرق رواد علم الاجتماع إلى معنى النخبة المثقفة انطلاقا من تأكيد درجة التعليم والمهنة، التي يعمل بها ذلك الشخص الموسوم بالمثقف، حيث يعرف "ماكس فيبر" المثقف بأنه "الشخص الذي تمكنه صفاته الخاصة من النفاذ إلى منجزات لها قيمة ثقافية كبرى"، كما يرى أن المثقف هو ذلك الشخص المتعلم والمهني من الطبقة الوسطى والمختلف عن من يعمل بالصناعة والتجارة من الطبقة العليا أو الدنيا، في حين يرى "بارسونز" أن المثقف هو الشخص المتخصص في أمور الثقافة، الذي يضع قضاياها فوق كل اعتبار من القضايا اليومية.³

وفي إطار تأكيد عنصر التعليم كميز لهوية المثقف، يرى "محمد محفوظ" أن نوعية العلاقة التي تربط الإنسان بالعلم والمعرفة هي التي تحدد انتماءه إلى دائرة المثقفين أو غيرها من الدوائر، وفي هذا

¹. علي أومليل: السلطة الثقافية والسلطة السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 1998، ص:229.

². عبد العزيز التميمي: النخبة المغاربية والتغيير، مجلة أفلام، ع9، السنة الثانية، أكتوبر2003. في

www.alamonline.com في 2011/11/2.

³. Busino Giovanni : Elites et élitisme, France, Puf, 1996, p:36.

السياق يعرف "روبرت مايكل" المثقفين بأنهم الأشخاص الذين يملكون المعرفة وتبنى أفكارهم وأحكامهم على المعرفة والتأهل والتفكير العلمي.¹

ب - النخبة المثقفة وفقا لمجال الإبداع والابتكار:

يرى الكثير من الباحثين أن عنصر الإبداع والابتكار عنصر أساسي في تمييز النخبة المثقفة عن الأشخاص العاديين، فيعرف "محمد محفوظ" المثقف بأنه ذلك الإنسان الذي يقبل قيم الثقافة العليا، ويسعى عبر نشاطه النظري والعلمي إلى إنجاز تطلعات الثقافة في الواقع الخارجي، ويعرف "هشام جعيط" المثقف بأنه الذي يبدع ويخلق، ويمثل دور في ربط الثقافة بالواقع الفكري أو السياسي، حيث لا يوجد انفصال الثقافة والتعليم عن الإنتاج الفكري والإبداع، فالمثقف هو الذي يمارس نشاطا نظريا أو فكريا أو عمليا، أو جميع هذه النشاطات، ذلك أن النشاط الفكري أو الإنتاج المعرفي هما الأساس في تحديد مفهوم المثقف، ويؤكد "بوتومور" نفس التصور حيث يرى أن المثقفين هم أولئك الذين يسهمون مباشرة في ابتكار ونقل ونقد الأفكار.²

ومنه فليس المثقف من يمتلك المعلومات الكثيرة والمتناثرة في ذهنه، وإنما من يمتلك القدرة على التفكير، وهذه القدرة لا تتأتى إلا بالمعلومات المنظمة في السياق الفعلي، وبما أن المعلومات التي يمتلكها الإنسان موجودة في سياق عقلي - ثقافي منظم، فهذا يعني أنه سيوظفها فيما يرتبط بصناعة أفكار وثقافات جديدة، مما يعني بأن المثقف هو ذلك الإنسان الذي يتمكن من توظيف المعلومات والأرقام في سبيل صناعة فكرة جديدة، أو سياق ثقافي ويستنبط من جملة الأرقام والمعلومات المختزنة في ذهنه، فالمثقف ليس فقط من يلاحق الأحداث الثقافية، ويجهتد في متابعة الحركة الثقافية المحلية والعالمية، وإنما هو من يمتلك قدرة التفكير واستنباط الأفكار، وإنتاج الرؤى والتصورات، فمن محددات مفهوم المثقف إنتاج الفكر وصناعة الثقافة.

ت - النخبة المثقفة وفقا للأساس الثقافي للمهنة:

يعرف القاموس الحديث لعلم الاجتماع المثقفين بأنهم أولئك الأفراد من أعضاء المجتمع الذين يكرسون أنفسهم لتطوير الأفكار الجديدة، والمشغولون بالممارسات الثقافية الخلاقة، وفي الحقيقة فإن مثل هذا الوصف يوضح أن المثقفين هم جماعة من النخبة في المجتمع ذات صلة طبيعية اجتماعية أو تاريخية، فالمثقفون هم أولئك الذين يعدون بارعين أو مشغولين بشكل فعال بخلق وتوزيع وتطبيق الثقافة، وتتمثل المجموعة الأصغر حجما في المثقفين الخلاقين الذين ينصب تركيزهم الأساسي على التجديد وتطوير

¹. Ibid, p:37.

². Ibid, p: 65.

المعرفة والفن وعلى الصياغة الرمزية بشكل عام، وهذه المجموعة تضم الفنانين والباحثين والعلماء والفلاسفة والمؤلفين، وبعض المحررين والصحفيين. ويرى "حليم بركات" أن مهنة المثقفين تتمثل في النشاطات الفكرية، حيث ينشغلون بالبحث والإبداع، والشرح والتعليم والنشر، وصياغة الرموز لغايات كبرى، تشمل الفهم والمعرفة والوعي والتخطيط والعمل.¹

ومن خلال استعراض التعاريف الخاصة بكل من النخبة والمثقف عامة يمكن تعريف النخبة المثقفة في هذه الدراسة بأنها: فئة تتميز بقدر عال من التأهيل العلمي والثراء الفكري، والخبرات المهنية التراكمية في مجال عملها، ما يؤهلها لقيادة المجتمع والتأثير فيه بوصفها جزءاً منه، تسهم في توجيه أفرادها، من خلال قيامها بمتطلبات مسؤولياتها المهنية، بتفاعل ووظيفية، عبر مختلف القنوات والوسائل الرسمية والخاصة، وتشمل الأكاديميين والعلماء، الفنانين والمبدعين، والكتاب والمفكرين.

سادسا- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- مجالات الدراسة:

أ- المجال الزمني:

يتعلق بالفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة موضوع البحث، وذلك منذ بدء طرح الموضوع حتى الانتهاء منه بشكل نهائي، حيث بدء الإعداد لهذه الدراسة في صيف 2008، بإعداد مشروع البحث، ثم جمع البيانات من الكتب والدراسات السابقة حول وسائل الإعلام والقيم السياسية للنخبة المثقفة في الجزائر، وتم الانتهاء من الجانب النظري في أواخر شهر أكتوبر 2012، ليبدأ في شهر نوفمبر الجانب الميداني من خلال تصميم الاستمارة وما تلاها من عرضها على المحكمين وتجربتها وتصحيحها، لتصل إلى شكلها النهائي في أواخر شهر ماي 2013، حيث تم توزيعها في الفترة الموالية وملء الاستمارات ثم تفرغ البيانات في جداول والقيام بالعمليات الإحصائية، ثم ما يتبع ذلك من تحليل وتفسير والوصول إلى النتائج إلى غاية أواخر شهر جانفي 2014، لتتم بعدها مراجعة محتوى الدراسة لتصل إلى شكلها النهائي في أواخر شهر ماي 2014.

ب- المجال المكاني:

تركز هذه الدراسة على العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنخبة المثقفة الجزائرية وتأثيرها على القيم السياسية لدى هذه الفئة، الممثلة في النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة، لذلك تم اختيار المدن

¹ Ibid, p: 66.

الكبرى التي تتسم بالتنوع ووجود مختلف أنواع النخبة المثقفة للوصول إلى تمثيل لجمهور المثقفين في المجتمع الجزائري.

وبذلك يتحدد مجتمع البحث لهذه الدراسة في كل من ولاية عنابة وسطيف وورقلة والجزائر العاصمة، والتي تمثل أهم ولايات الشرق والجنوب والشمال الجزائري، التي تتميز بتواجد معتبر للنخبة المثقفة بكل أنواعها، وهذا ما يجعلها مكانا مناسباً للدراسة.

ت- المجال البشري (عينة الدراسة):

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث.¹

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في جمهور النخبة المثقفة الجزائرية، وتحديدًا على مستوى ولايات سطيف وعنابة والجزائر العاصمة وورقلة، والذين يمكن تقسيمهم إلى عدة فئات وذلك حسب التعريف المستنتج للنخبة المثقفة وهم بذلك: الأكاديميون والعلماء، الكتاب والأدباء والمفكرون والمبدعون والمهنيون، ويندرج بحثنا في إطار بحوث العينات، لأن البحث تحكمه عوامل مادية وطاقت بشرية، كذلك فترة زمنية لانتهاء من الدراسة.

"ويعتمد هذا الأسلوب إلى اختيار عينة من المجتمع المدروس، ويتم ذلك باستخدام الطرق العلمية التي تمكنه من اختيار عينة ممثلة للمجتمع المدروس. وفي اختياري، التزمت شروطها المحددة لها:

- تمثيلها للمجتمع الأصلي، لأنه كلما كانت العينة قادرة على ذلك بدقة وموضوعية، كلما كانت صالحة لتمثيل المجتمع الأصلي.

- إعطاؤها الفرض المتساوية لاختيار الوحدات الخاصة بالمجتمع الأصلي، فكلما تساوت فرص الاختيار كلما كانت العينة ممثلة للمجتمع الأصلي.²

وقد أشارت البحوث إلى أن العينة إذا اختيرت اختياراً ممثلاً للمجتمع الأصلي الذي تؤخذ منه فإن ذلك يؤدي إلى توفير طاقات كبيرة كما أنها سوف تأتي بنفس النتائج التي نحصل عليها لو لجأنا إلى

¹. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2004، ص: 130.

². عبد الله الهماي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات قان يونس، بنغازي، ط2، 1994، ص: 157.

طريقة الحصر الكامل خاصة وأن الإحصاء قد بلغ مرحلة التقدم، الآن يمكن للباحث الاعتماد على العينة الصغيرة ليستخلص منها ما يود استنتاجه من المجتمع الأصلي بدرجة يمكن التأكد منها.¹

ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث وتعدد طبقاته، إضافة إلى تعذر حصر مفرداته عدديا وصعوبة الاتصال بهم لما تمتاز به هذه الفئة النشطة من تنقل مستمر وانشغالات، تم اختيار العينة كأسلوب للمعاينة، من خلال الجمع بين نوعين من العينات غير الاحتمالية وهما العينة القصدية والعينة الحصصية مع مراعاة تمثيل جميع المستويات التعليمية، وفق المراحل الآتية:

- اعتمدت الدراسة على العينة القصدية، وهي "العينة التي تختار عن عمد ما يتناسب مع تحقيق هدف بحثي معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات العينة (المبحوثين) في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، ويستبعد أولئك الذين لا تتوافر فيهم هذه السمات".² وعلى هذا الأساس تم اختيار أفراد النخبة المثقفة وذلك طبقا لمواصفات ومعايير وجدت الباحثة أنها تحقق غرض الدراسة، وتمكنها من استيفاء المعلومات المطلوبة ذات الصلة بموضوع الدراسة وأهدافها باعتبار هذه الفئة من الشرائح الهامة في العمل الاجتماعي والسياسي، وذات مستوى ثقافي يسمح لها بالتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، وكمعيار لتحديد أفراد النخبة المثقفة اختارت الباحثة مدخل المنصب الرسمي للذين يتولون مناصب قيادية مرموقة، ومدخل الشهرة للمعروفين في الأوساط الثقافية، ولا يتولون أية مناصب قيادية، وهما من أهم المدخل المعتمدة في معظم الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها أساسا لتحديد أفراد النخبة المثقفة. وقد قدر أفراد عينتنا بـ 300 مفردة، ذلك أنه من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة لاحظت الباحثة أن كلها اختارت 150 مفردة نظرا لخصوصية هذه الفئة وانشغالاتها المستمرة التي تقف عائقا أمام الاتصال بها، وقد روعي أن تمثل العينة أنواع النخبة المثقفة (الأكاديمية، المتخصصة، المبدعة)، واعتمدنا إضافة إلى متغير نوع النخبة المثقفة على متغيري المستوى التعليمي والجنس أو النوع في عملية تحليل وتفسير النتائج، التي كشفت عن وجود فروق في العديد من الحالات في اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام، وفي علاقتها بها (أنظر جداول الدراسة الميدانية).

- كما اعتمدت الدراسة على العينة الحصصية، وفيها يتجه الباحث إلى تقسيم عينة الدراسة إلى ثلاث فئات، على أساس متغير معين يمثل متغير نوع النخبة المثقفة في هذه الدراسة، حيث يتم خلالها اختيار عدد محدد من الأفراد من كل فئة بالتساوي. وعليه تم اعتمادنا على عينة مكونة من 100 مفردة من كل فئة، من منطلق أن المثقفين لا يشكلون طبقة أو جماعة قائمة في ذاتها بل شرائح أو مراتب وقد تم تقسيمها كالآتي:

¹ . محمد محمود الجوهري وعبد الله الخرجي: مناهج البحث الاجتماعي، مطبعة المجد، القاهرة، 1980، ص: 108.

² . راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة،

- النخبة المثقفة الأكاديمية (100 مفردة): تضم هذه الفئة أساتذة الجامعة، وتتميز بسهولة تحديدها، وصدق تعبيرها عن النخبة المثقفة، لأنها قد تشمل كل أنواعها، فهي تعد بمثابة الطليعة المسؤولة عن التغيرات الأساسية التي تحدث في المجتمع، باعتبار أن الجامعة تمثل حلقة تفكير حقيقية للمجتمع، وأهم مصادر تنمية الثروة البشرية، وفضاء حرا لحوار الأفكار الإنسانية المبدعة، فهي تلعب دورا أساسيا في تنشيط الحياة الفكرية وتكوين القيم السياسية، من خلال التفاعل الإيجابي الذي يربطها بالمجتمع، فالجامعة هي التي تنشط الحياة الفكرية وتهذب الممارسات السياسية وتفعّل النقد الاجتماعي، لما لها من أهمية في عملية الحراك الاجتماعي والسياسي، خاصة أنها تتمتع بقدرتها على التعبير العلني عن آرائها وأفكارها تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والثقافية المحلية والدولية، التي أضحت موضوعات للنقاش العام والعلني في المؤتمرات والجامعات ومراكز البحوث. وقد تم الاتصال بهم في مقر عملهم، إضافة إلى التواصل معهم عبر البريد الإلكتروني، في كل من جامعة الجزائر-3، جامعة سطيف-2، جامعة ورقلة قاصدي مرباح-، جامعة عنابة- باجي مختار-.

- النخبة المثقفة المتخصصة (100 مفردة): وتضم المهنيين الذين يملكون ويزاولون مهارات واختصاصات تتطلب معرفة معمقة وتفكيراً مدققاً، مثل الأطباء والمحامين والمهندسين والمديرين الإداريين وغيرهم من المهنيين، وتم الاتصال بهم في مقر عملهم.

- النخبة المثقفة المبدعة (100 مفردة): وتضم الكتاب، والشعراء والفنانين المسرحيين والذين تم الاتصال بهم من خلال المراكز التي ينشطون فيها كدور الشباب، المراكز الثقافية، اتحاد الكتاب الجزائريين، رابطة القلم.

2- منهج الدراسة:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص مشكلة معينة ودراسة ظروفها المحيطة بها، أي كشف الحقائق الراهنة التي تتعلق بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأفراد مع تسجيل دلالاتها وخصائصها وتصنيفها وكشف ارتباطاتها بمتغيرات أخرى، بهدف وصف هذه الظاهرة وصفا دقيقا شاملا بكافة جوانبها ولفت النظر إلى أبعادها المختلفة.

والدراسات الوصفية لا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق، بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق وتلك البيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها وتحديدتها بالصورة التي هي عليها كميًا وكيفية بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها.¹

¹. محمد شفيق: البحث العلمي (خطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث،

وبما أن دراستنا حول وسائل الإعلام والقيم السياسية لدى النخبة المثقفة في الجزائر، والتي تهدف من خلالها التوصل إلى الكشف عن مدى مساهمة وسائل الإعلام في نشر القيم السياسية وتعزيزها لدى النخبة المثقفة في الجزائر، من خلال الكشف عن عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة في الجزائر على وسائل الإعلام، ومساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام، والتأثيرات التي تحدث نتيجة هذا الاعتماد، والتي تتمثل في جملة القيم السياسية لدى النخبة المثقفة وعلاقتها بمتابعة وسائل الإعلام. فإن دراستنا هذه تندرج ضمن البحوث الوصفية ذات المنحى الكشفي التحليلي.

"ويعتبر منهج المسح بالعينة من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، وذلك من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها"¹، كما يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تغيير وتقييم شامل.²

ولما كانت الدراسات الإعلامية تختلف نسبيا من حيث طبيعتها ومتطلباتها عن مجموعة الدراسات الاجتماعية الأخرى، فقد قام الدكتور "سمير محمد حسين" بعمل تصنيفات فرعية خاصة لمنهج المسح في هذا الحقل من العلوم وهي:

- مسح الرأي العام.
- مسح محتوى وسائل الإعلام.
- مسح جمهور وسائل الإعلام.
- مسح وسائل الإعلام.
- مسح أساليب الممارسة الإعلامية.³

ودراستنا هذه استخدمت مسح جمهور وسائل الإعلام للتعرف على سلوك الجمهور فيما يتعلق باستقبال الرسالة الإعلامية المرسله، ومعرفة آرائهم ومواقفهم من المادة الإعلامية المنشورة.

3- الاستبيان كأداة لجمع البيانات:

¹. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993، ص: 122.

². عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص:

³. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995، ص: 149.

استخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان، لأنها "تعد من أنسب الأدوات التي تطبق على المبحوثين خاصة المتعلمين، بالإضافة إلى أنها تحقق إعطاء المبحوثين وقتاً أطول وفرصة أفضل للإجابة بحرية واطمئنان ودقة ودون تحيز".¹ وتفيد أيضاً في جمع البيانات عن مواقف واتجاهات الأفراد وعن معتقداتهم.² "وهي عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد ويطلب إليهم الإجابة عنها كتابة، فلا يتطلب الأمر شرحاً شفويًا مباشرًا أو تفسيرًا من الباحث وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى "استمارة استبانة".³

تم إعداد استمارة البحث الميداني، وصياغة الأسئلة المتضمنة فيها في أشكالها المغلقة والمفتوحة وترتيبها حسب معطيات الدراسة وأهدافها. وتم عرضها على الأستاذ المشرف للتحقق من أهمية الأسئلة وارتباطها بأهداف الدراسة وترتيبها. ثم تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المختصين والمحكمين للتقييم،⁴ للوقوف عند ملاحظاتهم واقتراحاتهم التي ساعدت الباحثة في القيام بالتعديلات اللازمة لأسئلة الاستمارة. كما تم طرح الاستمارة على عينة اختيارية، وبناء على نتائج التجربة، وحكم المحكمين أجريت التعديلات المناسبة على الاستمارة حتى وصلت إلى صورتها النهائية، بعد موافقة الأستاذ المشرف على التعديلات التي تم القيام بها، وأصبحت صالحة للتطبيق الفعلي، وقد تضمنت الاستمارة المحاور الآتية:

1- بيانات أولية.

2- أسئلة متعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام، تتضمن:

- أسئلة متعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الصحف.

- أسئلة متعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الإذاعة.

- أسئلة متعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على التليفزيون.

- أسئلة متعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الإنترنت.

¹ . محمد شفيق: المرجع السابق، ص: 119.

² . عبد السلام الدولي: وسائل جمع البيانات لأغراض البحث العلمي وأساليبها، مجلة بحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، ع 28، ديسمبر 1989، ص: 39.

³ . مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2000، ص: 165.

⁴ - أ.د عبد الرحمن عزي، أستاذ علوم الإعلام والاتصال، جامعة العين، الإمارات العربية المتحدة.

- أ.د عبد الله بوجللال، أستاذ علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة.

- أ.د حسين خريف، أستاذ علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري - قسنطينة.

- د. جمال العيفة، أستاذ علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار - عنابة.

- أ.د ميلود سفاري، أستاذ علم الاجتماع، جامعة فرحات عباس - سطيف.

3- أسئلة متعلقة بمساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام .

4- أسئلة متعلقة بأثر الاعتماد على وسائل الإعلام على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة.

وقد اعتمدنا في المحور الأخير في طرح بعض الأسئلة المتعلقة بالإفصاح عن الآراء على قياس الاتجاه الذي يهدف إلى تقدير رأي الفرد أو اتجاهه نحو الأشياء أو الموضوعات أو الآخرين بما يؤدي إلى تصنيف أو تقدير موضوع الاتجاهات من خلال نتائج استخدام مقاييس الاتجاهات، التي يمكن الاستفادة منها في بناء وحدات فرعية داخل استمارات الاستقصاء أو المقابلة أو أدوات جمع البيانات لوضع تقديرات للخصائص أو السمات باستخدام أساليب بناء هذه المقاييس.¹

ويعتبر مقياس ليكرت (Likert) المقياس الأنسب في هذه الدراسة، فهو يتجاوز الصعوبات التي ارتبطت بمقاييس "ثرستون" و"جوتمان"، ويحقق في ذات الوقت درجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات، كما أنه يتسم بالبساطة والوضوح في إعداده وتطبيقه، حيث أن الأساس في تقدير الوزن لكل عبارة هو المبحوث ذاته، ومنها يمكن تقدير الاتجاهات وشدته بناء على أوزان هذه العبارات.²

ويمر مقياس ليكرت بجملة من الخطوات تتمثل في الآتي:³

1- يبدأ إعداد المقياس باختيار عدد من العبارات التي تصف الخاصية أو السمة وتعبر عن مختلف الآراء نحو هذه الخاصية في موضوع الاتجاه.

2- توضع العبارات على مقياس يبدأ بأعلى درجات التأييد وينتهي بأعلى درجات المعارضة، ويحدد لكل منها درجة أو وزن يبدأ من أعلى الدرجات تنازلياً حتى أقلها. وحدير بالذكر هنا أن وضع العبارات على المقياس لا يعني أن تكون كلها عبارات إيجابية ليكون التأييد هو الدرجة أو الوزن الأعلى، ولكن يفضل أن يكون هناك عدد متساو من العبارات السلبية التي تعطي للاعتراض عليها الوزن الأكبر وتحقق ثباتاً عالياً للمقياس من جانب، وتتيح الفرصة الأوسع للمقياس في وصف الخصائص أو السمات أو المحددات من جوانب متعددة.

3- ويقدم المقياس إلى المبحوث ليحدد استجابته نحو أحد التقديرات المذكورة أمام كل عبارة، والتي يحتفظ الباحث بأوزانها ويحدد من خلالها كثافة الاتجاه أو شدته بالنسبة لكل عبارة أو لكل عدد من العبارات يصف سمة أو خاصية معينة لموضوع الاتجاه.

4- يتم تقدير كل خاصية من خلال حساب متوسط الأوزان الخاصة بالعبارات التي تشير إلى هذه الخاصية.

5- ويتم تقدير اتجاه الفرد وشدته من خلال متوسط أوزان كل خاصية أو سمة أو محدد من محددات موضوع الاتجاه. وإذا كانت العبارات تصف الاتجاه بصفة عامة دون تحديد لخصائص معينة لموضوع

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص: 343.

² معن خليل عمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004، ص: 260.

³ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص: 346-348.

الاتجاه فيتم تقدير الاتجاه من خلال متوسط الأوزان الخاصة بمجموع العبارات على المقياس. وهكذا يتم تقدير الاتجاه وكثافته لمجموع المبحوثين بتقدير متوسط مجموع الأوزان الخاصة بكل فرد من الأفراد في عينة البحث.

وفي دراستنا هذه استخدمنا مقياس ليكرت الثلاثي الذي يتدرج من الموافقة إلى الحياد إلى عدم الموافقة.

وفيما يخص إعداد قائمة القيم السياسية، وعلى ضوء مراجعتنا للأدبيات في ميدان قياس القيم وجدنا أن الطرائق الأكثر استعمالاً وشيوعاً عند الباحثين تتمثل فيما يأتي:¹

- 1- استخدام نفس قائمة القيم بدون تعديل وتطبيق نفس المقياس.
 - 2- الاقتصار على بعض القيم فقط وتطبيق نفس المقياس.
 - 3- وضع مجمع من القيم واستخدام أحد المقاييس الموجودة وخاصة مقياس ليكرت "Likert".
 - 4- تحديد مجموعة من القيم وابتكار مقياس خاص بالباحث.
- وقد لجأنا إلى الطريقة الثالثة، أي وضع مجمع من القيم وتطبيق مقياس ليكرت "Likert" في إعداد قائمة من القيم السياسية وفق درجات من الموافقة إلى عدم الموافقة. حول ما إذا كانت وسائل الإعلام تساعد أفراد العينة على الارتباط أكثر بقائمة من القيم السياسية، التي تم تحديدها من خلال الاطلاع على جملة من الدراسات العلمية.²

كما حرصت الباحثة في بناء استمارة الاستبيان على تسلسل الأسئلة والمزاوجة بين الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة حسب الغرض الذي يخدم الدراسة، (أنظر الاستمارة في الملاحق).

¹ . السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية)، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، إشراف: بلقاسم بن روان، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص:26.

² - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: القيم السياسية المتضمنة في كتب الأطفال (دراسة تحليل مضمون لكتب الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات 1983/1986)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: فاروق يوسف يوسف أحمد، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

- عيبير أبو العلا عبد الرزاق محمد علي: تقويم محتوى كتاب الفلسفة للمرحلة الثانوية في ضوء القيم السياسية اللازمة للمجتمع المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: إلهام عبد الحميد فرج وشادية عبد الحليم تمام، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، 2009.

- زموري ليندة: القيم السياسية من منظور المفكر الجزائري محمد حمودة بن الساعي، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: منصور بلرنب وديب عبد الحفيظ، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2008/2009.

وقد تم توزيع الاستمارة على العينة المبحوثة، وتم الاعتماد على أسلوب الاتصال الشخصي، إضافة إلى الاتصال عبر البريد الإلكتروني، ويترك المبحوث يجيب على الأسئلة بطريقة حرة كلية دون توجيه.

4- التحليل الإحصائي كأسلوب لتحليل البيانات:

بعد الانتهاء من توزيع الاستمارات وجمعها شرعنا في مرحلة فرز الاستمارات وتصنيفها بالشكل الذي يخدم الدراسة وقمنا بتصميم جداول لتفريغ البيانات، بعدها شرعنا في حساب مجموع الإجابات والنسب المئوية اعتماداً على التحليل الكمي من خلال التكرارات والنسب المئوية وقد اعتمدنا على التفريغ اليدوي.

بعد الانتهاء من إعداد الجداول لجميع الأسئلة، وتحديد مجموع الإجابات والنسب المئوية، شرعنا في التعليق على نتائج الدراسة حالة بحالة، وربط جزء من الإجابات بما تم التوصل إليه خلال تقييم الدراسات السابقة، وما توصلنا إليه في الإطار النظري، من خلال تحليل البيانات.

وبغرض الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، تم استخدام عدد من المعاملات الإحصائية وهي كالآتي:

- التكرارات والنسب المئوية وهي خاصة بكل الجدول.

- اختبار كا²، ومن خلال المقارنة بين كا² المحسوبة وكا² الجدولية يتم التأكد من وجود ارتباط معنوي أو عدم وجوده وهذا يدل على استقلال الظاهرتين كل على حده.

الفصل الثاني : الدراسات السابقة

- أولاً- الدراسات الجزائرية:
- تعقيب على الدراسات الجزائرية
- ثانياً- الدراسات العربية:
- تعقيب على الدراسات العربية
- ثالثاً- الدراسات الأجنبية:
- تعقيب على الدراسات الأجنبية
- تعقيب عام على الدراسات السابقة

تمثل الدراسات السابقة بالنسبة لمشكلة البحث المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، حيث يستفيد الباحث من نتائجها في تطوير مشكلة البحث وبناء إطار نظري كافي لصياغة العلاقات وتفسير النتائج الخاصة بالبحث، والتعمق في الدراسات السابقة يزيد من اقتراب الباحث من كل أو معظم المدخل البحثية فيختار ما يناسبه وما يتماشى مع طبيعة بحثه، كما يؤدي إدراك الباحث لنتائج الدراسات السابقة وتوصياتها إلى الاهتمام بعنصر الجدة فيما يصدره من توصيات، أو ما يثيره من بحوث جديدة ترتبط بنتائج الدراسة وتعليماتها، كما تسهم في إرشاد الباحث إلى الخطوات والإجراءات المنهجية، وأسلوب العينات، وتصميم أدوات البحث واستخدامها.¹

ويتناول هذا الجزء من الدراسة دراسات سابقة ذات علاقة بالموضوع سواء في المنهج أو في الموضوع ذاته، وذلك بهدف الاسترشاد بما توصلت إليه من نتائج أو تناول بعض الزوايا التي أهملتها، وفي بحثنا هذا أمكننا جمع عدة دراسات، أدرجناها في فصل مستقل لكثرتها، وقمنا بتصنيفها مرتبة وفق تاريخ إجراءاتها ترتيباً تصاعدياً على النحو الآتي:

- الدراسات الجزائرية.

- الدراسات العربية.

- الدراسات الأجنبية.

أولاً- الدراسات الجزائرية:

1 - دراسة فيصل ساولي، بعنوان: متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية - دراسة وصفية للعلاقات الارتباطية- (2001)²

انطلقت هذه الدراسة من أن المجتمعات الديمقراطية التي تفتح مجالات قانونية أوسع للمواطن من أجل المساهمة في صناعة القرار وتوجيهه، تشهد كذلك قدراً معتبراً من حرية الإعلام وتعدد قنواته، وقد شهد الواقع الإعلامي في الجزائر تحولا كبيرا تزامن مع التحول السياسي، بظهور أولى الصحف الخاصة الخارجة عن إدارة السلطات العمومية مع بداية التسعينيات، كما تعززت القناة التليفزيونية الأرضية بث فضائي على القمر الصناعي عريسات.

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص ص: 91-92.

² فيصل ساولي: متابعة وسائل الإعلام والمشاركة السياسية (دراسة وصفية للعلاقات الارتباطية)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف: إبراهيم إبراهيمي، 2000-2001.

ومنه سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة التي تربط بين متابعة الأفراد لوسائل الإعلام الوطنية المختلفة، وبين مستوى المشاركة السياسية لديهم.

وقد اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، وتم تطبيق أساليب إحصائية تتمثل في حساب معاملات الارتباط ومعاملات التجميع، ولهذا استخدم الباحث أداة الإستبيان في جمع البيانات، وقام بتوزيعها على عينة حصرية قصدية تمثل المجتمع الجزائري أو المجتمع المحلي بثلاثة أحياء من العاصمة هي: عين النعجة، وبئر توتة، وقد بلغ حجم العينة 120 مفردة، حرص الباحث على تمثيلها لبعض المتغيرات البيو-اجتماعية والثقافية، كالجنس والسن والمهنة والمستوى الدراسي. كما اشترط الباحث شرطين في اختيار الباحثين، وهما أن يبلغ الباحثون 20 سنة من العمر، لارتباط ذلك بعامل السن القانونية المشترطة لممارسة بعض صور المشاركة السياسية في الجزائر، مثلما هو الحال في التصويت، أما الشرط الثاني فيتعلق بضرورة أن يمتلك الباحثون حد أدنى من التعليم، حتى يتمكن من متابعة وسائل الإعلام المقروءة منها على الخصوص.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- تحظى وسائل الإعلام الوطنية عموما بحد أدنى من المتابعة، حيث تحتل الصحافة المكتوبة المرتبة الأولى من حيث درجة المتابعة.
 - يرى الباحثون أن وسائل الإعلام لا تتمتع بالمصداقية والثقة، لأن الصورة التي تقدمها غير مطابقة للواقع.
 - تمثل الصحافة المكتوبة الوطنية أهم المصادر الأساسية لحصول الباحثين على معلوماتهم عن الحياة السياسية في البلاد، تليها وسائل الإعلام الأجنبية، ثم شبكة العلاقات والاتصالات الشخصية مع الأصدقاء والأقارب، ويأتي كل من التلفزيون الوطني والإذاعة الوطنية في الترتيب الأخير.
 - تشكل المواضيع السياسية أولى اهتمامات الباحثين من بين مضامين وسائل الإعلام الوطنية.
 - كلما كان المستوى التعليمي أعلى كلما كان الإقبال على متابعة مختلف وسائل الإعلام الوطنية أكبر، وعلى الخصوص المواضيع السياسية فيها.
 - مستويات المعرفة السياسية والمشاركة السياسية لدى الباحثين متدنية.
 - علاقة ضعيفة بين متابعة وسائل الإعلام الوطنية ومستوى المعرفة السياسية.
 - علاقة ضعيفة جدا بين متابعة الباحثين لوسائل الإعلام الوطنية وسلوك المشاركة السياسية لديهم. إلا أن متابعة الصحافة المكتوبة تعتبر أكثر ارتباطا بالمشاركة السياسية مقارنة بالوسائل الأخرى.
- وعموما فإن هذه الدراسة تشير إلى أهمية الصحافة المكتوبة مقارنة بوسائل الإعلام الوطنية الأخرى من حيث المتابعة لدى الباحثين، وهذا راجع إلى قدر معين من الثقة والمصداقية التي تتمتع به

الصحافة الخاصة في الجزائر، بحيث يستطيع من خلالها المواطن التعرف على وجهات النظر المختلفة والمعارضة لوجهة نظر السلطة التي تنقلها وسائل الإعلام العمومية حول القضايا الهامة.

2 - دراسة بلقاسم بن روان، بعنوان: المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم - دراسة ميدانية على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين - (2003)¹

انطلقت هذه الدراسة من أن القوى الفاعلة التي تمتلك وسائل الإعلام، هي العامل الحاسم والمحدد لمضمون الخطاب الإعلامي الصادر عن هذه الوسائل، الذي يحمل فكرها وقيمها ويخدم مصالحها. فعلى الرغم من أن وسائل الإعلام محكومة ومطالبة بإقامة حوار متواصل مع مجتمعاتها، وواقعها، فإنها محكومة أيضا بشروطها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وبالتالي يتعذر فهم الخطاب الإعلامي أو المنظومة الإعلامية المنتجة لهذا الخطاب، بمعزل عن الأطر التنظيمية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، أو بمعزل عن السياق العام الذي تتم فيه عمليات إنتاج هذا الخطاب. وتلعب وسائل الإعلام والخطابات الإعلامية المتنوعة والكثيرة التي يتعرض لها الفرد أثناء مراحل العمرية إضافة إلى بقية المؤسسات الاجتماعية والثقافية الأخرى دورا أساسيا في بناء تصور الفرد عن ذاته وعن البيئة الاجتماعية عبر سيرورة زمنية طويلة نسبيا.

ومنه سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة المنظومة الإعلامية مع بقية المؤسسات المجتمعية (اجتماعية وثقافية وسياسية ودينية ومهنية)، في ترسيخ وبناء وتحديد قيم الأفراد على المدى الطويل. وانطلاقا من هذه الإشكالية صاغ الباحث فرضيتين أساسيتين هما:

- تعتمد المنظومة الإعلامية في بناء خطابها، وتحديد محتواه، وترسيخه على المدى الطويل، على ترسانة ضخمة من العناصر الثقافية التي توفرها المنظومة القيمية.
 - قيم الأفراد واتجاهاتهم ومواقفهم وسلوكياتهم، تساهم في ترسيخها وبنائها وتحديدها وسائل الإعلام من خلال سيرورة تاريخية.
- وفي هذا الإطار قام الباحث بدراسة ميدانية على عينات، معتمدا على طريقة الاختبارات لدراسة القيم والاتجاهات والمواقف، من خلال أربعة اختبارات:

¹. بلقاسم بن روان: المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم (دراسة ميدانية على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائريين)،

رسالة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف: عبد القدر شعباني، 2003-2004.

1- الاختبار الإسقاطي من نوع تكملة الجمل، من خلال استبيان يحتوي على جمل ناقصة، تم تطبيقه على عينة تم اختيارها بطريقة قصدية مكونة من 627 مفردة من الأساتذة الجامعيين من مختلف كليات جامعة الجزائر. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، نذكر منها، ما يتعلق بمحور العلاقة بالسلطة:

- يعتبر المبحوثون أن الاتجاهات نحو رجل الشرطة هي سلبية على العموم، باعتبار أن هذا الأخير يرمز للسلطة.
- القيم الدينية مهيمنة على اتجاهات أفراد العينة، حيث يعتبرون أن قيم الولاء هي أولاً لله، أما الولاء للحكام فهو مرهون بالتزام هؤلاء بقيم العدالة الاجتماعية وبالقيم الإنسانية والأخلاقية والدينية.
- يعتبر المبحوثون بأن العلاقة بين الحاكم والمحكوم في الجزائر تتسم بانعدام الثقة، الشيء الذي أحدث شرخاً بين السلطة والشعب.
- يعتبر المبحوثون بأن المعارضة السياسية في الجزائر هي شكلية، وهي من بين أدوات السلطة للبقاء.
- يعتبر المبحوثون بأن قيم الديمقراطية في الجزائر هي نوع من التحايل الذي تقوم به السلطة.
- يرى المبحوثون بأن التقدم مرهون بتبني قيم العدالة والعلم.
- ينسب المبحوثون القدسية للدين وللوطن.

2- اختبار قيمة الولاء، وكان الهدف منه هو قياس درجة قيمة الولاء للوطن، وقد تم تطبيقه على عينة قصدية مكونة من 391 مفردة من الجامعيين من أساتذة وطلبة التدرج وما بعد التدرج في كل من جامعة الجزائر، وجامعة البليدة، وجامعة العلوم والتكنولوجيا بباب الزوار، وجامعة بومرداس. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- أن ولاء المبحوثين هو للأنا والذات قبل الوطن، وهيمنة روح الأنانية وقيم الفردانية.
- أن ولاء المبحوثين للأسرة قبل الوطن.
- التوازن في الولاء للوطن والقومية العربية، والولاء للإنسانية عند المبحوثين كان قبل الولاء للوطن كما أن ولاءهم للعقيدة (الدين) أولاً ثم الوطن.

3- اختبار القيم الغائية والقيم الوسائلية، وقد اعتمد الباحث في ذلك على مقياس روكيتش للقيم "Rokeach Value Survey"، حيث شملت قائمة القيم المدروسة في كل فئة على 18 قيمة. واعتمد الباحث في هذا الاختبار على عينة قصدية، تم انتقاء عناصرها من مؤسسات وطنية، ومصالح وزارية مختلفة، مكونة من 195 مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- بالنسبة للقيم الغائية احتلت قيم الأمن الوطني والاستقرار العائلي والعدل والتقوى والحكمة المراتب الأولى عند الذكور.

- احتلت قيم الأمن الوطني والاستقرار العائلي واحترام الذات والتقوى والراحة النفسية المراتب الأولى عند الإناث.

- أما بالنسبة للقيم الوسائلية احتلت عند الذكور والإناث نفس الترتيب على النحو الآتي: التدين والأمانة وقيم الفرد الخيالي المبتكر وقيم الثقة وقيم التعاون.

4- اختبار القيم كما وضعه "البورت وفرنون" (Allport and Vironon)، وقياس هذا الاختبار القيم التالية: القيم الاقتصادية، القيم النظرية، القيم الاجتماعية، القيم الدينية، القيم الجمالية، القيم السياسية. واعتمد الباحث في هذا الاختبار على عينة قصدية مكونة من 87 مفردة، تم انتقاء عناصرها من مختلف المؤسسات الإعلامية (الصحافة المكتوبة، السمعي، السمعي البصري)، كما اقتصر الاختيار على الإعلاميين الجامعيين فقط أي الإعلاميين الذين لهم مستوى التدرج ومستوى ما بعد التدرج. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- كان ترتيب القيم من حيث الأهمية المعطاة لكل قيمة وعلى ضوء التكرار، كما يأتي:

القيم السياسية 24، والقيم الدينية 12، والقيم الاجتماعية 9، والقيم النظرية 6، والقيم الجمالية 5، والقيم الاقتصادية 4.

ومنه يمكن القول أن هذه الدراسة أشارت إلى مسؤولية وسائل الإعلام كمؤسسة تابعة للمنظومة الإعلامية إلى حد ما في تكوين المعاني والصور، لتحقيق وظائفها وأهدافها، وهذا من خلال نشاطها الاتصالي المتمثل في نشر المعلومات والصور والأخبار والرسوم، والأصوات والوثائق والتحليلات. إلا أن الباحث لم يقدم مفهوما دقيقا للمنظومة الإعلامية في هذه الدراسة .

3- دراسة السعيد بومعيرة، بعنوان: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية¹ (2005)

انطلقت هذه الدراسة من أن هناك علاقة ترابطية بين أنماط القيم على اختلاف أنواعها ومؤسسات التنشئة الاجتماعية ومنها وسائل الإعلام، وأنه كلما كانت تلك المؤسسات قادرة أو مهية أو تسير في الاتجاه المرسوم لها من أجل نقل القيم الأصيلة من جيل إلى آخر، وتنمية قيم تماشي ومتطلبات العصر، إلا وكانت الأجيال الصاعدة متشعبة بهذه القيم، فمن جهة يمكن أن تكون القيم مرجعية لوسائل الإعلام، تمكنها من صناعة مضامين بشكل يجعلها مقبولة لدى أفراد المجتمع وتسمح لهم بالتماهي معها وتعزيز قيمهم، وبالتكيف مع محيطهم ولا يشعرون باغتراب، ومن جهة ثانية، يمكن أن تعمل وسائل الإعلام على ترسيخ القيم على مستوى الأفراد، من خلال عملية التنشئة، وفي ذات الوقت تربط القيم بمتطلبات العصر وتقوم بإثرائها بعناصر القيم العالمية حتى يشعر الأفراد أن لديهم ما يتقاسمونه مع الآخر، وبمعنى الإبداع والابتكار المحلي. إلا أن الباحث افترض أن مثل هذه العلاقة مفقودة إلى حد ما، لأن مضامين وسائل الإعلام المحلية بعيدة عن القيم لكونها تركز على الخطابات السياسية، أو لأنها مستوردة أو مقلدة لما هو مستورد، أما مضامين وسائل الإعلام الخارجية فيمكن أن تعكس أفكارا

¹ السعيد بومعيرة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية)، رسالة دكتوراه غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، إشراف: بلقاسم بن روان، جامعة الجزائر، 2005-2006.

مغايرة لقيم المجتمع الجزائري. ومنذ إقرار التعددية السياسية في الجزائر بدأت تطفو على السطح صراعات ونزاعات، والبعض منها يعود إلى غياب إجماع حتى فيما يخص المواد الثلاث الأولى من الدستور (الطابع الجمهوري للدولة، والإسلام دين الدولة، والعربية كلغة رسمية)، حيث ظهرت تيارات متنوعة لتقدم تصورات متباينة، مما أدى إلى تعريض الدولة والمجتمع إلى اهتزازات منذ التسعينيات من القرن الماضي، وانعكس ذلك الصراع وتلك النزاعات على التماسك الاجتماعي. ولعبت وسائل الإعلام دورا في نقل هذا الصراع وهذه النزاعات إلى الفضاء العمومي وغذتها بالنقاش والجدال. وبالتالي أصبحت مكونات الهوية الثقافية الجزائرية موضوع صراع بين تيارات فكرية متنوعة، بغض النظر عن الخطاب الرسمي، مما أدى إلى تكوين ما يشبه الضبابية بخصوص المعالم الذهنية، التي يمكن أن يهتدي بها الشباب. وفي مثل هذه الوضعية، تنشر وسائل الإعلام الخارجية مضامين بعيدة عن قيم الشباب وتظهر أنماط حياة وأساليب استهلاك، من شأنها أن تحدث لديهم تطلعات صاعدة وهم في أغلبيتهم يفتقدون المؤهلات.

وفي هذا السياق سعت هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري، انطلاقا من فرضية مؤداها أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية.

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي التحليلي، من خلال القيام بتوزيع استمارة على عينة من الشباب الجزائري بمنطقة البلدية على طريقة ما يسمى بالكرة الثلجية.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف المبحوثين الشباب.
- أن التلفزيون مازال وسيلة عائلية أكثر مما هو وسيلة فردية، من خلال نسبة الذين يشاهدون برامجه في التلفزيون الجزائري، أو في القنوات العربية مع الأسرة، بينما يبقى وسيلة فردية عندما يتعلق الأمر بمشاهدة القنوات الفرنسية.
- أن الشباب يقبل على مشاهدة التلفزيون الجزائري أكثر مما يشاهد التلفزيون الأجنبي، لأنه شرع منذ مدة بفعل المنافسة والانفتاح السياسي، في تكييف برامجه مع رغبات الجمهور وخاصة الشباب وهذا من خلال برامج متنوعة وجديدة.
- أن الإناث يشاهدن التلفزيون أكثر من الذكور، كما أن مشاهدة التلفزيون ترتفع كلما كان المستوى التعليمي للفرد منخفضا.
- إقبال المبحوثين على الاستماع إلى الإذاعة ليس مكثفا، وإنما هو عرضي في عمومه وحسب الظروف، نظرا لسهولة الاستماع إلى الإذاعة على خلاف التلفزيون.

- عدم إقبال الشباب على قراءة الجرائد، وهذا يرجع إلى أن عادات القراءة في المجتمع الجزائري ضعيفة بصفة عامة، والأسرة الجزائرية لا تنمي هذه العادة في أطفالها، ورغم ذلك فقد صرح المبحوثون بأنهم يقرأون الجرائد الجزائرية بنسبة معتبرة أكبر من الجرائد العربية والفرنسية.
- أن أغلبية المبحوثين يستعملون الانترنت، خاصة فئة الموظفين والطلبة، كما أن ذوي المستوى التعليمي الجامعي يستعملون الانترنت أكثر من المستويات التعليمية الأخرى.
- أن الانترنت كتكنولوجيا وكوسيلة إعلامية، وعلى خلاف الوسائل الإعلامية التقليدية تبقى من اهتمامات الشباب والأطفال بصفة عامة والطلبة بصورة خاصة.
- احتلت البرامج الإخبارية والسياسية والثقافية في التلفزيون مراتب أدنى.
- أن الإذاعة مستعملة أساسا لسماع الأغاني، وبدرجة أدنى حصص الواقع.
- احتلت الموضوعات الإخبارية المرتبة الأولى في قراءة الجرائد الجزائرية لدى المبحوثين الشباب، تليها الموضوعات السياسية، وبالتالي فإن الجرائد تستعمل أساسا من أجل موضوعات الواقع.
- كلما كان المستوى التعليمي للشباب أدنى، إلا واتجهوا إلى قراءة موضوعات الخيال أكثر، والعكس كلما كان المستوى التعليمي للشباب أعلى إلا وطالعو موضوعات الواقع أكثر.
- أن أكثر من نصف أفراد العينة من الشباب ذكورا وإناثا يستعملون الإنترنت لأغراض التفاعل الاجتماعي في الدرجة الأولى، ثم البحث العلمي والتسلية في المرتبة الثانية.
- أن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم. وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الإعلام لا تقوم بنشر القيم ولا بتعزيزها لدى الشباب. كما أن الإناث أكثر اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح والتقوى وتقدير العلم والعلماء، وقيم الديمقراطية والعدل.
- أن أغلب الشباب لا يوافقون على أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقيمة السلطة، حيث أن الذكور لا يوافقون على هذه القيمة أكثر من الإناث، وهذا يعود إلى ربطها بالسياسة وهم لا يهتمون بها وفقدوا الثقة فيها، وإلى دور المؤسسات الاجتماعية التي لا تغرس هذه القيمة فيهم.
- أن الشباب لا يعتقدون بأن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقيم ذات البعد السياسي، وإنما تساعدهم على الارتباط أكثر بقيم ذات البعد النفسي.
- أن الذكور فهموا المدلول السياسي لقيمة الديمقراطية وحسب، وهم غير مهتمين بالسياسة كثيرا، وكان اعتقادهم أقل من اعتقاد الإناث في أن وسائل الإعلام قادرة على مساعدتهم في الارتباط أكثر بقيمة البعد السياسي، بينما الإناث، بالرغم من عدم اهتمامهن بالسياسة، فهمن الديمقراطية بمفهومها الواسع الذي يشمل العلاقات الفردية والأسرية، وهن يطمحن إلى التشبع بهذه القيمة، وبالتالي كان اعتقادهن أكثر في قدرة وسائل الإعلام على تعزيز قيم البعد السياسي.
- أن دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكتملا لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وكلما كان دور هذه المؤسسات قويا إلا وقل شأن وسائل الإعلام في تعزيز القيم.

- إن دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم يختلف من بعد قيمي إلى آخر، باختلاف محتوياتها إن كانت من نسج الخيال أو مستمدة من الواقع، وهذه الأخيرة أقدر على تعزيز القيم لدى الشباب من الأولى.

وعموما فإن هذه الدراسة تشير إلى أهمية وسائل الإعلام في التنشئة السياسية والاجتماعية للشباب من خلال المحتويات التي تقدمها، خاصة تلك المستمدة من الواقع، إلا أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية التي هي موجهة أساسا بالقيم والمعايير الاجتماعية التي استدمجوها بفعل عوامل التنشئة الأخرى كالأُسرة والجماعات الأولية. وهذا ما يشير حسب نتائج هذه الدراسة إلى أن المحدد الأول لقيم الشباب ليس وسائل الإعلام، وإنما هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى التي غرست فيهم هذه القيم في المقام الأول وتواصل تعزيزها يوميا.

4- دراسة حجاج الجمعي بعنوان المثقفون والصحافة الخاصة في الجزائر إشكالية التعبير والكتابة - دراسة لعينة من أساتذة جامعة الجزائر - (2007)¹

انطلقت هذه الدراسة من أن ظاهرة إقبال المثقفين على الصحافة ساهمت في خلق تعددية صحفية، كانت بمثابة قاعدة لتأسيس حرية التعبير عن جميع الآراء والأفكار الموجودة، ومنه فقد ساهمت الصحافة بقوة في هذه المجتمعات في تكريس ثقافة الحوار ودعم الممارسة الديمقراطية.

لذلك سعت هذه الدراسة إلى إبراز طبيعة العلاقة بين المثقفين الجزائريين خاصة الأكاديميين منهم والصحافة المكتوبة الخاصة، ومدى إسهامها في توفير مساحات للتعبير، وفضاءات لدعم النقاش الاجتماعي والحوار الفكري لمختلف القضايا في المجتمع، ودورها في رفع مفعول الكبت لدى المثقفين الجزائريين، ورفع الحظر على حقهم في التعبير والكتابة وترجمة أفكارهم وتصوراتهم على اختلاف وجهاتها حول مختلف القضايا والمسائل في المجتمع.

وقصد الإحاطة بمختلف جوانب هذه الإشكالية، حاول الباحث الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل البيئة الثقافية الوطنية أو المحيط العام الذي ينشط فيه كل من المثقفين والصحافة المكتوبة الخاصة يشجع على الإبداع والإنتاج الفكريين أم لا؟
- ما هي أهم الأدوار التي يحملها كل من المثقفين والصحافة الخاصة في المجتمع الجزائري، وما هي معدلات ارتباط كل منهما بقضايا المجتمع؟

¹. حجاج الجمعي: المثقفون والصحافة الخاصة في الجزائر إشكالية التعبير والكتابة (دراسة لعينة من أساتذة جامعة الجزائر)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: عبد القادر شعباني، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007.

- ما هي أهم القنوات الاتصالية المتاحة للمثقفين لتبليغ خطاباتهم ونشر أفكارهم في المجتمع خارج وظيفتهم الأكاديمية؟ وهل شكلت فعلا الملكية العمومية لوسائل الإعلام عقبة أمام حرية الإبداع وحركية الأفكار؟

- كيف تطورت الصحافة المكتوبة الخاصة؟ وما هي أهم المستجدات التي حملتها؟ وكيف أثرت على المشهد الإعلامي والثقافي الوطني؟

- ما علاقة المثقفين بالصحافة المكتوبة الخاصة؟ وهل كتاباتهم فيها تنبع من عمق القضايا الوطنية والانشغالات اليومية للمواطن، أم أنها مناسباتية تحركها المناسبات والأحداث، وطنية كانت أم دولية؟ أم تحركها دوافع ذاتية أخرى؟

- ما هي هوامش حرية التعبير والاستقلال الذاتي للمثقفين في إسهاماتهم وكتاباتهم في هذه الصحف؟ حسب أية مواضيع؟ وفي أية مناسبات؟

- هل هناك عدالة في تمرير رسائل وخطابات المثقفين عبر هذه الصحف؟ وما العوامل المتحكمة فيها؟ وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي كأسلوب أساسي لبناء خلفية نظرية عن الموضوع، حيث حاول الباحث استنطاق الأحداث والوقائع التاريخية التي رصدت دور ونشاطات المثقفين عبر العالم، وتطور المفاهيم المرتبطة بمحقل الدراسة، إضافة إلى تتبع مسار تطور البيئة الثقافية الوطنية ونشاطات المثقفين فيها، ونفس الشيء بالنسبة لظهور وتطور الصحافة المكتوبة الخاصة وأهم الأحداث التي عايشتها أو صنعتها.

كما اعتمدت على المنهج المسحي في الدراسة الميدانية، على عينة حصصية، بلغ حجمها 130 مفردة من أساتذة جامعة الجزائر (قسم الآداب واللغة العربية، قسم علم الاجتماع، قسم التاريخ)، وذلك بتطبيق أداة الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات.

إضافة إلى أداة المقابلة غير المقننة، حيث تمكن الباحث من لقاء حوالي 20 مستجوبا، من بينهم 11 مسؤولا أو مسيرا لجريدة خاصة، لعينة من الصحف الناطقة باللغة العربية (الشروق اليومي، الخبر، الفجر، الأحداث (يوميات)، المحقق (أسبوعية)، الأحرار الثقافي (ملحق ثقافي نصف شهري لجريدة صوت الأحرار)، وعينة من الصحف الناطقة باللغة الفرنسية (Le Quotidien d'Oran, la, El Watan, La Dépêche de Kabylie Nouvelle République, les Debats). أما الباقي فكان أغلبهم من الأساتذة الجامعيين، بما أنهم يمثلون مجتمع البحث.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- هناك شبه إجماع من قبل المثقفين على أن البيئة الثقافية الوطنية أو المحيط الذي ينشط فيه كل المثقفين والصحافة المكتوبة الخاصة، لا يشجع على الإبداع والإنتاج الفكريين.

- يربط المثقفون جفاء البيئة الثقافية والفكرية الوطنية وعدم ملاءمتها للإبداع وتفجير الطاقات الكامنة بعدة عوامل، لكن يرجعون ذلك أساسا إلى نقص أو غياب الاستهلاك الجماهيري للمعرفة أو بالأحرى المقروئية، مع تحرر نسبي من الضغوطات الرقابية على الإبداع الفكري.
- هناك اهتمام أكبر من طرف المثقفين بالفضاءات التعبيرية الخطية على حساب الاتصال بوسائل الإعلام الإلكترونية. هذه الحقيقة قد تغذي تصور عام وهو أن المثقف الجزائري يخشى عدسات الكاميرا، والذي قد يرتبط بمخلفات الأزمة الأمنية، كما قد يرتبط باستمرار مقاطعة التلفزيون من طرف المثقفين، والذي لا يزال يحتفظ ببعض الممارسات التي ورثها عن فترة الأحادية.
- حضور المثقفين عبر وسائل الإعلام ضعيف عبر مختلف الفضاءات التعبيرية، لأن عدد قليل منهم فقط يجدون دوما قنوات لإيصال أفكارهم، هذا المؤشر الدلالي يعبر عن عجز القنوات الاتصالية عن استيعاب الأفكار والتعددية الموجودة في المجتمع، كما تعبر عن الحركة البطيئة للأفكار في المجتمع الجزائري، الذي حرم من التمتع بتعدديه الحقيقية، وذلك بالتعبير عن مختلف الانشغالات لمختلف الفئات والشرائح الاجتماعية من كلا الجنسين.
- أجمع المثقفون على ضرورة فتح قطاع السمع البصري، لتفعيل النقاش حول مختلف القضايا، بغية تكوين وعي نقدي بناء في المجتمع، يندرج ربما هذا المطلب ضمن تصعيد خطاب نقدي ينادي بضرورة فك الاحتكار على قطاع السمع البصري كتعبير عن الأداء غير المقنع للتلفزة الوطنية.
- حوالي نصف المثقفين لا يستعملون الاتصال الشخصي لنشر أفكارهم والدفاع عن مواقفهم، وقد يرجع هذا إلى مخلفات الأزمة الأمنية، وحالة الطوارئ التي يحظر بموجبها الاجتماع، مما زاد من بعد المثقف وعمق من قطيعته مع المحيط العام، ما كرس صورة سلبية عن المثقف بأنه إنسان متعالي، خاصة وأن نسبة الذين يستعملون الاتصال الشخصي خارج الجامعة لنشر أفكارهم، تقل كلما ارتفعوا في الدرجة العلمية.
- ساهمت الصحافة المكتوبة الخاصة بقوة في دعم حرية التعبير عن مختلف الآراء، بل وساهمت في توفير عدة خيارات ليس للمثقفين فحسب، بل أيضا للمواطنين لكن ليس بالقدر الذي يعكس التعددية الحقيقية الموجودة في المجتمع، بسبب الخط الافتتاحي الذي يبقى يحاصر المادة الفكرية والحوار الحقيقي للأفكار، كما ترتبط بالهوامش المتاحة للتعبير والنقد، التي تتحدد بالاستقلال الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية.
- معظم المثقفين يكتبون بدون مقابل في الصحف، وما هذا إلا تأكيد وتدعيم لحقيقة أن النشر الثقافي في الجزائر لا يوفر عائدا ماديا، بل أحيانا ولا حتى معنويا، وقد تكون عوامل غياب حقوق الملكية الفكرية، وكذا الحوافز المادية، من أهم العوامل التي تفسر الحضور الضعيف للمثقفين عبر صفحات الجرائد، نظرا للوضعية غير الصحية للعديد من العناوين وربحية وانتهازية بعضها الآخر، مما جعل البعض خاصة الوافدين الجدد للحقل الأكاديمي يبحثون عن التعويض المعنوي.
- ليست هناك عدالة في تمرير خطابات المثقفين، حيث يتم اختيار المضامين بالمنظور النفعي للصحيفة على حساب المنظور النفعي للمجتمع، كما أن درجات المحترمية والصعود في سلم ترتيب الوظيفة

الأكاديمية وطول الخبرة المهنية، تجعل أصحابها في موقع قوة لتمرير خطاباتهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم.

وعموما فإن هذه الدراسة أشارت إلى أن الصحافة المكتوبة الخاصة في الجزائر رغم أنها لم تعكس محتوياتها ومضامينها ما يمكن اعتباره تعددية فعلية، إلا أنها حاولت منذ ظهورها أن تعكس التعددية المكتوبة في المجتمع، فساهمت في تنشيط النقاش الديمقراطي، رغم أنها لم تساهم في ترسيخ الديمقراطية كممارسة، حيث مكنت ليس المثقفين فحسب من التعبير، بل مكنت أيضا المواطنين والبنى السياسية والاجتماعية، لاسيما الناشئة من التعبير الحر عن أفكارها، ما مكنها من اكتساب قدر من المصداقية.

وقد أفادتنا هذه الدراسة في بناء الجانب النظري لأنها ركزت على وضعية النخبة المثقفة في الجزائر، وعلاقتها بالصحافة الخاصة كوسيلة إعلامية، إلا أنها أهملت وسائل الإعلام الأخرى وهو ما تتناوله دراستنا هذه، ما قد يوصلنا إلى نتائج مخالفة تعكس علاقة النخبة المثقفة في الجزائر بوسائل الإعلام المختلفة، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الحالية، التي فتحت مجالا أوسع لحرية الرأي والتعبير.

5- دراسة سهام بدبودي، بعنوان: استخدامات النخبة المثقفة لوسائل الإعلام بولاية عنابة (2008)¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة علاقة النخبة المثقفة المحلية بمختلف وسائل الإعلام، وذلك من خلال الاعتماد على مدخل الاستخدامات والإشباع، للكشف عن عادات ودوافع استخدام النخبة المثقفة المحلية لوسائل الإعلام، والإشباع التي تتحقق من خلال هذه الاستخدامات، ومساهمة النخبة المثقفة المحلية في إثراء وسائل الإعلام ثقافيا.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، المتمثل في فئة النخبة المثقفة الجزائرية، وتحديدًا على المستوى المحلي (ولاية عنابة)، الذين تم تقسيمهم إلى عدة فئات، وذلك حسب التعريف المستنتج للنخبة المثقفة في هذه الدراسة، وهم: الأكاديميون والعلماء، الكتاب، والأدباء والمفكرون، رجال الدين، مسؤولي وسائل الإعلام، الفنانون والمبدعون. ولهذا استخدمت الباحثة أداة الإستبيان في جمع البيانات، وقامت بتوزيعها على عينة قصدية، بطريقة انتقائية لا مجال فيها للصدفة للمفردات الممثلة أكثر لمجتمع البحث، مكونة من 200 مفردة، تم تقسيمها إلى أربع فئات، حيث ضمت كل فئة 50 مفردة كالآتي:

¹. سهام بدبودي: استخدامات النخبة المثقفة لوسائل الإعلام بولاية عنابة، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف:

- النخبة المثقفة الأكاديمية: وتضم أساتذة الجامعة وأساتذة التعليم الثانوي.
 - النخبة المثقفة المتخصصة: وتضم المهنيين الذين يملكون ويزاولون مهارات واختصاصات تتطلب معرفة دقيقة، مثل الأطباء والمحامين والمهندسين والمدبرين الإداريين، وغيرهم من المهنيين.
 - النخبة المثقفة المبدعة: وتضم الكتاب والشعراء والفنانين المسرحيين.
 - النخبة المثقفة المتدينة: وتمثل رجال الدين من أئمة وناشطين في مجال الإصلاح والدعوة.
- وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:
- تعتبر وسيلتي التلفزيون والصحافة المكتوبة أكثر الوسائل الإعلامية استخداما من قبل أفراد العينة، تليهما الإنترنت، في حين جاء استخدام الراديو بصفة ضعيفة.
 - يفضل أغلبية أفراد العينة الموضوعات العلمية، ثم الثقافية، ثم السياسية، التي يتعرض لها من خلال وسائل الإعلام بنسب متقاربة.
 - يعتبر دافع الحصول على الأخبار والمعلومات الدافع الأساسي لاستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام.
 - تحظى القنوات الفضائية العربية بأعلى نسبة من حيث حرص المبحوثين على متابعتها، مقارنة بالقنوات الأجنبية والوطنية.
 - يفضل أفراد العينة استخدام المواقع العربية والأجنبية معا في الإنترنت.
 - يرى أفراد العينة أن الانترنت هي الوسيلة الإعلامية، التي بإمكانها أن تحقق إشباعا للنخبة المثقفة، تلاها التلفزيون ثم الصحف.
 - أغلب أفراد العينة لم يشاركوا في وسائل الإعلام.
 - تعتبر الإذاعة أكثر الوسائل الإعلامية التي شاركت النخبة المثقفة من خلالها، تلتها الصحف المكتوبة، وتمثلت أغلب هذه المشاركات في استضافات إذاعية ومساهمات أدبية في الصحف.
 - يفضل أغلب المبحوثين المشاركة والظهور في وسائل الإعلام، لأهمية ذلك في التحفيز، وإبراز الكفاءة والموهبة، بالإضافة إلى دافع البروز في المجتمع.
 - يفضل أفراد العينة المشاركة والظهور في التلفزيون، ثم في الصحافة المكتوبة، ثم في الإذاعة، فالانترنت.
- وعموما فإن هذه الدراسة أشارت إلى أهمية التلفزيون من بين وسائل الإعلام الأخرى من حيث المتابعة، إلا أن هذه الوسيلة لا تفتح فضاءات كبيرة لإشراك النخبة المثقفة في إثراء مضامينها، رغم الدور الهام الذي تلعبه هذه الفئة في تنوير الرأي العام وتشكيل آرائه واتجاهاته وسلوكاته، ولعل هذه من بين الأسباب التي جعلت المثقف الجزائري متفوق على ذاته، دون أن يستفيد المجتمع من آرائه وأفكاره، ربما بسبب عدم وجود قنوات تلفزيونية متعددة في الجزائر، تسمح بإشراك كل المبدعين والمثقفين. لكن هذا يجعلنا نتساءل عن أسباب عدم الاعتماد على وسائل الإعلام الأخرى التي لا تقل أهمية عن التلفزيون، خاصة الحديثة منها كالانترنت، التي تتميز بسهولة استخدامها والاستفادة منها، وهذا ما لم تشر إليه الباحثة في هذه الدراسة.

تعقيب على الدراسات الجزائرية:

- يتضح من الدراسات السابق عرضها أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما في التأثير على الأفراد - وإن اختلفت في تحديد أيها الأهم-، الأمر الذي يجعل من الضرورة تقديم محتويات ومضامين متميزة ومدروسة لترسيخ القيم السياسية والاجتماعية، التي تحقق عملية التنشئة السليمة للمواطن الجزائري، من خلال:

- تقديم المحتويات المستمدة من الواقع، والتي تنقل قضايا كل الشرائح الاجتماعية على السواء.
- الاهتمام بجانب المصادقية والموضوعية في تقديم المضامين الإعلامية، خاصة في وسائل الإعلام الوطنية في ظل التطور التكنولوجي الهائل، الذي فتح المجال أكثر لحرية الرأي والتعبير، وذلك بالاعتماد على وجهات النظر المختلفة.
- إشراك النخبة المثقفة في تقديم المضامين الإعلامية، لدورها الهام والموازي لوسائل الإعلام في تشكيل وتغيير آراء واتجاهات وسلوكات بقية فئات المجتمع الأخرى.

- وتجدر الإشارة إلى أن الدراسات الإعلامية وبحوث الاتصال في الجزائر عموما، ركزت على الجمهور العام وعلاقته بوسائل الإعلام، كما أن الدراسات القليلة نسبيا التي تناولت موضوع النخبة المثقفة، أغفلت متغير القيم السياسية لديهم، وعلاقة ذلك بما تبثه وسائل الإعلام، خاصة مع تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي ساهمت في ظهور مفاهيم سياسية جديدة، خصوصا أن هذه الفئة الهامة تتميز حاليا بمتابعة مستمرة لوسائل الإعلام المختلفة، وبكونها محورا أساسيا لا تستغني عن أفكارها وتحليلاتها أية وسيلة إعلامية في تقديم محتوياتها خاصة السياسية منها، والتي تلعب بدورها دورا هاما في توجيه الرأي العام. وهذا ما يدفعنا للقول بأن جمهور النخبة المثقفة لازال بحاجة لمزيد من الجهود البحثية باستخدام نظريات مختلفة.

ثانيا- الدراسات العربية:

1- دراسة السيد عبد الفتاح عفيفي، بعنوان: دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية (1990)¹

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أسباب تدني الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات وانخفاض مشاركتهم السياسية في شؤون المجتمع وقضاياها الراهنة، ومعرفة مدى إسهام كل وسيلة من وسائل الإعلام في صياغة الوعي السياسي، والتحفيز على تحقيق المشاركة السياسية بين شريحة الشباب الجامعي، بوصفها من الشرائح الهامة في العمل الاجتماعي والسياسي.

¹. محمد الجوهري، السيد عفيفي وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992، ص ص: 285-305.

كما سعت هذه الدراسة إلى معرفة رأي الشباب الجامعي - بوصفهم مستقبلين للرسالة الإعلامية- في مدى فعالية وجدوى الوسائل المختلفة للإعلام، والمعوقات التي تحد من درجة هذه الفاعلية، وقد أجريت الدراسة لعينة من طلاب كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة القاهرة "فرع الفيوم"، ومن مختلف الفرق الدراسية خلال العام الجامعي 1990/1989 بلغ حجمها 100 مفردة، وأخذت بطريقة عشوائية منتظمة، بواقع 25 مفردة من كل فرقة دراسية، تمثل حوالي 8% من مجموع الطلاب بالكلية عن نفس السنة، واستغرق إجراء البحث حوالي شهرين ونصف في الفترة ما بين منتصف أبريل 1990، حتى أواخر يونيو 1990. وقد استخدمت استمارة مقابلة لجمع البيانات من المبحوثين، وقد اختار الباحث المنهج الأنثروبولوجي والمنهج التاريخي، نظرا لما يحققانه من تكامل في تناول المنهج لموضوع البحث.

ومن أهم النتائج لموضوع البحث ما يأتي:

- تدني الاهتمام والإقبال على البرامج السياسية التي تقدمها الإذاعة.
- تدني اهتمامات الشباب بالبرامج السياسية التي يقدمها التلفزيون مقارنة بأنواع البرامج الأخرى، الأمر الذي يثير تساؤلات عديدة عن الحاجة إلى إعادة النظر في التوعية السياسية بصفة عامة لمختلف الفئات العمرية للمشاهدين، والشباب بصفة خاصة، لتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتنمية الوعي السياسي خاصة بين شباب الجامعات القادر على الاضطلاع بمسؤوليات التنمية في كافة المجالات.
- ضعف الاهتمام بالتحليلات السياسية والتعليق على الأنباء، وعلى العكس من ذلك فإن البرامج الإخبارية كنشرات الأخبار، أحداث 24 ساعة تحتل المراكز الأولى في اهتمامات الشباب.
- عدم اقتناع الشباب بكفاية التوعية السياسية التي يقدمها التلفزيون.
- انخفاض نسبة من ينتظمون في متابعة الأحداث اليومية، مما يعكس بالتالي تدني في الوعي السياسي بالقضايا المختلفة سواء على المستوى القومي والدولي، وهذا بالنسبة للصحف والمجلات.
- الضعف الحاد في المشاركة السياسية لشباب الجامعات والانصراف الواضح عن الأحزاب السياسية، ما يعكس إهمال مختلف الأحزاب لشريحة عريضة وحيوية هي شريحة الشباب، وضعف الجهود المبذولة لاستقطابهم للمشاركة السياسية الفاعلة، وتشير النتائج إلى استقطاب الحزب الحاكم لمعظم من يشاركون في عضوية الأحزاب من شباب الجامعات.
- ظهرت أعلى صور المشاركة السياسية لطلاب الجامعات في عملية التصويت في الانتخابات مقارنة بالأشكال الأخرى، وذلك على الرغم من أنها تبدو متدنية للغاية.
- عبر المبحوثون عن درجة وعيهم بالقضايا القومية الراهنة للمجتمع المصري، فأشاروا إلى أن مشكلة البطالة تأتي في مقدمة هذه القضايا.
- ضعف دور الأحزاب وانصرافها عن الاهتمام بجذب شباب الجامعات إليها، وعدم تنميتها للمشاركة السياسية وإثارة الوعي السياسي بينهم بدرجة كافية.

وعلى ضوء نتائج الدراسة اقترح الباحث ما يلي:

- ضرورة العمل على تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات، عن طريق وسائل الإعلام المختلفة (إذاعة، تلفزيون، صحافة).
- العمل على إدماج الشباب في المشاركة السياسية الفاعلة، من خلال التخطيط العلمي لجذب الشباب للانضمام إلى الأحزاب السياسية، خاصة شباب الجامعات كطلائع مستنيرة لتعبئة طاقاتهم وجهودهم في برامج ومشروعات التنمية المختلفة، وأن تتولى أمانات الشباب بالأحزاب التواصل الحقيقي مع الجموع العريضة لشباب الجامعات دون الاقتصار على القيادات التقليدية التي احترفت العمل السياسي في بعض الأحزاب وقصرته على نفسها، والعمل على تجديد القيادات الشبابية.
- ضرورة أن تعمل أجهزة الإعلام المختلفة على إعادة الثقة في أهمية الإدلاء بالأصوات والمشاركة المستنيرة في الانتخابات المختلفة بمختلف المجالس، لدعم مسيرة الديمقراطية، وإعطاء المثل والقدوة للشباب للمشاركة السياسية الواعية.

2- دراسة محمود حسن إسماعيل، بعنوان: التنشئة السياسية (دراسة في دور أخبار التلفزيون) (1991)¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به نشرات الأخبار في التلفزيون المصري في التنشئة السياسية للمراهقين البالغين من العمر ما بين (13-15 سنة)، من حيث إكسابهم للمعلومات والقيم المتضمنة في الأخبار.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي الذي يهدف إلى جمع الحقائق والمعلومات والبيانات عن ظاهرة ما، أو موقف معين، وتمثل في هذه الدراسة في نشرة أخبار التلفزيون، ثم تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً، من خلال تحليل مضمون النشرات.

وفي إطار المنهج الوصفي، استخدم الباحث طريقة المسح بالعينة لعدد من تلاميذ المدارس الإعدادية، والمسح بالعينة لدورتين تلفزيونيتين من نشرات الأخبار في التلفزيون المصري، واستخدمت الدراسة أداتين من أدوات جمع البيانات وهما: تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان.

حيث أجريت الدراسة الميدانية على عينة مكونة من 500 طالب من المدارس الإعدادية بمحافظتي القاهرة والشرقية، تراوحت أعمارهم بين 13 و15 سنة.

واختار الباحث عينة من نشرات الأخبار التي تم بثها في الفترة من أكتوبر حتى ديسمبر 1990، ومن أبريل حتى يونيو 1991، بطريقة الأسبوع الصناعي.

¹. محمود حسن إسماعيل: التنشئة السياسية (دراسة في دور أخبار التلفزيون)، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 1997، ص: 116-266.

كما لم يقتصر التحليل على نشرة التاسعة فقط باعتبارها النشرة الرئيسية، وإنما تناول أيضا نشرتي الثانية عشرة، والسادسة لمقارنتها بنشرة التاسعة، وربطهما بما في إطار واحد هو "نشرات أخبار التلفزيون".

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- جاءت الأخبار الخارجية في مقدمة الأخبار، التي ركزت عليها النشرات الإخبارية في التلفزيون المصري، مما يشير إلى أن نشرات الأخبار تقود المشاهد إلى ثقافة خارجية على حساب المحلية.
- احتلت الأخبار السياسية المرتبة الأولى ضمن ما تحمله النشرات الإخبارية من أنباء، وعن القضايا التي ركزت عليها النشرات وترتيبها برزت القضايا العربية في المقدمة، ثم العالمية، وأخيرا المحلية.
- تابعت نسبة 60% فقط من أفراد العينة النشرات، وكان معدل الريف أعلى من الحضر، والذكور أعلى من الإناث، وبصفة عامة فإن معرفة أفراد العينة ومعلوماتهم المحلية كانت ضعيفة، وتوحي هذه النتائج بانخفاض دور نشرات الأخبار في تنمية وعي المراهقين بالأحداث والمعلومات المحلية. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بما يأتي:
- ضرورة تطوير النشرة الإخبارية في التلفزيون المصري خاصة من ناحية المضمون، ليتماشى مع متطلبات العصر الحالي، واحتياجات المشاهد المصري بجميع فئاته.
- مراعاة الدور الذي يمكن أن تؤديه نشرات أخبار التلفزيون في التنشئة السياسية للمشاهدين، خاصة الأطفال والمراهقين، وذلك بتأكيد هذا الدور وتدعيمه.
- أن تكون هناك سياسة خاصة بالأخبار في جميع الوسائل الإعلامية، حيث ثبت أن من يشاهد نشرات أخبار التلفزيون يسعى للتعرض للأخبار في الوسائل الإعلامية الأخرى، وبالتالي لا بد من أن يكون هناك خط واحد محدد للأخبار في تلك الوسائل، حتى لا يكون هناك تناقض ويكون هناك تكامل بينها، يرضي احتياجات الجماهير وتعطشها إلى الأخبار.
- أن يكون هناك تكامل بين وسائل الإعلام، واتفاق على مضمون التنشئة السياسية وأبعادها ودور تلك التنشئة، بحيث تتضمن المواد الإعلامية في الوسائل المختلفة نفس القيم والاتجاهات المرغوب بثها في الناشئة، ويسبق ذلك اتفاق المجتمع على مفهوم محدد وواضح للتنشئة السياسية، كما يجب أن يكون هناك تكامل بين وسائل التنشئة السياسية المختلفة كالمناهج الدراسية والأحزاب ودور العبادة وغيرها.
- يجب على وسائل الإعلام والأسرة والمؤسسات التعليمية غرس وتنمية قيمة الولاء وحب الوطن في نفوس الأطفال، من خلال ربط الطفل منذ الصغر عاطفيا برموز بلده وهيكلك وصور نظامها السياسي.
- ضرورة اهتمام الهيئات المعنية بالطفولة في مصر بفترة "المراهقة"، حيث إن هذه الفترة -رغم أهميتها- مهمة إلى حد ما، ويكون ذلك الاهتمام بالتركيز على البرامج التربوية والنفسية، التي توجه المراهقين، وتتفق واحتياجاتهم المختلفة.

- على الآباء ضرورة إشراك أبنائهم في عملية اتخاذ القرار داخل الأسرة، وتدريبهم على ذلك، وأن تسود روح الديمقراطية وحرية إبداء الرأي داخل الجو الأسري، حيث يساعد ذلك على تنشئة جيل يقدر قيمة الديمقراطية ويتمسك بالحرية، ويحترم الرأي الآخر.
- تدريب المراهقين على عملية المشاركة السياسية، بتشجيعهم على الانضمام في الاتحادات الطلابية والانخراط في الجماعات المدرسية المختلفة، والمشاركة في الأنشطة والرحلات المدرسية.
- وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة أجريت في فترة تميزت بوجود تلفزيون مصري حكومي وعدم وجود القنوات الخاصة، وربما الوضع اختلف اليوم على الأقل في مجال التعرض للتلفزيون، ومدى أهمية هذه الوسيلة في زمن التكنولوجيات الجديدة للاتصال.

3- دراسة ثروت زكي مكي، بعنوان: وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية في الدول النامية (1993)¹

سعت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين المشاركة السياسية باعتبارها أحد العوامل الهامة للتنمية، ووسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها إحدى أدوات هذه العملية، وكيفية التعامل بينهما والعوامل المحددة لهذا التفاعل.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- توفقت أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال الجماهيري على طبيعة العلاقة بينها، وبين النظامين الاجتماعي والسياسي.
- اختلفت العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية، باختلاف البيئة الاقتصادية والسياسية والثقافية، ففي النظم الليبرالية تعبر وسائل الاتصال الجماهيري عن آراء متنافسة وتطرح البدائل، وتسمح بتدفق المعلومات، بما يمكن الفرد من اتخاذ قراره، كما يقوم بمراقبة السلطة، أما في النظم الشمولية، فالدولة تسيطر على وسائل الاتصال الجماهيري، وتعمل على دمجها في أجهزة الدولة، حيث يكون الهدف هو الدعاية والإقناع بشرعية النظام القائم.
- رغم توفر قنوات المشاركة، فإنه من الصعب الجزم بوجود إحساس عام بفاعليتها، ذلك أن النظام اهتم بالتعبئة بدرجة من درجات المشاركة وغلب عليها مفهوم التعبئة.

4- دراسة بسيوني حمادة، بعنوان: استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية (1995)²

¹. ثروت زكي مكي: وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية في الدول النامية (دراسة حالة للتجربة المصرية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1993.

². بسيوني حمادة: استخدام وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، سلسلة بحوث سياسية، ع101، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1995.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام والمشاركة السياسية، والتي أجريت على عينة من الشباب المصري، ممن هم في السن القانونية للمشاركة السياسية من محافظتي الإسماعيلية والدقهلية، بلغ حجمها 506 مفردة، باستخدام استمارة استبيان وتوزيعها بأسلوب المقابلة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- انخفاض المستوى العام للمشاركة الانتخابية.
- كلما زاد الوقت والجهد والتكلفة التي يتطلبها تنفيذ النشاط في المشاركة قل الإقبال عليه.
- اتسم مستوى المعرفة السياسية بالتدني، مما يعني أن وسائل الإعلام لم تؤد دورها في نشر المعلومات السياسية على النحو المرغوب.
- لا توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وكل من: المشاركة السياسية، المعرفة السياسية، واتجاهات الجمهور نحو المشاركة السياسية.
- وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين المشاركة السياسية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للمبحوثين.
- هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاه الجمهور نحو المشاركة السياسية وسلوك المشاركة نفسه، بمعنى أنه إذا اقتنع المواطن بقيمة المشاركة، وكانت نظرتة نحوها إيجابية، فإن ذلك سوف يترتب عليه قيام الفرد بالفعل السياسي نفسه.

5- دراسة عادل عبد الغفار فرج خليل، بعنوان: استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي (1995)¹

انطلقت هذه الدراسة من أن وسائل الاتصال المحلية والدولية تعد قنوات أساسية لمُد أفراد الصفوة بالمعلومات عن الأحداث المحلية والدولية الجارية، كما تضيف وسائل الاتصال المكانية والشرعية على أنشطة الصفوة خاصة الصفوة الحاكمة، ومن جانب آخر تشكل الصفوة محورا أساسيا لمعظم أخبار وسائل الاتصال المحلية، بما تقدمه من أفكار وكتابات وتعليقات في كافة المجالات.

وقد تناولت هذه الدراسة علاقة الصفوة بوسائل الاتصال المحلية والدولية، في إطار مدخل الاستخدامات والاشباعات، من خلال دراسة دوافع استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحليين والدوليين وإشباعتهما، والمتغيرات الوسيطة التي تؤثر على هذا الاستخدام، كما يقدم هذا البحث تقييما لأداء الراديو والتلفزيون المحليين والدوليين، من منظور الصفوة المصرية واقتراحاتها لتطوير الأداء بما يتفق ومتطلبات العصر.

¹. عادل عبد الغفار فرج خليل: استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، إشراف: حسن عماد مكاوي، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995.

واستخدم الباحث صحيفة الاستقصاء في إطار منهج المسح، كأداة لجمع البيانات من مفردات عينة قوامها 150 مفردة من أفراد الصفوة المصرية في المجالين السياسي والفكري، حيث قسمت بدورها إلى فئات قيادات العمل العلمي والجامعي، والقيادات الإعلامية لتمثيل الصفوة الفكرية، والقيادات الحزبية والنقابية لتمثيل الصفوة السياسية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- ارتفاع نسبة الاستماع إلى الراديو الدولي بين أفراد العينة مقارنة بالراديو المحلي.
 - ارتفاع نسبة المشاهدة لقنوات التلفزيون الدولي بين مالكي الأطباق الهوائية اللازمة لاستقبال وإرسال التلفزيون الدولي مقارنة بالتلفزيون المحلي.
 - شغلت دوافع التسلية والترفيه ومشاهدة الأعمال الدرامية نسبة كبيرة من دوافع مشاهدة التلفزيون المحلي، في حين احتل دافع مراقبة البيئة المحلية والدولية المرتبة الأولى في الراديو الدولي، يليه دافع حياد وموضوعية هذه الإذاعات.
 - جاء المضمون الإخباري على رأس قائمة البرامج، التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في الراديو والتلفزيون المحليين والدوليين.
 - جاءت محطة البرنامج العام في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بين أفراد العينة، تلتها الشرق الأوسط في المرتبة الثانية، ثم صوت العرب في المرتبة الثالثة، أما على مستوى الراديو الدولي، فجاء راديو لندن في المرتبة الأولى، تلاه راديو مونت كارلو في المرتبة الثانية، ثم راديو صوت أمريكا في المرتبة الثالثة.
 - جاءت القناة الأولى للتلفزيون المحلي في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بين أفراد العينة، تلتها القناة الثانية في المرتبة الثانية، ثم القناة الثالثة في المرتبة الثالثة، وعلى مستوى التلفزيون الدولي، جاءت قناة "CNN" في المرتبة الأولى، تلتها "BBC" في المرتبة الثانية، وجاءت "NBC" في المرتبة الثالثة.
 - تفوق الراديو الدولي على الراديو المحلي، من حيث القدرة على إشباع حاجات أفراد العينة إلى مراقبة البيئة المحلية والدولية وتنمية المعلومات الخلفية عن أبعاد الأحداث المحلية والدولية، كما يتفوق الراديو الدولي في إشباع حاجة أفراد العينة إلى التثقيف والمعلومات.
 - تفوق الراديو والتلفزيون المحليين على الراديو والتلفزيون الدوليين، من حيث القدرة على إشباع حاجة أفراد العينة إلى التسلية والترفيه.
 - استخدم أفراد العينة وسائل الاتصال المحلية المختلفة، إلا أن استخدامهم للصحف المحلية يفوق استخدامهم للراديو والتلفزيون المحليين.
 - تعلق معظم مآخذ أفراد العينة على أداء الراديو والتلفزيون المحليين بالأداء الإخباري لهما، حيث الالتزام بالتوجه الرسمي في المعالجة الإخبارية، وانفتاح الدقة في تقديم بعض الأخبار، وبطء وغطية المعالجات الإخبارية واعتماد التحليلات والتعليقات الإخبارية على نمط كلاسيكي.
- وعموماً فهذه الدراسة تتفق مع دراستنا التي تقوم على فكرة أن جمهور وسائل الإعلام له القدرة على اختيار وانتقاء الرسائل الإعلامية المقدمة بها، والتي تلائم إشباع احتياجاتهم، لاعتمادها على مدخل

الاستخدامات والاشباع، وهذا ما ينطبق على جمهور النخبة المثقفة الذي يتميز بمستوى تعليمي وثقافي كبير، إلا أن هذه الدراسة ركزت على المدخل التعددي لدراسة النخبة، والذي يقوم على وجود نخب متعددة تمارس دورا هاما في تشكيل القيم والاتجاهات في المجتمع.

6- دراسة سوزان يوسف القليني، بعنوان: اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات -دراسة حالة على حادث الأقصر- (1998)¹

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون الوطني في وقت الأزمات، بالتطبيق على حادث الأقصر، وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 125 مفردة من الصفوة السياسية والإعلامية في مصر، تم اختيارها وفقا للمنصب الإداري، وقد اشتملت هذه العينة على الصفوة الإعلامية من مسؤولي الإعلام المرئي والمسموع والمطبوع، وكذلك الأكاديمين، واعتمدت الباحثة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري للدراسة، والذي يربط بين درجة اعتماد الجمهور على وسيلة معينة وأهمية المعلومات المقدمة من خلالها.

ومن أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة، ما يأتي:

- جاء التلفزيون الوطني في مقدمة المصادر، التي تعرف من خلالها الباحثون على حادث الأقصر، تلته الإذاعة، ثم الصحف، وأخيرا المصادر الأجنبية.
- جاء التلفزيون الوطني وشبكة "CNN" الإخبارية، كأهم مصدرين للمعلومات، تم الاعتماد عليهما خلال الحادث من طرف الصفوة.
- وجود علاقة ارتباط قوية بين الصفوة الإعلامية بشقيها الأكاديمي والممارس والاعتماد على التلفزيون الوطني خلال حادث الأقصر، في حين اختلف الوضع تماما مع الصفوة السياسية التي أظهرت اعتمادا منخفضا على التلفزيون الوطني خلال الحادث.
- وجود علاقة ارتباط قوية طردية بين اعتماد الصفوة على التلفزيون خلال الحادث وعمق التغطية الإعلامية للحادث وشمولها.
- وجود قصور في التغطية التلفزيونية للحادث ظهرت سماته، من خلال عدم وجود تقارير متعمقة وتحليلات إخبارية حول الحادث، وسطحية التغطية الإعلامية للحادث وتجريدها.
- تباين أسباب اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون خلال الحادث ما بين الثقة في الوسيلة، والمساعدة على فهم الأحداث وتفسيرها، والمساعدة على اتخاذ القرارات.

¹. سوزان يوسف القليني: مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات (دراسة حالة على حادث الأقصر)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع4، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 1998، ص ص: 33-64.

- تنوعت التأثيرات المترتبة على اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون، وجاءت في المقدمة التأثيرات الوجدانية، تلتها التأثيرات السلوكية، وأخيرا التأثيرات المعرفية، مما يعكس عدم نجاح التلفزيون في إحداث التأثير المعرفي المطلوب خلال الحادث.

7- دراسة جمال عبد العظيم أحمد، بعنوان: دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي - دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000 في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام- (2001)¹

انطلقت هذه الدراسة من أن الجماهير لا تعطي لقضية المشاركة السياسية الأهمية المناسبة لها، ومن ثم ينخفض نسبة الذين يدلون بأصواتهم في الانتخابات البرلمانية، رغم أنها مظهر شبه وحيد للمشاركة السياسية للرأي العام في القضايا القومية، وذلك في ظل تغطية صحفية دعائية، تركز على الأحزاب ورموزها دون مناقشة المشكلات والقضايا المحلية.

لذلك سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي، وذلك من خلال اعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، كمصدر لمعلوماتهم السياسية بشأن الانتخابات، والتعرف على التأثيرات المتبادلة بين النظام السياسي والنظام الصحفي والجمهور في إطار قضية المشاركة السياسية، تطبيقا على انتخابات عام 2000. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، من خلال الاستبيان والملاحظة بالمشاركة، التي أتاحت للباحث الملاحظة من خلال مشاركته في الأنشطة المستمرة الخاصة بالعملية الانتخابية. وشملت عينة الدراسة 240 مفردة من قادة الرأي من محافظتي الدقهلية والجيزة .

وكانت فروض الدراسة كالتالي:

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والحرص على المشاركة في العملية الانتخابية.

¹ . جمال عبد العظيم أحمد: دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي (دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد2، ع1، يناير- مارس 2001، ص ص: 128-161.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية وبين الاعتماد على الصحافة كمصدر للثقافة السياسية.

- يعتمد قادة الرأي على وسائل الإعلام بالدرجة الأولى في استيفاء المعلومات السياسية حول الانتخابات.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية وإثارة الطموح السياسي لدى قادة الرأي.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- هناك اعتماد متبادل بين قادة الرأي ووسائل الإعلام، حيث اعتمد قادة الرأي على وسائل الإعلام في الحصول على معلوماتهم السياسية بنسبة (37,3%)، كما شاركت نسبة (19%) من مفردات العينة في الاتصال بوسائل الإعلام.

- رأت أغلبية العينة بنسبة (60%) أن صحفهم المفضلة تقدم تغطية مناسبة للعملية الانتخابية، بينما أكدت نسبة (23.3%) منهم أنها لا تقدم تغطية مناسبة لهذه العملية، في حين لم تستطع نسبة (16.7%) منهم تقييم هذه التغطية ما إذا كانت مناسبة أم لا.

- تقع مسؤولية تفعيل المشاركة السياسية في الانتخابات في المقام الأول على المحددات الخاصة بالنظام السياسي الاجتماعي، يليه دور المحددات الخاصة بالجمهير، وأخيرا المحددات المرتبطة بالنظام الصحفي.

- هناك علاقة ارتباط إيجابي بين الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية وكل من:

• النية والرغبة في الإدلاء بالصوت في الانتخابات.

• الثقافة السياسية (معرفة عدد أعضاء مجلس الشعب، والدوائر الانتخابية).

8- دراسة إيمان فاروق محمد الصياد، بعنوان: اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في

وقت الأزمات والكوارث (دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية) 2003¹

تناولت هذه الدراسة علاقة الصفوة المصرية بوسائل الإعلام المحلية والدولية وقت الأزمات والكوارث، في إطار مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام والتماس المعلومات منها، من خلال التعرف على مدى اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام المحلية والدولية في الحصول على المعلومات منها وقت الأزمات والكوارث، التي عاجلتها وسائل الإعلام خلال فترة الدراسة، ومن أبرزها أزمة السلام في

¹. إيمان فاروق محمد الصياد: اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات (دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية)، مجلة الفن الإذاعي، تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع 171، يوليو 2003، ص ص:

الشرق الأوسط، باعتبارها تمثل أولوية في الأجندة الإعلامية لكل من وسائل الإعلام المحلية والدولية وقت إجراء الدراسة. ونظرا لطبيعة جمهور الصفوة، وما يتمتعون به من مستوى تعليمي وثقافي ووظيفي مرتفع، تبدو من الأهمية مقارنة علاقة اعتمادهم على كل من وسائل الإعلام المحلية والدولية، في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا، وعولمة الأزمات والكوارث وعلمية الرأي العام.

هدفت هذه الدراسة في إطار المشكلة البحثية إلى الكشف عن:

- مدى اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام المحلية والدولية، سواء التقليدية (التلفزيون، الراديو، الصحف)، أو غير التقليدية (الإنترنت) لالتماس المعلومات منها.
 - مدى تفضيل الصفوة المصرية لأنواع محددة من الأخبار والتعرف على أفضل المصادر الإعلامية.
 - استطلاع رأي الصفوة حول أهم الأزمات والكوارث، التي وقعت في العالم عامة، وفي مصر خاصة خلال فترة الدراسة.
 - مقارنة تفضيل تعرض الصفوة لوسائل الإعلام المحلية والدولية، لاستقصاء المعلومات حول أزمة الشرق الأوسط.
 - تقييم الصفوة لأداء وسائل الإعلام أثناء الأزمات عامة، ولأزمة الشرق الأوسط خاصة.
 - التعرف على متى؟ ولماذا؟ تتعرض الصفوة المصرية لوسيلة محددة من وسائل الإعلام، وما هي التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
- وقد استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الميداني على عينة من الصفوة المصرية في المجالات السياسية والإعلامية والاقتصادية، في إطار عينة قوامها 120 مفردة، لأن مجتمعات الصفوة تتميز بقلّة عددها وصعوبة مقابلتها، وتم اختيارهم وفق معيار المنصب القيادي، ويرجع هذا الاختيار إلى أن الصفوة السياسية لها خلفية معرفية وعلمية عن إدارة الصراع والأزمات الدولية، الصفوة الإعلامية باعتبارهم من المتخصصين علميا وعمليا واعتمادهم على مصادر متعددة، الصفوة الاقتصادية لتأثيرهم المباشر وغير المباشر على التنمية. وقد استخدمت الباحثة أسلوب العينة العمدية في اختيار مفردات العينة على أن تقسم بين الفئات الثلاث بواقع 40 مفردة لكل منهم.

ومن خلال صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج،

من أهمها:

- جاءت سرعة المعرفة بالأحداث الجارية المحلية والدولية أهم الإشباعات المحققة، من خلال وسائل الإعلام، وظهر أن القنوات الإخبارية الخاصة "CNN" و"الجزيرة" الأكثر تفضيلا من طرف الصفوة المصرية.
- اجتمعت آراء الباحثين أن الأزمة الاقتصادية بمقوماتها هي أهم الأزمات المحلية، وحدد الباحثون أنهم يستقون المعلومات عنها من خلال الجرائد، يليها التلفزيون ثم الاتصال الشخصي.

- جاء التلفزيون كأهم وسيلة إعلامية يتابع المبحوثون من خلالها أحداث أزمة السلام في الشرق الأوسط، حيث جاءت شبكة "CNN" في المرتبة الأولى، تلتها قناة الجزيرة، ثم القناة الأرضية الأولى. وجاءت الصحف في المرتبة الثانية، وتمثل جريدة الأهرام أعلى درجات المتابعة، والإذاعة في المرتبة الثالثة، وإذاعة "BBC" كانت هي الأكثر أهمية.
- فشلت جميع الوسائل الإعلام المحلية والدولية في تحقيق التأثيرات المعرفية عن الأزمة، وظهر أن التأثير الوجداني المتمثل في التعاطف مع الشهداء والضحايا أول ما تحقق من الوسائل المحلية والدولية معا.
- عدم رضى الصفوة المصرية عن التغطية الإعلامية الأجنبية لأحداث أزمة السلام في الشرق الأوسط في كل من التلفزيون والجرائد والمجلات.
- ومن خلال هذه النتائج ثبتت صحة فرض الدراسة، بأنه كلما زاد اعتماد الصفوة المصرية على الوسائل الدولية في الحصول على المعلومات للأزمات والكوارث كلما قل اعتمادهم على وسائل الإعلام المحلية.

9- دراسة أحمد فاروق رضوان، بعنوان: مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية والدولية كمصدر للحصول على المعلومات - دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور العام وقادة الرأي- (2003)¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة اعتماد الجمهور المصري، كجمهور عربي يتأثر ويتفاعل مع الأحداث المحلية والإقليمية والدولية مع وسائل الإعلام العربية ذات الصلة الإقليمية والدولية، بفئاتها المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية، والتي تنوعت وانتشرت بصورة كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية، وذلك بهدف الحصول على المعلومات بمفهومها الشامل، والمتضمن لكافة المضامين الإخبارية والثقافية والاجتماعية والترفيهية وغيرها، والتعرف على أسباب وأهداف الاعتماد على هذه الوسائل، والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، فيما يتعلق بالأمر والقضايا المرتبطة بالشؤون العربية والإسلامية، مع التركيز على قضايا محددة تتعلق بالقضية الفلسطينية وقضية الإرهاب الدولي. وإجراء مقارنات منهجية بين فئات الجمهور، التي حددها الباحث في هذه الدراسة، إلى جانب طبيعة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وذلك من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام العربية ذات الصلة الإقليمية والدولية، والوسائل الأخرى المحلية والأجنبية.

¹. أحمد فاروق رضوان: مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية والدولية كمصدر للحصول على المعلومات (دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور العام وقادة الرأي)، دكتوراه غير منشورة، إشراف: صفوت محمد العالم ويلي حسين السيد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2003.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الوصفي التحليلي، ومنهج الدراسات الارتباطية للكشف عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين المتغيرات محل الدراسة من عدمه. وذلك على عينة مكونة من 500 مفردة، منها 400 من فئة الجمهور العام و100 من فئة قادة الرأي، التي تمثلها صفوة أكاديمية وإعلامية وسياسية من أساتذة جامعيين، وإعلاميين يعملون بالصحافة والإذاعة والتلفزيون، إلى جانب أعضاء في جهات أو منظمات ذات طابع سياسي أو نقابي.

واعتمد الباحث في جمع البيانات على صحيفة الاستبيان، وقد اشتملت على المحاور الآتية:

- علاقة المبحوثين بالجراند المصرية والعربية.
- علاقة المبحوثين بالمجلات المصرية والعربية.
- علاقة المبحوثين بالإذاعات المصرية والعربية والأجنبية.
- علاقة المبحوثين بالقنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية.
- أهداف وآثار اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام العربية ذات الصفة الدولية.
- آثار اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام فيما يتعلق بأحداث الانتفاضة و11 سبتمبر 2001.
- وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:
- كان تعرض قادة الرأي والجمهور العام بفئاته المختلفة للقنوات الفضائية العربية عن قصد، وذلك بصورة أكبر من تعرضهم لوسائل الإعلام العربية الأخرى، كالصحف والمجلات والإذاعات.
- ارتفاع نسبة التعرض لوسائل الإعلام المحلية لدى قادة الرأي والجمهور العام.
- جاء دافع الحصول على المعلومات السياسية السبب الرئيسي لاعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام المختلفة المحلية والعربية.
- جاءت المواضيع السياسية ونشرات الأخبار في مقدمة المواد، التي يتعرض لها قادة الرأي والجمهور العام في وسائل الإعلام المختلفة المحلية والعربية والدولية.
- فيما يتعلق باعتماد قادة الرأي والجمهور العام على القنوات الفضائية في أوقات الأزمات والكوارث، جاءت قناة "الجزيرة" و"CNN" و"ABC" في المقدمة.
- وجود علاقة بين النوع والتأثير المعرفي المتمثل في تدعيم القيم والمعايير الثقافية والاجتماعية التي يؤمن بها الفرد، حيث يتحقق هذا التأثير بصورة أكبر لدى الذكور عن الإناث.
- وجود علاقة بين النوع والتأثير الوجداني المتمثل في وجود رغبة في المشاركة بفاعلية في أنشطة المجتمع المختلفة المتعلقة بأحداث أو قضايا عربية، حيث يتحقق هذا التأثير بصورة أكبر لدى الذكور عن الإناث.
- وجود علاقة بين النوع والتأثير السلوكي المتمثل في الاشتراك في أنشطة سياسية أو اجتماعية أو ثقافية متنوعة متعلقة بأحداث أو قضايا عربية، حيث يتحقق هذا التأثير بصورة أكبر لدى الذكور.

- على الرغم من ارتفاع نسب التعرض للقنوات الفضائية المصرية والعربية، إلا أنه في ذات الوقت ترتفع نسب التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية، وهو ما يعطي مؤشرا على اهتمام فئات الجمهور بتنوع مصادر المعلومات التي تتعرض لها وتعتمد عليها.
 - أدى انتشار وتنوع وسائل الإعلام العربية المطبوعة والمسموعة والمرئية إلى تحقيق عدد من الآثار الإيجابية لدى المعتمدين على هذه الوسائل منها:
 - تشكيل وتكوين الآراء تجاه القضايا العربية والدولية.
 - تدعيم القيم والمعايير العربية والانتماء إلى المجتمع العربي.
 - المساهمة في تفعيل قدرة الجمهور على الاتصال، والتعبير عن آرائه واتجاهاته المرتبطة بالمجتمع العربي.
- 10- دراسة سهام نصار، بعنوان: تأثير المصدقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية (2003)¹**

هدفت هذه الدراسة إلى رصد أهم الصحف التي تقرأها الصفوة المصرية ومدى قراءتها لها، وتحديد دوافع قراءة الصفوة للصحف، وتحديد أهمية الصحف المصرية بالنسبة للصفوة بالمقارنة مع الصحف العربية والأجنبية ووسائل الإعلام الأخرى، وعلاقة ذلك بعنصر المصدقية، كما سعت الدراسة لوضع معيار لقياس المصدقية في الصحافة المصرية، والتعرف على تأثير عنصر المصدقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية.

وقد أجريت الدراسة على عينة من الصفوة المصرية قوامها 163 مفردة، مكونة من الصفوة السياسية، والفكرية، والتكنوقراطية، والاقتصادية.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- تعرضت عينة الصفوة المصرية بشكل أساسي لوسائل الإعلام المصرية مقارنة بوسائل الإعلام الأجنبية، خصوصا فيما يتعلق بمتابعة الأخبار المحلية.
- جاء التلفزيون المصري والقنوات الفضائية الإخبارية في الصدارة كمصادر للمعلومات، ثم وسائل الإعلام المصرية بما فيها الصحافة.
- أن الصحافة القومية تتمتع بمصدقية أعلى من الصحافة الحزبية والصحافة الخاصة، حيث جاءت صحيفة الأهرام في مقدمة الصحف التي تتمتع بالمصدقية تلتها صحف الأخبار، والأسبوع، والجمهورية، والوفد.

11- دراسة فدوى محمود الجعبري، بعنوان: استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية - دراسة تطبيقية على مصر وفلسطين - (2003)¹

¹. سهام نصار: تأثير المصدقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، دراسة مقدمة للمؤتمر السنوي التاسع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ص ص: 1461 - 1385.

سعت هذه الدراسة للكشف عن مدى تعرض المثقفين العرب لمضمون قناة فلسطين الفضائية، ودوافعهم في مشاهدتها، والإشباع المتحققة لديهم، وآراءهم فيما تقدمه، واقتراحاتهم لتطوير أداء هذه القناة. وذلك في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع.

وقد أجريت الدراسة على عينة من النخبة الفكرية المصرية والفلسطينية، بأسلوب العينة القصدية، متمثلة في أعضاء المجلس الأعلى للثقافة بمصر واتحاد الكتاب بفلسطين. وقد بلغ حجمها 100 مفردة. ومن خلال صحيفة الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- جاء المضمون الإخباري في مقدمة المواد والبرامج، التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها في قناة فلسطين.
- جاء دافع معرفة الأخبار والأحداث الجارية في مقدمة دوافع استخدام المثقفين العرب لقناة فلسطين.
- جاءت قناة الجزيرة على رأس القنوات الفضائية الأخرى التي يشاهدها المبحوثون.
- اتسم أداء قناة فلسطين الفضائية في رأي أفراد العينة بالتأخر والبطء في نقل الأحداث، وسوء أداء المذيعين، ونمطية البرامج، وسطحية معالجتها للقضايا.
- وبناء على هذه النتائج قدمت الدراسة جملة من الاقتراحات، منها:
- عدم الاكتفاء بتقديم وجهة النظر الرسمية في الأحداث الجارية، والعمل على تقديم وجهات نظر الفصائل والأحزاب المعارضة.
- مراعاة عاملي السرعة والدقة في التغطية الإخبارية خاصة للأحداث المحلية.
- إتاحة مساحة أكبر للمثقفين على اختلاف توجهاتهم لنقل أفكارهم وتجاربهم للجمهور.

12- دراسة نبيل حسن الطهراوي، بعنوان: اعتماد الصفوة الفلسطينية على وسائل الإعلام أثناء الأزمات (2003)²

سعت هذه الدراسة للكشف عن مدى اعتماد الصفوة الفلسطينية على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، وتقييمهم لوسائل الإعلام المحلية و العربية والدولية من حيث معالجتها للأزمات. وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

¹. فدوى محمود الجعبري: استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية (دراسة تطبيقية على مصر وفلسطين)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: ماجي الحلواني حسين، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، يوليو 2003.

². نبيل حسن الطهراوي: اعتماد الصفوة الفلسطينية على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: حسن عماد مكاوي، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، يونيو 2003.

- ما الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على المعلومات في الظروف العادية وفي أوقات الأزمات؟
 - ما أسباب اعتماد الصفوة الفلسطينية على وسائل معينة يتابعها أثناء الأزمات؟
 - ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد الصفوة الفلسطينية على الوسائل الإعلامية المختلفة؟
 - ما أهمية الاتصال الشخصي لدى المبحوثين في الظروف العادية، وفي أوقات الأزمات؟
 - ما الوسائل الإعلامية الأكثر نجاحا في تغطية الانتفاضة من وجهة نظر الصفوة الفلسطينية؟
 - ما أسباب نجاح تلك الوسائل في تغطيتها للانتفاضة من وجهة نظر المبحوثين؟
 - كيف يرى المبحوثون التزام الوسائل الإعلامية بالمبادئ التي تحكم رد الفعل عند الأزمات؟
 - ما أهم الصعوبات والمعوقات في عدم نجاح الإعلام الفلسطيني في تغطيته للانتفاضة؟
 - ما الخطوات التي يراها المبحوثون ضرورية للنهوض بالإعلام الرسمي الفلسطيني؟
- وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من 186 مفردة، تم اختيارها بأسلوب العينة القصدية، وذلك بالاعتماد على مدخل المنصب القيادي، وهي مكونة من الصفوة السياسية (أعضاء اللجنة التنفيذية، وأعضاء المجلس التشريعي والمجلس الوطني ومراكز الاستشارات وأعضاء القيادات التنظيمية والحزبية)، والصفوة الفكرية (القيادات الجامعية والإعلامية)، والصفوة النقابية الفلسطينية (النقابات والفعاليات الشعبية كنقابة الأطباء والمهندسين والمعلمين والمحامين والصحفيين والاتحاد العام للمرأة).

ومن خلال صحيفة الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج

منها:

- احتلت الصحف المرتبة الأولى من بين الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة. في حين كان الاعتماد على الراديو ضئيلا سواء في الظروف العادية أو في ظروف الأزمات.
- حظيت الفضائيات العربية والصحف الورقية بأكبر ثقة بين وسائل الإعلام المختلفة خلال فترة الدراسة، في حين حصل كل من التلفزيون الفلسطيني والإذاعات المحلية الفلسطينية على ثقة متوسطة، وحصل كل من الإذاعة والتلفزيون الاسرائيليين على ثقة منخفضة بين أفراد العينة.
- جاءت الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد أفراد العينة على الوسائل الإعلامية في وقت الأزمات في الترتيب الأول، في حين جاءت الآثار العاطفية في الترتيب الثاني، والآثار السلوكية في الترتيب الثالث.
- جاءت القنوات الفضائية في الترتيب الأول من حيث تغطيتها للانتفاضة الفلسطينية، ثم الصحف الفلسطينية الورقية، ثم تلفزيون فلسطين، ثم إذاعة "صوت فلسطين"، ثم مواقع الانترنت، وأخيرا تلفزيون إسرائيل، والإذاعة الإسرائيلية الرسمية.
- كان اعتماد الصفوة الفلسطينية على الصحف كأول المصادر في الظروف العادية، وتراجع هذا الترتيب إلى السابع في ظروف الأزمات، حيث تفوق التلفزيون عموما كمصدر للمعلومات في ظروف الأزمات، لما له من قدرة على نقل الأحداث فور وقوعها.

- جاء دافع التغطية الفورية للأحداث كأهم الأسباب التي دفعت المبحوثين إلى متابعة الوسائل الإعلامية المختلفة، تلاه معرفة أخبار العالم، ومتابعة تطورات البيئة المحلية، وجاءت أسباب الثقة في الوسيلة وزيادة المعلومات كآخر الأسباب.
- حظيت الفضائيات الأجنبية والصحف الحزبية والاتصال الشخصي على ثقة متوسطة، في حين حازت الصحف الدولية والإذاعات الأجنبية على ثقة منخفضة بين أفراد العينة.

13- دراسة ثريا البدوي، بعنوان: الإعلام والإصلاح السياسي في مصر (2005)¹

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار علاقة الإعلام المصري بمفهوم الإصلاح السياسي لدى الجمهور مقارنة بالنخبة، من خلال الكشف عن قدرة الجمهور مقارنة بالنخبة على تقديم رؤية نقدية لمفهوم الإصلاح السياسي، وللدور الحالي والمستقبلي للإعلام المصري في تعزيز الديمقراطية وتفعيل المشاركة السياسية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العام، بلغ حجمها (400) مفردة، و(100) مفردة من النخبة الجامعية.

ومن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- كاد مفهوم المشاركة السياسية يترادف لدى عينة الدراسة مع مفهوم الديمقراطية، وهو ما أكدته الدراسات والكتابات التي تناولت مفهوم المشاركة السياسية والديمقراطية، على اعتبار أن المشاركة السياسية هي العصب الحيوي للممارسة الديمقراطية.
- النخبة أكثر تقديراً لدور المشاركة السياسية في تحقيق إصلاح سياسي حقيقي من الجمهور.
- أن النخبة التي تشاهد المضمون السياسي في التلفزيون، وتقرأه في الصحف أكثر وعياً بأهمية المشاركة السياسية في تحقيق الإصلاح السياسي من الجمهور المتابع لنفس المضمون في التلفزيون والصحف.

14- دراسة ماجدة محمد عبد الباقي، بعنوان: دور وسائل الإعلام في الشقيف السياسي للرأي العام ومدى تنمية اتجاهاته نحو المشاركة (2005)²

انطلقت هذه الدراسة من أن الإعلام يعد مقوماً أساسياً من مقومات تشكيل الإدراك والوعي السياسي للرأي العام، الذي تنامي دوره وبرزت مسؤولياته في المجتمع المعاصر في المشاركة في صنع القرار،

¹. ثريا البدوي: الإعلام والإصلاح السياسي في مصر (دراسة مسحية وفنولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة)، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر (مستقبل وسائل الإعلام العربية)، ج1، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2005.

². ماجدة محمد عبد الباقي: دور وسائل الإعلام في الشقيف السياسي للرأي العام ومدى تنمية اتجاهاته نحو المشاركة، رسالة دكتوراه غير منشورة، إشراف: محمد سيد محمد وراجية أحمد قنديل، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط،

ورسم السياسات، في إطار علاقات تبادلية تفاعلية بينه وبين وسائل الإعلام، باعتبارها مصدرا رئيسيا لثقافته السياسية، وتكوين وتدعيم اتجاهاته نحو المشاركة.

وقد سعت هذه الدراسة لرصد وتحليل وتفسير وتقييم الثقافة السياسية للرأي العام المصري، بوصفه متلقيا للرسائل الاتصالية من مختلف وسائل الإعلام، للتعرف على مدى صحتها وجودتها وتكاملها كما وكيفها، ومصادر هذه الثقافة، والدور الذي يؤديه الإعلام في تنميتها، وقدرته على دفع الرأي العام، وتنمية اتجاهاته الإيجابية نحو المشاركة، والوقوف على المتغيرات المؤثرة على هذه العملية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي من خلال الاستبيان والمقابلة وتحليل المضمون، وأجريت هذه الدراسة على عينة من جمهور محافظة أسيوط التي تضم مستويات تعليمية متعددة، وقد بلغ حجمها 500 مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- احتلت وسائل الإعلام المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية لدى الباحثين.
- ارتفاع نسبة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام للرأي العام حول القضايا السياسية إلى حد ما.
- اعتماد الرأي العام على التلفزيون، ثم الصحافة، ثم الإذاعة، ثم الإنترنت في تنمية الثقافة السياسية لديه.
- وجود علاقة طردية وقوية بين وسائل الإعلام والثقافة السياسية للرأي العام، فكلما زاد عدد وسائل الإعلام التي يتم التعرض لها كلما ازداد تكامل مستويات الثقافة السياسية للرأي العام.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو المشاركة السياسية بين مشاهدي القنوات الأرضية والفضائية بالتلفزيون، وارتفاع نسبة التقييم الإيجابية لدور الإعلام المصري في مجال التثقيف السياسي لدى الحاصلين على مؤهل أقل من الجامعي.
- يعتمد الرأي العام على الإنترنت كإحدى وسائل الإعلام في تنمية الثقافة السياسية لديه.
- هناك فروق ذات دلالة معنوية ضعيفة بين التعرض لأكثر من وسيلة من وسائل الإعلام والاتجاه العام نحو المشاركة السياسية، ما يدل على أن وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في التثقيف السياسي للرأي العام، ودورا محدودا في دفع الرأي العام نحو المشاركة.
- ضعف دور الإعلام المحلي في التثقيف السياسي للرأي العام.

15- دراسة راجح حسين فرحان بادي، بعنوان: دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الصفوة اليمينية نحو العلاقات اليمينية الخارجية (2005)¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة حجم وطبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام بين غيرها من العوامل المختلفة في تشكيل اتجاهات الصفوة اليمينية نحو العلاقات اليمينية الخارجية، من خلال الكشف عن:

- أثر الانتماء السياسي ورسمية الموقع الوظيفي في ثقة الصفوة اليمينية، واعتمادها على وسائل الإعلام المحلية والدولية.
- أهم المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها الصفوة اليمينية للحصول على المعلومات، وأهم التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.
- آراء وتقييمات الصفوة اليمينية للأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع، ومدى أهميتها في التأثير على اتجاهاتهم إزاء علاقات اليمن الخارجية.
- درجة اعتماد الصفوة على وسائل الإعلام للمعرفة بتطورات العلاقات اليمينية الخارجية، وتأثير هذا الاعتماد على طبيعة الصورة، والاتجاه المتكون لديهم عن هذه العلاقات.
- وقد أجريت الدراسة على عينة قصدية من الصفوة اليمينية مكونة من 150 مفردة، وهو العدد الأنسب بالنسبة لدراسات الصفوة التي تعتمد على عينة قليلة نسبياً، واشتملت على 55 مفردة من الصفوة السياسية من أعضاء مجلس النواب اليمني، و48 مفردة من الصفوة الأكاديمية تضمنت أساتذة العلوم السياسية والإعلام، و47 مفردة من الصفوة الإعلامية من قيادات العمل الصحفي والتلفزيوني ممن لهم علاقة بالعمل الإخباري السياسي.

ومن خلال صحيفة الاستبيان، ومقياس الاتجاهات كأداتين لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- انخفاض نسبة مشاهدة التلفزيون اليمني بين أفراد الصفوة، حيث بلغت نسبة من يشاهدون التلفزيون اليمني بانتظام 11.3%، مقابل 34.7% لا يشاهدون التلفزيون اليمني على الإطلاق، بسبب مستوى البرامج الضعيف برأي أفراد العينة، ثم تفضيلهم لمشاهدة القنوات الفضائية، ثم عدم مواكبة التلفزيون اليمني لأهم الأخبار.

¹ . راجح حسين فرحان بادي: دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الصفوة اليمينية نحو العلاقات اليمينية الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: سوزان يوسف القليبي، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، أكتوبر 2005.

- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية لدى أفراد العينة، وترجع أسباب ذلك حسب رأيهم إلى دافع الإلمام بما يحدث في العالم بالدرجة الأولى، ثم دافع تقديم الفضائيات لتغطية الفورية للأحداث الجارية في العالم، وجاءت دوافع الترفيه والتسلية ومتابعة الأحداث الرياضية في الأخير.

- جاءت قناة الجزيرة في مقدمة القنوات الفضائية، من حيث المتابعة، تلتها قناة العربية، ثم قناة اقرأ.

- جاءت المادة الإخبارية في القنوات الفضائية أكثر المواد تفضيلاً، تلتها البرامج الثقافية والحوارية.

- جاءت الصحف الحزبية أكثر الصحف اليمينية تفضيلاً، تلتها الصحف الحكومية، ثم الصحف الأهلية.

- جاءت المواد السياسية في مقدمة المواد الصحفية، التي يحرص أفراد العينة على قراءتها في الصحف.

- جاء دافع معرفة المواقف الرسمية إزاء الأحداث في مقدمة دوافع قراءة الصحف الحكومية، وفي الصحف الحزبية جاء دافع الوقوف على آراء مختلف التيارات السياسية في المقدمة، في حين جاء دافع معرفة وجهة النظر المحايدة تجاه القضايا في مقدمة دوافع قراءة الصحف الأهلية، أما في الصحف العربية، فقد جاء دافع شمول التغطية الإعلامية لكافة الشؤون العربية والدولية في المرتبة الأولى.

- جاءت نسبة الاستماع للمحطات الإذاعية 56% من أفراد العينة، حيث احتلت الإذاعات الدولية المرتبة الأولى، تلتها الإذاعات العربية، وأخيراً الإذاعات المحلية.

- جاءت البرامج السياسية في مقدمة البرامج الإذاعية التي حرص أفراد العينة على الاستماع إليها، ثم البرامج الثقافية والأدبية، تلتها البرامج الاقتصادية.

- جاءت نسبة الذين يستخدمون الانترنت 64 %، وكانت المواقع العربية أكثر المواقع متباعدة من طرف أفراد العينة، تلتها المواقع المحلية، ثم المواقع الدولية.

- جاءت الفضائيات العربية في المرتبة الأولى في قائمة المصادر، التي اعتمدت عليها الصفوة في تكوين آرائها ومواقفها تجاه العلاقات اليمينية الخارجية، فالصحف الحزبية، ثم الصحف الأهلية، ثم الصحف الحكومية، تلاها التلفزيون اليمني، ثم تقارير وبحوث الهيئات البحثية، ثم الصحف العربية، ثم الكتب، فالانترنت.

وبناء على هذه النتائج، قدمت الدراسة جملة من المقترحات منها:

- إتاحة مساحة أكبر للمثقفين والعلماء على اختلاف توجهاتهم الفكرية والسياسية، لنقل آرائهم للمجتمع.

- العمل على تحسين الخدمة الإخبارية في الراديو والتلفزيون المحليين، وعدم التقيد بالأسلوب التقليدي، والتقليل من الأخبار الرسمية، والاتجاه نحو الحياد في المعالجة الإعلامية لمختلف المواضيع.

- أهمية دراسة فئات الصفوة المختلفة (السياسية، الفكرية، الاقتصادية، العسكرية) في علاقتها بوسائل الإعلام، نظراً للفروق التي تظهر داخل قطاعات الصفوة المختلفة.

16- دراسة محمود محمد مصطفى عبد الله خلوف، بعنوان: استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة (2006)¹

انطلقت هذه الدراسة من أن الصحافة الإلكترونية منحت فرصة جيدة لأفراد الصفوة لمتابعة الأحداث فور وقوعها، لما تتمتع به من سمات مميزة عن بقية وسائل الإعلام التقليدية، وخصوصا التواصل والسرعة وهامش المساحة الكبيرة، والتفاعلية والحرية الأوسع في التعبير.

ومنه سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة الصفوة الفلسطينية بالصحافة الإلكترونية واستخدامها لهذه الوسيلة لمتابعة الأحداث الجارية محلية وعربية، ودولية، وإسرائيلية، من خلال التعرف على دوافع استخدام الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة، والمتغيرات الوسيطة التي تؤثر على استخدام عينة الدراسة لهذه الوسيلة، وذلك في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع ومدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة من الصفوة الفلسطينية في المجال السياسي والأكاديمي والإعلامي، مكونة من 120 مفردة، تم تقسيمها وفق حجم كل من هذه الصفوات في المجتمع الفلسطيني إلى 42 مفردة من الأكاديميين، 46 من السياسيين، و32 مفردة من الإعلاميين. وقد راعى الباحث تمثيل مختلف محافظات الضفة الغربية وغزة، كما مثلت عينة الدراسة مختلف الفئات العمرية ابتداءً بمن تقل أعمارهم عن 30 عاماً، وانتهاءً بفئة 60 عاماً فأكثر. وقد اختار الباحث مفردات العينة بأسلوب العينة العمدية، وذلك بالاعتماد على مدخلين لتحديد المبحوثين، مدخل المشاركة في صنع القرار، ومدخل المنصب القيادي.

ومن خلال صحيفة الاستبيان كأسلوب لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- دافع الحصول على المعلومات ومتابعة ما تنشره الصحف الإلكترونية، أهم دوافع الاعتماد على الانترنت.

- اعتماد أفراد العينة على الصحافة الإلكترونية بشكل أساسي كمصدر للمعلومات.

- جاءت خاصية السرعة، كأبرز دوافع أفراد العينة في استخدام الصحافة الإلكترونية.

¹ محمود محمد مصطفى عبد الله خلوف: استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الأحداث الجارية والإشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: راجية أحمد قنديل، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ديسمبر 2006.

- أكد غالبية أفراد العينة أنه لا يمكن الاستغناء عن الصحافة الورقية، في ظل وجود الصحافة الإلكترونية.

- ارتبط اعتماد أفراد العينة على الصحافة الإلكترونية، كمصدر أساسي للمعلومات بطبيعة القضايا التي يتابعونها، والتي تتعلق أساسا بالصراع العربي الإسرائيلي ومختلف الأحداث الجارية، نظرا لما يتميز به هذا الإعلام من السرعة ونقل الأخبار العاجلة، وهذا ما ينسجم مع فرض مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، الذي يشير إلى أن اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام يزيد كلما زاد مستوى الصراع والتغيير.

17- دراسة نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال، بعنوان: دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم - دراسة ميدانية - (2006)¹

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة معدلات ودوافع استخدام الصفوة الثقافية المصرية لوسائل الإعلام المتخصصة والإشباع المتحققة لهم، وأهم العوامل المؤثرة في هذا الصدد. وذلك بإجراء دراسة ميدانية على عينة اختيرت عمديا من النخبة الأدبية، الأكاديمية والإعلامية، حيث بلغت 200 مفردة. وقد اختارت الباحثة محافظتي القاهرة والجيزة لإجراء الدراسة الميدانية، من خلال صحيفة الاستقصاء بالمقابلة، وذلك خلال شهري مايو ويونيه 2006. وكمعيار لتحديد أفراد الصفوة، اختارت الباحثة معيار المنصب القيادي للذين يتولون مناصب قيادية مرموقة، ومعيار الشهرة للمعروفين في الأوساط الثقافية، ولا يتولون أية مناصب قيادية.

ومن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- تابع أفراد العينة الإعلام المتخصص عبر الفضائيات في المقام الأول، ثم الصحف، ثم الإذاعات، وتمثل الفضائيات المتخصصة المفضلة لديها في النيل الثقافية، والنيل للأخبار. أما الصحف فاحتلت الدينية منها مرتبة متأخرة عن تلك المتخصصة في الأدب، الحوادث، الرياضة والاقتصاد. أما الإذاعات الأكثر متابعة لدى الباحثين، فتتمثل في إذاعة القرآن الكريم، ثم إذاعة الأغاني على التوالي.

¹. نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال: دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: محمود يوسف، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،

- تمثلت دوافع تعرض النخبة الأدبية والأكاديمية والإعلامية للمحتوى المتخصص في الحاجة إلى فهم الواقع على نحو أفضل، ثم الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة المضامين الإعلامية مع الآخرين.
 - تصدرت البرامج الإخبارية قائمة أهم المضامين، التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في القنوات التلفزيونية المتخصصة، في حين احتلت البرامج الثقافية والأدبية أهم البرامج متبوعة في المحطات الإذاعية المتخصصة. وفي الصحف المتخصصة تصدر المضمون الثقافي والأدبي قائمة أهم المضامين التي يتابعها أفراد العينة.
 - أن الإشباع المتحققة للصفوة الثقافية من استخدام وسائل الإعلام المتخصصة المصرية هي إشباع محتوى أكثر منها إشباع العملية. حيث تصدر الإشباع المتمثل في الإطلاع على ما يحدث في مصر والعالم قائمة أهم الإشباع المتحققة لأفراد العينة.
 - أغلب أفراد العينة قدموا تقييماً واحداً لوسائل الإعلام المتخصصة المصرية على أنها مقبولة.
 - أغلب أفراد العينة لديهم اتجاهات إيجابية نحو فكرة التخصص الإعلامي بشكل عام.
- 18- دراسة سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود، بعنوان: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي - دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي- (2006)¹**

انطلقت هذه الدراسة من أن وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التنشئة السياسية، فهي تنمي الثقافة السياسية المتعلقة بالقضايا أو المؤسسات والأنظمة السياسية في المجتمعات أو رجال السياسة، من خلال تقديمها للمعلومات، واهتمامها ومتابعتها للمستجدات والأخبار، كما تعمل على زيادة الوعي والمعرفة السياسية لدى الناشئة والتأثير فيهم وتشجيعهم على المشاركة الفاعلة في العملية السياسية. وحتى تنجح وسائل الإعلام في تحقيق أهدافها، يتطلب منها بذل الجهود، وإجراء الدراسات اللازمة للوصول إلى نتائج سليمة ومعلومات دقيقة، تساعد في بناء علاقة تكاملية بين الدولة وأفراد مجتمعها. وحتى تحافظ الوسائل الإعلامية المحلية العربية على جاذبيتها، وحتى لا تنعدم جدواها وتفقد أهميتها بالنسبة للقارئ، وبالتالي للسلطة السياسية؛ لا بد أن تقدم كل ما يحقق ذلك من مواد ثقافية متنوعة، وخدمات إخبارية وتحليلية، وطرح سياسي موضوعي جاد، وآراء هادفة، من خلال تناول

¹ . سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود : الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي (دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي)، رسالة دكتوراه في الإعلام، إشراف: محمد بن سعود البشر، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2006.

القضايا الوطنية التي تعمق العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، وتساعد السلطة في معرفة اتجاهات المجتمع وأفكاره حول مختلف القضايا، كما تساعد المجتمع في التعرف على سياسات الدولة والأبعاد السياسية للقرارات، من أجل بناء جسور التواصل، وتبادل المعلومات بين صانعي القرار السياسي وأفراد مجتمعاتهم. وهذا من شأنه أيضا تنمية الثقافة السياسية لدى النشء، ودفعهم للتفاعل والمشاركة في العملية السياسية عن وعي وإدراك معرّفي. غير أن ما يميز النظام السياسي في المملكة العربية السعودية هو أهمية الاتصال بينه وبين كافة أفراد المجتمع، لتحقيق الأهداف العامة للنظام الاجتماعي بوجه عام، وقد عمل النظام السياسي في المملكة على تطوير نظام إعلامي كفاء، يمكنه القيام بالوظائف المختلفة التي يتطلبها التفاعل النشط بين النظام السياسي وكافة أفراد المجتمع. والإعلام السعودي بوسائله يملك من الإمكانيات المالية والتقنية والبشرية ما يمكنه من تطبيق السياسة الإعلامية بكفاءة، ويرتقي بدوره السياسي والاجتماعي، ويحقق تطلعات كل من الدولة وأفراد مجتمعاتها.

وبالنظر إلى السمات الخاصة بالنظام السياسي في المجتمع السعودي، وطبيعة العلاقات القائمة بينه وبين أفراد المجتمع، وكذلك خصائص النظام الإعلامي في المملكة، فإن مشكلة هذا البحث تم تحديدها في:

- التعرف على طبيعة المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودي ومصادره.
- التعرف على طبيعة القضايا والأفكار السياسية لدى الجمهور، ومصادره في ذلك وعلاقته بوسائل الإعلام السعودية.
- معرفة مدى تلبية وسائل الإعلام السعودية لاهتمامات الجمهور السياسية والعوامل المؤثرة في ذلك. وقد استخدمت هذه الدراسة الأسلوب الوصفي، الذي يهدف إلى وصف ودراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والقضايا والأوضاع القائمة، وذلك بجمع البيانات والمعلومات؛ لتحليلها وتفسير واستخلاص الدلالات أو إصدار تعميمات بشأنها، وقد تم ذلك من خلال وصف وتحليل المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودية، وما يشمله من قضايا وأفكار، وما يسعى إلى تحقيقه من أهداف، وصولا إلى استنتاجات حول مدى مشاركة النظام السياسي والجمهور في مناقشة القضايا السياسية من خلال وسائل الإعلام السعودية، ومدى قدرتها على القيام بهذه المهمة. ولم تكتف الدراسة بتحليل مضمون وسائل الإعلام فحسب، بل حرصت على وصف طبيعة القضايا والأفكار السياسية لدى الجمهور ومصادره المعرفية وعلاقته بوسائل الإعلام. وذلك من خلال استخدام طريقة المسح بالعينة على عينة من أفراد المجتمع السعودي.

وتم الاعتماد على أداتي تحليل محتوى جميع المواد الصحفية والأخبار والبرامج التلفزيونية المتعلقة بالموضوعات السياسية، واستمارة الاستبيان، وتم اختيار العينة من القطاع الحكومي والقطاع الخاص

وأساتذة وطلاب الجامعات من الجنسين، وذلك من خلال التقسيم الجغرافي الرباعي لمناطق المملكة. واستخدمت العينة العشوائية الطبقية، لتمثيل العينة لكافة فئات المجتمع، حيث وزعت الاستبانة على 1000 مفردة.

وقد كشفت الدراسة التحليلية عن النتائج الآتية:

- توافق نسبي في الأهداف التي يسعى المضمون السياسي لوسائل الإعلام السعودية إلى تحقيقها، مع اختلافات طفيفة في الاهتمام بأهداف دون أخرى بين الصحف والتلفزيون؛ فقد ظهرت قائمة موحدة للأهداف بين التلفزيون والصحف وتضم ثمانية أهداف، احتل بعضها الترتيب ذاته على القائمتين؛ فقد جاء تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات، وتوضيح موقف الدولة، وبيان أهدافها في المرتبتين الأولى والثانية لدى كل من الوسيلتين مع اختلاف في التكرار والمساحة. وجاء تزويد الجمهور بالأخبار في مقدمة أهداف الصحف، ثم توضيح موقف الدولة. ورغم أن الهدفين احتلا المراتب ذاتها في التلفزيون، إلا أن هناك اختلاف في مراكز الاهتمام بقائمة الأهداف بين الوسيلتين. ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء عاملين لهما أهميتهما في تقييم الأهداف هما، أن ظهور هدف تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات في مقدمة أهداف التلفزيون والصحف، إنما يرجع إلى حقيقة حجم المادة الإخبارية في المحتوى السياسي لوسائل الإعلام. ووضوح موقع وسائل الإعلام في العلاقة بين الجمهور والنظام السياسي، حيث تعكس الأهداف في جانب منها مهمة الإعلام في تحقيق الترابط بين النظام السياسي والجمهور.
- جاء توضيح موقف الدولة وبيان أهدافها في المرتبة الثانية على قائمة كل من الصحف والتلفزيون، مع ملاحظة أن التلفزيون كان أكثر اهتماماً بهذا الهدف من الصحف. وجاء هدف التأكيد على الهوية الوطنية في مرتبة متساوية بالنسبة للصحف والتلفزيون، وهو هدف وطني عام ربما لا يتأثر بالأجندة الخاصة لكل وسيلة، وكذلك احتل هدف المساعدة في صنع القرارات السياسية المرتبة الأخيرة على قائمة أهداف الصحف والتلفزيون، وهو ما يشير إلى ضعف اهتمام الوسيلتين معا بوظيفة حيوية للاتصال السياسي، وهو المشاركة في صنع القرار أو تقديم الدعم لصناع القرار.
- وعلى مستوى القضايا المحلية، جاءت قضية الأمن في مقدمة القضايا التي عاجلتها الصحف، بحكم الظروف التي مرت بها المملكة في مواجهة الإرهاب، بينما ظهرت القضايا الاقتصادية، بفعل التطورات التي يشهدها الاقتصاد السعودي، وما يمثله ذلك من أهمية على تنفيذ برامج التنمية في المملكة.
- كما ظهرت قضايا الإصلاح والديمقراطية على أجندة القضايا السياسية، التي عاجلتها الصحف السعودية، وذلك بنسبة (4%) من إجمالي المساحة المخصصة للقضايا السياسية. ويتماشى ذلك مع برنامج الإصلاح، الذي بدأتها المملكة العربية السعودية. وقد بلغت النسبة المخصصة للشؤون الإسلامية في الصحف (4.8%)، وفي التلفزيون (9.7%) من إجمالي القضايا، وهي نسبة تعكس

اهتماما ملحوظا بالشأن الإسلامي، باعتباره أحد ثوابت المجتمع والنظام السياسي على السواء، ما يعكس أهمية خاصة للمملكة.

- حلت المصادر الأجنبية ثانيا في ترتيب التلفزيون والصحف، متفوقة على وكالة الأنباء السعودية، والمصادر العربية، ومصادر أخرى في الحصول على المواد السياسية.
- وجود اختلاف بين الصحف والتلفزيون في تناول القضايا السياسية المحلية مقارنة بالقضايا الخارجية.
- وجود تفاوت بين الصحف والتلفزيون في استخدامهما لأساليب الإقناع التي حلت في مقدمة الترتيب، حيث استخدم التلفزيون أسلوب الواقع الفعلي أولا، فالاستشهاد بالمسؤولين المحليين الرسميين، يليه أسلوب المصلحة الوطنية، بينما استخدمت الصحف أسلوب الاستشهاد أو الإقناع بالأقوال والأحداث الخارجية.
- ضعف مشاركة الجمهور في مناقشة القضايا السياسية في وسائل الإعلام، حيث لم تحظ مساحة كبيرة من المواد الصحفية السياسية بمشاركة الجمهور، وهذا الطابع الأوتوقراطي للتغطية الصحفية يؤثر في كفاءة الصحافة وقدرتها على التأثير وتحقيق التفاعل المطلوب بين الجمهور والقراء، كما تقل نسبة مشاركة الجمهور في مناقشة القضايا السياسية عبر التلفزيون.
- جاءت مشاركة مسؤولي النظام السياسي (الحكومة) في مناقشة القضايا السياسية في وسائل الإعلام منخفضة، بالنسبة للصحف والتلفزيون. وقد توصلت الدراسة الميدانية إلى النتائج الآتية:
- تضمنت الدراسة اثني عشر هدفا وراء تعرض عينة الدراسة للمحتوى السياسي لوسائل الإعلام السعودية، تراوحت من حيث الأهمية بين تأكيد الانتماء للمجتمع السعودي في المرتبة الأولى، وبين قضاء وقت الفراغ والتخلص من الوحدة والعزلة والهموم في المرتبة الأخيرة، كما أن الفروق بين هذه الأهداف ضعيفة.
- وجود اختلاف واضح بين الاهتمام بالقرارات المتعلقة بالقضايا المحلية للجمهور مقارنة بالاهتمام بالقرارات المتعلقة بالقضايا الخارجية، ويلاحظ من النتائج تفوق الاتصال الشخصي على وسائل الإعلام المحلية في حالة الأزمات الداخلية والخارجية.
- تضمنت قائمة القضايا السياسية التي تحظى باهتمام الجمهور تسع قضايا، تصدرتها القضايا المحلية، مما يشير إلى سيادة الاهتمامات المحلية لدى الجمهور على غيرها من الاهتمامات. أما على مستوى القضايا الخارجية، التي ظهرت بنسبة (39.3%) فقد خضع ترتيب أهميتها أيضا للظروف الإقليمية والدولية؛ فالقضيتان العراقية والفلسطينية استأثرتا وحدهما بنسبة (33.3%) من إجمالي القضايا محل اهتمام الجمهور، بسبب ارتباطهما بالمجتمع والنظام السياسي السعودي.
- تصدرت قنوات التلفزيون الفضائية العربية قائمة ترتيب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعرفة السياسية، تلتها الصحف السعودية، ثم الإنترنت التي تعد من المصادر الحديثة في المعرفة السياسية بالنسبة لأفراد المجتمع السعودي، كما أشارت النتائج أيضا إلى أن

الاتصال الشخصي تقدم في ترتيبه على وسائل الإعلام السعودية المتمثلة في الإذاعات والتلفزيون، وكذلك المجالات. ولم تحظ المصادر الأجنبية باعتماد الجمهور عليها كمصدر مهم للمعرفة السياسية، حيث احتلت الترتيب الأخير.

- اعتمد الجمهور على وسائل الإعلام في متابعة القرارات الحكومية بعد صدورها، لأن هذه الوسائل تقوم بشرح وتفسير القرارات الصادرة من النظام السياسي، مما يساعد على فهمها، تلاها أن وسائل الإعلام توفر معلومات ضرورية للمواطنين والمقيمين حول الأنشطة المختلفة التي يقوم بها النظام السياسي.

- لا يميل الجمهور إلى الثقة في المحتوى السياسي لوسائل الإعلام السعودية، حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم موضوعية هذه الوسائل بموافقة الجمهور، وجاء في الترتيب الأخير أن وسائل الإعلام السعودية تعمل لخدمة النظام السياسي وقراراته على حساب الجمهور وقضاياها.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإناث والذكور في الحصول على المعرفة السياسية، وإن كشفت النتائج عن زيادة طفيفة في اعتماد الإناث على وسائل الإعلام.

- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين الثقة في مضمون وسائل الإعلام السعودية، ومدى اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعرفة السياسية، حيث دلت النتيجة على أنه كلما ازدادت ثقة الجمهور بوسائل الإعلام السعودية، ازداد اعتماده عليها في الحصول على المعرفة السياسية.

- جاء اهتمام الجمهور بالموضوعات السياسية أولاً، من حيث قوة الارتباط بمدى الاعتماد على هذه الوسائل في المعرفة السياسية، ثم القضايا الثقافية والعلمية، ثم القضايا الدينية، في حين حل في المرتبتين الأخيرتين اهتمام الجمهور بكل من القضايا الرياضية والاقتصادية.

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الاتصال الشخصي بالآخرين ومناقشتهم في القضايا والمواضيع التي تثيرها وسائل الإعلام السعودية من جهة، وبين مدى الاعتماد على هذه الوسائل في الحصول على المعرفة السياسية من جهة أخرى.

- كلما ازداد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام غير السعودية، قل اعتمادهم على وسائل الإعلام السعودية في الحصول على المعرفة السياسية. بسبب التفوق التقني والفني، والقدرة على مواكبة الأحداث، التي تتمتع بها بعض هذه الوسائل غير السعودية.

- تتمثل العناصر الأساسية لقدرة وسائل الإعلام على تلبية اهتمامات الجمهور بما يلي:

- التوافق بين قائمة القضايا محل الاهتمام لدى كل من وسائل الإعلام والجمهور.
- أهداف التعرض لدى الجمهور وأهداف وسائل الإعلام.
- مشاركة الجمهور في مناقشة القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام.

- اهتمام الصحافة بالقضايا يختلف إلى حد ما مع اهتمام الجمهور بتلك القضايا، كما ظهر الارتباط بين أجندة الجمهور وأجندة التلفزيون طردياً أيضاً، مما يشير إلى اختلاف إلى حد ما مع اهتمامات الجمهور.

- وجود اختلافات بين دوافع التعرض أو أهداف الجمهور وبين أهداف المحتوى السياسي لوسائل الإعلام.
- كانت فرص المشاركة التي تتيحها وسائل الإعلام السعودية للجمهور ضعيفة جدا، وأكثر قليلا في التلفزيون، لطبيعة البرامج الحوارية فيه، التي تعتمد على مشاركة الجمهور.
- جاءت الصحف السعودية في المرتبة الثانية بعد الفضائيات العربية، في حين جاء التلفزيون السعودي في المرتبة الثامنة، من حيث ترتيب مصادر المعرفة السياسية لدى الجمهور السعودي. وجاءت الإنترنت في المرتبة الثالثة، ما يدل على أهميتها في تدفق المعلومات السياسية داخل المجتمع. وجاء الاتصال الشخصي في المرتبة الخامسة. وعلى مستوى وسائل الإعلام المحلية، جاءت الصحف في المرتبة الأولى، في حين جاء التلفزيون في المرتبة الثالثة، متأخرا عن الإذاعة السعودية ومتقدما على المجلات.
- يزداد التعرض لوسائل الإعلام السعودية حين تظهر مشكلة داخلية، عكس وسائل الإعلام غير السعودية.

وعلى ضوء هذه النتائج توصلت الدراسة للتوصيات الآتية:

- منح أفراد المجتمع هامشا أكبر من الحرية وإبداء الرأي، وصولا إلى مشاركة فاعلة حول مختلف الأفكار والقضايا، إلى جانب دورها في خدمة أهداف النظام السياسي، التي تسير باتجاه المصلحة العامة.
- ضرورة اهتمام النظام السياسي، بالمشاركة في مناقشة القضايا والقرارات السياسية عبر وسائل الإعلام، في ظل حركة الإصلاح السياسي والإداري والإعلامي التي تشهده المملكة.
- اهتمام النظام السياسي بالإنترنت، بوصفها وسيلة اتصال مهمة في تناول القضايا السياسية، وحلقة وصل مباشرة ما بين أفراد المجتمع وصناع القرار السياسي.
- ضرورة أن تقوم وسائل الإعلام السعودية بالتخطيط الإعلامي، وإجراء بحوث دورية للجمهور لاستكشاف حقيقة العلاقة بينها وبين جمهورها، بما يمكنها من التعرف على اهتمامات الجمهور واحتياجاته وبما يوفر معلومات أساسية يستند إليها التخطيط الإعلامي.

19- دراسة بشار عبد الرحمن أحمد مظهر، بعنوان: دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية (2007)¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين طبيعة معالجة القنوات الفضائية العربية والراديو الدولي للقضايا السياسية العربية والدولية البارزة، وأطر التناول الإخباري لهذه القضايا، وإدراك النخبة اليمنية لبروزها وتقييمها لها. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، من خلال دراسة تحليلية للمضمون الإخباري على عينة من النشرات الإخبارية (30 نشرة من حصاد اليوم من قناة الجزيرة، 30 نشرة من

¹. بشار عبد الرحمن أحمد مظهر: دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمنية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.

منتصف اليوم من قناة الجزيرة، 30 نشرة من عالم الظهيرة في إذاعة لندن، 30 نشرة من العالم الآن من إذاعة (سوا). ودراسة ميدانية مسحية على عينة عمدية قوامها 200 مفردة من النخبة الفكرية اليمنية، شملت أكاديميين وإعلاميين وأدباء.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية لدى النخبة الفكرية اليمنية بصفة منتظمة بـ (68%)، وأحياناً بنسبة (28.5%)، ونادراً بنسبة (3.5%).
- ارتفاع نسبة التعرض اليومي المتوسط للقنوات الفضائية، حيث جاءت في الترتيب الأول بـ (58.5%) لدى النخبة الفكرية اليمنية.
- جاءت الجزيرة في الترتيب الأول من بين القنوات الفضائية المفضلة، تلتها العربية، ثم الفضائية اليمنية.
- جاءت النشرات الإخبارية في مقدمة البرامج المفضلة في القنوات الفضائية العربية.
- ارتفاع نسبة مشاهدي النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية، حيث بلغت نسبة المشاهدة بصفة منتظمة دائماً (81.5%).

20- دراسة محمود عبد الرؤوف كامل، بعنوان: دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين (دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الشخصية المصرية على عينة من رواد معرض الكتاب) - مدخل تكاملي من نظريات التعلم الاجتماعي والاعتماد على وسائل الإعلام والتنمية- (2007)¹

انطلقت هذه الدراسة من أن إعادة بناء شخصية الإنسان المصري تحتاج إلى تكاتف جهود جميع المؤسسات والهيئات والأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام، لتنشئة جيل يحب بلده قادر على الإسهام في تنميتها، فبناء الشخصية مفتاح التنمية، ويتحقق البناء الصحيح بتوفير أجواء الحرية والديمقراطية والقُدوة الحسنة، وتطوير السلوك، ونشر قيم التسامح والمحبة والإخلاص في العمل، والالتزام بالمعايير الأخلاقية والدينية، كمقومات أساسية لبناء شخصية قادرة على تحمل المسؤولية.

وسعى هذا البحث إلى دراسة تأثير وسائل الإعلام على صفات الشخصية المصرية الإيجابية والسلبية، وعلاقة ذلك بالتنمية في مصر، من خلال اختبار افتراض نظريات التعلم الاجتماعي والإدراك والاعتماد على وسائل الإعلام. ومنه سعت هذه الدراسة للتأكد من صحة الفرضية الرئيسية التالية:

¹ . محمود عبد الرؤوف كامل: دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين (دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الشخصية المصرية على عينة من رواد معرض الكتاب- مدخل تكاملي من نظريات التعلم الاجتماعي والاعتماد على وسائل الإعلام والتنمية)، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 8-10 مايو

لوسائل الإعلام دور في إكساب الشخصية المصرية صفاتها أو التخلي عن هذه الصفات، سواء كانت إيجابية أم سلبية، وذلك من خلال اعتمادهم على هذه الوسائل، والتعلم منها، ومن خلال تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية عليهم.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، ويعتمد البحث على منهج المسح لوصف الظاهرة والتعرف على العلاقات الإرتباطية بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة المدروسة. وأجريت الدراسة على عينة قصدية من رواد معرض القاهرة الدولي للكتاب، قوامها 394 مفردة لأنهم يمثلون أغلب محافظات مصر، وتم جمع البيانات الميدانية، من خلال استمارة استبيان وزعت بطريقة المقابلة المباشرة مع المبحوثين، خلال فترة انعقاد الدورة التاسعة والثلاثين لهذا المعرض من شهري يناير وفبراير 2007.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يأتي:

- يعتقد غالبية المبحوثين أن لوسائل الإعلام دور في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض صفات الشخصية المصرية، كما يراها المبحوثون في الواقع، وكما تعكسها وسائل الإعلام، مثل التدين والصدق والكذب والغش والتسامح والشهامة والقدوة الحسنة.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين صفات الشخصية المصرية السلبية كالفساد والتحايل، أكثر من مثيلتها الايجابية كالاتزام والجدية والإتقان والتعرض لوسائل الإعلام، مما يشكل عائقا كبيرا للتنمية.
- وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها من خلال البحث، تم تقديم بعض التوصيات التي قد تسهم في ترسيخ صفات الشخصية الجيدة وتشجيع الاتزام بها، من خلال متابعة الوسائل الإعلامية، من أهمها:
- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام بإبراز الصفات الإيجابية وتدعيمها، نظرا لأهمية دورها في التنشئة والتنمية، ونبذ الصفات السلبية من خلال المضامين التي تقدمها، فالأفراد قد يكتسبون هذه الصفات والسلوكيات المرتبطة بها عن قصد أو غير قصد في أحيان كثيرة، من خلال اعتمادهم على هذه الوسائل أو تعرضهم لها لتلبية حاجاتهم، وفقا لنظريتي الاعتماد والتعلم والإدراك الاجتماعي.

21- دراسة محمد رضا محمد حبيب، بعنوان: علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري - دراسة تحليلية وميدانية- (2007)¹

سعت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة بين التعرض للصحف المطبوعة وشبكة المعلومات الدولية، وبين المعرفة السياسية للشباب المصري. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بأداتي تحليل المضمون والاستبيان، حيث أجرى الباحث دراسة تحليلية لكل الموضوعات المنشورة في صحف الأهرام، المصري اليوم، الوفد، ومواقع (الحزب الوطني الديمقراطي، إخوان أون لاين، مصراوي)، خلال شهرين يناير وفبراير ومارس من عام 2007، وتشمل عينة الدراسة 1137 مادة خاضعة للتحليل.

كما أجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة من الشباب الجامعي المصري، قوامها 451 مبحوث، توزعت على الجامعات التالية: جامعة القاهرة 149، جامعة المنصورة 146، جامعة المنيا 156.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، من أهمها:

- أجابت نسبة (41.2%) من أفراد العينة أن الصحف تزودها بالمعرفة السياسية إلى حد ما، في حين أجابت نسبة (30.8%) أن الصحف تزودها بالمعرفة السياسية إلى حد كبير.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للصحف والتزود بمعلومات عن القضايا والأحداث.
- كانت جريدة المصري اليوم أكثر الصحف حيادية في تعرضها للتعديلات الدستورية، وذلك لتنوع كتاب الرأي بها، كما كان موقع مصراوي أكثر المواقع حيادية للتعديلات الدستورية والقضية العراقية، وذلك لكونه لا يعبر عن خط سياسي معين.
- عدم وجود علاقة بين التعرض للصحف والإنترنت والمعرفة السياسية عن التعديلات الدستورية أو القضية العراقية.
- جاءت الدوافع النفعية في مقدمة الدوافع، التي تجعل أفراد العينة يقرأون الصحف، وفي مقدمتها الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث، وفهم العالم من حولهم ومعرفة حقوقهم.

22- دراسة رضا عبد الواحد أمين، بعنوان: استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية - دراسة في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع - (2007)²

¹. محمد رضا محمد حبيب: علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري (دراسة تحليلية وميدانية)، إشراف: شريف درويش اللبان، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.

². رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دراسة منشورة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007.

انطلقت هذه الدراسة من أن السنوات الأخيرة قد شهدت زيادة أعداد مستخدمي شبكة المعلومات الدولية، وظهرت الصحف الإلكترونية عليها، التي عرفت ترددا كبيرا على مواقعها، خاصة فئة النخبة باعتبارها أقدر الفئات مرونة في تقبل هذه المستحدثات، وأقدرها استعدادا لممارستها وتبنيها. الأمر الذي اقتضى دراسة استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتفضيلاتهم لكل من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية، ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام من خلال التعرف على الآليات والمحددات، التي تحدد دوافع استخدامهم للصحف الإلكترونية، ورؤيتهم لتحديد شكل علاقة التأثير المتبادل بين كل من الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.

وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح بنظام العينة، بتطبيق استمارة الاستبيان، التي تم توزيعها على عينة من النخبة المصرية، الذين يستخدمون الانترنت مكونة من 400 مفردة، ابتداء من 8 أغسطس 2004 إلى 25 ديسمبر 2004. وقد اعتمد الباحث على الأسلوب القصدي في اختيار النخبة التي تمثل مجتمع البحث، وتشمل (النخبة الأكاديمية، النخبة الإعلامية، النخبة السياسية، النخبة الدينية)، ثم قام باختيار مفردات العينة من كل فئة من النخبة بالتساوي بأسلوب العينة العشوائية بمقدار 100 مفردة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- جاءت الفئة العمرية الخاصة بسن الشباب في المرتبة الأولى كمتغير فاعل في استخدام النخبة المصرية للإنترنت، وخاصة من تتراوح أعمارهم بين 30 و40 سنة بنسبة 62.25%.
- كان تعرض أفراد العينة للإنترنت كثيف، ما يعكس سرعة استحباب النخبة لهذه الوسيلة الإعلامية الجديدة وإقبالهم عليها.
- تمثلت دوافع استخدام أفراد العينة للإنترنت في الدوافع النفعية في المقام الأول، المتمثلة في الاستفادة منها في مجال العمل، ثم الدوافع المعرفية المتمثلة في معرفة الأخبار المحلية والدولية، وجاءت الدوافع الخاصة بالتسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ في المرتبة الثالثة.
- جاءت مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع تفضيلا لدى أفراد العينة، وكانت خاصية الفورية والآنية في إمداد النخبة بالأخبار والمعلومات، من أهم مبررات الإقبال على الصحف الإلكترونية، وما تمثله هذه الصحف كبديل للصحف الورقية، إضافة إلى مسايرة التطور التكنولوجي في مجال الصحافة.
- كانت الصحف الإلكترونية المصرية أكثر تفضيلا لدى العينة من الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية.
- جاءت المادة الإخبارية المتعلقة بالموضوعات السياسية في الترتيب الأول من حيث مستويات تفضيل النخبة لمضامين الصحف الإلكترونية، تلتها الأخبار المحلية، ثم مقالات الكتاب وصفحات الرأي، فالموضوعات الرياضية، وأخيرا الموضوعات الاقتصادية والفنية.

- أشار أفراد العينة إلى أن الصحف الإلكترونية المصرية لا توفر كثيرا من الأشكال التفاعلية، التي تميز شبكة الانترنت لمستخدميها، ولا تستفيد من الإمكانيات التفاعلية المتعددة التي تتيحها الشبكة.
 - تمثلت الإشباعات المحققة من استخدام الصحف الإلكترونية المصرية، في تزويد النخبة بالأخبار والتحليلات الإخبارية التي يريدونها، وتلبية كافة احتياجاتهم الصحفية، غير أن مواقع الصحف الإلكترونية لم تحقق لدى جمهور النخبة الإشباع المتعلق بتنمية المهارات، أو اكتساب المهارات الجديدة، كما لم تلب الحاجة إلى التسلية وقضاء وقت الفراغ.
 - جاءت تلبية الحاجات الصحفية والمعرفية في مقدمة الإشباعات المحققة لدى أفراد العينة من استخدامهم للصحف الإلكترونية العربية، غير أنها لم تلب حاجتهم للتسلية والترفيه أو اكتساب مهارات جديدة، أو تنمية ما لديهم من مهارات إلا بنسبة محدودة، كما أنها لم تشبع الحاجة لمعرفة التحليلات الإخبارية والمواد الصحفية، التي لا توجد في الصحف المصرية إلا بنسبة ضئيلة.
 - تمثلت أهم الإشباعات المحققة من استخدام الصحف الإلكترونية الأجنبية في معرفة الأخبار والمعلومات التي يريدونها، ثم تلبية الاحتياجات الصحفية والإعلامية، وإعطاء صورة صادقة وموضوعية عن الأحداث الهامة، بينما لم تحقق الإشباعات المتعلقة باكتساب وتنمية المهارات لدى النخبة، في حين حققت رغبتهم في التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة ضئيلة، وهو ما يتفق وطبيعة هذه المواقع وأفراد النخبة.
 - صرح أفراد العينة بوجود علاقة تكاملية بين الصحف الإلكترونية والورقية، حيث لم تلغ وسيلة حديثة وسيلة قديمة، بل تدفعها لاستحداث أساليب ووسائل جديدة لتقدم المضمون الإعلامي.
- 23- دراسة طه عبد العاطي نجم وأنور بن محمد الرواس، بعنوان: العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت-(2011)¹**

انطلقت هذه الدراسة من أن وسائل الإعلام الجديدة تعمل على رفع مستوى المعرفة السياسية، من خلال نشر الوعي السياسي لدى المواطنين، واستخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور، وزيادة اهتمامه بالشؤون السياسية، بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد.

وجاءت هذه الدراسة لترصد العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة - ممثلة في الإنترنت - والمعرفة السياسية لدى الشباب العماني، من خلال التعرف على مظاهر اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس بالموضوعات السياسية، ودوافع تعرضهم لها عبر للإنترنت، وحجم التعرض، والمواقع المفضلة لديهم لمتابعة

¹. طه عبد العاطي نجم وأنور بن محمد الرواس: العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، دورية دولية محكمة متخصصة في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ع4، جانفي 2011، ص ص: 46-

الموضوعات السياسية، بالإضافة إلى دراسة مظاهر علاقة الطلاب بالمدونات والمواقع الإلكترونية هذا من جانب، وبمحت علاقة متابعة الطلاب للمواقع الإلكترونية بمستوى المعرفة السياسية من جانب آخر.

واستندت هذه الدراسة إلى نظرية ثراء وسائل الإعلام، والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية، وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، والذي يقوم أساسا على مدى توفرها لرجع الصدى.

وقد طبقت استمارة الاستبيان على عينة بلغ حجمها 370 مفردة، موزعة بالتساوي على الذكور والإناث، تم سحبها بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة السلطان قابوس.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس، تلتها مباشرة القضايا السياسية العالمية، ثم القضايا الإقليمية.
- احتلت الموضوعات الثقافية الصدارة في اهتمامات طلاب جامعة السلطان قابوس عبر الإنترنت، تلتها مباشرة الموضوعات الرياضية، بينما جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الثالث.
- تصدر احتواء الإنترنت على الصور وخدمات الفيديو مقدمة دوافع تعرض الطلاب لمتابعة الموضوعات السياسية على الإنترنت، ثم جاء تميز الإنترنت بالتفاعلية، ثم تزويد الجمهور بوجهات النظر المختلفة.
- احتل موقع (الجزيرة نت) صدارة المواقع الإلكترونية المفضلة، ثم موقع (السبلة العمانية)، يليه موقع (العربية نت) في الترتيب الثالث.
- تمثلت أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية لدى أفراد العينة في العوامل التالية بالترتيب: الجراً في معالجة الموضوعات الصحفية، وابتعادها عن التوجه الحكومي، وارتفاع درجة المصداقية، وتنوع الموضوعات وتعددتها، وزيادة هامش الحرية لديها، وتميزها بعرض تحليلات متعمقة للأحداث.
- تصدرت مواقع الفضائيات اهتمامات عينة الدراسة، تلتها مواقع الصحف، ثم مواقع الإذاعات، بينما جاءت النسخ الإلكترونية للصحف الورقية في مقدمة أنواع الصحف الإلكترونية، تلاها أرشيف القصص الإخبارية، ثم منابر وساحات الرأي، وأخيرا الطباعات الأرشيفية.
- تصدرت خاصية إعطاء القارئ الفرصة للقراءة قائمة الخصائص، التي تميز الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس، ثم خاصية الحوار مع القراء، ثم استخدام خدمة البريد الإلكتروني، وخاصية نقل القارئ إلى موقع الحدث في الترتيب الرابع، والاستفادة من خدمة القوائم البريدية.
- تصدرت المدونات العمانية مجال اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس، ثم مدونات المشاهير العمانيين في الترتيب الثاني، والمدونات العربية لشخصيات سياسية في الترتيب الثالث، ثم المدونات الأجنبية.

- جاء ترتيب آراء الطلاب في المدونات الإلكترونية على النحو الآتي: أنها تتيح للفرد أن يكون صحفياً، وتمكنه من توصيل صوته للآخرين دون عوائق، وتعبّر عن كل ألوان الطيف السياسي، وتمنح الفئات المهمشة في المجتمع منفذاً فريداً لحرية التعبير.
- أبرزت النتائج الخاصة بعلاقة متابعة المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية، أن نقص المعلومات السياسية لدى الشباب، تعتبر أحد العوامل المهمة في متابعة المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى أن المواقع الإلكترونية تعمل على إشباع رغبات الباحثين وحاجاتهم السياسية، فضلاً عن دورها في عملية التنشئة السياسية.

تعقيب على الدراسات العربية:

- أكدت نتائج جميع الدراسات السابق عرضها على التأثيرات السياسية، التي تحدثها وسائل الإعلام على جمهور النخبة المثقفة، إلا أنها اختلفت إلى حد ما في تحديد أكثرها قوة في هذا المجال، حيث أظهر أغلبها تفوق الصحافة المطبوعة على التليفزيون في تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف حول القضايا العامة، والأحداث الجارية، خاصة في مستوى المعرفة المتعمقة، بينما جاءت دراسات أخرى لتؤكد دور بقية وسائل الإعلام، وخاصة التليفزيون في تزويد الجمهور بالمعرفة، وخاصة أثناء الأزمات.
- بينت نتائج هذه الدراسات أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في تشكيل القيم والاتجاهات والمعلومات والسلوكيات السياسية، في حين بينت دراسات أخرى أنه على الرغم من اعتماد الجمهور بشكل عام، والنخبة بشكل خاص على وسائل الإعلام، لاسيما الصحف والتليفزيون في الحصول على المعلومات السياسية، إلا أنه فيه انخفاض للوعي السياسي.
- كما أن أغلب الدراسات التي تناولت الدور السياسي لوسائل الإعلام ركزت على الجمهور العام، وبالنسبة للدراسات التي تناولت علاقة الإعلام بجمهور النخبة، فقد تركز اهتمامها على معرفة علاقات (الاستخدامات - الاعتماد المتبادل)، في حين تكاد تنعدم الدراسات التي تتناول التأثيرات سواء على الجانب المعرفي أو القيمي أو السلوكي، وفي حدود ما وقع بين يدي الباحثة من دراسات لم تعثر على دراسة واحدة تناولت القيم السياسية لدى الجمهور بمختلف فئاته في علاقتها بوسائل الإعلام، واهتمام معظم الباحثين بدور مؤسسات التنشئة السياسية الأخرى كالأسرة والمدرسة في تكوين القيم السياسية لدى الجمهور، وهذا ما دعا الباحثة للتركيز على هذا الجانب. وقد استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة سواء على مستوى الجوانب النظرية أو المنهجية في التحديد الدقيق للمشكلة البحثية وضبط الإطارين المنهجي والنظري لها.
- اعتمدت الدراسات السابقة من حيث المنهج على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، باعتباره المنهج الأنسب لمثل هذه الدراسات، وعلى أداة الاستمارة في مسح الجمهور، واتجهت إلى استخدام أسلوب العينة بدلا من المجتمع الأصلي ككل، تقريبا بحجم 150 مفردة لصعوبة الوصول إلى هذه الفئة، واعتمدت في أغلبها على مدخل المنصب القيادي والشهرة في تحديد مفرداتها.

ثالثا - الدراسات الأجنبية:

1- دراسة "كارول ويسس" (Carol H.Wess)، بعنوان: "ماذا يقرأ القادة الأمريكيون" (1974)¹

تناولت هذه الدراسة علاقة القادة الأمريكيين بوسائل الإعلام المختلفة، وترتيب هذه الوسائل لديهم وفقاً لأهميتها، وانعكاس ذلك على عملية صنع واتخاذ القرار لديهم، فضلاً عن تأثير متغيرات أخرى مثل: الخلفية الاجتماعية، والخبرة الوظيفية، والسياق الفردي والاجتماعي، والوضع الاجتماعي على سلوك القادة.

وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 445 مفردة من الصفوة، من مختلف القطاعات المؤسسية الأمريكية (مسؤولين تنفيذيين، أعضاء مجلس شيوخ ونواب ومسؤولو الأحزاب ورؤساء النقابات)، من خلال استخدام صحيفة الاستقصاء في عامي 1971-1972.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- تفوق الصحف على باقي الوسائل الإعلامية (الراديو والتلفزيون) من حيث معدلات الاستخدام.
- وجود علاقة ارتباط بين التوجهات السياسية وبين تفضيل نوعيات معينة من الصحف والمجلات التي تتفق وهذه التوجهات.
- تفوق مصادر المعلومات التابعة للمنظمات، التي ينتمي إليها أفراد الصفوة على تقارير الصحف والتلفزيون من حيث معدلات التعرض والاستخدام في القرارات، وذلك لأنها أكثر سرعة ودقة وتوافقاً مع سياسات المنظمات، التي تعمل بها أفراد الصفوة، وتمثلت هذه المصادر في: المحادثات الشخصية، المنشورات، التقارير والأبحاث.
- تصدرت مجلة "New York Times" قائمة المجلات التي يقرأها أفراد الصفوة بشكل عام، وذلك في مقابل مجلة "Times" التي يقبل عليها الصفوة في مجال الأحزاب السياسية، بينما حظيت مجلة "Washington Post" بمقروئية عالية لدى الموظفين الفدراليين وأعضاء الكونجرس.

2- دراسة "أتكين" (Atkin)، و"جالواي" (galway)، و"نيمان" (Nyman) (1976)²

ركزت هذه الدراسة على الفرضية التي تقول: إن ثقافة الناخب واهتمامه بالقضايا السياسية تؤثر وتتأثر بآليات التعرض لوسائل الإعلام، إذ توقع الباحثون في دراستهم أن هناك علاقة سببية بين هذين

¹ Carol H.Wess: What America's Leader Read, The Public Quarterly, Vol 38, Spring 1974, pp: 1-21.

² محمد بن سعود البشير: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، ط1، 1997، ص ص: 141-

المتغيرين، أي أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من المعرفة السياسية، التي تعرضها الوسائل الإعلامية، وأن هذه المعرفة وذلك الاهتمام يزيد أيضا من حجم التعرض لوسائل الإعلام بطريقة عكسية.

ومن خلال عينة الدراسة التي شملت 148 طالبا من جامعة ولاية كلورادو الأمريكية، تم توزيع استمارة استبيان عليهم، تناولت موضوع الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1972.

وقد كشفت نتائج إجابات أفراد العينة على:

- وجود علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام -التلفزيون بشكل خاص- ومتغيري الثقافة السياسية والاهتمام بقضايا البيئة السياسية، ويلخص الباحثون النتائج التي توصلوا إليها في دراستهم بقولهم: "إن المعلومات التي أدلى بها أفراد العينة تؤكد على أن المتغيرين الأساسيين في الدراسة (المعرفة السياسية والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية)، يمثلان إسهاما ذا أهمية في مجال البحث في دوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام. كما أن نتائج هذه الدراسة تؤكد على أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من المعرفة السياسية لدى الأفراد ومدى اهتمامهم ومتابعتهم لقضايا بيئتهم السياسية، ومن خلال مقابلة كل فرد من أفراد العينة تبين أن الاهتمام الشخصي بالسياسة يدفعهم لقراءة الأخبار المتعلقة بالحملات الانتخابية أو مشاهدة هذه الأخبار في التلفزيون. وفي المقابل يزيد هذا التعرض من الرغبة في متابعة وسائل الإعلام. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة تؤكد ما توصلت إليه نظرية ترتيب الأولويات.

3- دراسة "لوين" (Lewellen)، بعنوان: التلفزيون والمشاركة السياسية (دراسة مسحية) (1976)¹

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين التعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية، في دراسة مسحية شملت عينة من طلاب المرحلة الثانوية في العاصمة الأمريكية واشنطن بلغ عدد أفرادها 1811 طالبا. وفي سؤال الباحث لهم عن مدى مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية، التي تعرض القضايا العامة، والشؤون السياسية، ومدى متابعتهم للأخبار التلفزيونية، وعلاقة ذلك بالمشاركة في أنشطة الأحزاب السياسية، تبين له أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام -التلفزيون بشكل خاص- وأنماط المشاركة السياسية، كما أوضحت نتائج دراسته أنه كلما زاد تعرض أفراد العينة للبرامج التلفزيونية، كلما زادت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة المتاحة لهم في بيئتهم السياسية.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذه الدراسة تؤكد ما توصلت إليه نظرية ترتيب الأولويات.

4- دراسة "دوجلاس بويد" (Douglas A.Boyed)، بعنوان: استخدام الصفوة المصرية لوسائل الإعلام المختلفة المحلية والدولية (1978)¹

أجريت هذه الدراسة للكشف عن استخدامات عينة من الصفوة المصرية لوسائل الإعلام المختلفة المحلية والدولية، شملت 27 مفردة من مسؤولين حكوميين وأكاديميين، فضلا عن كبار المهنيين بالقطاع الخاص، وباستخدام صحيفة الاستقصاء، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها:

- فضل أفراد الصفوة المصرية من مسؤولي الحكومة استخدام الإعلام المحلي، لثقتهم في الأخبار التي يقدمها.
 - فضل أفراد الصفوة الأكاديمية وكبار المهنيين استخدام وسائل الإعلام الدولية، لاستقصاء الأخبار المحلية والدولية، خصوصا الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية، تلتها الصحف القومية.
- #### 5- دراسة "ماكلود" (Mcleod)، "بابي" (Bybee)، و"دورال" (Durall) (1979)²

يعدد كل هؤلاء خمس وظائف يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام، من أجل إيجاد مواطن على درجة جيدة من المشاركة السياسية هي:

- تحفيز باعث المشاركة.
 - تثقيف المواطن.
 - تسهيل عملية صناعة القرار، خاصة في مواسم الانتخابات، من خلال توضيح القضايا، وتسهيل الضوء على الشخصيات المؤثرة في العملية السياسية.
 - تحفيز المشاركة ذاتها.
 - تعزيز الولاء لنظام أو اتجاه سياسي معين.
- وقد مثلت هذه الوظائف المتغيرات الرئيسية لدراستهم، حول مدى تأثير مشاهدة المناظرات السياسية لانتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1976، على السلوك السياسي لعينة الناخبين، بلغ عددهم 353 ناخبا، من مدينة ماديسون في ولاية ويسكانس.

وقد أظهرت هذه الدراسة أن مشاهدة هذه المناظرات السياسية، كان لها أثرا كبيرا على السلوك السياسي لبعض أفراد العينة، تمثل في تحفيزهم على المشاركة في الحملات الانتخابية، ومساعدة الآخرين في صناعة قرارهم الانتخابي.

6- دراسة "ميلر" (Miller) و"ريز" (Reese)، (1982)¹

¹ .Douglas A.Boyed : Analysis of Mass Media Usage by Egyptian Elite Groups, Journalism Quarterly, Vol.55, no.3, summer, 1978, pp: 501-506.

² . محمد بن سعود البشير: المرجع السابق، ص ص: 144 - 145.

سعت هذه الدراسة للتحقق من الفرضية التي تقول: إن هناك علاقة إيجابية بين السلوك السياسي والتعرض للرسائل التلفزيونية إذا كان التلفزيون هو الوسيلة الرئيسية لاستقاء المعلومات عن قضايا الانتخابات.

واشتملت قائمة النشاط السياسي على ثمانية أسئلة وجهت إلى عينة الدراسة، لها علاقة مباشرة بالنشاط الانتخابي هي:

- هل تحدثت عن الانتخابات مع شخص آخر؟
 - هل حاولت التأثير في عملية تصويت الآخرين؟
 - هل شاركت في أية اجتماعات سياسية؟
 - هل سبق لك العمل لمصلحة مرشح أو حزب معين؟
 - هل سبق لك أن ارتديت شعارا لحملة انتخابية معينة؟
 - هل سبق وأن وضعت ملصقات انتخابية على سيارتك؟
 - هل سبق لك أن تبرعت بمال إلى مرشح أو حزب معين؟
 - هل سبق لك أن بعثت برسائل إلى المسؤولين الرسميين حول رأي معين؟
- وطلب الباحثان من عينة الدراسة الإجابة عن مدى مشاهدتهم للبرامج الإخبارية من خلال مقياس يتكون من أربعة اختيارات - Point scale -4، يبدأ بـ "غالبا" وينتهي بـ "أبدا".

وقد أظهرت نتائج دراستهم صحة الفرضية، وأكدت على أن الاعتماد على التلفزيون أثناء المواسم الانتخابية يؤثر بشكل مباشر على السلوك السياسي لعينة الدراسة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة تؤكد ما توصلت إليه نظرية ترتيب الأولويات خاصة خلال الحملات الانتخابية.

7- دراسة "أليكسيس تان" (Alexis S. Tan)، بعنوان: استخدام وسائل الإعلام والتوجهات السياسية للمجموعات العرقية (1983)²

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام والتوجهات السياسية لثلاث مجموعات عرقية من الشباب. وقد انطلقت الدراسة من فرضية رئيسية مؤداها أن وسائل الإعلام تستطيع

¹. نفس المرجع، ص: 145 - 146.

². Alexis S. Tan : Media use and Political Orientations of Ethnic Groups, Journalism Quarterly, Vol.60, No.2, 1983, pp:126-133.

أن تهيء الأغلبية لكي يتقبلوا قيما شائعة، ومعايير ونماذج سلوكية تدعم النظام السياسي، وهذا الفرض يقوم على اعتبار أن وسائل الإعلام التقليدية تعكس الحياة الحقيقية وتقوي الحياة الاجتماعية والسياسية، من خلال زيادة قبولهما بين الجماهير.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- أن استخدام التلفزيون والصحافة يؤدي إلى تدعيم الاتجاهات السياسية، التي تظهر بوضوح في المعرفة السياسية والمشاركة السياسية، والدعوة لتأييد النظام السياسي.
- يمكن التنبؤ من خلال استخدام وسائل الإعلام بمستوى المعرفة السياسية في الشؤون العامة، وبخاصة عند استخدام الصحف؛ حيث أن المستوى الأعلى تعليما يتجه لاستخدام الصحف، بينما يتجه الأقل تعليما للتزود بالمعرفة السياسية عن طريق التلفزيون.
- أن المشاركة السياسية قد ظهرت في كل من المجموعات ذات التعليم العالي والمنخفض، ووجدت علاقة ذات دلالة بين قراءة الصحف ومستوى الفاعلية السياسية.

8- دراسة "بابي" و"كوماديننا" (Carl R.Bybee & Mark Comadena)، بعنوان: اعتماد

الصفوة من متخذي القرارات على وسائل الإعلام مقارنة بالاتصال الشخصي (1984)¹

سعت هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الصفوة من متخذي القرارات من الأعضاء بالهيئات التشريعية الأمريكية على وسائل الإعلام المختلفة مقارنة بالاتصال الشخصي، كمصدر لمعلوماتهم مع ترتيب أولويات هذه الوسائل لديهم، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 74 مفردة، وتوصلت لعدة نتائج، أهمها:

- وجود استقرار نسبي في عملية الحصول على المعلومات من وسائل الإعلام مقابل اعتماد أقل على الاتصال الشخصي.
- جاءت الصحف في مقدمة وسائل الإعلام التي يستخدمها أعضاء مجلس الشيوخ والنواب كمصادر لمعلوماتهم.
- تفوق الراديو على التلفزيون والصحف - كنتيجة غير متوقعة -، من حيث اعتماد القادة التشريعيين عليه كمصدر لمعلوماتهم، وذلك على الرغم من تعرضهم للصحف بمعدلات أكبر.
- إن الاعتماد على الاتصال الشخصي في الحصول على المعلومات يعتمد على طبيعة المعلومات التي يتطلبها موقف معين.

¹ Carl R.Bybee & Mark Comadena : Information Sources and State Legislators, Decision -Making Dependency, Journal of Broadcasting, Vol.28, No.3, Summer 1984, pp: 333-339.

9- دراسة "ميلر" (Miller) و"آسب" (ASP)، (1985)¹

ركزت هذه الدراسة على مدى تعلم الناشئة من وسائل الإعلام، لتطوير آفاقهم الذهنية والمعرفية حول البيئة السياسية، من خلال محاولة الإجابة عن سؤالين مهمين:

- ما الكيفية التي يحصل بها المواطنون في الولايات المتحدة والسويد على المعلومات السياسية من وسائل الإعلام؟
 - ما دور وسائل الإعلام في زيادة الوعي والمعرفة السياسية لدى الناشئة؟
- وقد انتهت نتائج دراستهما إلى:

- أن التعرض المستمر لوسائل الإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة، له أثر مباشر في تنمية الوعي والمعرفة السياسية لدى عينة الدراسة.
- أن الاستخدام المستمر للتلفزيون من أجل متابعة القضايا العامة، التي تحدث في المجتمع، يسهم في زيادة الثقافة السياسية لدى عينة الدراسة في كلا المجتمعين الأمريكي والسويدي.

10- دراسة "أينجار" (Shanto Iyengar)، بعنوان: Television and american opinion، (1987)²

أجريت هذه الدراسة من قبل الباحث "أينجار"، وهو أستاذ مشارك للعلوم السياسية في إحدى الجامعات الأمريكية، وهي جزء من مشروع بحث تحت عنوان "الخبر الذي يهم التلفزيون والرأي الأمريكي" عام 1987.

اتبعت هذه الدراسة منهج المسح من خلال عينة من المشاهدين في ثلاث قرى بنيويورك، وقام فريق البحث بنقل العينة المبحوثة إلى معمل لوسائل الإعلام، حيث قامت بتعبئة طلب بالموافقة على استبيانة أولية قصيرة تسبر أغوار خلفية كل فرد السياسية والشخصية، ثم شاهدت العينة شريطا تلفزيونيا مدته عشرون دقيقة، يحتوي على سبع روايات إخبارية، وصفت بأنها اختبار ممثل لنشرة أخبار شبكة تلفزيونية أثناء الستة أشهر الماضية، وفي المعدل حضر كل جلسة مشاهدة مشاركان، واختير الخبر الرابع أو الرواية الرابعة للمعالجة التجريبية، وشاهد المشاركون اعتمادا على الوضع الاجتماعي الذي حدد لكل منهم (عشوائيا) تغطية مختلفة للفقير أو البطالة أو الإرهاب، وبعد مشاهدة الشريط التلفزيوني أكمل المشاركون (كل على انفراد في فرق منفصلة) استبيانا لاحقا بصفة مطولة، اشتمل على الأسئلة الرئيسية التي تسبر أغوار تفسيراتهم للمشكلة، بالإضافة إلى أسئلة أخرى عن آرائهم فيما يتعلق بالمسألة، وما

¹. محمد بن سعود البشير: المرجع السابق، ص: 138 - 139.

². محمد شطاح: دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التلفزيوني (نشرات الأخبار)، دار الكتاب الحديث، القاهرة،

يلاحظونه عن مواقف الرئيس—آنذاك— إزاءها، وتقديرهم للأداء الإجمالي للرئيس وجدارته واستقامته وآرائه في مجالات محددة، وبعد أن أكمل المشاركون الاستبيان دفعت لهم أجورهم واستخلصت منهم المعلومات. واعتمد الباحث في هذه الدراسة طريقة اعتمدت على أسئلة لم تكن معدة للوصول إلى التفسيرات السببية للمشاركين.

وقد قدمت الدراسة نتائج، توحى بأنه من المهم توثيق الدرجة التي تكون فيها إطارات إعلامية معينة مسيطرة بشكل أو بآخر في التغطية الإخبارية، فأكدت الدراسة أن الاعتقاد بأن أسباب الفقر تكمن داخل الفقراء أنفسهم، ولا يعود فقط إلى القيم الثقافية المهيمنة، مثل الروح الفردية والاعتماد على الذات، بل يعود أيضا إلى التغطية الإخبارية للفقر، التي تعتمد التركيز على الأشخاص والأسر المتضررة، الأمر الذي يخلق اعتقادا بأن الأمر ليس وطنيا بل مجرد حالات خاصة.

كشفت الدراسة عموما عن دور وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، من خلال الأخبار في تفسير القضايا المحلية، وفي تشكيل الوعي بخصوص انشغالات الفرد اليومية، وأن الناس يرون الأحداث والظواهر، بالاعتماد على ما تقدمه المحطات التلفزيونية من تفسيرات وتعليقات، خلال التغطية الإخبارية للوقائع.

وتبدو أهمية هذه الدراسة في كونها تكشف عن سؤال، هو محل اختبار في العديد من الدراسات المسحية، وهو مدى اعتماد الجمهور في تفسير الوقائع والأحداث على ما تقدمه نشرات الأخبار من تحليل وتفسيرات خلال التعرض لرسائلها اليومية.

11- دراسة "أنوكوا" و"سالوين" (Kwadwo Anokwa and Michael B.Salwen)، بعنوان: دور الصحف في ترتيب أولويات القضايا لدى الصفوة والجمهور العام (1988)¹

سعت هذه الدراسة للتعرف على دور الصحف في ترتيب أولويات القضايا لدى كل من الصفوة والجمهور العام، وذلك في ستة مجتمعات داخل غانا، ولم تقتصر الدراسة على تناول الصفوة في المجال السياسي فقط، بل امتدت لتشمل مجالات أخرى مختلفة. وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- وجود ارتباط قوي بين أجندة الصفوة وأجندة الجمهور العام.
- وجود ارتباط بين كل من أجندة الصفوة والجمهور العام من جهة، وأجندة الصحف من جهة أخرى.

¹. Kwadwo Anokwa and Michael B.Salwen : Newspaper Agenda-Setting Among Elites and Non Elites in Ghana, Gazette, No.3, 1988, pp: 201-214.

- الارتباط بين أجنحة الصفوة وأجنحة الصحف أقوى ارتباط من أجنحة الجمهور العام بأجنحة الصحف.
- وجود دليل إحصائي على التأثير المتبادل بين الصفوة والصحف في ترتيب أولويات القضايا، في حين يغيب هذا الدليل فيما يخص الجمهور العام.

12- دراسة دانييل ريف "Daniel Riffe"، بعنوان: **Comparison of Media & Other Sources of Information For Alabama Legislators** (1988)¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة أهم مصادر المعلومات، التي يعتمد عليها المشرعون من أعضاء مجلس الشيوخ والنواب في ولاية "ألباما" الأمريكية، في احتياجاتهم المختلفة للمعلومات ابتداء من اتخاذ قرارات المهنة وحتى الاهتمامات الشخصية. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 81 مفردة، تم تحديدها بناء على التمثيل الحزبي، مكونة من الديمقراطيين بنسبة 72%، والجمهوريين بنسبة 28%.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- جاءت مصادر الأسرة والأصدقاء والاتصالات خارج المهنة ومصدر الزملاء من المشرعين، من أهم مصادر المعلومات لدى عينة الدراسة، ماعدا ما يتعلق بأخبار الحكومة والعالم الخارجي.
- جاءت وسائل الإعلام مجتمعة أو متفرقة، كأهم المصادر في معرفة أخبار العالم الخارجي لدى المشرعين.
- جاءت الصحافة كمصدر أهم من التلفزيون والراديو في معرفة المشرعين لأخبار الحكومة.

13- دراسة "جيمس والكر" (James R. Walker)، بعنوان: **كيفية تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام على الفاعلية السياسية** (1988)²

سعت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الآتي: كيف يؤثر الاعتماد على وسائل الإعلام على الفاعلية السياسية؟ انطلاقاً من فرضية رئيسية مؤداها أن الاختلاف في الاعتماد على وسيلتين إعلاميتين هما التلفزيون والصحف للحصول على المعلومات السياسية يرتبط بالفاعلية السياسية، في محاولة لمقارنة الاعتماد على هاتين الوسيلتين في الحصول على المعلومات السياسية، وركزت الدراسة على عدد من مصادر المعلومات السياسية التي استخدمت أثناء حملة 1986 في الولايات المتحدة الأمريكية.

¹ Daniel Riffe: Comparison of Media & Other Sources of Information For Alabama Legislators , Journalism Quarterly, Vol.65, No.1 ,1988, pp : 46-53.

² . James R. Walker : How Media Reliance Affect Political Efficacy in the South, Journalism Quarterly, Vol.65, No.4, 1988, pp : 747-750.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- عدم وجود علاقة بين الفاعلية السياسية والتعرض لوسائل إعلامية مختلفة، في حين توجد علاقة إيجابية بين الفاعلية السياسية والتعرض لوسيلة إعلامية محددة.

- أن المعتمدين على التلفزيون هم أقل فاعلية من المعتمدين على الصحف، كما أن الأكثر اعتمادا على التلفزيون في معلوماتهم السياسية هم الأكثر تعرضا لما يسمى بالقلق السياسي، حيث يؤدي بهم الاعتماد على التلفزيون إلى تشتت سياسي، وعدم الثقة بسياسات الحكومة، بينما ينتفي هذا الإحساس لدى المعتمدين على الصحف.

- أن المتغيرات الديموغرافية تؤثر على طبيعة العلاقة بين الفاعلية السياسية والتعرض لوسائل الإعلام، ودعمت هذه النتائج ما توصلت إليه دراسات سابقة من أن المغتربين سياسيا، ربما يكونون أكثر اعتمادا على التلفزيون في الحصول على معلوماتهم السياسية.

14- دراسة "بريتشارد" و"بركowitz" (Dan Berkowitz) and (David Pritchard)،
بعنوان: **Political Knowledge And Communication Ressources (1989)¹**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام كمصدر هام من مصادر المعلومات السياسية في الأنظمة الاجتماعية، وقد استخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من أفراد العينة في بعض مناطق الولايات المتحدة الأمريكية، والتي بلغ حجمها 348 مفردة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- وجود ارتباط إيجابي بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين، وبين القدرة على معرفة أسماء القضايا المثارة في الحملات الانتخابية.
- كانت الصحف مصدر الاتصال الوحيد، الذي ارتبط بشكل مستمر بالمعرفة السياسية.
- احتلت الصحف المرتبة الأولى في تقديم قدر كبير من المعلومات الحقيقية حول السياسات الداخلية، أكثر من وسائل الإعلام الأخرى.

15- دراسة "Steven H. Chaffee"، بعنوان: وسائل الإعلام والمعرفة السياسية - حملة
الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1992 - (1992)²

¹. Dan Berkowitz and David Pritchard: Political Knowledge and Communication Ressources, Journalism Quartely, Vol.66, No.3, 1989, pp: 697-701.

². Steven H.Chaffee: Political Knowledge and the Campaign Media of 1992, Communication Research, Vol.21, No.3, Jun 1994, pp: 305-324.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام المختلفة على المعرفة السياسية، خلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1992. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، من خلال أداة المقابلة على عينة من الناخبين الأمريكيين في كاليفورنيا وشمال كارولينا، مكونة من 841 مفردة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- بينت الدراسة أن الصحف هي وسيلة الاختيار بين المواطنين الذين لديهم معرفة، والمواطنين الذين يبحثون عن المعلومات والمعرفة.

- أكدت الدراسة أن الصحف مؤسسات تستمر في رصد الإنتاج، إضافة إلى مدركات المواطنين، كما تقدم تغطية إخبارية للحملة، أما التلفزيون كوسيلة يقوم بالبرهنة أو إثبات مادة الصحف.

- كانت الصحف أكثر عمقا من التلفزيون في تقديم المعرفة حول الحزبين المتنافسين، وسير الانتخابات والديمقراطية.

16- دراسة "بابلو هالبرن" (Pablo Halpern) بعنوان: الاعتماد على وسائل الإعلام والإدراكات السياسية في ظل نظام سياسي سلطوي (1994)¹

سعت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الإدراكات السياسية، التي تؤثر عليها وسائل الإعلام بين الأنظمة السلطوية، وتقييم العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام، وبين إدراك الواقع السياسي في ظل بيئة وسائل الإعلام، التي تعمل في أنظمة سلطوية، من خلال التطبيق على "تشيلي" في الفترة من 1973 حتى مارس 1990 عقب التحول إلى النظام الديمقراطي. وقد أجريت الدراسة الميدانية من خلال مسح لعينة بلغ حجمها 300 مفردة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على وسائل الإعلام السائدة وبين الآراء والإدراكات السياسية للمناخ السياسي في البلاد، حيث اتضح أنه كلما كان الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام السائدة في الحصول على المعلومات السياسية، فإن إدراكهم للحقائق السياسية سوف ينعكس من خلال هذه الوسائل.

¹. Pablo Halpern: Media Dependency and Political Perception in Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol.44, No.4, 1994, PP 39-51.

- كان الدخل هو المتغير الأبرز، الذي ارتبط بعلاقة إيجابية مباشرة بإدراك الواقع السياسي، في حين ارتبط التعليم بوجود استخدام أكثر كثافة لوسائل الإعلام المعارضة.

- أهمية وسائل الإعلام المعارضة في تقديم وجهات نظر بديلة للحقائق السياسية السائدة في ظل الأنظمة السلطوية.

17- دراسة "آرت" و"سميتكو" (Aarts. K) and (Semetko.H.A)، بعنوان: استخدامات جمهور الناخبين لوسائل الإعلام وتأثيراتها السياسية (1998)¹

اختبرت هذه الدراسة تأثير وسائل الإعلام على الاتجاهات السياسية للناخبين، من خلال فرضين أساسيين:

الفرض الأول: أن التعرض لوسائل الإعلام لا يؤدي إلى زيادة معلومات ومشاركة الناخبين وقد يؤدي إلى تراجعهم عن المشاركة.

الفرض الثاني: أن وسائل الإعلام تساعد على التعلم وتدفع نحو المشاركة السياسية وتقوم على تعبئة الناخبين وبث الثقة والفعالية فيهم.

وبتطبيق هذه الدراسة في هولندا خلال عام 1998، تم التوصل إلى وجود تأثيرات مزدوجة للتعرض لوسائل الإعلام في مجال تنمية الاتجاه نحو المشاركة السياسية، وذلك على النحو الآتي:

- أن مشاهدة الأخبار في التلفزيون وخاصة على القنوات الحكومية، يكون له تأثيرات إيجابية تتعلق بزيادة المعرفة والفعالية، وتؤدي إلى إحداث التحولات المطلوبة في اتجاهات الناخبين نحو المشاركة السياسية.

- أن مشاهدة الأخبار ذات الطابع التجاري، قد يكون لها آثارا سلبية على الاتجاه نحو المشاركة.
- أن استخدام وسائل الإعلام هو أكثر المؤشرات أهمية في التنبؤ بالمعرفة السياسية، كما أن استخدام التلفزيون له تأثير إيجابي على كل من المعرفة السياسية والاتجاهات السياسية والمشاركة السياسية.
- أكدت الدراسة على أهمية التلفزيون كوسيط في التعلم السياسي.

18- دراسة "جاك مكلويد" وآخرون (Jack M. Mcloed & Others)، بعنوان: المجتمع ووسائل الإعلام والمشاركة (دور وسائل الإعلام والنقاش الشخصي في المشاركة السياسية المحلية) (1999)¹

¹. Aarts Kees and Holli A. Semetko: The Divided Electroate (Media Use and Political Involvement), The Journal of Politics, Cambridge University Press, Vol .65, No.3, Issue .2, August 2003, pp:759-784.

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور التكامل بين منظمات المجتمع المحلي، وكلا من وسائل الإعلام، والاتصال الشخصي في التنبؤ بأنماط المشاركة السياسية على المستوى المحلي، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة، بلغ حجمها 389 مفردة من البالغين في ولاية ويسكونسن بالولايات المتحدة الأمريكية.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- وجود دور قوي لقراءة الصحف ودور أقل بروزاً لتأثير الاتصال والنقاش الشخصي على المشاركة السياسية، حيث ظهرت أنماط مختلفة من المشاركة في المنتديات واللقاءات المدنية على المستوى المحلي.
- أشارت العلاقة المباشرة وغير المباشرة بين استخدام التلفزيون واستخدام الصحف إلى وجود نمط من التفاعل، وتبادل الأدوار بين المتغيرات الاتصالية، فالتلفزيون يوفر الأخبار والمعلومات السياسية المحلية كما تحدث، ومن ثم فإن له تأثير على وعي الجمهور بالقضية، في حين توفر الصحف معلومات تضاعف في قوتها وتحليلاتها أخبار التلفزيون، وبذلك فهي توفر معلومات أكثر فائدة وعمقا للجمهور.

19- دراسة "جوهان كيم" وآخرون (Joohan Kim & Others)، بعنوان: الأخبار، الأحاديث، الرأي، المشاركة (الدور الذي يلعبه النقاش في المجتمعات الديمقراطية الحرة) (1999)²

سعت هذه الدراسة إلى اختبار العلاقات المتداخلة والمترابطة بين أربعة مكونات هي: استخدام وسائل الإعلام الإخبارية والحوار أو النقاش السياسي، وتكوين الرأي والمشاركة السياسية. وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة، بلغ حجمها 1029 مفردة موزعة على 50 ولاية أمريكية في ماي 1996.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كل من استخدام وسائل الإعلام ومعدل الحوار أو النقاش السياسي في أمور الحياة العامة سواء على مستوى القضايا العامة، أو القضايا ذات الطابع المحلي الخاص.
- وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كل من التعرض لوسائل الإعلام وبين الاستعداد للنقاش مع ذوي الآراء المختلفة، وأن ذلك يتوقف أيضا على إدراك رأي الأغلبية في الموضوع.

¹ . Jack M. Mcloed & Others: Communication and Participation (The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation), Political Communication, Vol.16, No.3, pp: 315-336.

² . Joohan Kim & Others : News, Talk, Opinion, Participation (The Role Part Played by Conversation in Deliberative Democracy), Political Communication, Vol .16, No.4, 1999, pp : 361-385.

- أن استخدام وسائل الإعلام والنقاش أو الحوار السياسي يرتبط إيجابيا بأنشطة الممارسة السياسية، وخصوصا الأنشطة ذات الصلة بالحملات والتنظيم لها والتصويت للمرشحين.

20- دراسة "ديفيد دوماك" (David Domake)، بعنوان: استخدامات أعضاء الكونجرس الأمريكي للصحف (2000)¹

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام أعضاء الكونجرس الأمريكي للصحف في مناظرتهم داخل الكونجرس، وذلك فيما يتعلق بقضية المساواة بين السود والبيض في المجتمع الأمريكي، وذلك من خلال تحليل المناظرات التي تمت في فترة أواخر القرن التاسع عشر، بين أعضاء الكونجرس مع مقارنتها بما ورد في الصحف بشأن هذه القضية في الفترة نفسها.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- أن الصفوة السياسية قد استخدمت فعلا جميع الأخبار والآراء والاتجاهات، التي طرحتها الصحف وأيدها الصحفيون، ودافعوا عنها، كما أنهم اقتبسوا واستعانوا بهذه الآراء في مناظرتهم داخل الكونجرس.

- أوضحت هذه الدراسة أن الصحافة قد ساعدت الصفوة السياسية في أواخر القرن التاسع عشر على تأسيس والحفاظ على نموذج مجتمعي يرمي الحقوق العرقية داخل المجتمع الأمريكي. وهذا النموذج استمر لدى الأجيال اللاحقة، وهذا ما يدل على أهمية الصحف، وما تقدمه من آراء وتوجهات تفيد الصفوة السياسية في تحقيق نفوذها وسيطرتها، لأنها انعكاس حقيقي للرأي العام السائد.

21- دراسة "ميرا سوتيروفيك وجاك مكلويد" (Mira Sotirovic & Jack M. McLeod)، بعنوان: القيم والسلوك الاتصالي والمشاركة السياسية (2001)²

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الكيفية التي تعمل بها السمات الاتصالية، كعامل وسيط على القيم الخاصة والمرتبطة بفكرة المشاركة السياسية، من خلال الربط بين القيم وبين استخدام وسائل الإعلام والاتصال الشخصي. وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من 739 مفردة من البالغين في المجتمع الأمريكي بين عامي 1990-1991.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

¹ David Domake: Strategie Elite, The Press and Race Relation, Journal of Communication, Vol.50, No.1, 2000, pp:115-137.

² Mira Sotirovic & Jack M. McLeod: Values, Communication Behavior, and Political Participation, Political Communication, Vol.18, No.3, 2001, pp: 273-300.

- أن الآثار الإيجابية لقيم ما بعد الحداثة على فكرة المشاركة السياسية غالباً ما تتوسط من خلال قراءة أخبار ومضامين الشؤون العامة في الصحف، وفي المقابل تؤثر القيم المادية سلباً على المشاركة السياسية من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية الترفيهية.
- أثرت أنماط الاتصال على المشاركة السياسية، من خلال تخطي مرحلة المعلومات وصولاً إلى توضيح الجهود، التي يبذلها الأفراد للتفكير فيما يقدم بالأخبار والبحث عن معلومات إضافية، حيث تعمل مثل هذه المعلومات الإضافية على تعديل ما يحصل عليه الأفراد من وسائل الإعلام.
- كل من القيم ووسائل الاتصال توسطت الكثير من أنماط العلاقات بين النظام الاجتماعي والأيدولوجية، وبالتالي المشاركة السياسية، وهذا يوضح أن المشاركة السياسية غير محكومة ببناءات محددة أو قيم بعينها، وإنما يمكن أن تثار من خلال مضامين وسائل الإعلام.

22- دراسة "Boer & Svel"، بعنوان: **Thuijsen Participation in Conversation about The News** (2001)¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين مدى الاعتماد على وسائل الإعلام، والمشاركة الفعالة في النقاش حول الأخبار الواردة فيها، وذلك من خلال المناقشات التي تعمل على تطوير وتدعيم المعتقدات والأفكار عن المواضيع، التي يتم التعرض إليها، من خلال متابعة الجمهور للأخبار. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني لمعرفة العلاقة بين الاعتماد على الأخبار والمشاركة في الحوارات، والتعرض للأخبار والاستجابة الإدراكية للأخبار، والمعرفة بها، وذلك على عينة مكونة من 176 مفردة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- وجود علاقة إيجابية بين الاعتماد على الأخبار المقدمة في وسائل الإعلام، وبين كم التعرض للأخبار المقدمة في تلك الوسائل، والمشاركة في الحوارات حول تلك الأخبار، وكانت تلك العلاقة واضحة أكثر بالنسبة للاعتماد على الصحف والتلفزيون، وتقل في الاعتماد على الراديو.
- بينت الدراسة أن الاستجابة الإدراكية للمواضيع المقدمة في وسائل الإعلام تعتمد على أهمية وقوة الموضوع المقدم في وسائل الإعلام، الذي يؤدي بدوره إلى زيادة التعرض لوسائل الإعلام.

23- دراسة "دومينيك لازورسا" (Dominic.L. Lasorsa)، بعنوان: تأثير التعرض لوسائل الإعلام على الاهتمامات والمعرفة السياسية للمواطنين (2003)²

¹ . Conni De Boer & Aart.Svel: Thuijsen Participation in Conversation about the news, Journal of Public Opinion Research, Vol.13, No.2, 2001, pp: 140-155.

² . Dominic. L. Lasorsa : Question Order Effects in Surveys The Case of Political Interest News Attention ,and Knowledge, Journalism Quarterly, Vol .80, No.3, Autumn 2003, pp : 499- 512.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة التي تربط بين التعرض للأخبار المقدمة في وسائل الإعلام، وبين المعرفة السياسية، والاهتمامات السياسية، والتعرف على آراء الباحثين حول قدرة وسائل الإعلام على نقل المعرفة السياسية، ودورها في إحداث الاهتمام السياسي.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، من خلال مقابلة أجريت مع عينة من المواطنين الأمريكيين الكبار، حيث تكونت من 818 مفردة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- زودت وسائل الإعلام نسبة عالية من الباحثين بالمعلومات السياسية المطلوبة حول الانتخابات، حيث أكد 48 من أفراد العينة أن وسائل الإعلام المحلية كانت جيدة أو ممتازة في قيامها بوظيفة إعلام الناخبين بالانتخابات السياسية.
- لعب الاهتمام السياسي دورا في تحديد مستوى المعرفة السياسية، وأن أفراد العينة تأثروا بمستوى الاهتمام السياسي لديهم حيث ثبت من خلال إجراء الدراسة ثلاث مرات أن للاهتمام السياسي دورا فاعلا، ومن ثم لوسائل الإعلام في التعريف ببعض القضايا السياسية.
- أبرزت الدراسة أن الاهتمام السياسي كان أعلى مما هو متوقع، عندما سئل عن الاهتمام قبل المعرفة (الحالة الأولى)، وكان الاهتمام أقل مما هو متوقع عندما سئل عنه بعد المعرفة (الحالة الثانية)، وكان مستوى الاهتمام يقل عندما قدم المرر لانخفاض المعرفة (الحالة الثالثة).

24- دراسة "مارتا كانتيجوتش" وآخرون (Marta Cantijoch & Other)، بعنوان: التعرض للمعلومات السياسية في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة (أي تأثير على المشاركة السياسية؟) (2008)¹

سعت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير التعرض للمعلومات السياسية في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على أبعاد مختلفة من المشاركة السياسية، من خلال مسح أجري في إسبانيا عام 2007.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدة نتائج، من أهمها:

- أن التأثيرات على المشاركة السياسية من استخدام وسائل الإعلام الحديثة من جانب والتعرض للوسائل التقليدية من جانب آخر مختلفة تماما، فاستخدام الانترنت ليس فقط كمتغير وسيط بين الاتجاهات والمشاركة، ولكنه يوجه الأنشطة التفاعلية الأخرى أيضا، وينمي الدوافع نحو المشاركة السياسية.
- وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة والمعرفة السياسية.

¹. Marta Cantijoch & Others : Exposure to Political Information in New and Old Media (Which Impact on Political Participation ?), Paper presented to Annual Meeting of the American Political Science Association, Hynes Convention Center, Boston, Massachusetts, 28-31 August 2008, pp: 18-22.

- عدم وجود علاقة دالة بين استخدام الانترنت وبين الإحساس بالكفاءة السياسية الخارجية، أي اعتقاد الفرد في استجابة الحكومة لمطالب المواطن العادي.
- استخدام الانترنت للأغراض غير السياسية يؤثر على الكفاءة السياسية الداخلية - أي على إحساس الفرد بقدرته على فهم السياسة والمشاركة فيها - على نحو إيجابي، بينما كان استخدام وسائل الإعلام التقليدية لأغراض الترفيه يظهر أثرا سلبيا على هذا الاتجاه.
- أن استخدام الانترنت للبحث عن المعلومات السياسية، يرتبط بأشكال غير مألوفة من المشاركة على نحو إيجابي، بينما لا تؤثر الاستخدامات التفاعلية للانترنت على الأشكال التقليدية للمشاركة السياسية، لكن البحث عن المعلومات السياسية في الوسائل الإعلامية التقليدية أظهر تأثيرا إيجابيا على التصويت.
- أن الاهتمام السياسي والشعور بالكفاءة السياسية الداخلية يؤثران في كل أبعاد المشاركة السياسية، بينما تؤثر المعرفة السياسية فقط في معظم الأشكال التقليدية المألوفة من المشاركة السياسية.

تعقيب على الدراسات الأجنبية:

- تميزت هذه الدراسات بالتنوع، واعتمادها على العرض الكمي من أجل ضرب أمثلة وشواهد على أن هناك علاقة جد وثيقة بين التعرض لوسائل الإعلام وبين السلوك السياسي، وهذا ما ساعدنا في إثراء القسم النظري لدراستنا.
- شكلت هذه الدراسات فوائد كثيرة بالنسبة لدراستنا، خاصة فيما يتعلق بتوضيح أهم معالم الظاهرة، والكشف عن أبرز المتغيرات والمؤثرات التي تضبطها وتتحكم فيها، وإن بقيت الاختلافات في خصوصية الفرد والمجتمع قائمة.
- أكدت هذه الدراسات التي أجريت في مجال العلاقة بين وسائل الإعلام وتأثيراتها السياسية، على أهمية الأثر المباشر الذي تحدثه هذه الوسائل على ترتيب أولويات الجمهور، خاصة خلال الأحداث السياسية (الحملات الانتخابية)، وهو ترتيب يصب بهذا الشكل أو ذاك في عملية تكوين القيم السياسية. وهذا ما تتفق فيه مع منطلقات دراستنا.
- وتبين من الدراسات السابق عرضها، الاهتمام الواضح بقياس التأثير المعرفي لوسائل الإعلام على الجمهور المدروس، من خلال استخدامها للمعلومات السياسية، التي تقدمها الوسيلة الإعلامية، وأثر ذلك على الجانب السلوكي.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:

- أشارت نتائج الدراسات السابق عرضها إلى أهمية وسائل الإعلام في تنمية المعلومات السياسية، وإن بدا هذا أكثر وضوحا في الدراسات الأجنبية والعربية عنها في الدراسات الجزائرية، حيث تشير نتائج الدراسات العربية وخاصة الأجنبية إلى الدور الإيجابي لوسائل الإعلام، وإسهامها في عملية نشر الوعي السياسي، وبث القيم الإيجابية، بينما تشير نتائج الدراسات الجزائرية إلى الدور المفتقد لوسائل الإعلام.

- أشارت الدراسات السابق عرضها، والتي أجريت في مجتمعات مختلفة، إلى دور وسائل الإعلام، من حيث قدرتها على التأثير في نفوس الجمهور تأثيرا ينفذ إلى مشاعرهم وسلوكاتهم، وبالتالي تأثيرها في تكوين الاتجاهات والقيم السياسية.
- أن العينات التي تم استخدامها في دراسات النخبة، سواء في التراث العربي أو الأجنبي تراوحت بين 27 و200 مفردة، لكن الحجم الشائع هو 150 مفردة، وكانت العينة المستخدمة في غالبية الدراسات هي العينة العمدية.
- تميزت الدراسات العربية والأجنبية بالتنوع، والتي تطرقت إلى تأثيرات وسائل الإعلام المعرفية، العاطفية، والسلوكية، فيما تكاد تنعدم الدراسات الجزائرية في هذا المجال لاهتمام الباحثين بدور الأسرة والمدرسة كمصادر لتكوين الاتجاهات والقيم والمعارف والمعلومات السياسية لدى الجمهور في دراساتهم، وإهمالهم الدور الكبير لوسائل الإعلام.
- غياب الدراسات التي تتناول القيم السياسية كليا أو جزئيا لدى النخبة المثقفة ودور وسائل الإعلام في تشكيلها، ماعدا قيمة المشاركة السياسية التي حظيت بالدراسة والبحث، وطبقت معظمها على جمهور عام.

الفصل الثالث: النخبة المثقفة الجزائرية

المسار والأدوار

أولاً- نظريات النخبة

ثانياً- تصنيف النخب:

1- النخبة السياسية

2- النخبة العسكرية

3- النخبة التقليدية

4- النخبة ذات الملكية

5- النخبة الإيديولوجية

6- النخبة التكنوقراطية

7- النخبة الكاريزمية

8- النخبة المثقفة

ثالثا- خصائص النخبة المثقفة:

1- الخصائص الذاتية

2- الخصائص الموضوعية

رابعا- أدوار النخبة المثقفة:

1- الدور الاجتماعي للنخبة المثقفة

2- الدور السياسي للنخبة المثقفة

خامسا- مسار النخبة المثقفة الجزائرية

سادسا- النخبة المثقفة الجزائرية تحدياتها ورهاناتها

تحتل دراسة النخبة أهمية كبيرة في إطار موضوعات علم الاجتماع السياسي، ذلك لأهمية ما تملكه النخبة من أدوات مؤثرة في تكوين واستقرار المجتمعات، وتشكيل نسق الحكم والفكر والتوجه العام، ولم تعد دراسة النخب قصرا على علم الاجتماع السياسي، بل تعدى ذلك إلى العديد من العلوم، فهي الآن أحد أهم محاور الدراسات السياسية والاقتصادية والثقافية، والنخب تضطلع بالعديد من الوظائف، ومنها أو أهمها صياغة آليات الحكم وتغيير القيم والسلوكيات، لذلك فإن دراسة النخبة تعني إلقاء الضوء على مكون أساسي في صنع الواقع السياسي والثقافي والديني في مجتمع ما.

وقد كان التفكير في النخب تفكيراً سياسياً إلى حد بعيد في بداياته على الأقل، ويمكن إرجاع ذلك إلى انفتاح آفاق التغيير السياسي، إما بفعل الثورات السياسية العنيفة أو نتيجة للتوسيع السلمي لمجالات المشاركة الجماهيرية، واعتماد أساليب الحكم الديمقراطي في تسيير الشأن العام، أو حتى بفعل التراخي التدريجي لقبضة الحكم المركزي. حيث تميز السياق التاريخي العلمي الاجتماعي الحديث الذي ظهر فيه مفهوم النخبة، والمفاهيم المجاورة والبديلة سواء بالنسبة إلى السياق الأوروبي أو السياق العربي الإسلامي بالخصائص التالية:¹

- اندراج الأطروحات النظرية العامة الأولى حول مسألة النخب في سياق التأزم الاجتماعي الشامل، الذي كانت تعيشه أوروبا في منتهى القرن التاسع عشر والعشرين، وارتباط تلك الأطروحات بما سيعرف لاحقاً بالمدرسة العلمية الاجتماعية النخبوية ومكونيها الإيطاليين.

- اندراج تلك الأطروحات في نطاق الصراعات الإيديولوجية، التي كانت تشق صفوف المثقفين، والمنظرين، ومؤسسي العلوم الاجتماعية بين اليسار واليمين، والتقدميين والمحافظين، والقائلين بوجود الطبقات والقائلين بوجود انقسامات اجتماعية، ولكنها غير طبقية في أوروبا، وبين دعاة الإصلاح التحديثي ودعاة التجديد الديني بتلويينهما المختلفتين، وعلاقتهما المتداخلة مع نواة الحركتين الوطنية والقومية في البلاد العربية الإسلامية.

على المستوى الأول طور مفهوم النخبة، ونظر له بوصفه ردة فعل على التصور الماركسي للسلطة السياسية، إذ كان يرى أن الانقسام الاجتماعي يتركز على وجود مجموعات اجتماعية غير متجانسة، وهو ما يؤسس لحكم الأقلية على الأغلبية، ولنفوذ المجموعات الضيقة الحاكمة والأوليغارشيات ودوائر المتنفيين أي النخب. أما المستوى الثاني فقد تبلور كنتاج للتشويش الذي اعترى البنى الاجتماعية، وعدم تبلور الانقسام الطبقي في البلاد العربية الإسلامية، الأمر الذي أثر في ظمور التفكير في تشكل

¹ إدريس لكريني: النخبة السياسية وأزمة الإصلاح في المنطقة العربية، المطبعة والوراقة الوطنية، المغرب، 2005، ص:

القيادات السياسية والاجتماعية وفق منظور طبقي صريح، وسيادة الاستلهام من أطر التفكير السلطانية التقليدية مطعمة ببواكير التفكير التاريخي والاجتماعي الحديث مفاهيم وأدوات.

وتعتبر النخبة المثقفة من النخب الهامة في كل المجتمعات الإنسانية، بفضل ما تتمتع به من قدرات ومؤهلات ورصيد معرفي وإنتاج فكري، ما يؤهلها للقيام بدور قيادي، تؤثر من خلاله في الحياة الاجتماعية والسياسية والفكرية، إلا أن ذلك يتطلب أكثر من إنتاج الأفكار والمعرفة، من خلال الإسهام الحقيقي في تشكيل أفكار المجتمع ضمن الآليات الخاصة للتفكير الجمعي، وضمن السمات الخاصة للواقع الاجتماعي.

وقد طرحت إشكالية النخبة المثقفة في الجزائر في العديد من المرات، ومن طرف الكثير من المفكرين والسوسيولوجيين الجزائريين، فهناك مئات المقالات والدراسات التي أشارت إلى أن هناك أزمة لغياب الفعالية للنخبة المثقفة الجزائرية، نشير إلى ذلك مثلا الأستاذ "علي الكنز"، و"جايي نصر الدين"، و"مصطفى ماضي" والقائمة تطول، محاولين بذلك إعادة طرح الإشكالية من منظور آخر، ومحاولة دراستها ميدانيا حتى لا تبقى في الإطار النظري المجرد، معتمدين على دراسة مجموعة من الأبعاد وقياس بعض المؤشرات التي اعتمدنا عليها في دراستنا.

وخلال هذه المرحلة يكتسي موضوع النخبة المثقفة في الجزائر أهمية كبرى، بالنظر لمظاهر التحول الذي تشهده الجزائر في السنوات الأخيرة، والمسؤوليات التي يفترض أن تتحملها هذه الفئة لبناء مجتمع ديمقراطي متطور، فهناك أهمية خاصة داخل النخبة بصفة عامة لعناصرها المثقفة، والتي تمتلك القدرة على التأثير في الرأي العام بحكم امتلاكها قدرا من العلم والمعرفة يمكنها من صياغة المفاهيم العامة، فالنخبة المثقفة لها دور مؤثر وفعال في إنتاج المعرفة ونشرها، وتقع على عاتقها مسؤولية نقل المعرفة إلى الناس فضلا عن الاضطلاع بمسؤولية الإصلاح الاجتماعي والثقافي والسياسي.

وسوف نتناول في هذا الفصل نظريات النخبة، تصنيف النخب، ثم خصائص النخبة المثقفة، والدور الاجتماعي والسياسي للنخبة المثقفة، ثم مسار النخبة المثقفة الجزائرية، وأخيرا النخبة المثقفة الجزائرية تحدياتها ورهاناتها.

أولا- نظريات النخبة:

ظهر مفهوم النخبة في إطار الجدل حول طبيعة التباين الاجتماعي في المجتمع الرأسمالي، أو بالأحرى حول صور اللامساواة الاجتماعية، التي يفرزها هذا المجتمع، فكان مفهوم النخبة بالنسبة لرواده الأوائل أداة لدحض الأفكار، التي تؤسس لنظرة طبقية تقسم المجتمع إلى طبقة حاكمة وأخرى محكومة،

بناء على أسس اقتصادية، فإذا كان ثمة ميل إلى تباين اجتماعي كاشفا عن صور من اللامساواة، فإنه لا يتأسس بالضرورة على توازن بين التحكم الاقتصادي والتحكم السياسي، بل هو تباين سياسي في الأصل قد يكون طبيعياً في تكوين المجتمعات وتطورها. فالمجتمعات لا تفرز طبقات بقدر ما تفرز نخبا أو جماعات صفوة، يكون لها السبق في التحكم السياسي، وفي السيطرة على دوائر التحكم المختلفة. ورغم أن التطورات النظرية الكبرى التي طرأت على الفكر النخبوي، قد فرعت هذه الفكرة في مسارات عديدة، إلا أن هذه التطورات قد احتفظت بالفكرة الجوهرية، التي يتأسس عليها هذا الفكر، ومفادها أن صور التحكم والضبط في المجتمعات تميل إلى تجميع مصادر التحكم والضبط في أيدي قلة من الناس يطلق عليهم النخبة أو الصفوة.¹

حيث أن نظرية النخبة باعتبارها رد فعل على نظرية كارل ماركس حول الطبقة الحاكمة، كانت مدفوعة بالبحث عن أساس جديد لمصدر التحكم السياسي في المجتمع غير ملكية وسائل الإنتاج، فيختلف تبعاً لذلك منظرو النخبة مع ماركس، وأيضاً فيما بينهم فيما يتعلق بركائز قوة الجماعة الحاكمة، إذ يرى ماركس أن القوة هي بالذات كامنة في ملكية أدوات الإنتاج، بل هي كذلك في حين يرى غيره من منظري النخبة من جهة أخرى وجود ركائز أخرى للقوة تتساوى أو تفوق أحياناً في أهميتها الركيزة الاقتصادية التي تملك أدوات الإنتاج.²

ورغم اتفاق منظري النخبة على مسلمة أساسية مفادها أن هناك قلة صغيرة من الناس تتمتع بخصائص مميزة، تخولها قيادة باقي الجماعات والتأثير فيها، فإن شقة الخلاف تتسع بينهم حين يعمدون إلى تحديد طبيعة هذه النخبة، وخصائصها ومميزاتها وعوامل نشأتها وتطورها وأسباب ضعفها، إذ يتشعب بينهم الرأي في هذا الصدد، فهناك تيارات عديدة، يشكل كل منها منظوراً تحليلياً يميز الدراسة النخبوية التي تختلف عن الأخرى.³

1- نظرية فيلريدو باريتو:

كانت لباريتو في مرحلة أولى من حياته الفكرية والسياسية توجهات ومواقف ليبرالية، اقترب تدريجياً من الأطروحات المحافظة حيث أعلن مساندته الرسمية لـ "موسولينى"، وتميز بنظرة فلسفية اجتماعية

¹. أحمد زايد: النخب بين المجال السياسي والمجال الاجتماعي، النخب الاجتماعية (حالة الجزائر ومصر)، مركز البحوث العربية والإفريقية، مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي من أجل التنمية، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2005، ص: 6.

². كارل ماركس (ترجمة: محمد عيتاني): رأس المال (نقد الاقتصاد السياسي)، مكتبة المعارف، بيروت، 1978، ص: 125.

³. محمد جابر الأنصاري: الفكر العربي وصراع الأضداد، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط1، 1996، ص: 137.

متشائمة منكرا التقدم، معارضا كل الإيديولوجيات، وموجها نقدا لاذعا للأوساط المثقفة، إذ بين في كتابه "الأنظمة الاشتراكية" أن المذاهب الاشتراكية تهب فرصا للعمل السياسي المتحمس على أساس القيم النبيلة والأساطير الخلابية، ولكن كلا من الليبرالية والاشتراكية يهدفان إلى تمكين الأقليات والنخب من الاستحواذ على الحكم وعلى الاستمرار فيه.

بيد أن التنظير القوي حول النخبة حمله كتابه "مقالة في العلم الاجتماعي" حيث عرض نظريته حول أفعال الإنسان التي قسمها بين منطقية - يستخدم فيها الإنسان وسائل مناسبة لغاياته-، وغير منطقية -تختلف فيها الغاية الحادثة فعلا وواقعا عن الغاية المقصودة من قبل الفاعل-، في حين كان العلم الاجتماعي نازعا في توجهاته الغالبة إلى النظر في أسباب الظواهر، وقد كان "باريتو" يلح على المنظور الغائي مركزا على آثار الأفعال معتبرا أن العلم الاجتماعي قائم على قاعدة نظرية تحليلية، مفادها أن الفعل المنطقي هو القابل للتحديد في ما يخص غاياته وآثاره المحتملة، والقابلة للتوقع وذلك بالاعتماد على التحليل العقلاني.¹

ولدى معالجته للمسائل التي تثيرها علاقة السلطة بالمجتمع السياسي كان مدار تفكيره هو الجواب على السؤال التالي من يحكم المجتمع السياسي؟ أهو الشعب السيد أم الأحزاب أم الطبقة البرجوازية أم السياسيون؟ ويجيب إنها النخبة، يؤسس ذلك حسب المنظور الباريتي لبحث في النخبة لا شائبة معيارية أو قيمة يقول فيه: "إن المقصود من مفهوم النخبة هذا مرتبط بما يبحث لها من صفات لإسنادها إياها، فمن الممكن أن نجد أرستقراطية من القديسين مثلما يمكن أن نجد أرستقراطية من العلماء وأرستقراطية من الفلاحين ...".²

ينطلق "باريتو" من التعريف العام للنخبة على المستوى الاجتماعي العام لينتقل إلى معنى ضيق للنخبة السياسية أو كما سماها النخبة الحاكمة، ومفهوم النخبة عنده يذهب إلى أولئك الذين يتفوقون في مجالات عملهم المختلفة، حيث يذهب إلى أنه بالإمكان قياس درجات تفوق الأفراد في مجال عملهم المختلفة، فيمكن تحديد درجات الأفراد ابتداء من صفر إلى عشر درجات وهؤلاء الذين يحصلون على أعلى درجات هم نخبة المجتمع، ومن خلال هذا التحليل للصفوة أو النخبة الذي يتسم بالشمول عند "باريتو"، فقد أعطى للصفوة مفهوما يقترب من مفهوم النخبة الحاكمة على غرار "كارل ماركس"، لأن

¹. موريس دو فرجييه (ترجمة: سليم حداد): علم الاجتماع السياسي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1991، بيروت، ص: 161.

². سعيد شبار: النخبة والإيديولوجيا والحداثة، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 2005، ص: 14.

نظرية الصفوة عنده تعد جزءاً أساسياً من علم اجتماع جديد، حاول إقامته واستند في ذلك إلى إبعاد سياسية سيكولوجية بحتة.¹

تنطلق تحليلات "باريتو" من مقولة مبدئية مؤداها أن تكوين النخبة يرتد في المقام الأول إلى ما يكتنف المجتمع الكلي من مفارقات طبيعية في مكوناته المادية والبشرية على السواء، فأفراد المجتمع مختلفين بطبيعتهم من حيث قواهم أو من حيث ملكاتهم وقدراتهم العقلية، ناهيك عن تكوينهم النفسي وقدراتهم الأخلاقية، ومرجع ذلك هو ما يحملونه من رواسب من شأنها تحديد أنماط سلوكهم ومن مشتقات يعتمدون عليها في تفسير تصرفاتهم.²

ومنه فالنخبة بالنسبة إلى "باريتو" جماعة صغيرة ومميزة في المجتمع تصعد درجات سلم السيطرة والحكم، لاتصافها بصفات محددة هي التي تؤهلها لاحتلال هذه المكانة، ولكنها مدعوة إلى الزوال بفعل آثار التغيير الاجتماعي المستمر، إذ تظهر نخبة جديدة تتحداها بفضل اكتسابها صفات مميزة محددة تتماشى مع متطلبات الأوضاع الجديدة فتزيجها وتحل محلها.³

وفي كتابه "العقل والمجتمع" طرأ على تفكير "باريتو" نوع من التغيير، حيث اهتم أساساً بالتغيير الحاصل بين أولئك الذين يملكون السلطة أي نقصد النخبة الحاكمة والذين لا يملكون شيئاً، ونعني بهم الجماهير، ويرى "بوتومور" أن هذا التغيير الذي حصل في تصور "باريتو" كان إحدى الركائز التي قامت عليها أعمال "موسكا" الذي يعد أول من قدم نظرية التفرقة بين النخبة والجماهير، وأول من حاول إقامة علم للسياسة جديد مستندا في ذلك إلى تفرقة هذه.⁴

إن وجود النخب بالنسبة لـ"باريتو" أمر لا يقبل المناقشة، ففي تأويله لملاحظاته الخاصة خلال قراءته المتسارعة نسبياً لـ"ميكيافليبي" الذي أعجب به، يؤكد "باريتو" الجوهر التراتبي لكل مجتمع، والتراتبية هي بعد كل شيء تعني شكلاً فارغاً أن ندخل فيها كل شيء وأي شيء، إذ أن مفهوم ومؤدى هذه التراتبية رهين بالمميزات أو الخصائص التي نبحث عنها داخلها، ويمكن أن توجد هناك أرسطراطية

¹ إبراهيم أبراش: علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص: 115.

² أحمد مجدي حجازي: المتقف العربي والالتزام الإيديولوجي (دراسة أزمة المجتمع العربي)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 1986، ص: 31.

³ شعبان الطاهر الأسود: علم الاجتماع السياسي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1999، ص: 92.

⁴ توماس بيرتون بوتومور: المرجع السابق، ص: 25.

العلماء، وأرستقراطية التجار...، إذا تم الأخذ بعين الاعتبار أن هذه المجموعة من الخصائص التي تساعد على ازدهار وهيمنة طبقة ما في المجتمع، سنكون أمام ما يمكن أن نسميه بكل بساطة النخبة.¹

يستعمل "باريتو" مفهوم النخبة في صيغة المفرد أو الجمع، ويعمم مفهوم النخبة لتشمل الصيغتين معاً، كما يربط المفهوم بالمجال المعرفي الذي تتحرك داخله، ويتعدد المجالات المعرفية تتعدد النخب، هذا فضلاً عن العلاقات التي يمكن أن تسود أفراد النخبة الواحدة أو النخبة مع غيرها من النخب، أو مع الجمهور إيجابية كانت أم سلبية.

والملاحظ أيضاً في التحليل الباريتي أنه يقع نوع من التداخل حيث تتداخل النخبة والطبقة الحاكمة الأمر الذي يؤكد مسألة كميّات إفراس النخب بشكل تتغذى فيه الطبقة الحاكمة لا في العدد فحسب بل، وهذا هو الأهم في النوعية من العائلات المنحدرة من الطبقات الدنيا حاملة لها الطاقة الضرورية لحفاظها على موقعها في السلطة ويمكن أن تكون حركة النخب هذه كما يسميها "بطيئة" ومستمرة جارية مثل نهر أو على هيئة تحولات مفاجئة وعنيفة شبيهة بالفيضانات، وبهذا المعنى يكون التاريخ الذي يتخذ عنده اتجاهها دائرياً ودورياً رتيباً مقبرة للنخب.²

2- نظرية جيانتو موسكا:

تقوم نظرية "جيانتو موسكا" على فكرة رئيسية مؤداها أن النخبة تمتلك مقاليد القوة، وذلك لما لها من قدرات تنظيمية، وبما لها من حنكة في تقدير مصادر القوة في المجتمع، أي أن النخبة حسب وجهة نظر موسكا تشكل جماعة محددة العدد، ولكنها تتمتع بقدرات تنظيمية لا توجد عند الجماعات الكبيرة.³

وقد عرض "موسكا" نظريته في النخب في كتاباته المختلفة في تاريخ الأفكار والنظريات السياسية، وطالب "باريتو" بأن يعترف له بالأسبقية فيها، ورغم الإنكار الذي أبداه "باريتو" فمن الواضح أنه استند إلى آرائه بشكل واسع، كان منظوره سياسياً أساساً، وتبنى منذ كتابه الأول حول نظرية الحكم، وحول الحكم البرلماني المنظور الوضعي التاريخي محاولاً تتبع أثر "هيبوليت تان" بالبحث في الماضي عن تكون القوانين الحاكمة للسلوك الإنساني وتنظيم السلطة السياسية، وبين في كتابه عناصر في العلم السياسي أن كل مجتمع محكوم من قبل أقلية، واقترح تصنيف الحكومات على أساس طبيعة النخب

¹. ألبرت حوراني (ترجمة: كريم عزقول): الفكر العربي في عصر النهضة، دار النهار للنشر، بيروت، ط 4، 1986، ص: 65.

². أحمد مجدي حجازي: المرجع السابق، ص: 36.

³. شعبان الطاهر الأسود: المرجع السابق، ص: 96.

أو الأوليغارشيات الدينية أو العسكرية أو الفكرية التي تحكمها، وبين في كتابه "محاولة في تاريخ العلم السياسي" أن طبيعة النخب ترتبط بما تفرزه الأقلية المنتفذة حتى تحقق الانسجام السياسي للمجتمع.¹

ومع "موسكا" يفسر دوران النخبة بكونه صراع بين الذين يشغلون مراكز القمة والذين يولدون في القاع ولكنهم يطمحون في الصعود الاجتماعي، وفي بعض الأحيان لا يكون التنافس بين الأفراد داخل النخبة الواحدة، أو ما بين أفراد القلة الحاكمة وأفراد من الأغلبية بل ما بين النخب ذاتها، حيث توجد دائما حسب مفهوم "موسكا" أقلية موجهة داخل الطبقات الدنيا تتخذ موقفا معاديا من الطبقة الحاكمة، حيث توجد وبذلك تتعدد أشكال دوران النخبة، إما بانقلاب على الحكم أو موت أو رغبة في تغيير الواقع.

3- نظرية روبرت ميشلز:

حمل كتابه الأهم عنوان "في سوسيولوجيا الأحزاب السياسية في الديمقراطية الحديثة" بحث في الاتجاهات الأوليغارشية للديمقراطيات، وكانت تلك مساهمته الأساس في التفكير في النخب وعلاقتها بالأنظمة السياسية وخاصة الديمقراطية منها، اتسم تفكيره ذاك بالتخصص في المسائل السياسية المرتبطة بواقع المنظمات النقابية والسياسية، وبنى نظرية في الأسلوب الهرمي لإدارة المنظمات البيروقراطية كانت قريبة من نظرية "ماكس فيبر" في البيروقراطية، وحسب هذه النظرية ينتصر المنطق الأوليغارشى داخل المنظمات، حيث تتمكن أقلية ضئيلة العدد من فرض آرائها ومواقفها، مأكدة ديمومة سيطرتها على مقاليد القيادة في المنظمات والأحزاب، وتتكون تلك الأوليغارشيا عادة من القادة المحترفين الذين يصطفون أنفسهم عبر المركز الإدارية ومراقبة مصادر الإعلام والانضباط الحزبي.²

وكان "روبرت ميشلز" قد اشتهر بقانونه الخاص بالأقلية، والذي أطلق عليه قانون الأقلية الحديدي، وعالج "ميشلز" بطريقة أكثر ميثولوجية في كتابه الأحزاب السياسية النظريات التي قدمها "موسكا"، ومن ذلك تأكيده على سيطرة الصفوة تعتمد في المقام الأول على التنظيم، إلا أن تأكيد "ميشلز" على هذا المعنى لا يعني أن قدرة التنظيم وحدها هي التي تنمي القوة، ولكنه أكد أن كل بناء

¹. محمد بن صنيان: النخب السعودية (دراسة في التحولات والإخفاقات)، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص: 24، 25.

². علي محمد بيومي: المرجع السابق، ص: 17.

مهما اختلف في أي مجتمع منظم يحتم أن يكون على قمته صفوة ما، أي أن التنظيم لا بد من وجود أقلية على قمته.¹

وإن كان "ميشلز" قد قدم مادة جديدة لتطوير وتعديل مفهوم الصفوة أو النخبة، الذي كان "موسكا" و"باريتو" هما أول من أدخلاه إلى علم الاجتماع السياسي، إلا أن "ميشلز" قد فشل في التمييز بين القيادة الأوليغارشية، وذلك يعود إلى تسليمه المسبق بأن أية قيادة ولو كانت ديمقراطية، لا يمكن أن تتحول في النهاية إلى أوليغارشية، إضافة إلى أن "ميشلز" لم يقدم معايير موضوعية يمكن على أساسها تحديد الأوليغارشية، وأين بالتحديد يتحول القائد إلى أوليغارشية، إلى جانب أن "ميشلز" كان يستخدم المصطلح للإشارة إلى الأرستقراطية التي تتمتع بالموهب وتمتلك الخبرات الفنية.²

4- نظرية كارل مانهايم:

في كتابيه "الإنسان والمجتمع في عصر يعاد بناؤه" و"تشریح زماننا" يضع "كارل مانهايم" مسألة النخب في معرض البحث في مسألة المثقفين، رأى في كتابه الأول أن صياغة السياسة مهمة النخب، ولكن ذلك لا يعني أن المجتمع ليس ديمقراطياً... ففي مجتمع ديمقراطي يمكن دوماً للمحكومين أن يتحركوا من أجل تغيير حكاهم، أو إجبارهم على اتخاذ قرارات تكون لفائدة الأغلبية... إننا نفترض مصادرة أن ما يميز الديمقراطية ليس غياب كل شرائح النخب بل ظهور نمط جديد لانتقائها وتمثل ذاتي جديد تبنيه لنفسها... إن ما يتغير على الأخص في سياق الديمقراطية هو المسافة الفاصلة بين النخبة والجمهور.

وبالإضافة إلى أنه ميز بين نخب القيادة والتنظيم والنخب المنبثة في المجتمع، والتي تباشر المسائل الروحية والثقافية والأخلاقية فإنه صنف النخب صنفين: تلك التي تسعى إلى إدماج العدد الأكبر من الناس في جسم اجتماعي واحد، والأخرى التي تسعى إلى إظهار القوى النفسية التي لا يتمكن المجتمع من الوصول إلى قاعها، ولكن ظهور المجتمع الجماهيري يدفع في اتجاه تحولات عميقة تمس النخب، ومنها أن هذه تتكاثر ويتناقص احتكارها للإبداع الثقافي وتحلل آليات الانتقاء داخلها، وذلك بفعل الديمقراطية بحيث تفتتح على الطبقات الوسيطة والبرجوازية الصغيرة.³

¹. عبد الغفار الدويك: العسكرون والدولة (دراسة في بناء قوة المجتمع الإسرائيلي)، مركز الخروسة للبحوث والتدريب والنشر، القاهرة، 1996، ص: 32، 33.

². Ray, P. Cuttort and Edity W King: Social thought, New York, 1980, pp: 213-214.

³. السيد حنفي عوض: السياسة والمجتمع، دراسات في علم الاجتماع السياسي، دار المعارف، القاهرة، 1999، ص:

5- نظرية شارلز ميلز:

سار "ميلز" على نهج "موسكا" عند تناوله للنخبة، إلا أنه اختلف عنه في أن "موسكا" يرى أن طبقة النخبة تشكل طبقة اجتماعية، أما النخبة عند "ميلز" تتجمع كي تشكل وحدة للقوة تحكم المجتمع، أما عن أهم إسهاماته في دراسة النخب فهي أنه تمكن من تناول مفهوم النخب والطبقة الاجتماعية بالتحليل، ولهذا نجد الدراسات التي تناولت القوة والنخب قد جاءت متأثرة بآرائه.¹

واستنادا إلى منظوره النقدي في علم الاجتماع اعتبر أن كل علم اجتماعي سياسي بالضرورة وأن عليه أن يغير المجتمع وأن يكافح الأحكام المسبقة، وفي كتابه "نخبة الحكم" درس نظام الحكم السياسي في الولايات المتحدة عارضا نظرية في النخب، استند فيها إلى ما كان طوره "موسكا"، من أن الأقلية هي التي تستحوذ على الحكم في المجتمع بحيث يمكن أن يفسر كل التاريخ الحادث على ضوء مصالح تلك الطبقة الحاكمة.

وقد ركز على المجتمع الأمريكي في دراساته ومن ثم أقام علاقة وطيدة بين النخبة وامتلاك إمكانية اتخاذ القرار، حيث توصل إلى أن هناك مجموعة من المؤسسات تتحكم في مسار الولايات المتحدة حددها في المؤسسة العسكرية، المؤسسة السياسية، مؤسسة الشركات الكبرى، من خلال نخبة تحتل مكانة مهمة داخل هرم اتخاذ القرار داخل هذه المؤسسات.

إن ما يمكن أن يعرف النخب حسب نظره هي أنها مجموعة من المواقع الاجتماعية التي تتكون وتتفكك في علاقة بالسلطة السياسية، والتي تترابط على أساس قواعد يمكن أن تكون ضمنية أو بادية للعيان، ولكنها تبقى دائما غير معلنة، فتتكون هذه النخب ذات مصالح مشتركة من جهة، وذات استعداد وقدرة على التفاهم من جهة أخرى، ويعتبر أفرادها أنفسهم منتمين إلى عالم مشترك بعينه ذي أساس معياري واحد تبنيه العائلات والمدارس وأنظمة التوجيه الثقافية، ومما يجمع هذه النخب سمات خاصة منها النزعة نحو التداخل المؤسسي تيسر تبادل الأدوار من جهة، وتسطير سلوكيات موحدة على المستوى الفردي والجماعي من جهة ثانية، واستعداد متماثل للإدارة بمتابعة صارمة الدقة والتفصيل للقرارات الكبرى المتخذة.²

6- نظرية رالف ميلياند:

¹ . شعبان الطاهر الأسود: المرجع السابق، ص: 94.

² . لظفي الإدريسي: الإرث الفكري الأمريكي (شارلز رايت ميلز. رالف ميلياند)، الحوار المتمدن، ع 2910، فيفري

يرى "رالف" أن النخبة السياسية الحاكمة تتحالف مع شرائح اجتماعية بعينها هي التي تمثل أصولها الاجتماعية، وتكون وظيفتها هي توطيد مصالح تلك الشرائح، وهذه هي نخبة الدولة أي مجموعة من الأشخاص يشغلون المناصب العليا في مؤسسات الدولة المختلفة، ويسيطرون على عملية صنع القرار وتوجيهه لصالحهم ولصالح الجماعات التي ينتمون إليها، وعلى خلاف ذلك تنأى جماعات المصالح والنفوذ بنفسها عن تولى السلطة السياسية مباشرة، وتحرص على تأمين مصالحها عبر ممثليها، وتحكم نخبة الدولة بواسطة شرعيتها المؤسسية وركزتها الاقتصادية والاجتماعية.¹

ثانيا- تصنيف النخب:

أثار تحديد نطاق النخبة خلافا بين الباحثين، حيث قصر بعضهم مفهوم الصفوة على النخبة الحاكمة، في حين قصره البعض على صفوة المثقفين، الذين لا يمارسون السلطة ويتسمون بثقافة لم تفسدها ممارسة السلطة، ولا شك أن الأخذ بالرأي الأول يعني استبعاد نخب فاعلة في المجتمع تتسم بالخبرة، ومن ثم يبدو منطق المدخل التعددي لدراسة النخبة²، ويواجه المدخل التعددي في دراسة النخبة إشكالية التداخل المعقد بين نوعيات النخب الفاعلة في المجتمع، خاصة مع تعدد أدوار النخبة الواحدة بين مجالات عدة، والجمع بين النخب المختلفة في جهاز الدولة السياسي والنخبة الوزارية والإدارة المحلية.³

برز اتجاه حديث يسعى إلى ترجمة النظريات إلى دراسات واقعية، ويطلب أصحاب هذا الاتجاه باستبدال مصطلح النخبة بمصطلح النخب على أساس الحقيقة التي مؤداها أن المجتمع الحديث يتسم بالتباين والتخصص، وتنوع الأنشطة يشهد بالضرورة عدة نخب، وأن لكل نخبة منها دورا تؤديه في المجتمع، وليس معنى ذلك بالطبع أن كل هذه النخب تلعب دورا هاما في الشؤون السياسية، وإنما يمكن الحديث عن عدة نخب.⁴

ولعل من أشهر من تبني هذا الطرح هو عالم الاجتماع الفرنسي "ريمون آرون"، الذي يؤكد أن مصادر القوة والنفوذ والتأثير داخل المجتمع لا تقتصر على فئة قليلة فحسب من الأشخاص، بل أنها تتوزع بشكل غير عادل بين مختلف فئات المجتمع، فتختلف تأثيراتها تبعا لاختلاف مقدار القوة الحاصلة عليها، ولهذا فإن أصحاب هذا الاتجاه يفهمون النخبة ليس على المستوى الأفقي داخل المجتمع فحسب،

¹. علي محمد بيومي: المرجع السابق، ص: 41.

². محمد علي محمد: أصول علم الاجتماع السياسي (السياسة والمجتمع في العالم الثالث - القوة والدولة-)، دار المعرفة

الجامعية، الإسكندرية، ج2، 1999، ص: 84.

³. عادل عبد الغفار فرج خليل: المرجع السابق، ص: 60.

⁴. توماس بيرتون بوتومور: المرجع السابق، ص: 123.

بل على المستوى الرأسي أيضا، فيعترفون أن التأثير أو النفوذ لا يتوقف على جماعة واحدة أو بضع جماعات، ولكنها تمتد إلى فئات أخرى، وهناك عوامل كثيرة تؤدي إلى وجود تعدد للنخب منها عوامل موضوعية ترتبط بالظروف الاجتماعية والسياسية والثقافية في المجتمع، ومن خلال ما سبق يمكن تقسيم أنواع النخب إلى:

1- النخبة السياسية:

احتلت دراسة النخبة مكانة بارزة في البحوث الاجتماعية والسياسية، فكل علماء الاجتماع متفقون أن دراسة النخبة تمثل بؤرة اهتمام علم الاجتماع السياسي، بل إن بعض علماء الاجتماع والسياسة يذهبون إلى أن علم الاجتماع السياسي ما هو في حقيقته إلا دراسة للنخب في علاقاتها وصلتها بالظواهر السياسية الأخرى.¹

وتنطلق نظرية النخبة من فرضية عامة مفادها أن بناء القوة في المجتمع تقوم على أساس سيطرة قلة حاكمة تملك مقاليد القوة وتمسك بزمام الأمور في المجتمع، في مواجهة أكثرية محكومة²، وانطلاقا من هذا اقترح بعض الباحثين بأن يتم تعريف الديمقراطية بأنها حكم الشعب من خلال نخبة تمثل الشعب، كونه يعتبر أكثر منطقية وواقعية من تعريفها بأنها حكم الشعب للشعب.³

وقد انصب جل اهتمام مفكري النخبة الأوائل على دراسة النخبة السياسية والتي عرفها البعض بأنها مجموعة من الأفراد الذين يحتلون أعلى المراكز والأوضاع في المجتمع، ويمسكون بمقاليد القوة في أي جهاز سياسي، بينما عرفها آخرون بأنها مجموعة الأفراد ذات التأثير المباشر على القرارات السياسية، أما "محمد الجوهري" فقد ضمنها الأفراد من أصحاب السلطة والتأثير غير العادي في مجالات الحياة الاجتماعية المختلفة.⁴

وتصل النخبة السياسية إلى مواضع القوة والنفوذ في المجتمعات إما عن طريق الانتخابات العامة، أو القيام على سيطرة الجماعة السابقة، أو احتكار موارد الإنتاج في المجتمع، أو قدرتها التنظيمية وتماسكها وتفاهمها المشترك والحفاظ على مصالحها أمام منافسة أي نخب مضادة موجودة في المجتمع وتمكنها من حكم الأغلبية⁵، وتستند النخبة السياسية على قوة اقتصادية تتمثل في امتلاك أعضائها عناصر الإنتاج، وقد يحتل أفراد النخبة قيادة المواقع الإستراتيجية في البنيان الاجتماعي تبعا للمناخ

¹. شعبان الطاهر الأسود: المرجع السابق، ص: 91.

². إسماعيل علي سعد: أسس علم الاجتماع السياسي، دار المعارف، القاهرة، 1981، ص: 141.

³. توماس بيرتون بوتومور: المرجع السابق، ص: 61، 56.

⁴. عاطف أحمد فؤاد: الصفوة المصرية قضاياها وانتماءاتها، دار المعارف، القاهرة، 1985، ص: 307.

⁵. إسماعيل علي سعد: المرجع السابق، ص: 110.

السياسي السائد في المجتمع، مما يضفي على أفرادها درجة عالية من القوة والنفوذ والتأثير على نطاق واسع.

إن القيام بأعباء التخطيط والقيادة وإدارة السلوك الإنساني على مستوى الدولة هو أمر بالغ الأهمية والخطورة، لأنه يتعلق باستيعاب الماضي والتعامل مع الحاضر والعمل للمستقبل، وهو أمر يخص النخبة السياسية خصوصا وجمهير المجتمع عموما في إطار الدولة، وتمثل علاقة أشبه بعلاقة الروح بالبدن، فإذا كانت جماهير الشعب تمثل البدن فإن النخبة السياسية تمثل الروح التي تعد سببا لفاعليته واستمراره.

وتقوم النخبة السياسية من أجل تحقيق أهدافها بمحاولة التأثير على جماهير المجتمع لتغيير الواقع الاجتماعي العام بما يحقق مصالحها، بحيث إن التغيير قد يكون إيجابا أو سلبا، محققا لمصلحة الجماهير أو غير محققا لها عبر مجموعة من الوسائل المختلفة التي توفرها وظائف النخبة السياسية، كما تقوم النخبة السياسية بوظيفة التنسيق والموائمة بين أنشطة المؤسسات والهياكل المختلفة داخل المجتمع، في إطار الدولة وخارج هذا الإطار في بعض الأحيان، وذلك لغرض الوصول إلى أفضل صيغة مشتركة وموحدة للعمل في إطار المجتمع ومواجهة مشكلاته وأزماته المختلفة.¹

2- النخبة العسكرية:

سادت النخبة العسكرية في دول العالم الثالث كبديل للنخبة الحاكمة، فالحكم العسكري يعني تولي نخبة عسكرية مقاليد الأمور، وقيام الجيش بدور رئيسي في ممارسة السلطة أو الهيمنة على الهيئات والمؤسسات الحيوية في الدولة، وهذا المفهوم يختلف عن المجتمع العسكري الذي تحكمه الروح العسكرية وتسود كافة نواحي الحياة فيه.

هناك عوامل ترتبط بهيمنة المؤسسة العسكرية وتدفعها للتدخل في السياسة والحكم وتوجيه القرارات، ويمكن ذكر غياب المؤسسات السياسية الفعالة والقادرة على أن تكون وسيطة للعمل السياسي، وغياب القادة المؤهلين كأدوات لتخفيف حدة الصراع، ولجوء النخبة إلى الاستعانة بالجيش كوسيلة ضغط وإكراه لمواجهة ظروف معينة أو لإنقاذها، وهناك عوامل أخرى ترتبط بالمؤسسة العسكرية، منها ثقافة الضباط وأصولهم الاجتماعية، والقيم التي يؤمنون بها ومدى الولاء والرضا، والتأييد

¹. هيربرت. أ. شيلر (ترجمة: عبد السلام رضوان): المتلاعبون بالعقول، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1999، ص: 36.

إزاء النظام القائم، وكذلك نظام التجنيد، وظاهرة تسييس القوة في المجتمع، والتفوق النسبي للمؤسسة العسكرية يجعل تدخلها أكثر احتمالاً ونجاحاً.¹

ولقد شكل الجيش على مر التاريخ داخل مختلف المجتمعات قوة خاصة متميزة، فهو الضامن مبدئياً للأمن العام، وهو المدافع عن البلاد، وإليه يعهد بكل المهام الصعبة التي تتطلب تعبئة استثنائية، لكن في الدول المتقدمة ومع التطور السياسي والاجتماعي الذي خضعت له فقد تم تحجيمه وتحييده، وترك مهمته تتمثل في حماية البلاد على المستوى الخارجي، والتجند للكوارث الطبيعية، ناهيك عن الابتعاد عن الدخول في الصراعات المجتمعية المختلفة.

3- النخبة التقليدية:

تتميز النخبة التقليدية بسلطة امتلاكها من العقيدة الدينية وبنائها الاجتماعي، الذي تعود أصوله إلى الماضي، وبناء على هذا فإن كل نخبة ذات طبيعة أرستقراطية تعتبر نخبة تقليدية، وعادة ما تكون النخبة التقليدية من نبلاء لهم تاريخ متوارث، فمثلاً رئيس القبيلة يمتلك سلطة قوية على أفراد قبيلته بحكم أصله وسلالته.²

ووفق النظرية التقليدية للنخب فإن هناك ميلاً لاعتبارها نخبة محافظة، وتسعى لترسيخ قيم المحافظة الدينية والاجتماعية، وترتيب علاقات متوازنة مع رجال الدين وقيادات المجتمع التقليدية لإبقائها غير بعيدة عن مركز النخبة الحاكمة، ولكن دون أن تصل إلى صلب عملية اتخاذ القرار السياسي، فمشكلة المؤسسة الدينية الإسلامية في العالم العربي تنبع من أسباب كثيرة يمكن إجمالها في فقدانها لاستقلاليتها عن المؤسسات الرسمية، إذ تحول الكثير من العلماء المحترمين وهيئات كبار العلماء ومؤسسات الإفتاء إلى أدوات لتفصيل الخطاب الديني على مقاس صاحب القرار السياسي، حيث تحول العلماء من متكلمين مسموعي الكلمة باسم الجماهير إلى موظفين.

وتعتبر النخب الدينية في الوقت نفسه نخب تقليدية، ويرجع ذلك إلى سلطتها التي تقوم على احترام بعض المسلمات والحقائق التي شاعت بين الناس، وترتبط هذه النخبة على الخصوص بسياق

¹. ثروت مكّي: النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي (تجربة مصر من 1956-1967)، عالم الكتب، القاهرة،

2005، ص: 47-48.

². نفس المرجع، ص: 48.

حضاري تقليدي، وتأسس على سلطة رمزية تاريخية تأخذ عنها شرعية كبيرة، والجدير بالذكر أن هذا النوع من النخب يحتل مكانة مهمة في بلدان العالم الثالث.¹

حيث يرتبط في الوقت الحاضر أداء النخبة الدينية في العالم الثالث بالسلطة، حيث يتم إسناد الوظائف إليها من خلال السلطة التنفيذية، ولدينا الأمثلة العديدة فمثلا يتم تعيين شيخ الأزهر في مصر، وشيخ وإمام المسجد الأموي في سوريا، وإمام مسجد الزيتونة بتونس، وإمام جامع القرويين في المغرب من خلال حكام هذه البلدان، كما يتم أيضا تعيين القائمين على الإفتاء بقرارات جمهورية أو مراسيم ملكية.

لذا فهذه النخبة الدينية تتسم بالتقليدية في التفكير، وتتسم بعدم القدرة على مواجهة المستجدات وتغير الظروف، وما زال الفكر الديني مقيدا عند بعض النخبة الدينية بآراء مقيدة لا تتواءم مع ضرورات العصر، ولا تناسبه، وهي عادة عبارة عن آراء موروثية ليست وليدة رؤى متجددة تتسق وأحكام الدين ومتغيرات العصر.

والمثقف التقليدي يختلف عن المثقف العضوي حسب رؤية "جرامشي"، حيث إن المثقف العضوي يولد في آن واحد مع طبقة ذات دور أساسي في عملية الإنتاج، أما المثقف التقليدي فينتسب تاريخيا إلى الحقبة التي تسبق ولادة هذه الطبقة الجديدة، مما يدفع المثقفين التقليديين إلى اعتبار أنفسهم فئة قائمة بذاتها، وأنهم فوق ذلك مستقلون عن الطبقات الحاكمة، كما أن النموذج التقليدي للمثقف على عكس النموذج العضوي، من حيث أنهم يرتبطون ارتباطا وثيقا بنمط أو أسلوب إنتاج، وهم أي المثقفون التقليديون يقعون بين الطبقات أي يوجدون بين جوانب المجتمع، يرتبطون الماضي بالحاضر كعملية مستمرة تاريخيا، بينما يقدم مثقفو النموذج العضوي أفكارا تضع حدا فاصلا بين الماضي والحاضر.²

4- النخبة ذات الملكية:

تكتسب نفوذها مما تملكه من عقارات ورؤوس الأموال، وهي تملك سلطة تفرضها على اليد العاملة التي تستخدمها لقضاء حوائجها، كما تمكنها هذه الثروات من ممارسة قوة الضغط على النخب الأخرى، مثل النخب التكنوقراطية وحتى النخب السياسية، مما يضيفي على هذا النوع من النخب سلطة

¹ . محمد السويدي: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص ص:

² . آلان سينجود (ترجمة: السيد عبد العاطي): النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000،

اجتماعية واسعة، وتتكون تركيبة هذه النخب من النخب الاقتصادية أو كبار ملاك الأراضي الزراعية وأصحاب رؤوس الأموال وأرباب الصناعات، وكما أشرنا فهذه لها تأثيرا بالغاً في القرارات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهو ما ينعكس في عملية التغيير الاجتماعي والسياسي إيجاباً أو سلباً.¹

حيث أضحى الوجود القوي لأصحاب الأعمال كنواب داخل البرلمانات والمجالس المحلية ظاهرة لافتة في كثير من الدول لاسيما العربية منها، اتسمت جميعها بدرجة من التعددية السياسية وبانتظام الممارسة الانتخابية على المستويين الوطني والمحلي، حيث تعطي نخب الأعمال مساحة تمثيلية متميزة للتأثير في العملية التشريعية وما يتصل بها، ومع اتباع معظم الدول العربية سياسات التحرير الاقتصادي والخصوصية، وانقلابها على نمط الاقتصاديات المركزية المدارة من قبل المؤسسات الرسمية وتفضيلها التدريجي للقطاع الخاص كقاطرة للنمو، بدأت الكيانات التنظيمية لأصحاب الأعمال تضطلع بأدوار مهمة في صناعة القرار التنفيذي العام المتعلق بالشؤون الاقتصادية والاجتماعية، وفي هندسة البيئة القانونية المنظمة لنشاط القطاع الخاص.

ولكي يضمن رجال الأعمال استمرار الأوضاع التي تحقق مصالحهم، فإنهم يسعون لإيجاد صلات قوية مع المسؤولين السياسيين، أو مع ذويهم لضمان عدم تغيير القرارات التي نصبت في صالحهم، أو إصدار قرارات جديدة تحقق مزيداً من الأرباح، وحيث توجد مصلحة مشتركة بين الطرفين، يضمن رجال الأعمال دعماً هائلاً في مؤسسات النظام السياسي يتمثل في ضمان توزيع إنتاجهم، والحصول على قروض وتسهيلات من البنوك وضرب المنافسين القائمين أو المحتملين.

5- النخبة الإيديولوجية:

وهي تمثل النخبة التي تتبلور حول أفكار إيديولوجية، وتتكون من أفراد أو جماعات يشتركون في مفهوم إيديولوجي واحد، ويعملون على نشره ويعتبرون المتكلمين باسمه، لا تملك النخبة الإيديولوجية أي قوة كما عرفها "ميلز"، وإنما هي نخب ذات تأثير دون أن تكون لها سلطة، ومن هذه النخب نجد النخب المضادة التي تقف في وجه السلطة الحاكمة. وإذا كانت هذه النخب ذات تأثير فهي في أغلب الأحيان تتطلع إلى إجراء تغييرات تستهدف إعادة توجيه الحركة التاريخية، وهنا نستند إلى "ميلز" الذي يقول: "إنه من الخطأ التقليل من الدور الذي تلعبه هذه النخب في حركة التاريخ، فالنخبة الحاكمة تعارض النخبة الإيديولوجية لأنه بإمكان هذه الأخيرة إحداث تغييرات عميقة في حركة التاريخ".²

المثقف الإيديولوجي المقتنع إيديولوجياً معينة ينطلق منها في رؤية المجتمع والعالم والكون، ويروج لها ويرى فيها الحل الكامل، هو مثقف عميق المعرفة ويمارس النقد، لكنه نقد منقوص بكونه موجه لكل

¹ . نفس المرجع، ص: 76

² . نفس المرجع، ص: 74-75.

ما يقع، ولكل من يقع خارج فضاءه الإيديولوجي، في الوقت الذي يعلي فيه من شأن إيديولوجيته وإتباعها ويرى فيها وفيهم تعاليا وشبه اكتمال.¹

فالمنظومة الإيديولوجية لا تكتفي بأن تحكم قبضتها وتفرض سيطرتها على عقل المثقف المؤدج، بل في كثير من الحالات تقدم الإيديولوجيا نفسها وتطرحها كبديل للواقع، وعلنا نلاحظ بأن الإيديولوجيا في العقل الغربي، كما يتجلى ذلك تاريخيا تستند وتتأسس على علاقة ولو كانت واهية بالواقع الفكري والثقافي التاريخي بتجربة المجتمع.

ويرى المفكر المغربي "محمد عابد الجابري" أن المثقف العضوي الغرامشي إيديولوجي هو الآخر، ويساري في غالب الأمر، لكنه أكثر امتلاكا وجرأة على النقد، وإن كان نقدا غير مكتمل، ذلك أن الانخراط النضالي في الدفاع ضد هيمنة الآخر دفعه إلى غض النظر عن الكثير من عيوب ذاته المجتمعية ومن يدافع عنهم.²

6- النخبة التكنوقراطية:

التكنوقراطي كما يقول "جان وليم لايبير" "هو الخبير المدعو إلى المشاركة في صياغة القرارات، التي يفيد منها في ممارسة السلطة الفعلية، إما بتأثيره الغالب على أصحاب السلطة الشرعية، أو بالنيابة عنهم في حلوله محلهم، أو باستيلائه على السلطة الصريحة باسم الشرعية العقلية".³ تستند إلى تعيينها أو انتخابها بمقتضى القوانين المعمول بها والمتعارف عليها، وتمتلك كفاءة عالية تتأسس عن طريق أدائها وعن طريق لجان التحكيم، وكذلك حسب المستوى التعليمي الذي وصل إليه أفرادها والأقدمية والخبرة التي تمتلكها، ويطلق على جميع هذه النخب اسم الموظفين السامون أي كبار الإداريين، فهي نخبة ذات سلطة تأثير، وتحتل مركز القيادة في الوظائف ذات الطابع الخاص بأعمال الحكومة والمؤسسات.⁴

يمثل التكنوقراط أهمية في مراكز السلطة فنظرا لخبرتهم الفنية في الأمور الاقتصادية والاجتماعية، فإن لهم قيمة وأهمية سياسية بالنسبة للقيادة السياسية، نظرا لدورهم في تقديم النصح والاستشارات، وفي تسويق وتبرير السياسات، وفي تنفيذ وتطبيق مختلف القرارات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للنظام السياسي، لذلك فإن تأثيرهم ينبع من دورهم الاستشاري في الأمور الفنية ومن ارتباطهم الطويل بنظام الحكم.

¹. خالد الحروب: محمد عابد الجابري ودور المثقف الناقد، الحوار المتمدن، ع3706، أبريل 2012،

www.ahewar.org في 2012/12/9.

². نفس المرجع.

³. إسماعيل نوري الربيعي: التكنوقراط والسلطة، مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، الرياض، 2009، ص:15.

⁴. محمد السويدي: المثقف والسلطة (دراسة في الفكر الفلسفي الفرنسي المعاصر)، المرجع السابق، ص:74.

إن ولوج التكنولوجيا لأسمى المناصب الإدارية والسياسية في الدولة يعزز دورهم في إعداد واتخاذ القرارات الإستراتيجية، لاسيما وأنهم يملكون آلية مراقبة المعلومات والقدرة على استعمال التقنية اللازمة، والتخطيط على المدى المتوسط والبعيد، وهو ما يؤكد على أن التكنولوجيا لا يكتفون بتسيير الشؤون العامة تقنيا فحسب، بل يشاركون في إعداد القرارات الحكومية، نظرا لتموقعهم على أكثر من مستوى، حيث أن واقع العلاقات السوسيوسياسية يكشف عن الدور الكبير الذي يضطلع به التكنولوجيا، ومن هذا المعطى يبرز دور هذا الأخير في ترسيخ وتحقيق معدلات النمو وتوسيع معطيات الجانب الإنتاجي، وتحقيق طفرات على المستوى الاقتصادي والتنموي.¹

7- النخبة الكاريزمية:

وهي تلك التي يتصف أفرادها ببعض الصفات الروحية أو صفات الريادة التي تميزهم عن غيرهم، والتي لا علاقة لها بمكانة الفرد الاجتماعية، ولا بما يمتلكه من ثروات ولا ما يكسبه من ماديات، وإنما ترجع لصفاتهم الشخصية وقدرتهم الفائقة على القيام بأعمالهم بكفاءة متناهية، ترتبط هذه النخبة بأفراد يتصلون بسياق رمزي داخل المجتمع، بشكل يجعلهم بدورهم رموزا لهذا المجتمع، من خلال تأثيرهم الخارق على باقي أعضائه.²

8- النخبة المثقفة:

النخبة المثقفة أو النخبة الفكرية كما يعرفها "بوتومور" هي تلك الجماعة الصغيرة، التي تتألف من أولئك الذين يسهمون مباشرة في ابتكار ونقل ونقد الأفكار، وتضم هذه الفئة المؤلفين والعلماء والفلاسفة والمفكرين والفنانين والمتخصصين في النظريات الاجتماعية والمعلقين السياسيين. وتتسم النخبة المثقفة بالتميز العقلي والريادة الفكرية، ورؤيتها الشاملة للحاضر والمستقبل، وقيادة مسيرة الحياة، كما أنها تتمتع بدرجة عالية من الوعي، حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة، مما يكسبها أهمية كبيرة في أي مجتمع، وهو ما يبرر حرص النخبة الحاكمة دائما على إحداث انقسام بين أفراد النخبة الفكرية، واستثناس بعض رموزها للعمل لصالحها ومساندتها وإضفاء الشرعية عليها.³

ثالثا- خصائص النخبة المثقفة:

¹ . إسماعيل نوري الربيعي: المرجع السابق، ص: 15.

² . شعبان الطاهر الأسود: المرجع السابق، ص: 99.

³ . رضا عبد الواحد أمين: المرجع السابق، ص: 151.

يتبع الدارسون لنظرية النخبة على العموم مناهج وتقنيات عدة، بغاية تحديد العناصر التي تشكل النخبة، فهي ليست مفهوما إجرائيا يقوم على تصديق افتراض، بل هي حقيقة تاريخية ويمكن أن نذكر على سبيل المثال:¹

- الملاحظة التاريخية من خلال المصادر التاريخية لتحديد من يمكن أن يندرج في إطار النخبة.
 - تشخيص المناصب من خلال تحديد مجموعة من المناصب الرئيسية في المجتمع، يعتبر من يشغلها ضمن أعضاء النخبة.
 - دراسة صناعة القرار فمن يشارك في صنع القرار السياسي هو عضو من أعضاء النخبة.
 - السلوك الاجتماعي السياسي والقيم التي يتبنونها ابتداء من القيم السياسية حتى معيشتهم الخاصة.
 - الخصائص الشخصية لأفراد النخبة من خلال تحليل السلوك الفردي لهم.
 - الخلفية الاجتماعية سواء الطبقية أو العرقية أو الدينية أو الإقليمية أو التعليمية أو المهنية التي ينحدر منها أعضاء النخبة.
- ينطلق دارسو النخبة من منطلقات قد يكون هدف بعضها التطلع إلى وضع نظرية شاملة عن المجتمع، أو على الأقل وصف وتحليل الجماعات الحاكمة، باعتبارها مدخلا من المداخل العديدة لفهم الواقع السياسي والاجتماعي، وقد تكون أيضا تشخيصا لنخبة بعينها دون الاعتناء بكامل البنيان الاجتماعي.

1- الخصائص الذاتية:

وهي السمات التي يتمتع بها أفراد النخبة المثقفة ذاتهم، والتي هي واضحة في إطارها العام وسياقها الجماعي، ونبرزها في ما يلي:

- الخبرة والكفاءة في النطاق الإدراكي: يمتلك المثقفون قدرة إدراكية واسعة، تمكنهم من معرفة واقعهم الاجتماعي، ومعرفة موقع مجتمعهم من الناحية التاريخية ومساره الحضاري، بما يخولهم التعرف والتعريف بوضعيته في السياقين المحلي والعالمي. ولا ترتبط هذه الخبرة والأهلية الإدراكية بالضرورة بنسق أو مستوى تعليم معين، بل إنها تتجاوز، وتصبح فضاء واسعا يعمل داخل المجتمع في عمومته.²
- حساسية حادة تجاه القيم: هذه الخاصية تعطي المثقفين وظيفة تحديد الاتجاهات الاجتماعية العامة في لحظة تاريخية بعينها، إن تحديد هذا المسار يقتضي بالضرورة مطارحة للقيم التي تشكل هذا المجتمع، وتحديد الأهداف الجماعية عن طريق إبداع أو تجديد.

¹. محمد بن حيتان: المرجع السابق، ص: 53.

². ر. بودون وف بوريكو (ترجمة: سليم حداد): المعجم النقدي لعلم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 1992، ص: 487.

- الاستقلالية: بمعنى أنها لا تسأل عن أفعال أمام أي طرف آخر، فهي وحدها تتولى حسم القضايا وحل المشكلات حسب مصالحها وتصوراتها.¹

ذلك أن مفهوم النخبة مفهوم وصفي تقريبي يشير إلى الفئات التي تحظى بنوع من التميز داخل حقل اجتماعي ما، حيث تمارس نوعا من الريادة داخل هذا الحقل، يكتب أفراد هذه الفئة بعض هذه السمات إما عبر آلية التوارث أو عبر آلية الاكتساب، وفي كلتا الحالتين يكون عملية الحصول على الصفة ناتجة عن مجهود وخاضعة لسياق تنافسي وصراعي، وبالتالي فإن النخبة خاضعة موضوعيا لدينامية الصراع الاجتماعي ببعديه الأفقي والعمودي، ومن ثمة قانون التنافر وعدم التجانس سواء داخل النخبة الواحدة أو بين النخب.

لكن مع ذلك لم يسلم مفهوم النخبة من انتقادات وإنكارات، إذ أن هناك من السوسيولوجيين من يعتبر النخب واقعا عينيا لا يمكن إنكاره، وأن النخب هي التي تحرك التاريخ كما يقول بذلك "باريتو" والمدرسة الإيطالية والمدرسة الألمانية و"ماهايم".

وهناك من ينكر دور النخب ويعتبرها إما جماعات تعبر عن مصالح فردية، أو فئات تعبر فقط عن مصالح مجموعات، وجماهير أوسع، وأن ما يسمى الفاعلية التاريخية للنخب يخفي فاعلية الجماهير ودورها في تحريك وصناعة التاريخ.

2- الخصائص الموضوعية:

نعني بها الأشكال التي تبدو من خلالها هذه النخب داخل المجتمع، يمكن اختصارها فيما يلي:

- ينحدر أفراد النخبة المثقفة من مختلف الطبقات، ولكن بدرجات متفاوتة، إذ لا ينتسب المثقفون إلى طبقة اجتماعية محددة، بل ينحدرون من طبقات اجتماعية وفئات مختلفة.
- تدافع عن مصالح كما تدافع عن أفكار وتوجهات.
- توجيه المواطنين إلى القيم الاجتماعية التي تؤمن بها.
- يوجد أفراد النخبة المثقفة غالبا في وضعيات تأييد أو معارضة للحركات السياسية والثقافية المختلفة، ولذلك يعتبرون في غالب الأحيان قادة للرأي العام، يكتسب من خلالها هذه النخبة شرعية رمزية أو إيديولوجية.²
- يشتغل غالبيتهم في مجالات غير يدوية مباشرة فأغلبهم كتاب، شعراء، صحفيين، وأدباء...، ذلك أن حقل اشتغالهم ينتسب إلى مجال بعيد الصلة نسبيا عن المجال اليدوي، وإن كانت علاقته به غير مقطوعة.

¹. نفس المرجع، ص: 487.

². محمود كسير: التاريخ بين السياسة والاجتماع (رؤية سوسيولوجية)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص:

- يبقى أفراد النخبة المثقفة إلى حد كبير بعيدين بمسافة معينة عن باقي أفراد المجتمع، مكونين جماعات مميزة إلى حد ما، إذ أن طابع وجودهم الاجتماعي وشكل هذا الوجود يجعلهم مميزين عن باقي أفراد المجتمع.
- لا يهتمون بالقضايا الحسية المباشرة وبالجانب التقني للمعرفة، بل يهتمون بالتفكير في قضايا الدين والحياة المثلى والفن والوطنية والاقتصاد والثقافة، وما يتلاءم مع مجالات تفكيرهم، ومن جهة أخرى فإنهم يحاولون النظر إلى الأشياء في أفقها الإشكالي الواسع، وفي علاقاتها المتبادلة.
- تكون النخبة المثقفة جماعة قليلة في المجتمع، فعلى الرغم من تعميم وسائل الثقافة الجماهيرية، فإن النخبة المثقفة المبدعة تبقى جماعة قليلة العدد، بالمقابل مع غيرها من الجماعات داخل المجتمع.¹
- القدرة على تعديل سلوكيات المواطنين، وترويج الأفكار التي تخدم النظام الحاكم، وإضفاء الشرعية على الأداء، وهناك من يرى في النخب أنها خليط فئات وتناقضات.
- القدرة على المشاركة في توجيه النشاط الاقتصادي من خلال السيطرة على وسائل الإنتاج.
- التمتع بمكانة اجتماعية مرموقة، لذا فهي واعية تتميز بخاصية الحفاظ على ذاتها.
- تقدم النخبة المثقفة نفسها كنخبة تشعر بالتميز وتسعى إلى الريادة، وكفئة مهمة في الأطر السياسية، وتدخل في صراع وتنافس طويل مع النخبة السياسية، حيث تنجح السياسة في استدراج العديد من الأطر المنتمية للنخبة الثقافية، ويتم إخضاعها لعمليات تعويد واختبار وتدجين واقتلاع مخالف وغريبة وتصفيات نهائية، وتظل العلاقة بين النخبتين علاقة تنافس تتراوح بين الصراع الناعم والصراع الشرس والإقصائي، ونوع العلاقة تشرطه المعطيات التاريخية الظرفية.
- النخبة بدورها مترتبة ومتدرجة وهرمية، فهي تعكس إلى حد كبير هرمية جهاز الدولة، كما تخضع بدورها لقانون المنافسة الشرسة والناعمة التي تحكم الحقل السياسي عامة والفضاء الاجتماعي برمته، وبالتالي فهي ليست متجانسة في مشاربها السياسية ولا في موقعها الاجتماعي.²
- القدرة على صنع القرارات.
- لها دور فاعل في صناعة السياسة وتنفيذ ما تتضمنه من برامج.
- تشكل عناصرها وتؤديها لتولي المناصب المهمة في المجتمع.
- التأثير في العقيدة من خلال الدعاة أو النخبة الدينية.³

رابعا- أدوار النخبة المثقفة:

1- الدور الاجتماعي للنخبة المثقفة:

¹ L. Bodin : L'intellectuel, in la grande Encyclopédie la rousse, Tome 9, Edition la rousse, Paris, 1971, p.112.

² محمد سبيلا: النخبة السياسية والنخبة الثقافية في مغرب ما بعد الاستقلال، مدونة محمد سبيلا،

www.mohamed-sabila.com/almaqaal18.html في 2012/10/12.

³ . إدريس لكريني: المرجع السابق، ص: 13.

من المؤكد أن أي مجتمع يعيش صعوبات وأزمات بحاجة لنوعية معينة من أفراد المجتمع، كي تقوم بأعمال وأدوار تسهم في تغييره أو تطويره نحو الأفضل، وهناك قناعة واضحة عند المشتغلين في المجتمعات تحليلاً وتشخيصاً ونقداً، أن ما تعيشه هذه المجتمعات نتاج أسباب مركبة منها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ففي المجال الثقافي تحديداً تحتاج مثل هذه المجتمعات لعدد من المفاهيم الثقافية المهمة، التي تسهم في تغيير الواقع كالإنسانية والتسامح والاحترام والتعددية، وعدد آخر من المفاهيم التي يمكن للمثقفين أن يؤثروا فيها كالعقلانية والعدالة والديمقراطية وحقوق الإنسان والتنمية المستدامة.

لا يمكن للمثقف الاستغناء عن المجتمع مهما كانت طبيعة هذا المجتمع، ومهما كانت طبيعة المثقف، لأن المثقف يهتم بالشأن العام للمجتمع كالعلمي والنقد، فلا بد أن يكون ذا علاقة بالمجتمع، ولكن الإشكالية هي في كيفية هذه العلاقة، فقد تأخذ منحى وصاية المثقف على المجتمع، وقد تأخذ منحى مشاركة وتعاون المثقف مع المجتمع، وقد تأخذ منحى تبعية المثقف للمجتمع.

ولكن الواقع يشهد أن العلاقة المثالية بين المثقف والمجتمع ليس أمراً صحيحاً، فهناك عدد من التوترات يساهم فيها أحياناً بعض المثقفين، وأحياناً أخرى يساهم فيها المجتمع أفراداً وجماعات، حيث يرجع "عبد الله عبد الدائم" بعد المثقفين عن المجتمع لأسباب عدة منها أن تجاوب المجتمع مع المثقف رهن بقدرة هذا المثقف على الإفصاح عما يحتلج في أعماق ذلك المجتمع، ونزعة المثقفين بالاهتمام بالآخر (الغرب)، وعدم اضطلاع المثقفين بدورهم التغييرى، وغياب الرؤية الحضارية الشاملة لدى كثرة من المثقفين، وتشتت المثقفين وعجزهم عن تكوين قوة ثقافية متكاملة مترابطة.¹

فالمثقف وليد تأثيرات المجتمع، إذ لا يمكن للمثقف العيش أو التفكير مع افتراض انعدام تأثير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في مجتمعه عليه، فمن الصعوبة تصور نشوء مثقف من فراغ، بل هو نتاج ظروف معينة تمر وتؤثر فيه بقوة، فالمثقف مشدود للواقع الذي يحيط به، إلا إذا أراد المثقف الانعزال بوعي منه أو من دون وعي بذلك، ومن هنا تتكون مواقف وأفكار ورؤى المثقف، فمثلاً مطالبة عدد من المثقفين العرب بالديمقراطية كان نتيجة لوجود حالات القمع والاستبداد تمارس في المجتمع من قبل أفراد أو جهات ضد غيرهم، أو مطالبة بعض المثقفين العرب بالعدالة الاجتماعية كان نتيجة وجود تفاوت طبقي كبير في المجتمع وهناك من يستفيد أو يتسلط على أموال وأحوال المجتمع، ويهيمن عليها دون ترك المجال لغيره للعيش بكرامة.²

المثقف هو الذي تتجاوز اهتماماته حدود مصلحته الخاصة لتشمل بقدر ما يستطيع مصلحة المجتمع ككل، وهو من يجمع بين العلم والكفاءة المهنية، وأيضاً الثقافة والإدراك بما يعيش فيه المجتمع من

¹. عبد الله عبد الدائم: المرجع السابق، ص: 154-160.

². نفس المرجع، ص: 164.

قضايا ومشاكل، وبالتالي تصور الحلول المناسبة لهذه المشاكل ولهذه القضايا¹، المثقف حين يعبر عن رأيه لا ينبغي له أن يكون تعبيرا معزولا ومقطوعا عن المجتمع، وإنما تعبيرا من ضمير هذا المجتمع، ومن نبضات قلبه وخفقات روحه، فالمثقف يصرخ حينما يصمت المجتمع وينبض حينما يتوقف قلب المجتمع فهنا يكمن دوره.²

إذن فالعلاقة بين المثقف كمنتج للأفكار وأنساق التعبير والسلوك، ومجموع الأفراد الاجتماعيين أو العامة من المحكومين أو بالأحرى الشعب، ليس كزبون أو مستهلك للإنتاج الرمزي فحسب، بل كأفراد بمختلف فئاتهم وشرائحهم، وبغض النظر عن مستوياتهم العلمية والمعرفية والاقتصادية، وهذا طبعا دون عزلهم عن البنى والهياكل الاجتماعية التي تحدث الحراك الاجتماعي، أو بتعبير آخر هي محاولة معرفة العلاقات بين الذات المفكرة والأنا الجمعي، أو بين القوة المفكرة بغير فعل والقوة الفعالة من غير فكر.

علاقة المبدع بقضايا مجتمعه لا يكفي معالجتها بالكلمة فحسب بل معاشتها إلى النخاع، لأن الكلمة ليست أداة للمثقف بل هي جزء منه، ويشير "العياشي عنصر" إلى حقيقة ما ينبغي أن يكون عليه المثقف، وأهم الأدوار والمسؤوليات الملقاة على عاتقه في وسطه الاجتماعي في قوله: "لا شك أن المثقف معني بكل ما يجري من أحداث في المجتمع، وملزم بإبداء رأيه، وليس من حقه السكوت، لكن عليه أن يتخذ موقفا نقديا ومستقلا عن لعبة التوازنات، ويندد بالعنف بكل أشكاله، ومهما كان مصدره، لا ينبغي أن يتبنى مثل هذا الموقف وفق حسابات وتحالفات ظرفية مثلما يفعل المناضل الحزبي، أو السعي وراء تحقيق مصالح ومكاسب شخصية أو فتوية محدودة، بل على المثقف أن يكون مدافعا عن الحرية ومناهضا للاستبداد بكل أنواعه ومهما كانت مصادره، بما في ذلك الجهة التي ينتمي إليها المثقف اجتماعيا أو سياسيا أو عقائديا، فالمثقف الحقيقي هو من يعبر عن رأيه بكل حرية واستقلالية، لأنه يمثل اليقظة ضد أي انحراف أو تشويه يهدد الممارسة الديمقراطية".³

وهو الأمر الذي دافعت عنه وأكدته كتابات العديد من الكتاب والمفكرين الجزائريين، على غرار "رشيد ميموني" في قوله: "أثق في المثقف كموقف للوعي، ودافع للردائل الإنسانية والرقيب اليقظ، المستعد للتنديد بالمخاطر التي تهدد المجتمع"⁴، وكذا ما عبر عنه "كاتب ياسين" الذي وصفه بالشقي أو البائس

¹. صبحي غندور: من هو المثقف (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة، للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995، ص: 44.

². زكي الميلاد: المثقف بين نموذج الفيلسوف ونموذج النبي (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995، ص: 12.

³. العياشي عنصر: سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد في الجزائر، دار الأمين، القاهرة، 1999، ص: 3.

⁴. Brahim Brahimi : le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie, Paris, Harmatton, 1986, p: 212.

القوي إذ يقول: "فشقاؤه أو مشقته في أن يرى مالا يراه الآخرون أو لا يريدون رؤيته، يستمد قوته من شقائه ويستمد شقائه من قوته".¹

ومنه فالمثقف هو الذي يقف ككيان مستقل عن مجتمعه في الدائرة الإيجابية التي يتحرك من خلالها، مستقلا عن الخط العام الذي يحكم المجتمع، وهو بلا شك ذلك الذي يحمل تلك التصورات، ويخضع لتلك الرموز، وينطوي على ذلك الذوق وتشكل منه ثقافة المجتمع، إن المثقف المقصود والمعني بالهوض ومسؤولية التغيير هو المثقف الطبيعي، الذي يحتوي على رؤية خاصة للأشياء خارج نطاق النسق الثقافي، الذي يحكم المجتمع.²

ومن خلال المتابعة النقدية لما يجيش به الحقل السوسيوسياسي الجزائري يمكن الاعتراف بوجود فئات متعددة من المثقفين، تختلف كل واحدة منها على الأخرى اعتبارا لتباين التوجهات والأهداف، التي تحرك الفعل وتميز الحضور في الساحتين الثقافية والسياسية، فإلى جانب المثقف العضوي الملتزم نجد المثقف المزيف الانتهازي والمثقف المستقيل، فضلا عن نوع رابع يتجسد في لون المثقفين المتعالمين المنفصلين كلية عن شجون المجتمع وقضاياه، يعيش في برجه العاجي غير قادر على صياغة اهتمامات المجتمع فهو غريب عنه يعيش في غربة وعزلة تامة عنه.³

ويمكن القول عن صنف المثقفين الملتزمين بأن هؤلاء المثقفين في تناقص مستمر، بسبب آليات التهميش والإقصاء والإدماج، التي يتعرضون لها باستمرار، فهم دوما مطلوبون من السلطة، لأنها ترى فيهم المنافسة الاحتياطية والمحتملة، وعليه فلا بد من التخلص من هاجسهم النقدي باستثمار منطق العصا والجزرة، فالمثقف الملتزم يظل المطلوب الأول لدى السلطة، ولهذا نجدها تبذل في محاولة استمالاته وتقريبه منها، لأنها تعي جيدا أنه يمتلك رأسمالا رمزيا نوعيا يؤهله للعب أدوار طلائعية على درب التغيير والتنوير، ولهذا فهو لا يتورع في ممارسة النقد ولو قاده فعله هذا إلى غياهب السجون، وإلى تذوق مرارة المنفى، أو غير ذلك من تقنيات ترويض العقول الثائرة.⁴

أما المثقف الانتهازي فهو مثقف مزيف باع صمته وأحبال وعيه النقدي على المعاش المبكر طمعا في منصب أو جاه، وللأسف الشديد فهذا النوع من المثقفين في تكاثر مستمر، وهو ما يدل على نجاح

¹ . Nouara Hocine, op cit, p:141.

² . هاني إدريس: المثقف والمجتمع وإشكالية الهوية (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995، ص: 79.

³ . عبد الرحيم العطري: المرجع السابق، ص: 23.

⁴ . غالي شكري: إشكالية الإطار المرجعي للمثقف والسلطة، مجلة المستقبل العربي، مركز الوحدة العربية، بيروت، ع114، ص: 26.

مالكي وسائل الإنتاج والإكراه في تبخيس دور المثقف وتحويله إلى مجرد موظف تنفيذي، يدور في فلك السلطة، ينتهي بنواهيها ويأتمر بأوامرها، والمثقف الانتهازي لا يفوت مناسبة أو حدثاً دون أن يستثمرها لصالح تقوية رأسماله وتأكيد ولائه، ولهذا تجده يدس أنفه في مختلف القضايا، التي تهم مصالح الذين هم فوق، ليس من باب النقد بل من أجل المباركة والتكريس، ويصير بالتالي من أكثر المدافعين عن استمرار نفس الأوضاع، فلا يضيع أدنى مناسبة لتأكيد دفاعه المستميت عن كل ما يصدر من مالكي وسائل الإنتاج والإكراه في النسق المجتمعي.¹

شمولية مفهوم المثقف لا تتناقض مع التعريفات التي عبر عنها مجموعة من المفكرين، في تعريفهم للمثقف بأنه هو الإنسان الذي يضع نظرة شاملة لتغيير المجتمع، أو هو المفكر المتميز المسلح بالبصيرة، أو هو الذي يمتلك القدرة على النقد الاجتماعي والعلمي والسياسي، أو هو المفكر المتخصص المنتج للمعرفة، وهي تعريفات عامة لا تحصر على تحديد الزاوية أو الموقع الذي ينطلق منه ذلك المثقف في ممارسة النقد الاجتماعي أو السياسي، أو في صياغته للنظرة الشاملة للتغيير، والمقصود بالزاوية هنا الموقع الطبقي بالتحديد، فهو الغاية والقاعدة المنتجة والمحددة لكل رؤية فكرية ثقافية أو لكل ممارسة نقدية.²

المثقفون حسب رؤية "جرامشي" يمارسون دوراً حيويًا ومهماً في تكوين وبناء الأيديولوجيات، وفي تدعيم الموافقة أو القبول، وكما أن التماسك الاجتماعي وظيفة يقوم بها البناء الاجتماعي، فإن التماسك الاجتماعي أيضاً وظيفة للمثقفين في المجتمع. حيث يشير "جرامشي" إلى مفهوم المثقف رافضاً تصور النشاط الفكري أو الذهني كمسألة أو خاصية متأصلة لطبقة اجتماعية بعينها، فالعمل اليدوي لا يخلو من الفكر، والعمل الذهني لا يخلو من الجهد العضلي، وخاصية أعمال الذهن يشترك فيها كل أفراد المجتمع، ويعبر عن ذلك بقوله المأثور "إن كل الأفراد مثقفون في نظري... ولكن ليس لكل الأفراد وظيفة المثقفين في المجتمع".³ ومنه كل إنسان مثقف في نظر "جرامشي" بما أنه يملك رؤية إلى العالم، وبما أنه يملك فلسفة خاصة به، وبهذا فهو يساهم في الثقافة السائدة.⁴

والمثقف كما يشير "جرامشي" ليس مجرد أحد عناصر البنية الفوقية، وإنما يجب البحث عنه في مجمل العلاقات الاجتماعية وعلاقات الإنتاج، فالمثقفون هم:

- منظمو الوظيفة الاقتصادية للطبقة التي يرتبطون بها عضويًا.
- هم حملة وظيفة الهيمنة التي تمارسها الطبقة السائدة في المجتمع المدني.

¹ . زكي العليو: المثقف (مداخل التعريف والأدوار)، مؤسسة الانتشار العربي، بيروت، ط1، 2009، ص: 152.

² . نادية رمسيس: المرجع السابق، ص: 233.

³ . آلان سينجود: المرجع السابق، ص: 263.

⁴ . أحمد مجدي حجازي: الثقافة العربية في زمن العولمة، دار قباء، القاهرة، 2001، ص: 99.

- هم منظمو الإكراه الذي تمارسه الطبقة السائدة على سائر الطبقات بواسطة الدولة.
وذلك لأن المثقفين عموماً تخلقهم الطبقات الاجتماعية أثناء تطورها، وبالتالي فإن البحث عنهم
يجب أن يكون بحثاً في إطار الوظيفة التي تمارسها هذه الطبقة أو تلك، بحكم المكانة التي تحتلها في نمط
الإنتاج.¹

في ضوء ذلك يحدد "جرامشي"² دور المثقف ومسئوليته تجاه الطبقة الاجتماعية، التي ينتمي إليها
سواء في إنتاج المعرفة أو المواقف، فالمثقف عنده هو كل إنسان يقوم خارج نطاق مهنته بنوع من أنواع
النشاط الفكري، ولا يختلف "هشام شرابي" مع "جرامشي"، حيث يرى أن للمثقف صفتين، الأولى هي
الوعي الاجتماعي الكلي بقضايا المجتمع من منطلق بناء فكري محكم، والثانية هي الدور الاجتماعي
الذي يلعبه بوعيه ونظريته، فالوعي الاجتماعي هنا يقود إلى القيام بدور اجتماعي، فلا دور سياسي أو
اجتماعي دون وعي اجتماعي ووعي بالواقع المعاش.³

ومنه تظهر أهمية المثقف العضوي الذي عناها "جرامشي" من خلال نظرية علم الاجتماع، وليس
من خلال مسألة الثقافة والتراكم المعرفي فقط، إذ على المثقف أن يلعب دوره في قضايا المجتمع المدني
والدفاع عن قضايا حقوق الإنسان، وهذا الدور تلقفه بعد "جرامشي" كل من "فوكو" و"هابرماس"
و"مدرسة فرانكفورت" و"إدوارد سعيد"⁴، كما أن الليبرالية تبنت ذلك الدور في معطياتها الجديدة، وهو
دور تنويري ونضالي أكثر منه دور ثقافي وتراكم كتابات مستلبة للذات، فالمثقف العضوي حسب
"جرامشي" يتميز بخصائص ثلاث هي:

- أنه يصدر عن نسق إيديولوجي متكامل، يوفر له في آن واحد رؤية ومنهجاً للتحليل وإطاراً للتعبيئة
الجماعية، في مقابل التوجهات الفلسفية والفكرية العامة.
- لا يتجه المثقف العضوي إلى النخب العلمية والسياسية وحدها، وإنما يستهدف بخطابه أساساً
القاعدة الاجتماعية العريضة، التي يعتبرها هدف التغيير ووسيلته، وينتج عن هذا المنحى تغير في
طبيعة الإنتاج الثقافي نفسه.
- ليس النشاط الثقافي هو الغاية ذاتها بل هو مجرد صيغة من صيغ العمل النضالي، ومعياره هو الفاعلية
التعبوية للمجتمع.⁵

¹ .نادية رمسيس: المرجع السابق، ص: 234.

² .جرامشي: مفكر ماركسي إيطالي مكانته رفيعة بين علماء الاجتماع الماركسيين ترجع إلى مجموعة الكتابات التي تعرف
باسم "مذكرات السجن 1929 - 1935"، والتي ناقش فيها موضوعات المثقفون، التعليم والتاريخ الإيطالي، الأحزاب
السياسية والفاشية، أنظر: جوردون مارشال (ترجمة: محمد الجوهري): المرجع السابق، ص: 538.

³ .زكي العليو: المرجع السابق، ص: 93.

⁴ . إدوارد سعيد (ترجمة: محمد عناني): المرجع السابق، ص: 33.

⁵ . منصف الوناس: المرجع السابق، ص: 214.

إن من أبرز ملامح المثقف العضوي ومن أهم مهامه ورهاناته القصوى أن يناضل من أجل تغيير القائم من الأوضاع، أملا في بناء وضعيات جديدة تبعد إمكانات التهميش والإقصاء، فالمشروع الثوري لهذا المثقف يتأسس على التجاوز والتعبير والانتقال كعمليات تنطوي على دينامية لا نظامية ترفض التدجين والتكريس، ولو كان أي نظام يصبو دائما إلى تجذير مكانته ورموزه وتلافي عوامل التدهور والانهيار التي قد تحقق به.

كل ذلك يحمل "جرامشي" على القول بأن لكل طبقة اجتماعية مثقفها، الذين يرتبطون بها عضويا وينشرون وعيها وتصورها عن العالم، ويقول في ذلك الوعي الذاتي النقدي يعني تاريخيا وسياسيا خلق نخبة من المثقفين، فالكتلة البشرية لا تتميز ولا تصير مستقلة من تلقاء ذاتها دون أن تنظم نفسها ولا تنظيم بغير مثقفين، أي بدون منظمين وبدون قادة، فالوعي النقدي لا يتحقق إذن بدون مثقفين، ومن هنا فالمثقفون شريحة اجتماعية تمثل كافة الفئات والطبقات الموجودة في المجتمع، وهم لسان حالها، الناطقون باسمها يمثلون مصالحها المتفكدة والمتعارضة ويعبرون عنها.

وإن أعمال الفكر النقدي وخلقها الجاهز من الطروح، وهدم اليقينيات واعتماد الشك المنهجي، ومساءلة الواقع والمراهنة الدائمة على تغييره في الاتجاه الذي يخدم مصالح الذين هم تحت، إن هذه القيم والمهام التي تؤثر على معنى المثقف العضوي، هي في حد ذاتها مسارات وإرادات من التحول، فالمثقف المتززم هو الذي يحمل في أعماقه هواجس التغيير والنزوع نحو الممكن، المنتج باستمرار للسؤال، والمعرض أيضا على طرح السؤال ومواجهة المجتمع بحقيقته، التي يسعى دوما إلى حجبها والهروب منها، ولكي يكون المثقف المتززم أكثر تجسيدا لمفهومه، هذا يتوجب عليه الانتباه لكل التحولات التي يجيش بها المجتمع، من أجل التقاط إشاراتها وإبراز شروط إنتاجها وتكريسها.¹

ذلك أن الانفتاح والتفاعل مع المجتمع يتطلب نزول بعض المثقفين من أبراجهم والتخلي عن موقف الانعزال عن الناس، والدخول في ساحة المجتمع والعمل معه على تحقيق التطلعات، إذ أن تقديم الأطروحات والمشاريع خارج الواقع لا يؤدي إلى فاعلية المثقف في المجتمع بل تمنعه من تجديد أدواته وطرائقه، وتجعله لا يعيش الواقع إلا على مستوى القضايا والأفكار المصاغة مسبقا، وقد عبر عن ذلك "غليون" بقوله: "وهكذا تصبح العملية الفكرية عملية استنباط أفكار من أفكار، دون عودة إلى الواقع باستثناء تلك التي يسعى إلى قياسه عليها، وهذا ما يجعل الفكر يدور في فلكه الخاص ويشط في أحكامه واستنتاجه دون رقيب، إذ يمكن لقضية أن تكون منطقية وصحيحة أي أن تطابق نتائجها

¹. نفس المرجع، ص: 215.

مقدماتها¹، وبطبيعة الحال فإن انفتاح المثقف على المجتمع يلغي الحواجز ويسمح بإقامة علاقة ثابتة وصحيحة مع أبناء المجتمع، تجعله يدرك مشاكله ومتطلباته من الداخل، ما يزرع بذور التفاعل الإيجابي بين المثقف والمجتمع.

تأكيدا وإبرازا لهوية المجتمع فالثقافة والهوية عبارة عن نظام القيم والمعايير الذي ينظم حياة الجماعة، ويتحكم بسلوك أفرادها وسلوكها الجماعي واستمراريتها، ومنه فإن الرأسمال الثقافي والعلمي الذي يمتلكه المثقف ينبغي توظيفه وبذله في تأكيد هوية المجتمع، وإبرازها في مسيرة المجتمع المختلفة، لأن الثقافة لا تفهم إلا باعتبارها مظهرا للوعي، الذي يستوعب الإنسان من خلاله فردا وجماعة، ويفهمه ويجعله شفافا أي قابلا للتمثل في الذهن، ولا يفهم أيضا إلا باعتبارها استجابة لواقع موضوعي، بيد أن هذا الوعي الذاتي وعايا جماعيا أي مستقلا عن وعي كل فرد لوحده، ويصبح الواقع الموضوعي والخارجي واقعا تاريخيا وواقعا ذاتيا.²

لا يمكن فصل المعرفة وإن تعددت أشكالها العلمية والأدبية والفلسفية عن الأطر الاجتماعية التي تنخرط فيها، ولذلك فدور الباحث في هذا الحقل السوسولوجي هو البحث عن الإسهام الحقيقي للمجتمع، وفي تشكيل الأفكار ضمن الآليات الخاصة للتفكير الجماعي وضمن السمات الخاصة للواقع³، وعليه فسوسولوجيا المثقفين ترفض التوصيف الذي يكتفي باعتبار منتجي المعرفة مجرد فئة مستغرقة في إنتاج الأفكار، بعيدا عن تأثير السياقات التاريخية والأوضاع التطبيقية والمرجعيات الثقافية للمجتمع⁴، فالشواهد الواقعية تكذب هذا الادعاء، وتكشف عن عدم انفصام البنية الثقافية عن بقية أبنية المجتمع والفكر والمجتمع في حركة دياليكتية مستمرة.⁵

ويمكن أن نستخلص أن العلاقة بين المثقف والمجتمع تتسم بتبادلية التأثير، بمعنى أن كلا منهما يؤثر في الآخر، فليست العلاقة بين المجتمع والمثقف علاقة عامل مستقل وعامل تابع، وذلك باعتبار أن المثقف نتاج مجتمعه لأنه فرد في مجتمع، فالمثقف يتأثر بما يحمل المجتمع من قيم سلبية أو إيجابية، وبما يوجد فيه من تعقيدات، فالمثقف وليد تأثيرات المجتمع، فلا يمكن للمثقف العيش أو التفكير مع افتراض

¹. برهان غليون: اغتيال العقل (محنة الثقافة العربية)، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1991، ص: 85.

². نفس المرجع، ص: 88.

³. جغلول عبد القادر: تاريخ الجزائر الحديث (دراسة سوسولوجية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 1984، ص: 263.

⁴. الكنز علي: حول الأزمة خمس دراسات حول الجزائر والعالم العربي، دار بوشان للنشر، الجزائر، 1990، ص: 150.

⁵. ماكسيمكو فلاديمير (ترجمة: عبد العزيز بوباكير): الأنتلجنسيا المغاربية (المثقفون أفكار ونزعات)، دار الحكمة،

الجزائر، 1984، ص: 208.

انعدام تأثير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في مجتمعه عليه، فمن الصعوبة تصور نشوء مثقف من فراغ بل هو نتاج ظروف معينة تمر وتؤثر عليه بقوة.

فسوسيولوجية المثقفين ترفض التوصيف الذي يكتفي باعتبار "منتجي المعرفة" مجرد فئة مستغرقة في إنتاج الأفكار، بعيدا عن تأثير السياقات التاريخية والأوضاع الطبقية والمرجعيات الثقافية للمجتمع، فالشواهد التاريخية والواقعية تكشف عن عدم انفصام البنية الثقافية عن بقية أبنية المجتمع السياسية والاجتماعية والاقتصادية، والفكر والمجتمع في دياليكتية مستمرة، فضلا عن ذلك، فإن تعدد المواقف وتنوع الخصائص الثقافية والاجتماعية للنخب المثقفة يكشفان، فيما يكشفان، عن تباين مستويات انخراطها الاجتماعي ضمن حقول وقطاعات المجتمع، لا عن مدى انفصالها عنه، كما أنها تعبر عن الدور المؤثر للمصالح والحسابات والولاءات (الجهوية أو الإثنية أو الطبقية)، التي تساهم في رسم المشهد السياسي والثقافي، وتشكيل سيناريوهات الاصطفاف داخل ساحات المجتمع وفضاءاته.¹

كما أن المثقفين باعتبارهم نخبة المجتمع تقع على عاتقهم مهام الدفاع عنه، حتى ولو عملت السلطة على تعطيل دور هذه النخبة عبر العنف والاضطهاد لتحجيم مطالبها وتسخيرها للدفاع عن مصالحها، ذلك أن المثقف الحقيقي يسعى من خلال صراعه مع السلطة إلى تعطيل آليات العنف التي تستخدمها، وفرض آليات عمل جديدة تفعل المطالبة بالحرية والعدالة، وتفرض قيم المساواة بغية سيادة القانون وتحقيق مطالب الحياة الكريمة.

2- الدور السياسي للنخبة المثقفة:

تبرز عدة أسئلة في إطار إشكالية علاقة النخبة المثقفة بالسلطة، منها ما مدى صحة ارتباط النخبة المثقفة بالسياسة؟ وهل وضعت النخبة المثقفة أكثر جهودها في السياسة دون المجتمع؟ بمعنى آخر لماذا اتجه المثقفون للسياسة ولم يذهبوا للمجتمع؟ وهل صحيح أن المثقفون اهتموا بالسياسة دون المجتمع؟

ونظرا لكون السياسة من الناحية العملية هي الاهتمام بالشأن العام، والشأن العام للمجتمعات العربية يتمثل في مسائل عدة أهمها إدارة مؤسسات الدولة بمفهومها الحديث والتحديث السياسي والاجتماعي والاقتصادي والتعليمي والثقافي، فالمثقف يهتم بهذه القضايا بصورة وثيقة ولم يكن بمعزل عنها، وهذا ما جعل المثقف في صلب المسألة السياسية، ومنه تتحدد حالتان أساسيتان لكيفية النظر لعلاقة السلطة والمثقف، الأولى هي نظرة مثالية، وهي تفترض أن تكون هناك علاقة طبيعية لا تخلو من

¹ . نور الدين زمام: حول سوسيولوجية المثقف الجزائري، مجلة إضافات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد الأول، شتاء 2008، ص: 127.

الصراع وكل طرف بحاجة للآخر، وأن المفروض أن يتعايشا ويتعاونوا لتحقيق الصالح العام بما فيه صالح الطرفين، والثانية نظرة واقعية وهي ترى أن ما هو واقع هو عدم وجود توافق بين المثقف وبين السلطة باعتبار تكوين كليهما، والأحداث تشهد أن كثيرا من المثقفين في جانب مخالف لجانب السلطة.¹

المجتمع السياسي الذي جسده "جرامشي" في الدولة وأجهزة الإكراه، والقمع والضبط القسري المباشر والمنظم، الذي يحقق وظيفة السيطرة الخاصة بالطبقة المسيطرة، يقابله المجتمع المدني المتمثل في تلك البنية التي تسمح بإنتاج وتوزيع وإذاعة الإيديولوجيا الخاصة بالطبقة المسيطرة، وتشكل من التنظيمات والمؤسسات الدينية، والتعليمية، والعلمية، والإعلامية، وباقي الأنساق التعبيرية، ومن هنا يتم رسم العلاقة بين المثقف كسلطة فكرية مستقلة بالدولة، بما تمثله من أجهزة ومؤسسات، تبقى تابعة رغم استقلاليتها النسبية.²

من الطبيعي أن تتوتر العلاقة بين المثقف والسلطان، فالأول يبحث عن التغيير والإبداع بتفجير الطاقات واستثمار الكفاءات، بينما يسعى السلطان إلى دعم الاستقرار والاستمرار، وتتوتر العلاقة إلى حد الصدام بظهور التعسف في استعمال السلطة أو الاستبداد كما يقول "الكواكي"، وما يصاحبه من تجاوزات وحظر للفكر وانتهاك للحقوق وانحيار منظومة القيم، ويلخص "الكواكي" جوهر الصراع بين الحاكم المستبد والمفكر المتبصر في العلم، لأنه ينتج وعي للوجود والموجود، كما هو سلطان أقوى من كل سلطان، فبين العلم والاستبداد حرب دائمة، يسعى العلماء في تنوير العقول، ويجتهد المستبد في إطفاء نورها، فالعلم والأفكار تكبر النفوس وتوسع العقول ويعرف الإنسان حقوقه.³

وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى قول "ابن خلدون" بأن "السيف والقلم كلاهما سلاح في يد السلطان، لكن حاجته في بداية الدولة إلى السيف أشد منها إلى القلم"، وربما هذا ما أدى به إلى الاعتراف أن العلماء أبعد الناس عن السياسة، وربما هذه هي ميزة الجزائر ما بعد الاستقلال، إذ لم تكن فيه نية لإشراك الجانب الفكري في المشروع السياسي للمجتمع، والسباق المحموم نحو السلطة حدد بوضوح طرفي المعادلة، وهما السياسي والعسكري، وكشف أن التحالف مرحلي والصراع على الكرسي أزلي، وهي النقطة التي ركز عليها معظم الذين حاولوا تشخيص الأزمة الجزائرية في بعدها السياسي وآثارها على الأبعاد الأخرى، مما ولد مشروع مجتمعي معطوب، بعيدا عن خصوصيات الشعب وغير ملم بعناصر الشخصية الوطنية.

¹ . ماكسيمكو فلاديمير: المرجع السابق، ص: 174.

² . عمار بلحسن: أنتلسجيا أم مثقفون في الجزائر، دار الحداثة، الجزائر، ط1، 1986، ص: 34.

³ . عبد الرحمن الكواكي: طبائع الاستبداد، الجزائر، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، 1988، ص: 44.

علاقة المثقف بالسلطة تحددها ضوابط وقوانين تضعها السلطة مما يعيق من طموحات المثقف التغييرية إن لم توقفها، لأنه في هذه العلاقة يعتبر مجرد موظف حكومي خاضع لقوانين الدولة، المثقف في التجربة الجزائرية لم تفارقه السياسة والمجتمع كمواضيع وثيقة الصلة به يؤثر كل طرف في الآخر، فكانت السياسة والمجتمع دائمي الحضور عند المثقف ونالتا اهتماما نظريا وفعلا واقعيا، فهناك هاجس كبير للمثقف بالسياسة، فوفق نظر شريحة من المثقفين أن أفضل طريق لولوج المجتمع، والتأثير فيه هو باب السياسة، التي تعتبر أكثر الوسائل قدرة على إحداث التغييرات بما تمتلكه من سلطة فعلية على المجتمع وتنظيماته المختلفة.¹

المثقف ممارسا للسياسة باحثا عن السلطة، وهذا ليس شيئا مخالفا لعمل المثقف، إذا ما اتخذ وسيلة لتعميق وتركيز القيم السياسية الأصيلة، ولو أن البعض يفضل أن يكتفي المثقف بالممارسة النظرية، لأنها أكثر فاعلية في هذه الحقبة التاريخية، فدفاع المثقف عن المؤسسات الاجتماعية الفاعلة قد يكون متماشيا، وذا مردودية أفضل من أن يحصر المثقف نفسه في تجربة معينة، دون أن يعني ذلك أن يفك المثقف كل الروابط الإيديولوجية مع السلطة²، كان دخول المثقف للسياسة عن طريق الوصول لمنصب سياسي أو التحالف مع السياسي أو الخضوع لرغبته، أو عن طريق غير مباشر، وهذا أيضا يأخذ أشكالا عدة منها المعارضة بإجبار السياسي على تمثل رأيه، أو تنازل السياسي ليشركه الغير في إدارة الشأن العام، لم ينجح المثقف في الطريق غير المباشر بل يمكن القول أنها كانت تجربة لم تكتمل وقد يراها البعض أنها أقرب للفشل منها للنجاح.³

الخصوصية الأساسية التي تميز مثقف السلطة هي عدم ممارسة النقد، بصورة واسعة تجاه السلطة التي ينتمي إليها أو يبرر ممارستها، وإن وجدت فعادة ما تكون داخل أروقة السلطة ذاتها لا تخرج عنها، فبمجرد أن يكون مع السلطة، كحال مؤيدي السلطة وليس ضروريا أن يكون موظفا فيها، فهو يقوم بالدور التبريري لأفعال وتوجهات هذه السلطة، ومن هنا نرى أن مثقف السلطة يفقد مضمون وجوهه المثقف، لأنه يفقد مقوما مهما من مقومات المثقف وهو ملكة النقد حيث يوصف بأنه موظف للسلطة وخادمها الوفي.⁴

¹. ماجد السادة: المثقف وأنماط العلاقات الاجتماعية (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995، ص: 53.

². محمد دكير: المثقف والسلطة أية علاقة (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995، ص: 61.

³. ماجدة السادة: المرجع السابق، ص: 54.

⁴. إدوارد سعيد (ترجمة: كمال أبو ديب): الثقافة والامبريالية، دار الآداب، بيروت، 1997، ص: 34.

يتعدد توجه المثقف السلطة السياسية فقد يكون دينيا أي ذو مرجعية دينية، أو يكون ذا مرجعية علمانية، فكلاهما سواء في الموقف من السلطة من حيث أنهما يؤديان وظيفة التبرير، ففي النموذج الأول هناك من يشغلون المناصب الدينية في الدولة أو في مؤسسات الأوقاف أو الإرشاد الديني، أما في النموذج الثاني الإعلاميون والمثقفون والأكاديميون والباحثون العلمانيون، عندما يشغلون في داخل السلطة سواء كان عملهم إعلاميا كما في وزارات الإعلام والصحف والمجلات التابعة لها، ثقافيا كما في وزارة الثقافة، وأكاديميا أو بحثيا سواء في الجامعات أو المكتبات العامة أو مراكز البحوث التابعة للدولة، المهم أن ما يجمع بين هؤلاء هو افتقاد النقد الموجه للسلطة السياسية تحديدا، مما يعني أن المثقف يفتقد المصدقية والاستقلالية في الرأي حيث أن من يشغل في مناصب، وبصورة أكثر تحديدا في وظائف الدولة، ولا يمارس دورا تبريريا لما تقوم به السلطة، فإنه سيضطر على الأرجح لأن يعمل لدى الدولة بشروطها، غير أن عمل المثقف لدى الدولة لا يفي عندئذ بالضرورة أنه مؤيد للسلطة، فلا نستطيع أن نحكم على المثقفين الموظفين سلفا، وإن كان الإغراء أحيانا قويا والضغط أقوى.¹

في سياق عمل المثقف في أجهزة وإدارات الدولة يرى "برهان غليون" أنه تتنازع المثقف مواقف رئيسية، أحدها الالتحاق بالسلطة، وقد سار عدد كبير من المثقفين في هذا الطريق، ولكن لعوامل لا تتعلق بالجن والانتهازية موقف الالتحاق بالسلطة من منظور خدمتها والعمل تحت إشرافها، وفي هذه الحالة يتحول المثقف إلى موظف أو خبير فني يقدم خبرته للسياسي، لكن ليس له أي دور في إنضاج القرار أو المشاركة فيه، على مستوى الرأي العام أو على الدولة، وقد سار عدد من المثقفين في هذا الطريق لأنه يضمن الحد الأدنى من الرفاه المادي والحماية.²

أحد الإشكاليات التي تواجه المثقف هي مسألة انتقاله من المعارضة إلى السلطة بمفهومها العام والسياسي، فتاريخيا تحول مثقفون من المعارضة إلى السلطة السياسية الحاكمة، سواء كان ذلك بفعل انقلاب أو ثورة أو رضا من السلطة السياسية الحاكمة، بتركهم أو فسح المجال لهم للمشاركة في الحكم، فمن خلال هذا التحول أو الانتقال أو تغير الموقف تبرز إشكالية عدم قدرة المثقف في البقاء على فكره ونظريته، التي يمكن التعبير عنها بانقلاب في الفكر، وفي حالات أشد انقلابا على الذات، وهذا لا يعني

¹. ياسين بوعلي: المثقفون العرب من سلطة الدولة إلى المجتمع المدني، مجلة عالم الفكر، المجلد 27، ع3، 1999، ص: 56.

². برهان غليون: تمهيش المثقفين ومسألة بناء النخبة القيادية (المثقف العربي همومه وعطاؤه)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، ديسمبر 1995، ص ص: 102-103.

أن كل مثقف في موقع المعارضة يقف في الموقف الصحيح، حيث أن الخطاب المعارض مختلف كلياً عن خطاب السلطة الحاكمة.¹

تسعى السلطة للاستحكام والتسلط بأدوات القوة والفكر بينما يسعى المثقف لتحكيم قواه في المجتمع والدولة، من خلال قيم الحرية في القول والفعل والفكر، وهو خلاف طبيعي ينبع من مقدمات وغايات كل منهما، تماماً بالقدر الذي يفرض كل منهما الآخر، بوصفهما الأقطاب الضرورية لوجود الدولة ومؤسساتها والمجتمع والأفراد، فالمثقف الحقيقي هو العنصر الجوهرية في تاريخ وعي الذات الوطنية والاجتماعية والسياسية، حيث لا يمكن تصور وعي الذات دون الدور الذي يلعبه المثقف على حلبة وجودها التاريخي، سواء من خلال تأسيس مرجعياتها الروحية والثقافية، أو من خلال اجتهاده الحر في كشف فضائلها ووزائلها، وهو ذات الدور الذي يجسده في مواقفه الاجتماعية، فالمثقف الحقيقي هو موقف اجتماعي دائم، وفي هذا يكمن مضمون وظيفته السياسية فهو يؤثر فيها من خلال إبداءه الحر ومواقفه.²

فالخلاف والصراع والتناقض بين المفكر الحقيقي والسلطة واقع لا يمكن لأحد تجاهله أو التغاضي عنه، لاسيما وأنه شكل وما يزال يشكل أحد مصادر الدراما التاريخية للوجود الإنساني، تاريخ عريق من المواجهة والهدنة، وبما أن المثقف الحقيقي هو من يتمثل هذه النسبة الحية للواقع والخيال، أي للحاضر والمستقبل في الإبداع النظري والعملي، من هنا قيمته وفاعليته المغرية للسلطة والمعارضة على السواء، وهو الأمر الذي يجعل من الابتعاد النسبي للمثقف من السلطة شرطاً ضرورياً، للدفاع عن المصالح الأكثر جوهرية وديمومة لحاضر الأمة ومستقبلها، ذلك يعني أنه لا يمكن للمثقف الحقيقي الاندماج في السلطة ومؤسساتها، لكنه قادر على العمل معها بمعايير الدولة والإبداع الحق الذي يخدم المجتمع ومصالحه.³

قدرة تفترض تجسيدها وتحقيقها ضمن حلقات ملزمة للمثقف، تقوم بالحفاظ على المسافة الضرورية بينه وبين السلطة من جهة، والعمل على إيجاد النسبة الضرورية بين الأخلاق والسياسة في الإبداع الثقافي من جهة أخرى، إذ يفترض التزام المثقف الحقيقي العمل من أجل ألا تتحول الثقافة إلى أداة لطحن الحقائق، وتحويلها إلى وسيلة لتغطية مظالم السلطة، وكذلك مواجهة كل المقدسات من خلال نقد الواقع والقيم والأفكار أياً كان مصدرها وشكلها، وأخيراً العمل من أجل غرس الثقافة العقلانية وتأسيسها النظري والعملي، وفي هذا الالتزام فقط يمكن توحيد المهمة الروحية والأخلاقية والسياسية للمثقف، بمعنى مواجهة الإشكاليات الفعلية، التي تواجه الدولة بمعايير الرؤية الحرة، ومن أهم

¹ . وحيد بن بوعزيز: المثقف والسلطة بين النهاية والاحترافية، مجلة أفق الثقافية، عدد فيفري 2006، الرباط، ص: 36.

² . ياسين بوعلي: المرجع السابق، ص: 57.

³ . فاضل حسين الخفاجي: العلاقة بين المثقف والسلطة، جريدة الصباح، بغداد، 2002، ص: 14.

الإشكالات التي ينبغي أن تشكل صلب هموم المثقف الجزائري هي النظام الديمقراطي والمجتمع ففيها تتمظهر حقيقة المثقف وجوهه.¹

قيمة المثقف إذن تقوم في استقلاليته الفعلية في المواقف والآراء والأفكار، ذلك لأن حقيقة المثقف هي أولا وقبل كل شيء معاناة أبدية فردية واجتماعية ومستقبلية، بمعنى أن المثقف الحقيقي هو الذي يجعل من المستقبل مصدر معاناته الفردية والاجتماعية، فهي الرؤية التي تحرره من الخضوع لنزوات السياسة وصراعاتها العابرة، كما تجعل منه في الوقت نفسه الجسد الحي للبحث الدائم عن الحق والحقيقة، بمعنى العمل يكون هو الجسد الحلقة الرابطة بين الأخلاق والسياسة والحرية والنظام، الإبداع وتراكم المعرفة، المجتمع والدولة، لاسيما وأنه كان وما يزال وسوف يبقى القوة الوحيدة القادرة على صنع التجانس في وجود الدولة والمجتمع.²

كما أن المثقف صاحب موقف ورسالة، خادم لمبادئه الكبرى، مدافع عن أصولها وأبعادها، ناقد ذكي ومراقب حريص لعمليات التطبيق، ولا يمكن للمثقف أن يصبح جزءا من إعلام ضخم وظيفته الإشادة بما طبق والتأييد لما هو كائن ومعمول به، فهناك صعوبة لخروج المثقف عن سيطرة السلطة السياسية الحاكمة، التي استحوذت على المجتمع بعد أن استحوذت على الدولة، التي بدورها تسلطت في المجتمع، وأضعفت المؤسسات الاجتماعية فيه، بمعنى أن المساحات التي يستطيع المثقف الاستقلال داخلها من دون أن يكون هناك تأثير للسلطة السياسية على هذه المساحات قليلة جدا، تستطيع السلطة بسهولة مضايقة مؤسسات المجتمع التي قد يمارس المثقف من خلالها بعض نشاطاته وأدواره، كما تستطيع الدولة مضايقة المثقف في حياته اليومية بسهولة، وتجد مبررات سهلة لقيامها بمثل هذه الممارسات أسهلها العمالة للخارج أو الخروج عن الدين.³

ويظهر "عبد الله العروي" أزمة المثقف في كتابه "ثقافتنا في ضوء التاريخ"، بأن الموضوع شائك ومعقد، ويمكن القول إن ظاهرة الأزمة لا تفارق المثقف، في كل مجتمع وفي كل حقبة من الحقب، بقدر ما تواكب نخضة تلك الأمة من كبوتها وركودها⁴، ويذهب "عبد الرحمن منيف" بعيدا في علاقة المثقف بالسياسي، فهو يرى أن السياسي قد لا يعاقب فقط المثقف بل يعاقب الثقافة، ما دام السياسي قادرا على تسخير الثقافة لخدمة عمله اليومي، وما دام المثقف متقبلا القيام بمهمة التبرير والتسوية، أما إذا

¹. جميل حمداوي: جدلية المثقف والسلطة، مجلة ديوان العرب، عدد ماي 2001، ص: 11.

². فاضل حسين الخفاجي: المرجع السابق، ص: 14.

³. زكي الميلاد: المثقف والمجتمع وإشكالية الهوية (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995، ص: 61.

⁴. عبد الله العروي: ثقافتنا في ضوء التاريخ، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط3، 1992، ص: 171.

مارس المثقف حقه الديمقراطي بالنقد والاختلاف، أو لم يقيم بالدور الموكل إليه، فعندئذ لا بد أن يقع الخلاف بين الطرفين، وغالبا ما يلجأ السياسي ليس إلى معاقبة المثقف وحده، بل ومعاقبة الثقافة أيضا، معتبرا إياها ترفا أو خيالا لأنها تعيق العمل السياسي وتخلق له الصعوبات، ويركز بالمقابل على ما يعتبره عمليا أي الإعلام مبعدا الثقافة أو مهمشا دورها.¹

وقد تم تهميش المثقفين في الأنظمة الشمولية والتقدمية التي يمكن وصفها بأنها كانت أنظمة ذات اتجاه واحد تمثل في نظام الحزبية الأحادية، بينما وصل عدد من المثقفين للسلطة السياسية الحاكمة، ذلك راجع لمدى قرب المثقف في رؤاه للسلطة أو العكس، باعتبار أن السلطة تعرف أهمية المثقف، ولكن بشرط أن يكون ولاؤه لها، برز نموذج من المثقفين على حساب نموذج آخر، أثر على دور المثقف، فقد ظل دور المثقف الطليعي قاصرا على كونه المبشر والنذير، وعندما وصلت بعض القوى إلى السلطة لم يكن لهذا المثقف دور يذكر سوى دور هامشي، وتمت الاستعانة بالمثقف التكنوقراطي أو الموظف الحزبي لصناعة التاريخ الجديد، لأن المطلوب كان المثقف الموظف ذا الولاء المطلق، وليس المثقف المستقل ذا العقل النقدي، ومنه تم حصار دور المثقف في المنعطف المهم من تاريخ الوطن نهاية الستينيات وطوال السبعينيات.²

ومنه نستخلص أن كل من المثقف والسلطة يتنازعان على المجتمع، ويحاول كل منهما ليس فقط كسب المجتمع لجانبه، بل الحديث على أنه هو الممثل الحقيقي أو الشرعي لهذا المجتمع، أحيانا يرى كل واحد منهما أن الآخر ضد المجتمع، وهذا أحد أسباب الصراع الموجود بينهما، فالمثقف يتصور أنه أحق من السلطة بتقديم رؤى للمجتمع، باعتباره يتعامل معه من خلال علاقة غير سلطوية تربطه به، يساعده في ذلك عدم سعيه للحصول على مكاسب ذاتية أو جماعية، ويرى بأن السياسي لا يمتلك مشروعية نابعة من المجتمع تحوله لإدارة وقيادة هذا المجتمع، بينما ترى السلطة أنه لا يوجد من يعرف إدارة وقيادة المجتمع مثلها، وترى بأن المثقف لا يعرف كيف يدار المجتمع، وليست لديه القدرة للتعامل مع الواقع والآخريين والقوى الخارجية وموازن القوى في المجتمع.³

إلا أنه لازالت الغلبة للسياسي على المثقف، ويبدو أنها ستبقى كذلك طالما أن المثقف لم يستطع صنع سلطة ثقافية له، فتوازن القوى بين المثقف والسلطة مفقود، فعادة ما تكون السلطة صاحبة قوة

¹. عبد الرحمن منيف: العرب وتحديات القرن الحادي والعشرين (حوارات في الفكر العربي المعاصر)، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2000، ص: 137.

². إحسان حمدي العطار: المثقف والسياسة (إشكالية العلاقة بين الفكر والواقع)، الحوار المتمدن، ع 2624، فيفري 2009، www.ahewar.org، في 2011/09/3.

³. جميل حمداوي: المرجع السابق، ص: 11.

مقارنة بالمتقف الفاقد لها، ففي غالب الأحيان لا يقبل السياسي بالمتقف إما تسلطا أو قناعة منه أن المتقف ليس أكثر قدرة منه في التعامل مع الواقع، ولم يستطع المتقف تغيير هذا الميزان بل يبدو أن السلطة استطاعت زيادة ترجيح كفتها على حساب كفة المتقف بما تملكه من آلية قمع.¹

وفي الأخير يمكن القول أن دراسة النخبة المثقفة في أي مجتمع تنطوي على أهمية كبرى، باعتبارها تسهم بشكل كبير في فهم وتفسير السلطة السياسية داخل الدولة، فداخل أي مجتمع نجد هناك فئة محدودة حاكمة، تحتكر أهم المراكز الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتلعب أدوارا طلائعية داخل النسق السياسي، وتمتلك سلطات على مستوى اتخاذ القرارات أو التأثير في صياغتها في أقل الأحوال، وأخرى واسعة محكومة ولا تملك نفس الإمكانيات فيما يخص صناعة هذه القرارات.

خامسا- مسار النخبة المثقفة الجزائرية:

ارتبط المتقف في الجزائر بعلاقته مع السلطة قريبا أو بعدا ودفاعه عن المجتمع في آماله وآلامه، فما هي أبرز خصوصيات المتقف الجزائري؟ وما شروط الانتماء إليه في إطار جدل المفهوم؟ وما هي محاور اشتغاله ودوائر تحركه ومبادراته؟ إلى أي حد يمكن الحديث عن وجود أنتلجانسيا جزائرية تضطلع فعلا لا قولاً بأدوارها التاريخية؟ ما هي أصناف المثقفين في المشهد الجزائري؟ ما هي ملامحهم واتجاهاتهم؟ وفوق ذلك كله ما النسبة التي يمثلها المتقف الملتزم وسط النخبة المثقفة الجزائرية؟ هل يمتلك المتقف سلطة في المجتمع؟ أم أنه يتحرك بين مطرقة السلطة وسندان المجتمع؟ هل العلاقة بين المتقف والسلطة علاقة عداوية، بمعنى أنه إذا كانت السلطة الجزائرية في ضفة فإن المتقف ينبغي أن يكون في الضفة المقابلة؟

برزت النخبة المثقفة في الساحة السياسية والثقافية بعد الحرب العالمية الأولى، في شكل قطبين متزامنين قطب ناطق بالفرنسية والآخر بالعربية، يعمل كل واحد منهما على تحقيق رغبات الشعب وتلبية مطالبه، وكان "الأمير خالد" من المثقفين الأوائل، والذي لم تمنعه ثقافته الفرنسية من التمسك بالثقافة الوطنية²، كانت فترة العشرينيات من القرن العشرين بداية مرحلة جديدة من المقاومة الثقافية، فبعد صمود الزوايا والمساجد ظهرت مرحلة جديدة قادتها النخبتين، فالأولى قادها العلماء المسلمين الذين هيكّلوا أنفسهم ضمن جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، التي تأسست عقب الاحتفالات المثوية

¹. إحسان حمدي العطار: المرجع السابق، ص: 38.

². عبد الرحمان بن العقون: الكفاح القومي والسياسي من خلال مذكرات معاصر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ج1، 1986، ص: 79.

للاحتلال الفرنسي للجزائر، يقول الشيخ عبد الحميد بن باديس: "من المعلوم أن الأمة الجزائرية هبت بعد مرور قرن من الاحتلال لتأخذ قسطاً من الحياة، من نواحي عديدة وخصوصاً الناحية الدينية والعلمية".¹

أثارت هذه الاحتفالات سخط الجزائريين بحدة، ومن ناحية أخرى حفزت فيهم الهمة لاستغلال ظرف والشروع في بعث الأمة، وإرساء مشروع ثقافي وطني يرد على أوهام المؤرخين الفرنسيين الذين أنكروا ذاتية وهوية الجزائري²، بدأت تبرز أولى الكتابات التاريخية الوطنية التي توضح وجود الوطن منذ العصور القديمة، وأكدت تاريخ الجزائر وأبرزت بطولات زعمائه عبر التاريخ، وكان من الرعيل الأول "الشيخ مبارك المليبي"، "أحمد توفيق المدني"، "عبد الرحمان الجيلالي"، فرغم ضعفها العلمي إلا أنها تحتوي على رسالة وطنية وتربوية وتاريخية.³

شرعت جمعية العلماء في أداء عملها الإصلاحية وفق شعارها "الإسلام ديننا والعربية لغتنا، والجزائر وطننا"، فقد ضحى قادتها بنعيم الحياة وزخرفها، مسخرين طاقاتهم في الوعظ والإرشاد مدافعين عن القيم الجزائرية، التي تشكل هوية الجزائري وشخصيته، فكانت محاور برنامجها الإسلام الذي يجب العمل على إصلاح عقائده وصد العدوان عن معابده وأوقافه، وإحياء العربية في آدابها وتاريخها والتمسك بالوطنية الجامعة بين الإسلام والعربية.⁴

حاضت جمعية العلماء المسلمين حرباً مكشوفة على الاستعمار، و ضد سياسته في محاربة الإسلام والفرنسة والتجهيل، وبصفة عامة محاربة التغريب الثقافي بإتباع أساليب ووسائل ذكية، فكانت لها منذ البداية مواقف صريحة إزاء ذلك نجسها في أوضح مثال عبر عنه "عبد الحميد بن باديس" بقوله: "قد فهمنا والله ما يراد بنا، أننا نعلن لخصوم الإسلام والعربية أننا عقدنا على المقاومة المشروعة، عزمنا وسنمضي بعون الله في تعليم ديننا ولغتنا، رغم كل ما يصيبنا ولن يصدنا عن ذلك شيء فنكون قد شاركنا في قتلها بأيدينا".⁵

تعكس هذه التصريحات عمق رسوخ العمل الإصلاحية والثقافي في نفوس العلماء، الذين عكفوا على رسالة النهوض بالجزائر التي بدأت تشهد صحوة لم تعرفها منذ زمن، فأيقظت الجزائريين من السبات

¹ محمد الطيب العلوي: التربية بين الأصالة والتغريب، منشورات دحلب، الجزائر، (د.ت)، ص: 120.

² عبد الكرم بوصفصاف: جمعية العلماء المسلمين ودورها في تطور الحركة الوطنية الجزائرية 1931-1945، دار البعث، قسنطينة، ط1، 1981، ص: 85.

³ ناصر الدين سعيدوني: ورقات جزائرية، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 2000، ص: 32.

⁴ Ali Merad: Le réformisme musulman en Algérie de 1925 à 1940, essai d'histoire religieuse et sociale, les éditions El-hikma, Alger, 1999, pp:144- 145.

⁵ محمد المليبي: ابن باديس وعروبة الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، (د.ت)، ص: 151- 152.

ودفعت الأمة إلى حفظ تراثها من المسخ والتحريف¹، كل هذا بتنظيمات ووسائل جندتها لنشر فكرتها من مدارس، صحافة، نوادي ثقافية، مساجد، وكان أهم ميدان ركزت جمعية العلماء عليه جهودها هو ميدان التربية والتعليم، كونه وسيلة تثقيف وتوعية دينية ووطنية في جميع الفئات صغارا وكبارا إناثا وذكورا، ورغم الصعوبات والعراقيل فقد كانت مدارسها تناهز 150 مدرسة، يقارب عدد من يرتادها 50 ألف من البنين والبنات، وقد كلل عملها الدؤوب بتأسيس معهد عبد الحميد بن باديس سنة 1947.²

إلى جانب عمل جمعية العلماء الرائد سار إلى جنبه نشاط قامت به بعض الأحزاب والجمعيات الأخرى، كحزب نجم شمال إفريقيا الذي طالب في برنامجه السياسي بوجوب فرض التعليم الإلزامي باللغة العربية، وفسح المجال لدخول المدارس على جميع المستويات، وتؤكد هذا ميدانيا في إقامة 17 مدرسة موزعة في أنحاء الجزائر، وقد سار حزب الشعب على مساره فنجدته يطالب بإصدار مرسوم يجعل اللغة العربية على غرار ما هي في تونس إجبارية، تعلم في جميع مراحل التعليم حتى في التعليم العالي، من خلال المطالبة بتأسيس كلية الآداب يدرس بها التاريخ والفلسفة وعلم الاجتماع وإحداث جامعة إسلامية.³

لقد أدت سياسة الاستعمار الثقافية إلى بروز مقاومة جزائرية بنوعيتها السياسي والثقافي، فقد رفض الجزائريون ثقافة فرنسا طلية عقود بحسناتها وسلبياتها، وتمسكوا بهويتهم الثقافية المتميزة عن حضارة فرنسا وثقافتها، واستمر السجال بين الطرفين إلى سنة 1954 التي كانت أوج الصدام بين الجزائريين والفرنسيين بسبب الخلفيات السالفة الذكر.⁴

المعروف أن الثورة التحريرية عاشت إشكالية مأساوية مع المثقف لأنه تأخر في اتخاذ الموقف المساند لها، في بداية الثورة كان المثقفون ينقسمون إلى قسمين، قسم ينتمي إلى جمعية العلماء وهم كتاب اللغة العربية من صحافيين وشعراء وكتاب مقالات اجتماعية ودينية، عملوا على ترقية اللغة العربية وفتح بعض المدارس لتدريسها، فكانت هذه الفئة من المثقفين بعيدة عن مفهوم الوطنية والمطالبة بالاستقلال، انتماءها ثقافي ديني متواصل مع الدول العربية والإسلامية، وعندما انفجرت الثورة سنة 1954 فوجئ أفراد هذه الفئة بالفعل الجريء الذي لم يستوعبوه إلا بعد مرور وقت، وبقي مفعرو الثورة ينظرون إلى هؤلاء المثقفين بنوع من الريبة.

¹. محمد الصالح رمضان: جمعية العلماء ودورها العقائدي والاجتماعي والثقافي، مجلة الثقافة، الجزائر، ع 85، 1984، ص: 359.

². نفس المرجع، ص ص: 364-367.

³. أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي، در الغرب الإسلامي، بيروت، ج3، ط1، 1998، ص ص: 250-251.

⁴. Nouara Hocine:op.cit, p:117.

فئة ثانية مرتبطة أشد الارتباط بالثقافة الفرنسية وقيم الثورة الفرنسية التي تعلمتها في المدرسة الفرنسية، هي الأخرى فوجئت بقيام الثورة، وبقيت متفرجة مدة ليست بالقصيرة، واتخذ بعض أفرادها موقف مضاد تجاه الثورة بالمقابل التزم معظمهم الحياد إلى أن تغيرت مواقفهم سنة 1956، حين انضموا إلى الثورة بعد سنتين من اندلاعها¹، كان عدد قليل من الثانويين والجامعيين الذين التحقوا بالثورة في بدايتها، ولم يكن لهم هدف سوى الكفاح المسلح فوضعوا معارفهم وقدرتهم في خدمة الثورة التحريرية².

ويوصف المثقف الجزائري بأنه لم يكن حتى في مستوى حماس وإخلاص الجماهير الكادحة، بل ويتعدى الوصف أحيانا هذا النقد، لينعت المثقف الجزائري بالخيانة وسكوته المبرمج أمام انتهاك الحقوق واغتصاب ثروات الشعب وتبديد واستنزاف المال العام، فهو لم يساهم بقسط كبير لا في معركة التحرير، ولا في معركة البناء ما بعد التحرير، وما رافقها من خضوع وتبعية لأبناء الشعب بسبب الفقر، الحرمان، العزلة والتهميش نتيجة الفساد الذي ينخر جل مؤسسات الجمهورية، وما أفرزه من زعزعة الثقة بين الحاكم والمحكوم وبين المواطن ومؤسسات وأجهزة الدولة، بل والأكثر من ذلك أن ذات المثقف شارك في إنتاج خطابات شعبية تضع الآمال في الأفق لتبعد الجماهير عن حقيقتها، حتى أصبحت تلك الآمال ضرب من المستحيل.

هذا الطرح أي الموقف السلبي من دور المثقف في معركة التحرير والبناء لديه من تبناه ولديه من يدافع عنه، وحملته كتابات وأقلام العديد من المفكرين والصحفيين والباحثين، ف"مالك بن نبي" الذي عبر عن عجز النخبة المثقفة الجزائرية وعدم فعاليتها مقارنة بالآخر، يعود إلى البذور الأولى التي تشكلت في خضمها الحركة الوطنية، مستشهدا بحادثة تاريخية تزامنت مع إنزال قوات الحلفاء بالجزائر في 08 نوفمبر 1942، سجل فيها غياب المفضوح للنخبة المثقفة، لأنها قبلت تمثيلا يهوديا للقضية الوطنية، ومع ذلك ف"بن نبي" يعترف أن المرحلة الوحيدة التي تشكلت فيها نخبة مثقفة حقيقية هي فترة حكم "الأمير خالد"، مشكلة من بعض الأطباء، المحامون، الأساتذة، ويؤكدون أنه في خضم النقاشات التي شكلوها انبثقت الجينات الأولى للمطلب الوطني، لأن دوي خطاباتها ومقالاتها في الصحافة الوطنية ذو صدى كبير³.

"مصطفى الأشرف" الذي عرف بنقده الجريء للنظام الذي شكله في أغلب فترات حياته، يؤكد ويدعم دور الحركة الشعبية والطبقات الكادحة، التي يعتبرها مصدر كل المكاسب المحققة، يشيد بالفكر العقائدي للمثقف الريفي منتقدا بشدة بعض المفكرين في قوله: "أعداء البلاد الألداء كثيرون في أوساط

¹ . Brahim Ghafa: L'intellectuel et révolution Algérienne, édition Houma, Alger, 2001, p:74.

² . Ben khadda Ben Youcef : Les origines du 1^{er} novembre 1954, édition dahlab, Alger, 1989, p :151.

³ . Malek bennabi : les grands thèmes, Alger. El-Borhane, 2005, pp :58-59.

المفكرين أيضا، هذه الحقيقة ما كانت لتخفى حتى على شخص مكابر مثل "بيجو"، الذي نزل من عليائه إلى مستوى الكتاب، فقال عنهم يومها إنهم يمثلون أرستقراطية القلم، وهو ما ذهب إليه "بن نبي" في سياق استعراضه جدلية الفكرة الصنم، معتبرا أن النخبة المثقفة الجزائرية لا تتمحور إيديولوجيا حول الفكرة الثورية، وإنما حول أصنام ألصقت بها بعض الصحافة هذه الفكرة... فتحالف الإخوة الأعداء ظاهريا مع الثورة، لكن تحالفهم كان في الواقع مع الزعماء الذين كانوا يوزعون عليهم المنح والمكافآت في تونس والقاهرة.¹

هذه الأفكار دافع عنها أيضا باحثون ومؤرخون وأكاديميون آخرون، على غرار "محمد حربي"، "محفوظ قداش"، "محفوظ سماتي"، "فرانس فانون"، "عيسى قادري"، "إبراهيم إبراهيمي"، وأخيرا الباحثة "نوارة حسين"، ف"حربي" يرى بأن الثورة الوطنية الجزائرية حملتها حركة واسعة من مختلف الفئات من دون إيديولوجية ولا برنامج سياسي محدد²، وعن الحضور الضعيف للمثقفين، وتأثيرهم غير الفعال في حركة التحرير يقول "محمد صابور": "أن المثقفين الجزائريين انظموا إلى الثورة بإحساس درامي، مبدئين نوع من الحياء أو تأنيب الضمير، ليس فقط لأنهم التحقوا متأخرين بالثورة، ولكن لأن كتاباتهم وخطاباتهم هي الأخرى كانت متأخرة أيضا"³، الشيء الذي كانت نتائجه وخيمة، ترجمت في نظرة ثقافية ضيقة للحركة الوطنية وميدانها السياسي.

من جهته "عيسى قادري" يقول: "تأسست في خضم الحركة الوطنية" منطلق يتعارض، حيث حول المثقفون إلى شبه أجهزة مع الفكر وموظفون في نظام الهيمنة في الثورة والاستقلال، مؤكدا أن انضمام ومشاركة الطلبة في الثورة شابه اللبس والغموض، وتأطير الثورة يؤكد بوضوح تهميش حاملي شهادات التعليم العالي الأنتلجنسيا الأخرى، وأن 87 عضو في التنظيمات القيادية، كانوا أميين بنسبة 2.7%، مستوى ابتدائي 45.3%، منحدرين من الأوساط العمالية 15.9%، أعضاء دائمون في الحزب 18.8%، مهن حرة 13%، تجار صغار 11%، بينما لم يمثل الطلبة إلا 1.4%، وتحدثت الأرقام على أن 62.1% ومن قادة الولايات العسكرية كانوا ذوو مستوى ابتدائي.⁴

¹. مالك بن نبي (ترجمة: بسام براءة وأحمد شعبو): مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر، دمشق، ط6، 2005، ص: 101.

² Tayeb Elmestari: Analyse sociopolitiques des intellectuels Francophones Algériens...in parcours d'intellectuels maghrébins, sous direction Aissa Kadri, Karthale, Paris, 1999, p: 305.

³. M'hammed Sabour: la société civile et l'intelligentsia (le cas Algériens, in Algérie, France Islam), textes rassemblés par Joseph Jurth, L'harmattan, Paris, 1997, p :193.

⁴. Aissa Kadri: intelligentsia et intellectuels dans le mouvement national, EL watan, 24/ 02/ 2005, N° :3419.

من جهتها "نوارة حسين" لم تبتعد عن هذا الطرح مستندة إلى تحاليل "علي الكنز"، "محفوظ قداش" وآخرون، وبعد استنطاق العديد من المصادر والمراجع، ومن خلال تحليلها لبيانات إحصائية، واستجابتها للعديد من نشطاء الثورة، انتهت إلى القول أن مشاركة المثقف في الثورة ضعيف جدا وحضوره محتشم، فعضويتهم ضعيفة في الحركة الوطنية، وتأثيرهم ضعيف في اتخاذ القرارات التاريخية لتلك المرحلة.¹

لهذا يرفض "العربي الزبيري" أن يكون التغيير والثورة على الظلم فاعلية عشوائية تحدثها الصدفة، إنما التغيير أيا كان نوعه لا يحدث في المجتمع إلا إذا وقع تزويد الجماهير صاحبة التغيير بوعي، يجعلها تدرك واقعها وتؤمن بضرورة العمل من أجل تحسين ذلك الواقع أو تغييره جذريا، ويفند "الزبيري" المزاعم التي تقول بأن المثقفين معقدون تجاه الثورة لأن مشاركتهم كجنود كانت ضعيفة، بل عددا منهم أعدم بتهمة الخيانة، يقول "الزبيري" بعد استنطاق الأحداث وإعادة قراءة الوثائق المتوافرة....، وجدنا ما يكفي للتدليل على أن المثقفين الجزائريين قاموا بأعمال جليلة للحفاظ على مقومات الشخصية الوطنية....، من جهة أخرى استطاعوا بوسائل بسيطة وإمكانيات مادية لا تذكر، لكن بإرادة حديدية لا تقهر، أن ينشروا في أوساط الجماهير الشعبية الواسعة روح الثورة، التي تركز على حب الحرية اللامتناهي والاستعداد المطلق للتضحية القصوى.²

وبأي حال من الأحوال لا يمكن نفي أعمال "بن رحال"، "الأمير خالد"، "فرحات عباس"، "بن باديس"، وكذا "بن شنب" وأعضاء جمعية العلماء المسلمين ك"توفيق المدني"، "مبارك الميلي"، "البشير الإبراهيمي"، الذين ساهمت أعمالهم في إعادة التراث الثقافي الجزائري، خاصة منه اللغوي بفضائه اللساني العربي والبربري، وساهمت نقاشاتهم الحادة حول مختلف المسائل في بلورة معالم الشخصية الجزائرية، ومن تلك السجلات ما دار بين "بن باديس" ودعاة الإدماج، يومها قال "فرحات عباس": "لو أنني اكتشفت الأمة الجزائرية لغدوت إنسانا وطنيا، لقد سألت التاريخ وسألت الأحياء والأموات، وزرت المقابر ولم يحدثني أحد عن هذا الوطن"، ورد عليه "بن باديس" بقوله: "بأن الأمة الجزائرية موجودة، وأن الأمة الجزائرية الإسلامية ليست فرنسا، ولا يمكن أن تكون فرنسا، ولا تريد أن تصير فرنسا، ولا تستطيع أن تصير فرنسا ولو أرادت، بل هي أمة بعيدة عن فرنسا كل البعد في لغتها، وفي أخلاقها وفي عناصرها ودينها".³

¹. Nouara Hocine : Op-cit, P 280.

². العربي الزبيري: المثقفون الجزائريون والثورة، منشورات المتحف الوطني للمجاهدين، الجزائر، 1986، ص: 19.

³. نفس المرجع، ص: 82.

التحاق المثقفين المتأخر بالثورة جعلهم يشعرون بالذنب، ليس فقط لهذا لكن أيضا بسبب كتاباتهم وخطاباتهم المتأخرة أيضا، لقد كانوا يشعرون بالنقص أمام الذين سبقوهم مبكرا في النضال، فأصبح السابقون الأوصياء، وهم العاملون تحت مسؤوليتهم التنظيم والتفكير¹، ترعرعت الثورة وتطورت من دون مشاركة فعالة للمثقفين، وحتى بعد التحاقهم بها لم يتمكنوا من التأثير فيها لا من حيث المحتوى ولا من حيث التطور، إن الذين فجروا الثورة آمنوا باستقلال الجزائر، وأبعدوا الحلول الأخرى التي كان يؤمن بها المثقف، القائمة على الحوار والتعايش بين الأجناس والديانات، فلم يشعر الثوار بأهمية تواجد المثقف في وسطهم لتستقل الجزائر، واعتبروا الفعل الثوري هو الأول والأخير ومن ثمة كان المثقف غائبا عن مصدر السلطة والقرار.²

هذه الإشكالية طرحها مؤتمر الصومام لاسيما في مسألة أولوية السياسي على العسكري، وقد تميزت المرحلة الاستعمارية بهيمنة الأنتلجانشيا العسكرية على النضال السياسي وتوجيهها للاختيارات الكبرى للثورة، حين تجاوزت الهياكل السياسية للثورة الجزائرية ولجنة التنسيق والتنفيذ، وأقرت مبدأ العمل المسلح المباشر في الأرياف والمدن، ولا تعود فقط هذه القوة التأثيرية إلى أسبقية العمل العسكري على السياسي، ولأن ابتدأت مشاركة الأنتلجانشيا العسكرية متواضعة في البداية، إلا أنها ما لبثت أن تطورت باستمرار لتصبح نوعا من الهيمنة، لقد ساعد تشكيل الحكومات المتعاقبة على مزيد من اشتراك العسكريين في السلطة وتدعيم نفوذهم، إلى أن جاءت حركة 19 جوان 1965 لتعطيهم نفوذا مطلقا من خلال التسلل إلى مختلف الهياكل ودواليب الدولة والمجتمع، والدخول إلى الجمعية الوطنية التأسيسية، التي تكونت من 18% عسكري، و18% مهن حرة، و12% معلمون، و18% عمال، و10% موظفون، و10% طلاب.³ وتعكس هذه النسب المئوية مفارقة عجيبة، نسبة تمثيل ضعيفة لفئة العمال، ونسبة تمثيل أقوى لفئة العسكري، مما يدل على أهمية حجم الجيش في السلطة، لذلك عكست الحكومة الثانية لـ"بن بلة" المشكلة بتاريخ 19 سبتمبر 1963 الأهمية المتزايدة للنخب العسكرية، واتجاه الحكومة نحو إجراءات سياسية راديكالية من نوع التسيير الذاتي العمالي وتأميم المشاريع الزراعية والصناعية، تعود هذه الأهمية للعسكر إلى الشرعية التاريخية للنخب العسكرية التي اكتسبتها بحكم مشاركتها في الثورة.

مع الحركة الانقلابية في 19 جوان 1965 تدعمت قوة النخب العسكرية، وتشكل مجلس الثورة ضم عشرين من العسكريين وأربعة من المدنيين، ضم العسكريون جميع قادة الولايات وضباط السلك

¹. علي كنز: المرجع السابق، ص:31.

². Nouara Hocine: Op-cit, p:67.

³. مغنية الأزرق (ترجمة: سمير كرم): نشوء الطبقات في الجزائر (دراسة في الاستعمار والتغيير الاجتماعي)، مؤسسة الأبحاث العربية، 1980، ص:193.

العسكري السابقين، تكفل بمهمة إعادة بناء وتنظيم وهيكله حزب جبهة التحرير الوطني، ما يؤكد ذلك مدى صلة النخب العسكرية بتاريخ الجزائر المعاصر، وقدرتها على التحالف السياسي وتغيير المواقف لصالح هذه الفئة أو تلك، الأمر الذي جعل كل إمكانيات التغيير مستحيلة دون دعم ومساندة الأتلة الحانسية العسكرية. حيث تحولت هذه النخب من وضع المتفرج على الصراعات السياسية لتصبح طرفا فيها موجها لها ومؤثرا في توازنها، ولقد استقوت أكثر حين تغلغت داخل النسيج الاجتماعي والثقافي ودخولها في المؤسسات والهياكل التي تتحكم فيها الدولة، لذلك بقيت هذه الفئة العسكرية مفصلا أساسيا من مفاصل الحياة السياسية.¹

كتفسير لذلك يمكن القول أن هذا الانقلاب كشف عن حقيقة كانت موجودة أثناء الثورة، وهو أن الجيش هو القوة المنظمة التي يمكن أن تحدث تغيرات جوهرية على الساحة السياسية وليس السياسيين أو المثقفين، كما كشف الانقلاب حقيقة عن هشاشة السلطة السياسية، وإن كان هناك اختلال في موازين القوى السياسية فالقوة الوحيدة المؤثرة هي الجيش وليس غيرها، ومنه يمكن القول أن العقيد "هوارى بومدين" كان ينتظر الفرصة السانحة للاستيلاء على الحكم وهذا ما تحقق له.²

عند دراسة وتحليل مواقف النخبة في الجزائر نلاحظ وجود تباين كبير بين مواقفها وممارستها، لذلك تأرجحت اتجاهاتها وممارساتها بين عدة ولاءات وتراوحت مواقفها منذ أزمة صيف 1962 باتجاه النخبة السياسية الحاكمة بين التأييد والمعارضة، اتجهت النخبة القليلة العدد والتي تكونت في المدارس الفرنسية إلى تقديم الخدمة لمن يطلبها لتكون قريبة من صانعي القرار، ويرى البعض بأن هدفها كان هو تكوين مجموعات مصالح، أما النخبة المثقفة التي تكونت في مدارس جمعية العلماء التي التحقت بجبهة التحرير في سنة 1956، وقفت موقفا معارضا من التوجهات الجديدة لدولة الاستقلال، كما أنها رفضت أطروحة فيدرالية جبهة التحرير بفرنسا التي طالبت بفصل الدين عن الدولة في الجزائر المستقلة.³

كان لهذا التيار أهمية خاصة داخل دواليب السلطة حيث استعمل كجهاز تبريري فعال لتمير الأَطروحات والخطابات والتصورات العديدة والمتباينة، وبسبب هذه المكانة الإيديولوجية داخل جهاز السلطة ظن البعض أن هذا التيار شكل جماعة ضاغطة على السلطة، ويستدلون على ذلك بوجود إشارات عديدة لأهمية الإسلام ومدى توافقه مع سياسات وتوجهات الدولة، كما هو منصوص عليه في المواثيق والمؤتمرات المختلفة ابتداء من مؤتمر الصومام، ومؤتمر طرابلس، وميثاق الجزائر 1964، والميثاق

¹. نفس المرجع، ص ص: 194-195.

². عبد العالي دبله: الدولة الجزائرية الحديثة (الاقتصاد والمجتمع والسياسة)، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2004، ص: 56.

³. ماكسيمكو فلاديمير: المرجع السابق، ص: 173.

الوطني 1976، التف بعض المثقفين اليسار حول "بن بلة" من جزائريين وفرنسيين وعرب، وأنشأوا الجرائد والمجلات وكتبوا عن الثورة والثوار حين كانت الجزائر عاصمة للثوار ومحوري الشعوب من سيطرة الاستعمار.¹

في حين تراوح موقف النخب المثقفة اليسارية بين فئات متوحسة من سياسة الحكومة، التي تسيطر عليها العناصر البرجوازية الصغيرة، وفئات لها القدرة على التعامل مع أي حكومة، شريطة أن تمنحها فرصة التوغل داخل دور الثقافة، وأن تسيطر على وسائل الاتصال الجماهيري من تلفزيون وإذاعة، لتلعب دورها الإيديولوجي في صياغة العقول وتحوض معركتها الفكرية في ساحة الوعي، مع عدم ممانعتها من ممارسة أي دور سياسي يمنح لها ما دامت السلطة تتبنى إجراءات غير رجعية تماما، كانت هذه النخبة آنذاك تحلم بتحويل الجزائر إلى قلعة يسارية، ولذلك استعان البعض منها بسكرتير الأمانة الشيوعية الرابعة، وعدة خبراء ماركسيين لإثراء التجربة الاشتراكية الجزائرية بالأفكار والاقتراحات.²

كانت علاقة الرئيس "أحمد بن بلة" بالمثقفين اليسار وطيدة جدا، متممة بالتبادل والتعاون بين الطرفين، لخصها الأديب "الطاهر" وهو واحد منهم بقوله: "قبل الانقلاب تميزت العلاقة بين المثقفين والرئيس "بن بلة" بالتعاون، فقد كان هناك مجموعة من المثقفين اليساريين ومجموعة أسبوعية الثورة الإفريقية، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من المثقفين بالعربية منهم "يوسف فتح الله" و"محمد الملي" ساندوا نظام "بن بلة" آنذاك، كانت هناك حيوية فكرية وجو من النقاش حول كثير من القضايا التي تهم الدولة الجزائرية".³

أما مرحلة الرئيس "هواري بومدين" فقد تميزت بوصول مجموعات كبيرة من المثقفين إلى الحياة الثقافية والسياسية والإعلامية، ولعل أول ملاحظة عن طبيعة تركيبة هذه المجموعات أنها كانت في غالبيتها من أصول ريفية، وقد نقلت إلى الفضاءات التي احتلتها إن ثقافيا أو إبداعيا أو إعلاميا أو اجتماعيا أو سياسيا أخلاق وثقافة الريف، التي رغم نبلها إلا أنها تتعارض مع ثقافة المدينة⁴، بفضل المدرسة والنزوح الريفي ظهرت فئة من المثقفين تتكون من معلمين، طلاب، صحافيين، موظفين، أعجبوا إعجابا لا حصر له بالشخصية الكارزمية لـ"هواري بومدين"، فانبهروا به وبخطبه، واعتقدوا بأنه مخلص

¹. Bouchama Kamel : Le FLN a-t-il jamais eu le pouvoir ? 1962-1992, éditions El Maarifa, Beyrouth, p.91.

². لطفي الخولي: عن الثورة في الثورة بالثورة (حوار مع بومدين)، منشورات التجمع الجزائري البومديني، قسنطينة، (د.ت)، ص: 94.

³. الطاهر وطار: الانقلاب الثاني، الخبر الأسبوعي، الجزائر، ع 381، 2006، ص: 24.

⁴. أمين الزاوي: رحلة المثقف الجزائري من ماركس إلى اللقمة إلى الله، جريدة الشروق، ع 15 جويلية 2009، ص:

البلاد من أزماتها، والذي سببني الاشتراكية ويحقق العدالة الاجتماعية، ويرون الدليل في سيرهم الذاتية هم الريفيون الفقراء الذين ينتمون إلى قرى نائية وعائلات فقيرة، بفضل المدرسة المجانية التحقوا بالمدن الكبرى وتقلدوا مناصب قريتهم من السلطة.¹

وقد اعتنقوا الإيديولوجيا الاشتراكية مثلما تحدها الإيديولوجيا المهيمنة للسلطة، خصوصا خطب "هوارى بومدين"، مستعنين بأدبيات السوفيات التي كانت تباع بأثمان رمزية، اشتغلوا في قطاع التربية والثقافة والإعلام وهي القطاعات الإيديولوجية بامتياز، ولا تسمح بمعرفة حقائق المجتمع أي التفريق بين الدعاية وبين الوضعية الحقيقية للمجتمع، إذ معروف أن الخطب مهما كانت نواياها نبيلة لا تغير من الواقع شيئا إذا لم تتبعها قرارات تنفيذية ومتابعة ميدانية. وقد كتب هؤلاء المثقفون في الجرائد مقالات سياسية واجتماعية ونصوصا أدبية، تتقاطع في مدلولاتها ومصطلحاتها مع إيديولوجيا السلطة، وتشكلت فئة من الكتاب تصنع الحدث عبر وسائل الإعلام، التي كانت السلطة تسيرها وتراقبها بصرامة، متصورة أنها تشكل طليعة تقدمية لها القدرة على قيادة الشعب، فوجدوا في الاشتراكية والمناصب التي تعلي من شأنهم كأفراد وهم في بداية حياتهم المهنية، فشكلوا نخبة حول اتحاد الكتاب والصفحات الثقافية للجرائد والمراكز الثقافية، يتحركون ضمن ما تسمح به السلطة وقدراتهم المعرفية ومواهبهم الأدبية.²

كان هؤلاء الكتاب يشكلون نخبة تستخدمها السلطة عبر ملء صفحات الجرائد وإحياء المنتقيات الثقافية والأدبية، نخبة قريبة من السلطة ولكنها بعيدة عن الجماهير، كان هؤلاء من اتحاد الكتاب ينظم ملتقيات ثقافية ويتساءلون عن عزوف وغياب الحضور، فقدموا تبريرات عدة أوضحها وأنسبها مع الفكر الطلائعي الذي كانوا يعتقدونه هي أن الشعب جاهل وأمي، وأسند الكتاب إلى أنفسهم مهمة القيام بهذه الوظيفة التنويرية، لكنها مهمة شبه مستحيلة في الظروف الاجتماعية والاقتصادية التي تمر بها الجزائر.³

كان هؤلاء المثقفون يكتبون لبعضهم البعض ولفتة جد محدودة من الشعب، فأى تأثير يحدثه الكاتب في هذا الوضع؟ عوض أن يكون المثقف صوتا يدافع عن الجماهير ويعبر عن همومها، أضحي صوتا يعبر عن إيديولوجية السلطة دون وعي حقيقي منه، كونه مرتبط بالخطاب الإيديولوجي أكثر مما هو مرتبط بالواقع، أدركت السلطة أن الكتابة غير مؤثرة ولا تزعجها في شيء، وأنها منحصرة في دائرة المثقفين وبعض المتعاطفين فقط، فسمحت بنشر مقالات نقدية عدة كونها لا تقرأ، سيطرت الإيديولوجيا

¹ محمد ساري: المثقف والسلطة في الجزائر (الأبعاد التاريخية والثقافية في الأزمة الجزائرية)، ندوة لندن، ص: 25.

² نفس المرجع، ص: 18.

³ نفس المرجع، ص: 25.

الاشتراكية على فئة عريضة من المثقفين من مختلف التخصصات سواء منهم الأدباء أو الباحثين في علم الاجتماع والفلسفة والتاريخ والفكر عامة، فعكفوا على إظهار القيم الاشتراكية وأثرها في المجتمع.¹

الدارس للنخب المثقفة الجزائرية عبر مراحل تطورها يلاحظ مدى عجزها عن بلورة رؤية وطنية واحدة، إزاء الكثير من المسائل الوطنية بأبعادها السياسية والثقافية، فضلا عن عدم قدرتها على تقريب مواقفها من القضايا الوطنية، وبالطبع ساهم تعدد المشارب الثقافية، وكذا المحددات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في تباين الاتجاهات والممارسات، وأثر ذلك بشكل صارم على طرائق بحث هذه النخب عن أدوارها داخل المجتمع الجزائري، وعلى أساليب تجسيدها لهذه الأدوار، دراسة النخب المثقفة الجزائرية بقصد الوقوف على ملامحها وأنماطها وأدوارها يتطلب الرجوع إلى بدايات تشكلها، ومن ثم تتبع سيرورة تطورها عبر مراحل حاسمة في تاريخها المعاصر فقد مرت هذه النخب بأربع مراحل أساسية.²

رغم أن الكل يدرك أن الصمت موت، غير أن المسكوت عنه أكثر بكثير مما يجهر به وما هو متداول، لهذا كثيرا ما تطرح قضية غياب المثقف الجزائري على ساحة المعركة الثقافية، الفكرية والعلمية، وبعده بل واختفائه عن مختلف الصراعات الاجتماعية والسياسية التي من المفروض أن يكون فيها طرفا فاعلا.

شهدت فترة الاستعمار البدايات الجنينية الأولى لتبلور النخبة المثقفة الجزائرية، التي ساهمت عدة عوامل في تشكيلها وبلورة مواقفها واتجاهاتها، أما المرحلة الثانية من تطور هذه النخب فبدأت مع بزوغ زمن الاستقلال سنة 1962، بدأت المرحلة الثالثة فعلا مع بداية انطلاق التجربة التنموية الجزائرية بعد سنة 1967، أما المرحلة الأخيرة فبدأت بعد تعديل مسار التنمية، وقد شهدت هذه المرحلة حقتين حاسمتين بدأت الأولى مع شروع السلطة الحاكمة في تعديل المسار التنموي للبلاد، وما أعقب ذلك من تغيرات اجتماعية وسياسية انعكست على ممارسات وأدوار كافة النخب الاجتماعية بما فيها النخبة المثقفة.³

رغم أن المسألة السياسية قد باعدت بين مواقفهم، إلا أن المسألة الوطنية التي فرضتها حرب التحرير على الواقع، دفعت بأغلب النخب المثقفة الجزائرية رغم تباين انتماءات بعضها الحركية، واختلاف خصائصها الثقافية إلى توحيد صفوفها، وبالطبع لم يكن من السهل على بعض النخب العصرية ذات التكوين المفرنس التي ينتمي أغلبها إلى البرجوازية الصغيرة الحضرية إلى الانخراط في هذا

¹. نفس المرجع، ص: 26.

². Nouara Hocine: Op-cit, p:68.

³. Brahim Ghafa: Op- cit, p:173.

الاتجاه، فهي التي تخرجت من مدارس أنشئت لتكون أداة هيمنة وتأثير على الجماهير وكان هدفها هو الاستقرار الاجتماعي وليس التغيير.¹

تباينت مواقف المثقفين بعد الاستقلال إزاء الكثير من المسائل الوطنية، في خضم الأحداث المساوية التي مهدت لظهور حكومة ما بعد الاستعمار، وتأرجحت مواقفهم بسبب تباين مصالحهم وانتماءاتهم، فبعض أفراد النخبة المفرنسة العصرية ممن توجهوا لملء الإدارة الشاغرة وجدوا أنفسهم في أوضاع مريحة ومتوافقة مع أهدافهم، وخاصة وأن الكثير منهم يتميز بعبادة الترقى الاجتماعي، والإيمان بالمعتقد البيروقراطي والتكنوقراطي، وكان يحس بالتمايز الاجتماعي عن بقية أفراد المجتمع، ولذلك تولد لديه نوعا من الشعور جعله يحس كأنه طائفة نخبة جمعت بين سعة الحال وبين النفوذ الاجتماعي مع هيئة التعليم.²

أما النخبة المثقفة التقليدية التي تكونت في مدارس العلماء، والتي التحقت بحرب التحرير فوقفت موقفا معارضا من التوجهات الجديدة لدولة الاستقلال، ورفضت أطروحة فيدرالية جبهة التحرير بفرنسا، التي طالبت بفصل الدين عن الدولة، غير أن السلطة نجحت في استمالة جزء من هذه النخبة لاختياراتها السياسية والاقتصادية، ومن ثم ترك المساحة لهذه النخبة لتدعيم مشروع السلطة، وتكون أداة تعبئة وتمير للسياسات الرسمية في المناسبات المسموح بها، وبالفعل حققت السلطة هدفها مع بعض الفئات التقليدية التي ألحقتهم رسميا بجهازها الإيديولوجي إلى جانب حزب الدولة، وأصبحت أداة هامة لإضفاء الشرعية السياسية على السلطة.³

بشكل عام لم تكن هذه النخبة التقليدية في يوم من الأيام متجانسة مع بعضها البعض، فلم تكن غالبيتها منضوية تحت إمرة السلطة، فبعضها عارض صراحة توجهات السلطة الجديدة، وكون جمعية مستقلة عن أجهزة السلطة عرفت باسم جمعية القيم سنة 1966، وكانت تدعو إلى تطبيق الشريعة الإسلامية، والبعض الآخر أخفى معارضته ليتسنى له التحرك بحرية خارج أو داخل أروقة السلطة، ضمن الأجهزة الإيديولوجية والثقافية للدولة وتحقيق بعض المغامرات الشخصية⁴، أما النخب المثقفة اليسارية فتراوحت مواقفها بين متخوف من سياسة الحكومة، التي تسيطر عليها العناصر البورجوازية الصغيرة، وبين

¹. ماكسيمكو فلاديمير: المرجع السابق، ص: 32.

². نفس المرجع، ص: 33.

³. Mohamed Arkoun: La pensée arabe, PUF, Paris, 1975, p:107.

⁴. ibid.107.

عناصر تبنت مواقف انتهازية، بفضلها استطاع جزء منها لعب أدوار إيديولوجية، وانتهاز الفرص للتوغل داخل دور الثقافة ووسائل الاتصال.¹

كان للنخبة دورا هاما في تفويت الفرصة على الاستعمار الذي سعى عشية رحيله لخلق الشروط التي تسمح له بالاستمرار في التحكم في مقدرات المجتمع الجزائري، خاصة في مجال النفط والغاز من خلال اتفاقية إيفيان 1962، وكان مؤتمر طرابلس 1962 أكبر رد عملي وإيديولوجي قامت به هذه النخبة المفكرة التي قضت على الطموحات الاستعمارية الجديدة، وساعدها ذلك على تمرير بعض أطروحاتها وربما بداية تبلور حلمها بتحويل الجزائر إلى قلعة يسارية، ولذلك استعان البعض منها بسكرتير الأهمية الشيوعية الرابعة، وعدة خبراء ماركسيين لإثراء التجربة الاشتراكية الجزائرية بالأفكار والاقترحات.²

لعبت النخب اليسارية أدورا مبكرة فيما يخص تصور الخيارات الاقتصادية الملائمة للبلاد، مما يعني عدم خلو الثورة الجزائرية من رؤى مستقبلية حاولت بلورة رؤية اقتصادية وطنية في خضم ثورة التحرير الجزائرية، وقد طرحت هذه النخبة جملة من الأفكار عبر يومية المجاهد لسان حال جبهة التحرير الوطني، فيما بين سنتي 1960-1962، تضمنت تصورات عن أهداف التنمية الاقتصادية ووسائل تحقيقها غداة استقلال الجزائر.³

بالإضافة إلى قضايا أخرى عديدة مثل التأكيد على ضرورة تحقيق وحدة اقتصادية متكاملة، تقوم على أساس فك روابط التبعية وإبطال مفعول آليات الاستغلال، وقطع الصلة بالدوائر التي تعمل على تكريس التبعية الخارجية، من خلال تحالفاتها مع بعض الشركاء، هذا وقد توجهت هذه النخبة ردها الإيديولوجي الذي بدأته في مؤتمر طرابلس بميثاق الجزائر 1964، الذي اعتبر أول وثيقة اقترحت إستراتيجية شاملة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الجزائري، تميزت المرحلة الأولى التي تلت مباشرة الاستقلال، وامتدت حتى وفاة الرئيس "هواري بومدين" في سنة 1978 بوصول مجموعات كبيرة من المثقفين إلى الحياة الثقافية والسياسية.⁴

لا أحد يمكنه ادعاء نسيان تلك الجحافل الثقافية الأولى التي صنعت الفعل الثقافي والإعلامي والإبداعي في جزائر السبعينيات، ويعود الفضل إلى ديمقراطية التعليم في فتح المجال لوصول الكثيرين إلى

¹ . Nouara Hocine: Op-cit, p:70.

² . لطفي الخولي: المرجع السابق، ص: 40-41.

³ . Mohemad Benissad: *Economie du développement de l'Algérie, sous développement et socialisme*, O.P.U, Alger, 1982, p.17.

⁴ . حكيم أومقران: البحث عن الذات في الرواية الجزائرية، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص: 111،

الحياة الثقافية وإلى المنابر الإعلامية الأساسية في السبعينيات، وأول ما يلاحظ على هذه المجموعة التي استلمت صناعة الثقافة والإعلام الثقافي أنها كانت جميعها ذات خطاب إيديولوجي يساري، وأن مرجعيتها كانت مرجعيات اشتراكية كـ"ناظم حكمت"، و"غارسيا لوركا"، و"عبد الرحمن منيف"، و"الطاهر وطار" في الرواية، و"أمير إسكندر"، و"غالي شكري"، و"محمود أمين"، كان اليسار الثقافي والإبداعي العربي أو العالمي ممثلا في هذه الأسماء وغيرها، هو الذي صاغ أحلام المجموعات الثقافية الجزائرية في العدالة والمواطنة وفي جماليات الإبداع أيضا.¹

كانت الاشتراكية بفكرها الماركسي في السبعينيات ثابتا من ثوابت الأمة وثقافتها، وكان كل من يخرج عن هذا التصور يعتبر رجعيا أو متخلفا أو معاد للوطن، وبالتالي فهو خارج التاريخ، كان تبني الفكر اليساري هو تبني سياسي دون خلفية فلسفية أو معرفية عميقة، وكان التعامل مع هذا الفكر تعاملًا دينيا بحيث يكون الإيمان به إيمانا مطلقا، فلم يكن هناك نقاش داخل النزعات اليسارية، ما كان طاغيا هو نبد الفكر اليميني الليبرالي من باب التنديد لا المناقشة، وكان الحماس هو الصورة الطاغية على المعتقد السياسي والإيديولوجي.²

مع ذلك كان جيل السبعينيات من المثقفين الجزائريين رغم ما يقال عنه في بعض الكتابات، إلا أنه يظل الجيل الذي أسس الأرضية الثقافية والإعلامية، وذلك بفضل إيمانه بثقافة الإرادة الثقافية، التي تجلت في ذلك السلوك اليومي، الذي ربط ما بين النضال الثقافي وبين النضال السياسي، وإن سلوكا مثل هذا استطاع أن يبلور تيارا ثقافيا وإبداعيا في جزائر السبعينيات، لا يزال الكثير من رموزه تصنع الحدث الثقافي الوطني والعربي والعالمي حتى الآن، "أحلام مستغانمي" و"ياسمينه خضرا" على سبيل المثال لا الحصر. حيث كانت الثقافة الإيديولوجية لجيل السبعينيات تحدد موقع المثقفين، والنقاشات التي دارت في أوساط المثقفين احتفاء بالكتب التي تصدر آنذاك، دون شك كان الاحتفاء بها سياسيا، ولكنه كان في الوقت نفسه احتفاء إبداعيا وحراكا ثقافيا حضر لمرحلة ثقافية لاحقة، كانت رواية "اللاز" لـ"الطاهر وطار" كتاب العقيدة، إذ كان الطلبة في الأحياء الجامعية يتداولونه، لم يكن الكتاب هو الذي يؤثر بل النقاشات السياسية والاجتماعية والأدبية التي تأسست حول هذا النص، التي أغنت الحياة الثقافية والأدبية في الجزائر.³

ويمكن القول أن العلاقة بين المثقف والسلطة في الجزائر تراوحت بين الولاء، التبعية، والاستتباع، والاستسلام، والصمت، والإهمال واللامبالاة، والصدام تبلور في أشكال متعددة، اختلف بين الإقصاء

¹ Mohemad Benissad : Op-cit, p.21.

² . أمين الزاوي: المرجع السابق، ص: 18.

³ نفس المرجع، ص: 18.

والتهميش، والمنفى سواء كان اختياريا أو اضطراريا، وكل هذه العلاقات اتسمت بالريبة وانعدام الثقة المتبادلة، لأن الإبداع يستحيل للطغيان، بغض النظر عن مثقفي السلطة أو كما يسميهم البعض، أهل الثقة، أو الخبراء، أو وكلاء التنمية الذين تضعهم السلطة السياسية ليبرروا توجهاتها وأفعالها، وتبقى قضية الحصول على الوظيفة تأسر نشاط الفئات المثقفة الأخرى، وتحد من فكرها النقدي ودوره في إقامة التغيير المنشود.

يؤكد هذا الطرح "عبد العالي رزاقى" في مقال تحليلي مطول، وبعنوان تهكمي "حين يجوع المثقف في الجزائر"، يستعرض العديد من الشواهد يقول: "إن أغلب الكتاب والمثقفين ممن كان لهم مواقف من السلطة همشوا أو تم إقصائهم أو تجويعهم"¹، ويواصل سرده يقول: "أذكر أنه تم طرد 14 صحفيا في 1975 من جريدة الشعب، لأنهم انتقدوا وزير الثقافة والإعلام في اجتماع بالمسرح الوطني..."²، وينتهي إلى القول أن مكانة المثقف الحقيقية في المجتمع، وليست في السلطة، ومن يفقد السلطة الثقافية في المجتمع يتحول إلى سلطة في يدي السلطة، لهذا نجد ممن تلفظهم السلطة أو أحزابهم يتحولون إلى معارضين لها أو لأحزابهم.

ودون شك كانت هناك عوامل هزت البنى الثقافية الجزائرية، وأخرجتها من مدارها إلى مدار السؤال المغاير، وعلى رأس هذه العوامل وفاة الرئيس "هواري بومدين" الذي كان يمسك السلطة كاملة بين يديه من عسكرها إلى إعلامها وصولا إلى أدبها، وهو الموت الذي فتح الثقافة الجزائرية على مراجعة نفسها في ضوء تعدد أصوات بدأت تظهر هنا وهناك، يحتاج المثقف ليقود المجتمع إلى الفكر البناء هو مشروع لا بد له أن يمر عبر خطوات منهجية تجعل من خروجه للوجود ضرورة ثقافية وتاريخية، وربما يمكن إجمال هذه الخطوات في مراحل أولها ضرورة فهم الواقع ورصد مكامن الخلل في هذا الواقع ورسم صورة لما ينبغي فعله.³

وبعد الانفتاح السياسي، كان عدم تجانس البنية الاقتصادية والسياسية والثقافية، وغياب الرؤية الموحدة، من أهم العوامل التي خلقت تباينا حادا في المواقف والأطروحات، وغدت المسائل الإثنية تطرح أول مرة بجدة المرجعيات الدينية، بل تدخل معها أيضا في تناقض يجعل أزمة الهوية الوطنية تتفاقم. علاوة على ذلك، بدأت النخب الأخرى ذات الميول الراديكالية والوطنية تتنصل من التزاماتها الفكرية السابقة، التي دافعت عنها إبان فترة الاقتصاد الموجه، وشرعت الحركات الفكرية اليسارية في تنظيم صفوفها من جديد. ولكن اللافت للانتباه أن هذا التحول في التوجهات العامة للدولة رافقه جهد معتبر من قبل

¹ . عبد العالي رزاقى: النخبة الإعلامية الجزائرية في عهد التعددية، الأحرار الثقافي، ع9، جانفي 2006، ص: 22.

² . نفس المرجع، ص: 19.

³ . خالد الحروب: المرجع السابق، ص: 3.

السلطة لاستيعاب عدد لا بأس به من طالبي الخطوة من المثقفين، ممن وضعوا أنفسهم رهن الطلب مقابل المساهمة في الجهود العام لتبرير حركة المراجعة للثوابت السابقة وتمير التوجهات الجديدة، وإطلاق مسيرة ما سمي "عهد التصحيحات"، التي كانت تسعى لإحداث تغيير جذري وشامل للإرث الاقتصادي والأيدولوجي للفترة المنصرمة.¹

وفي ظل غياب موقف حاسم للنخبة المثقفة في فترة الإصلاحات، استطاعت الشرائح البيروقراطية الحاكمة استقطاب الفئات المثقفة، ووصفتها بـ"أطر الأمة"، أي المؤطرة في الظاهر للمجهود التنموي والتربوي والسياسي، دون أن تساهم مباشرة في صنع القرارات المصيرية، إذ أنها تستلم القرارات لتجد لها مرتكزات أيديولوجية، وتعقلنها عبر تجسيدها على شكل برامج وسياسات. فبعد نجاح السلطة في تطويع الكثير من أفراد النخبة المثقفة، أصبحت هذه الأخيرة غير قادرة على المبادرة والنصح، ولذلك غاب حسها النقدي في أثناء إطلاق التجربة الديمقراطية، فلم تعد قادرة على الاضطلاع بمسؤولياتها الفكرية والثقافية داخل المجتمع، ولم تملك حتى القدرة على الدعوة إلى الحوار الفكري والنقاش الواسع خلال انقطاع سبل الحوار، فضلا عن تحوفها في أوقات معينة، كانت فيها الغلبة للتيار الأمني، من الحديث عن ثقافة السلم وتعزيز الوحدة الوطنية.

وبدل ذلك أثار البعض عقد تحالفات ظرفية هشة تغليباً لمصالحه الخاصة أو انتصاراً لتوجهاته الدوغماتية، حيث كانت بعض المكاسب الأيدولوجية والمادية والحزبية ذات أولوية لدى بعضهم على حساب مصلحة المجتمع. وهكذا، ففي أثناء تصاعد الصراع الاجتماعي، واشتداد المواجهة بين الحركات المسلحة والجيش، تأرجحت مواقف النخبة المثقفة عموماً بين الحياد السليبي، الذي يكون الهدف من ورائه إثارة السلامة في انتظار أن ينقشع غبار المعركة. وثمة مواقف أخرى اتسمت بالتبعية والتواطؤ مع السلطة الحاكمة، على غرار الكثير من الأحزاب والمنظمات الطفيلية التي احتتمت وراء المؤسسة العسكرية، وراحت تطيل من عمر الأزمة الجزائرية، وتقدم الصيغ والمبررات التي تؤكد ضرورة تدخل العسكر في شؤون السياسة. ومن جهة أخرى، أقدمت بعض الفئات المثقفة التقليدية على ممارسات لم تتسم بالحكمة، حينما شاركت، من دون وعي، في توظيف الغضب الشعبي واستثماره للترويج لفهم هائج للدين، فساهمت في ترسيخ العنف وتبريره.²

وعلى الرغم من أن الوقت الراهن قد دفع إلى الاصطفاف وراء الوثام والمصالحة، وخفف من شدة التباينات في المواقف والممارسات بين المثقفين، فإنه لم يدفع بهم إلى إيجاد قواسم مشتركة يمكن أن ترسم

¹. نور الدين زمام: المرجع السابق، ص: 138.

². نفس المرجع، ص: 139.

ملامح مشروع وطني يجمعهم تحت سقف أدنى من الثوابت والانشغالات، ويمكن أن يدفع بهم أيضا إلى الاقتراب بوضوح من بعض القضايا العربية المحورية.¹

سادسا- النخبة المثقفة الجزائرية تحدياتها ورهاناتها:

تعتبر مسألة تجديد النخب مسألة محورية في مسار أي مجتمع، على اعتبار أنها تمثل إرهاسا معنويا وماديا، يترجم بشكل أو بآخر حركية المجتمع من جهة، ومعيارا تأطيريا للحظة تواجدتها من جهة أخرى، فالحديث عن النخبة يبقى مؤشرا قويا يترجم مدى حيوية المجتمع، ومدى قابليته لبلورة مشروع حدائهي لكونها مشتلا سياسيا يبلور منظومة من القيم ومشاريع الأفكار، التي تطبع هوية ذلك المجتمع، ذلك أن النخبة تبقى في نهاية المطاف مصنعا لإنتاج أفكار ومشاريع المجتمع.

من الصعب تحديد أو رسم صورة واسعة للنخبة المثقفة الجزائرية، وذلك راجع إلى عدة أسباب، منها أن عدم حضور المثقف كفاعل أو محرك للتاريخ، وهذا راجع حسب الدكتور "ناصر جابي" إلى أن القطاعية ساهمت بشكل كبير في انعدام الفاعلية لدى النخبة المثقفة الجزائرية، والمقصود بالقطاعية هو الانقسام على المستوى الإيديولوجي واللغوي²، أما الأستاذ "نور الدين زمام" فقد كتب حول المثقف أن ثنائية الخطاب الثقافي في أي مجتمع، تخفي وراءها تباين في المواقف واختلاف في الأدوار، بحيث تجعل من المستحيل الحديث عن نخبة مثقفة متجانسة قادرة على توحيد الرؤى والأفعال خلف هذه الثنائية.³

أما "مصطفى ماضي" الذي نجده في كثير من مقالاته يتناول موضوع المثقف الجزائري، وهو يرى أن المثقف ليس بعالم ولا بمبدع، بل هو قد أصبح جزءا من نظام إعلامي.... ومعلوم، وهو في معظم الأحيان يعيد إنتاج تقاليدنا القديمة في الهجاء أو المديح السياسي الطابع، وهذا وضع معاكس تماما لمفهوم الثقافة والمثقف، فانغلاق النخب على نفسها لا يفسح المجال للتفاعل بينها لإيجاد النفاذية المتبادلة والتنسيق المثمر⁴، فمن خصائص النخبة المثقفة في الجزائر:

- الارتباط العضوي للنخبة المثقفة بالإيديولوجية الرسمية.
- ازدواجية الخطاب الأيديولوجي الرسمي في محاولة للتوفيق بين مرجعيات مختلفة ثنائيات كانت أو ثلاثيات.

¹. نفس المرجع، ص: 139.

². عبد العالي رزائي: المرجع السابق، ص: 22.

³. ماكسيمكو فلاديمير: المرجع السابق، ص. 131.

⁴. مصطفى ماضي: نداء من المثقفين الجزائريين، ندوة المثقف المغاربي، مراكش، ص: 231.

- اقتصار الخطاب المنتج على العمليات الإسقاطية للإيديولوجيات السائدة عالميا ومحاولة التفسير القسري للواقع طبقا لمقولاتها الجاهزة.¹
- استمداد المشروعية من البعد الوطني المتماهي مع الأيديولوجية الغالبة.
- التميز بوتيرة عالية من الإقصائية لدرجة التلاخي بين المختلفين، وعدم البحث عن أية مساحة للمشارك.
- اصطناعية النخب واستعجالها للتغيير في الاتجاه الذي تقتنع به، لدرجة تبدو معها وكأنها تبحث عن قاعدة شعبية بديلة لثقل الاستجابة التي تحس بها من قبل الجمهور المخاطب.²
- رغم ظهور هذه الخصائص بمظهر عدم الملائمة الكافية، إلا أن هذه المرحلة تمكنت من دفع الوعي ورفع المستوى الثقافي للمجتمع، حتى أوصلته إلى مرحلة إدراك الذات، والقدرة على التعبير عنها بوضوح والتجروء على الاعتراف بالتناقضات، وإحداث الصدمة اللازمة لتقويم النظرة إلى الواقع. ومسايرة الرهانات المستجدة خلال المرحلة المقبلة، وقد كشفت هذه المرحلة أن المجتمع الجزائري تميز بقدرة وخصوبة عالية على إنتاج النماذج الفردية ذات المستوى العالي الذي يؤهلها لمستويات عالمية، وهذا ما برهنت عليه الجامعة الجزائرية باعتبارها المحض الأساسي لصناعة النخبة وتوجيهها، إلا أنها لم تتمكن من تحويل هذه الطاقة الإفرازية إلى طاقة استثمارية بشكل كاف، حيث لم توضع آليات كافية للاكتشاف، ولا وسائل للتنسيق أو الحماية والتطوير، الأمر الذي أدى إلى نزيف رهيب لهذه النماذج النخبوية الفردية حرمت منها الأمة وأهدرت كلفة تكوينها.³

تؤكد مجموعة من المحطات في تاريخ الجزائر ما بعد الاستقلال، أن النظام السياسي الذي يتميز عادة بقدرة هائلة على احتواء أو إقصاء المشاريع المضادة، وفي سبيل تحقيق نوع من التوازن للمؤسسة الحاكمة داخل الحقل السياسي الجزائري، اتجه إلى إضعاف هذه النخب، تارة بتشكيل نخب إدارية منافسة أو جمعيات مدنية تنافس هذه النخب على مستوى تدبير الشؤون المحلية، أو بالعمل على خلق ظروف تؤدي إلى انشقاق هذه النخب، وتارة أخرى باحتوائها وإدماجها؛ عبر تمكين أعضائها من مناصب هامة، أو عبر ممارسة التهميش والإقصاء؛ وبخاصة في مواجهة النخب الحزبية الذين يصعب تطويعها، بالشكل الذي يحول دون بلورة مشاريعها واقتراحاتها.⁴

والمأمل في الواقع السياسي والفكري الراهن في الجزائر، يدعو إلى القول بأن النخبة المثقفة الجزائرية لا زالت تنوزع حول كيانيين اثنين، كيان يجتمى بأسوار السلطة، يمارس من داخل رحمها عملياته الفكرية

¹. نفس المرجع، ص.231.

². عبد العالي رزقي: المرجع السابق، ص: 22.

³. خالد الحروب: المرجع السابق، ص: 3.

⁴. عبد العالي رزقي: المرجع السابق، ص: 23.

التي تنتعش بها السلطة الحامية، وكيان يمارس معارضته الفكرية للواقع ولتمظهرات السلطة والتسلط باستقلالية ولكن بمعاناة، إننا أمام صورتين اثنتين مفكري السلطة الذين تم احتوائهم، وسلطة المفكرين الأحرار أو بالأحرى المتحررين.

كما تطرح في المدة الأخيرة مسألة مشاركة النخبة الجزائرية في النقاش وفي تنوير الرأي العام حول القضايا الوطنية العديدة المطروحة على الساحة السياسية، حيث يرى جل الملاحظين بأن هذه النخبة هي غير موجودة أو مهمشة أو مغيبة، الحديث عن النخبة يعود بسبب ما أسفرت عنه الانتخابات التشريعية والمحلية من نتائج، بينت وصول بعض الأميين وأشباه المتعلمين إلى هذه المجالس وتولي بعضهم لمواقع حساسة بها، هذا الوضع كان مسموحا به قبل عدة عقود، أما الآن فهو يبدو جد شاذ في ظل وجود مئات الآلاف من الجامعيين البطالين.¹

كما أن رجال الفكر والإعلام يسودون الجرائد والمجلات، ويتحاورون في المحطات الفضائية حول نفس الأفكار والتوجهات، لا يقومون بدورهم الحقيقي كسلطة رابعة تعرض حقائق الأمر، وتتبنى قضايا الجماهير، وتمارس النقد العلمي بما يصوب توجهات النخبة، والملاحظ افتقاد الثقة بين الجماهير ووسائل الإعلام الرسمية، التي تهتم بنشر أخبار النخبة دون اهتمام بمشاكل الناس، وقد انعكس ذلك على توزيع الصحف ومشاهدة القنوات المحلية، وبالتالي قل تأثيرها على توجيه الرأي العام.

ويمكن الحديث أيضا عن النخبة المثقفة مع ميلاد قنوات تلفزيونية جزائرية خاصة، حيث يعاني معدو الحصص التي تتطلب حضور شخصيات سياسية وفكرية وثقافية من عدم توفر نخب جزائرية تجيد الكلام عبر وسائل الاتصال، هذا الوضع يجبر لطرح التساؤل عن وجود النخب الجزائرية، وهل عجزت الجامعة الجزائرية في تكوين نخب رغم مرور نصف قرن على استعادة السيادة الوطنية؟ الجواب هو أن النخب موجودة، لكن ما تتميز به الجزائر هو أن السلطة نجحت في جعلها إما في حالة خوف من إبداء الرأي واتخاذ المواقف التي تراها صحيحة ويرضاها الضمير، أو هي في حالة انتظار.

كما أن تقوقع كل طرف من النخبة المثقفة الجزائرية ضمن أحاديته اللغوية (مفرنس فقط أو معرب فقط)، عمق الهوة الثقافية في البلاد، وتباينت الأطروحات بشكل لا يثري النقاش داخل الساحة الثقافية والسياسية، ولا يساعد في توحيد الرؤى نحو الكثير من القضايا الوطنية والعربية. وحتى الجامعة الجزائرية لم تعد تلعب دورها الريادي في تشكيل نواة صلبة للنخب المثقفة، فكما يعلق "علي الكنز"، "فبعد أن كانت النواة الأساسية للعمل الثقافي الوطني قبل الاستقلال وفي سنواته الأولى، لم تصبح الآن إلا جهازا عاليا للتكوين، يحاول قدر الإمكان تحقيق وظيفة اقتصادية واجتماعية أكثر من أي ادعاء آخر

¹ . نفس المرجع، ص: 23.

في جمع إنتلجانسيا البلاد حولها". أما في الوقت الراهن، فقد تعقد وضع الجامعة الجزائرية، وأصبحت هي نفسها تعيش أزمة ذاتية، بعد أن تمت بقرطتها تماما، وأصبح شغلها الشاغل هو البحث عن هوية جديدة، ودور ما في ظل عقيدة السوق. ولذلك فلا عجب أن يقتصر نضال الأستاذ الجامعي على المطالبة بتحسين أوضاعه المعيشية، وأن يضمّر الفعل الثقافي، ويقتصر دوره غالبا على مجرد فولكلور يراد له أن يتحرك وفق الهاجس الإعلامي والسياسي.¹

ويمكن إجمال أهم الرهانات المعاصرة المتعلقة بمختلف النخب فيما يأتي:

- الإنتاج الفكري والإبداع هو أكبر ثروة تنافسها الأمم.
 - شدة المنافسة لدرجة القرصنة.
 - الرغبة في الهيمنة المباشرة.
 - احتكار المعرفة والتكنولوجيا تحت عدة مبررات.
 - ومعلوم أن لهذه الرهانات عدة متطلبات، أهمها:
 - ذاتية الانطلاق.
 - رسالية الأداء.
 - استيعاب العصر.
 - التنسيق بين مختلف القطاعات والنخب.
 - خلق ملائمة للتعارف والتقارب والتعاون.
 - إشراك جميع المجتمع في جهود صناعة النخبة.²
- إن مسألة سلطة الفكر في تقويض سياسة فكر السلطة، يحتم على المفكر أن يعي أن الأمر لا يعدو أن يكون صراعا بين ثنائية السلطة والمثقف، بل هو انحراط في سيرورة جدلية الاحتواء والاستقلالية، وبين النزعة المحافظية والنزعة التقدمية، كما يجب على أصحاب سلطة الفكر أن يفرضوا اختيار سياسة فكر السلطة، الذي يبدو إلى حد الآن المسيطر على طريقة تسيير البلاد ومفكرها، وكذا هو القادر على تفعيل وتحميد سلطة المفكرين كيفما شاء، وتحقيق سياسته الفكرية كما ينبغي وكما سطر لها هو.

وقد عرفت الجزائر عدة أنماط لعلاقات المثقف، ومنها علاقة المثقف بالسياسة، وعلاقة المثقف بالمجتمع، فالمثقف في التجربة الجزائرية لم تفارقه السياسة والمجتمع كمواضيع وثيقة الصلة به يؤثر كل طرف في الآخر، فكانت السياسة والمجتمع دائمي الحضور عند المثقف، ونالتا اهتماما نظريا وفعلا واقعيًا،

¹. نور الدين زمام: المرجع السابق، ص:140.

². مولود سعادة: النخبة والمجتمع (جدد الرهانات)، مجلة الباحث الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، ع 10، سبتمبر 2010، ص: 111.

فهناك هاجس كبير للمثقف بالسياسة، فوفق نظر شريحة من المثقفين، فإن أفضل طريق لولوج المجتمع والتأثير فيه هو الدخول له من باب السياسة، التي تعتبر أكثر الوسائل قدرة على إحداث التغييرات بما تملكه من سلطة، فالسياسة تحول الفكرة إلى سياسة تطبق على أرض الواقع، من خلال وضع الاستراتيجيات واتخاذ القرارات السياسية.¹

وباعتبار أن السياسة اهتمام بالشأن العام يصب فعلها في النهاية في المجتمع، كان دخول المثقف للسياسة عن طريقين، إما طريق مباشر ويأخذ أشكال عدة أهمها الوصول لمنصب سياسي أو التحالف مع السياسي أو الخضوع لرغبة السياسي، أو عن طريق غير مباشر، ويأخذ أشكالاً عدة منها المعارضة بإجبار السياسي على تمثيل رأيه، أو تنازل السياسي ليشركه الغير في إدارة الشأن العام، وحسب تجربة المثقف لم ينجح كثيراً الطريق غير المباشر، بل أنه بتطبيقه على تجارب عديدة معاصرة كان تجربة لم تكتمل، وقد يراها البعض أنها أقرب للفشل منها للنجاح، ومن هنا قد يكون من الصعوبة وجود من يتجاهل أو يتغافل النظر للمجتمع والسياسة.²

تجد آخر يواجه النخبة المثقفة هي قوة العادات والتقاليد وسكونية المجتمع، الذي يستجيب للصوت الأعلى، إن العادات والتقاليد تشكل أحيانا عائقاً أمام تقدم المجتمع، خصوصاً إذا وقفت حجر عثرة باعتبارها سلطة ضد أي تغيير، سواء كان الموروث طائفيًا أو عشائريًا أو اجتماعيًا أو غير ذلك، وأحيانا تقف السلطة الاقتصادية وإن لم تكن مفصولة كلياً في العالم الثالث عن السلطة السياسية، بوجه المثقف وتسعى لتطويعه مستغلة حاجته فتسعى لتسخير إبداعه لمصلحتها. ذلك أن المفهوم الواسع للثقافة يشمل أنواع وأشكال المعرفة والمعتقدات والفنون والآداب والأخلاق والقيم والعادات والتقاليد ونمط العيش والسلوك، أما المفهوم الضيق للثقافة فيشمل الإنتاج الفكري والإبداعي بشكل عام، ولعل مفهوم الثقافة أقرب إلى التقدّم المادي، الاقتصادي والتقني والعلمي، وفي ثقافتنا فإن مكوناتها تستند إلى اللغة والدين والتراث، بكل ما تحمله من مركبات.

ومن ناحية أخرى نجد أن عصر المعلومات أضاف تحديات جديدة وخطيرة أمام المثقف، أولها ظاهرة فيض المعلومات، وفيها تفقد القدرة على الاختيار والترجيح، وتغري بعناصر اللهث والجري خلف المعلومات وحوها، والتي قد تشمل التفكير.

ومع تطور الوسائل الجديدة لتبادل المعلومات، وتأسيس الشبكات التي تختلف عن الشبكات الاجتماعية التقليدية، حيث تميل فيها طبيعة المعلومات المتبادلة بأن تكون أكثر تنوعاً، وهي مليئة بإمكانيات وطاقات التغيير، لدرجة إمكانية تغيير ترتيب الناس وتصنيفاتهم فيما يتعلق بمعارفهم، وعلى

¹. نفس المرجع، ص: 111.

². نفس المرجع، ص: 112.

سبيل المثال ومن المحتمل رؤية أعدادا متزايدة من الناس، يمتلكون معرفة اختصاصية متقدمة أكثر من الخبراء المحترفين في الحقل نفسه، ويمكن أن نسمى هذه الظاهرة بـ"التخصصات الثقافية المتغيرة"، بمعنى أصبح من السهولة تغيير التخصص والاهتمامات بين المفكرين والمثقفين والأكاديميين.

تحد آخر يواجه المثقفون في عصر المعلومات هو انتشار الأمية في التعامل مع الكمبيوتر والإنترنت، وسيطرة الخوف التكنولوجي، وضعف اللغة الإنجليزية وهي اللغة المعلوماتية السائدة الآن، وضعف حركة الترجمة العربية، حيث يعاني غالبية المثقفين من أعراض رهبة التكنولوجيا، فكم من المثقفين حقيقة يستخدم بنفسه الكمبيوتر مستغلا إمكانياته الضخمة في كتابة أعماله؟ وكم منهم يستخدم الإنترنت في الحصول على المعلومات ونشرها؟ بل وكم من أساتذة الجامعات يستخدمون الكمبيوتر والإنترنت في أبحاثهم.

خاصة أن الكثير من المثقفين في الجزائر يتعاملون مع تكنولوجيات الكمبيوتر كنوع من المظهرية والوجاهة الاجتماعية والعلمية، فالتظاهر بالمعلوماتية لن يصل بالمجتمع إلى مستوى صنع وتطوير الكمبيوتر وتكنولوجيات المعلومات، بل هو تعلم مهارات اللغة الكونية الجديدة، وتوظيف مهارات ثورة المعلومات في مواجهة مختلف المشكلات المجتمعية، لذلك فالتحديات التي يطرحها عصر المعلومات يجب أن تؤدي إلى مواكبة حقيقية لتفعيل إمكانيات المثقف، خاصة أن تكنولوجيا المعلومات يمكنها أن تكون خير عون للمثقف للإحاطة بواقعه، واستخدام بدائل عديدة لممارسة أدواره بطريقة أكثر فعالية.

ومن خلال ما سبق يتضح أن المثقفين يؤدون أدوارا رائدة في المجتمعات المعاصرة، إلا أن هذه الأدوار قد تختفي بسبب الضغوط التي تمارسها النخبة السياسية أو العسكرية على أنشطتها، كما يمكن أن يصبح المثقفون خطرا على العمل الثقافي والديمقراطي، حين ينضوون تحت لواء الأنظمة السياسية لتبرير قراراتها وممارستها، ويتجاهلون مهمتهم الحقيقية في الدفاع عن مصلحة المجتمع، كما هو الحال في الدول النامية.

وفي الجزائر يمكن القول أن المثقفين الجزائريين قاموا بأعمال جلية للحفاظ على المقومات الشخصية الوطنية، واستطاعوا أن ينشروا في أوساط الجماهير الشعبية الواسعة الاعتزاز بثوابت الشعب الجزائري وتاريخه، وذلك في مرحلة الثورة وما بعدها، إلا أن الملاحظ في المرحلة المعاصرة أن حضور المثقف الجزائري على ساحة الأحداث الوطنية ضعيف، لم تجسده مرحلة ما بعد الاستقلال فحسب، بل أكدت العديد من الدراسات الاجتماعية الحضور الضعيف، والمشاركة غير الفعالة في مناهضة الأحداث المعاصرة التي تمس ثوابته وثقافته.

وبالنظر للصراع والرهانات التي عرفها تشكيل وتطور الساحة الثقافية الجزائرية، بل وحتى الساحتين الأيديولوجية والسياسية الأوسع، يمكن القول أن النخبة المثقفة الجزائرية قد عجزت عن بلورة رؤية وطنية واحدة إزاء الكثير من المسائل الوطنية بأبعادها السياسية والثقافية، فضلا عن عدم قدرتها على تقريب مواقفها من القضايا القومية، هذا التباين في الاتجاهات والممارسات كان بسبب تعدد المشارب الثقافية وكذا المحددات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، التي طبعت الحقل الثقافي الجزائري بنوع من الانقسام أو التعارض بين قطبين رئيسيين-الأول مفرنس، أما الثاني فهو معرب- تفصلهما مسألة اللغة، وثقافة التكوين، وخاصة مسألة مؤسسات التنشئة الاجتماعية الثقافية والهيكلة الذهنية لكل منهما، الذي أفشل تحويلهما إلى مثقف جماعي وطني موحد.

الفصل الرابع: المنظور الفكري للقيم السياسية

أولا - مصادر تكوين القيم :

- 1- مصادر تكوين القيم في الفكر الغربي
- 2- مصادر تكوين القيم في الفكر الإسلامي

ثانيا- تصنيف القيم:

- 1- تصنيف القيم في الفكر الغربي
 - 2- تصنيف القيم في الفكر الإسلامي
- ثالثا- خصائص القيم:

- 1- خصائص القيم في التصور الغربي
- 2- خصائص القيم في التصور الإسلامي

رابعا- القيم السياسية:

1- أهمية القيم السياسية

2- القيم السياسية في الفكر الغربي:

أ- المساواة

ب- الحرية

ت- الديمقراطية

ث- المشاركة السياسية

ج- المواطنة

ح- الانتماء والولاء الوطني

3- القيم السياسية في الفكر الإسلامي:

أ- العدالة

ب- الشورى

ت- الحرية

ث- المساواة

خامسا - مؤسسات التنشئة السياسية ودورها في تشكيل القيم

1- الأسرة

2- المؤسسات التعليمية

3- جماعات الرفاق

4- الأحزاب السياسية

5- المؤسسات الدينية (دور العبادة)

6- منظمات المجتمع المدني

تعتبر القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، كما تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها، وباعتبارها قواعد ومعايير للسلوك الإنساني، فهي تساعد الفرد في الحكم على الأشياء من حيث المرغوب فيه والمرغوب عنه، اعتمادا على الإطار المرجعي للمجتمع الذي يتواجد فيه، كما تمثل ركنا أساسيا في تكوين شبكة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وتحدد طبيعة التفاعل بينهم.

وتختلف دراسة موضوع القيم، من حيث مدلولها، ومصادرها، وتصنيفاتها، وخصائصها في الدراسات الغربية عنه في الدراسات ذات المرجعية الإسلامية، التي تتفق في استنادها إلى مرجعية واحدة هي الدين الإسلامي، بينما نجد اختلافا بين الباحثين في الفكر الغربي لاختلاف أصولهم الفكرية وانتماءاتهم الإيديولوجية.

وتعتبر القيم السياسية التي يتعرض لها الفرد طيلة حياته، من خلال عملية التنشئة السياسية والاجتماعية مجموعة من المبادئ والمعايير، التي تحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك السياسي، والمثاليات العليا للأفراد وللمجتمع، وتكمن أهميتها في أنها تشمل جملة الأفكار والمعلومات والتوجيهات، التي تغذي لدى الفرد الشعور بالاعتزاز بوطنه الذي يعيش فيه، وشعبه الذي ينتمي إليه، وتجعله مستعدا لبذل كل ما في وسعه، من أجل رقيه وتقدمه، والتضحية في سبيله والدفاع عنه ضد أي تهديد يتعرض له.

وتتضمن القيم السياسية عنصر التفضيل والانتقاء، مما يجعلها تختلف من مجتمع لآخر، ومن جماعة إلى أخرى، حيث يعرف كل من نظام القيم السياسية الإسلامية ونظام القيم السياسية الغربية اختلافا وتمائزا، من خلال التركيز على القيمة العليا لكل منهما، وفي هذا الإطار يختلف مبدأ سيادة الأمة في النطاق الإسلامي المقيد بالشريعة الإسلامية عن مدلوله المطلق في النطاق الغربي.

كما تأخذ بعض المفاهيم والقيم السياسية في الفكر الإسلامي دلالات ومقاصد، تختلف تماما عن دلالاتها والمقصود بها في الفكر الغربي، فالتشريع الإسلامي يجعل من العدالة القيمة العليا في منظومة القيم السياسية على المستوى الفردي، ويجعل التوحيد جوهر هذه القيم على المستوى الجماعي، في حين تجعل تقاليد الحضارة الغربية المبدأ الديمقراطي القيمة الجماعية العليا، والحرية والمساواة القيمة الفردية العليا.

ونظرا لأهمية القيم السياسية في تهيئة وإعداد الفرد في جميع مراحل حياته، حتى يصبح مؤهلا لأن يشارك في الحياة السياسية لمجتمعه، فإن إكسابها وتنميتها يتطلب مشاركة كل المؤسسات الاجتماعية المختلفة، للمساهمة في تدعيم المشاركة السياسية، التي تمثل مؤشرا هاما في إحداث التغيير السياسي داخل المجتمع، وعاملا حاسما في سبيل بناء نسق سياسي اجتماعي متوافق ومتكامل. حيث تتميز أدوات

ومؤسسات التنشئة السياسية بتعددتها، وتنوعها من الأسرة إلى المؤسسات التعليمية وجماعات الرفاق والأحزاب السياسية والمؤسسات الدينية ومنظمات المجتمع المدني، إضافة إلى وسائل الإعلام، ما يتطلب تساندا وظيفيا بينها من أجل التأثير العميق على اتجاهات الفرد والمجتمع، بطريقة تساعد على فهم عناصر البيئة السياسية والتأثير في وعيهم ومواقفهم وسلوكهم لتحقيق التنمية الشاملة.

وستنطرق في هذا الفصل لأبعاد مفهوم القيم، من حيث مصادرها وتصنيفاتها وخصائصها في كل من الفكر الغربي والإسلامي، ثم سنتناول القيم السياسية من حيث أهميتها، والقيم السياسية العليا التي تقوم عليها الأنظمة الغربية، وقوفا عند قيم المساواة والحرية والديمقراطية والمشاركة السياسية والمواطنة والانتماء والولاء الوطني، ثم القيم السياسية العليا التي يقوم عليها النظام الإسلامي، وقوفا عند قيم العدالة والشورى والحرية والمساواة، وأخيرا سنتطرق إلى مؤسسات التنشئة السياسية ودورها في تكوين القيم، وقوفا عند أهمها (الأسرة، المؤسسات التعليمية، جماعات الرفاق، الأحزاب السياسية، المؤسسات الدينية ومنظمات المجتمع المدني).

أولا - مصادر تكوين القيم :

يعتبر موضوع القيم من حيث وجودها، وأنها معايير يقاس عليها السلوك الإنساني، ومحدد واضح يضبط العلاقات الاجتماعية المختلفة، موضع اتفاق بين الباحثين والمفكرين، إلا أنهم في الفكر الغربي يختلفون في تحديد مصادر تكوين القيم، باختلاف المجال المعرفي الذي يعمل في إطاره كل باحث. على خلاف ذلك في الفكر الإسلامي، حيث تستمد القيم من الدين الإسلامي ممثلا في مصادره المعتمدة (القرآن الكريم- السنة- الإجماع...)، مما يجعلها معايير ثابتة غير قابلة للاستبدال.

1- مصادر تكوين القيم في الفكر الغربي:

أ- الإنسان:

تقوم وجهة النظر هذه على اعتبار أن الإنسان هو مصدر القيم والمنشئ الوحيد لها، وما القيم إلا ترجمة للمشاعر الفردية الشخصية في كل فرد، والملكة الفردية في وسعها تصور الأمور وإدراك المثل العليا، وبناء على ذلك فإن قيم الأشياء يتعلق تقديرها بالمثل العليا المدركة من قبل الأفراد.¹

وهذا يعني أن هؤلاء يفترضون أن القيمة تعتمد على الاختيار الحر، والرغبة الذاتية للأفراد، وهنا ينتفي معنى الالتزام، فلا معيار ولا قيمة إلا لما تحكم به الرغبة، ويبعث عليها ميدان اللذة والألم، وهذا من شأنه أن يلقي بالقيم عرضة للتغير، فتفقد المسؤولية معناها وتحتجب المثل العليا.¹

¹. سعيد مبارك آل زعير: المرجع السابق، ص: 105.

ب- المجتمع:

يرى أصحاب هذا الرأي أن المجتمع هو الذي يضيف على الشيء قيمته، فالذات هنا ذات جمعية لا ذات فردية، وهذا الاتجاه يحقق تقديراً موضوعياً لأن التقدير أصبح تقديراً جمعياً... فالأفراد وهم بصدد الأحكام الاجتماعية، إنما يجدون أمامهم نوعاً خاصاً من التقويم، وهو سلم من القيم يقوم على نحو معين، ويعلو بالتجربة على التقديرات الشخصية المتغيرة للأفراد، فالأفراد يجدون أنفسهم إزاء جدول للقيم على نحو مقرر تماماً وفق وضع خارجي بالنسبة لهم. فهو ليس من حقهم فرادى، ولا هو تجربة عن المشاعر الفردية الشخصية الخاصة بكل فرد منهم، فالأفراد لا يملكون إلا أن يلاءموا أحكامهم وفق هذا الجدول.²

فالقيم حسب هؤلاء إنما هي من نتاج المجتمع والخبرات، التي تكون بين أفرادها، تنشأ من تفاعل واحتكاك الأفراد بعضهم ببعض، وعليه فالمعايير التي يضعها المجتمع هي التي تحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه على المستوى الشخصي والاجتماعي.

ت- القانون الطبيعي:

على خلاف الاتجاهين السابقين، يرى أصحاب هذا الرأي أن القانون الطبيعي هو مصدر القيم الذي يتماشى مع طبيعة الأشياء ويتفق مع العقل، بمعنى أن القيم موجودة في واقعنا المعيش، كما هي موجودة في كل لحظة من لحظات السلوك الإنساني، ويمكن للعقل البشري أن يدرك طبيعتها، "فالحق حق، والعدل عدل، لأن الحياة لا تستقيم إلا بهما، والحلو حلو، بصرف النظر عن ذي الفم المريض الذي يجد مرا به الماء الزلال".³

ث- التعاليم الدينية (السلطة الإلهية):

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن مصدر القيم ليس المجتمع ولا الأفراد، وإنما الدين، ومن هؤلاء "بارسونز" (Parsons) و"وير" (M.Weber)، اللذين أرجعا تطور الرأسمالية في البلدان الغربية إلى بعض القيم البروتستانتية، وأكدوا على أن القيم الدينية تمارس نوعاً من التأثير المستقل على مجرى التغيير

¹ محمد أحمد بيومي: المجتمع والثقافة والشخصية، المرجع السابق، ص: 37.

² محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، المرجع السابق، ص: 25.

³ زكية منزل غرابية: القيم الثقافية في الدراما المقدمة في قناة إقرأ وأثرها على الشباب الجامعي (دراسة تحليلية وميدانية)، رسالة دكتوراه غير منشورة في الإعلام الإسلامي، إشراف: بوعلي نصير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2010/2009، ص: 82.

الاجتماعي، وأوضحا أن كل نسق قيمى للدين أو الأخلاق، لا يمكن أن يستمد أصوله وجذوره من اعتبارات اقتصادية أو سيكولوجية، وإنما يستمد تلك الجذور من مصادر دينية بحتة.¹

فالقيم تعلق فوق الإنسان وقدراته، على اعتبار أن قدرات الإنسان قاصرة ومحدودة، وأن الأشياء لا تقوم بذاتها، ولا تخلق نفسها بنفسها، بل الله خالقها ومقومها، فهو الذي يعطي قيمة للأشياء والأفعال، والقيم لا بد أن تكون عامة وثابتة ومطلقة وكلية، بحيث تنطبق على جميع الناس دون استثناء، ولا تخضع لأهوائهم وإرادتهم الفردية والجماعية على السواء، وهذا لا يمكن أن يتم إلا إذا سلمنا بوجود الله الخالق، فالله الصادق كما يقول "ديكارت" هو الذي يمنح للحقيقة معناها، ويجعل البحث عنها مشروعاً، فإننا على الرغم مما نتكبد فيه من متاعب، لأنه مشروع يقربنا منه، ويغنينا، ويثري وجودنا، ولهذا فإننا إذا أنكرنا وجوده تملكنا اليأس، وصار يظهر له أن التوهم يسود ميادين الحياة كلها.²

كما عبر عن وجهة النظر هذه كل من "K.Davis" و "W.Moore" بقولهما: "لعل سبب ضرورة الدين واضحاً في حقيقة أن المجتمع الإنساني تتحقق وحدته أساساً، من خلال اقتناء أعضائه لبعض القيم المطلقة والغايات العامة. وبالرغم من أن هذه القيم المطلقة والغايات ذاتية، إلا أنها تؤثر في السلوك، وتكاملها يساعد المجتمع على الاستمرار كنسق، فعن طريق الاعتقاد والشعائر تتصل الغايات العامة والقيم بعالم تخيلي يرمز إليه بالموضوعات المقدسة الثابتة، وهذا العالم بدوره يتصل بطريقة معقولة بالحقائق والتجارب الخاصة بحياة الفرد، ومن خلال الدين يمكنه ممارسة نوعاً قوياً من الضبط على السلوك الإنساني، والذي يوجه في نفس الاتجاهات المدعومة للبناء النظامي، ويمثل للغايات والقيم المطلقة."³

2- مصادر تكوين القيم في الفكر الإسلامي:

يتفق الباحثون في الفكر الإسلامي على أن مصدر القيم في الإسلام هو الدين الإسلامي، بما يحمله من قواعد ومبادئ وخصائص عامة، صالحة لهداية البشر في كل زمان ومكان، مستندا على القرآن الكريم والسنة النبوية، وما تفرع عنهما من مصادر التشريع الإسلامي في تحديد علاقة الإنسان وتوجهه إجمالاً وتفصيلاً مع الله تعالى، ومع نفسه، ومع الآخرين من البشر.

¹ السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية)، المرجع السابق، ص: 143.

² لعمور وردة: قيم الزواج لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، علم الاجتماع والتنمية، إشراف: مراد زعيمي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2000-2001، ص: 37.

³ محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، المرجع السابق، ص: 131.

كما أن الإسلام كنسق قيمي موحد وشامل ومتكامل، يحكم كل جوانب الحياة الاجتماعية، والفيصل في الحكم على الخير والشر، الحلال والحرام. لذا لا يمكن اعتبار القيم التي مصدرها الفرد أو المجتمع أو العقل، والتي ليست لها صلة بالوحي الإلهي قيما أصيلة لها السلطة في تحديد المرغوب والمرغوب عنه من السلوكات مهما تعارف عليها المجتمع. "فالأفراد في المجتمع الإسلامي، لا يصدرن أحكامهم التقويمية في ضوء الأحكام التي تعارف عليها أفراد المجتمع أو ما يقره العقل وغيره، إنما يصدرونها في ضوء ما يقرره الشارع الحكيم، أي أن كل نشاطات الإنسان سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي ينبغي أن تعكس قيم الإسلام"¹.

ويؤكد الأستاذ عبد المجيد بن مسعود ذلك، بقوله: " أن المصدر الذي نستقي منه القيم التي يقوم عليها النظام التربوي الإسلامي هو الوحي الإلهي، إذ العقل الذي تستند إليه المذاهب الوضعية في ذلك ليس مبرأ من الهوى، فضلا عن كونه محدود الآفاق في علمه بحقيقة الإنسان والحياة"².

ولذا تتصف النظرة الإسلامية للقيم بالكمال، لأن مصدرها هو الله عز وجل، الذي يعلم خبايا الإنسان والكون، التي يتحرك الإنسان في إطارها، قال تعالى: " ألا يعلم من خلق وهو اللطيف الخبير". (سورة الملك. الآية:14).³ فهي قيم ربانية معصومة، وليست بشرية يعتربها النقص والخطأ والتغيير، وترتبط بهوى واضعه.

فقبل ظهور الإسلام كان للمجتمع الجاهلي قيمه الخاصة، فمنها القيم الإيجابية، ومنها القيم السلبية، ثم جاء الإسلام في القرن السابع ميلادي، وكان له ثلاثة مواقف من تلك القيم رصدها "قميحة جابر" كالاتي:⁴

– الموقف الأول هو التحريم: فقد حرم الإسلام شرور المجتمع الجاهلي وموبقاته، فحرم الشرك بالله، ودعا إلى عبادة الله الواحد الأحد، وحرّم الظلم، ووأد البنات، والعدوان، والخمر، والميسر، والأزلام.

– الموقف الثاني هو الإقرار: حيث أقر البقية الباقية من الفضائل في المجتمع الجاهلي كالكرم، والشجاعة.

– الموقف الثالث هو التسامي أو الإعلاء: أي الإبقاء على المنبع القيمي مع تحويل مساره من الانحراف الخلقي إلى الوجهة الصحيحة، باستغلال الطاقة الشعرية مثلا في الدفاع عن الدين والإشادة بمكارم

¹. نفس المرجع، ص: 184.

². عبد المجيد بن مسعود: القيم الإسلامية التربوية والمجتمع المعاصر، كتاب الأمة، سلسلة دورية تصدر كل شهرين عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الدوحة، قطر، ع67، ط1، ديسمبر 1998، ص: 169.

³. نفس المرجع، ص ص: 64-65.

⁴. جابر قميحة: المرجع السابق، ص: 152.

الأخلاق، والتحول بالغضب والعدوان وحب القتال إلى الجهاد، حرصا على نشر الدين وإعلاء كلمة الله.

ويشمل الدين الإسلامي المصادر الأساسية للقيم، كما يأتي:

أ- القرآن الكريم:

يعد القرآن الكريم المصدر الأول للقيم الإسلامية، حيث تتشكل هذه القيم من مجموع آياته الخاصة بالأحكام والعبادات والمعاملات. أنزله الله تعالى منهاجا شاملا لجميع أوجه النشاط الإنساني في كل المجالات، يتميز بالثبات وعدم التغيير من حيث الكليات والأصول مهما طرأ على المجتمع من تغييرات، وقد أقام الرسول عليه الصلاة والسلام على أساس مبادئه وقيمه مجتمعا تقررت فيه لأول مرة في تاريخ البشرية كرامة الإنسان، وأنشأ به حضارة ملأت الدنيا بالهدى والنور، وكون به أمة كانت خير أمة أخرجت للناس.

تناول القرآن الكريم طبيعة النفس البشرية، وما فيها من جوانب ومكونات أرادها أن تسعى للخير، وتبتعد عن الشر، تأمر بالمعروف، وتنهى عن المنكر تؤمن بالله الواحد الأحد، وتسعى إلى تهذيب الأخلاق وتقويم السلوك وضبطه وحسن التصرف، وإتقان العمل والإخلاص فيه، والتعاون مع الجماعة، والاهتمام بالنفس، والاعتدال، والاستمتاع بالحلال بما وهبه الله لعباده.¹ وبذلك يقرر الإسلام مجموعة من القيم والمثل العليا، التي تقوم عليها علاقات الشعوب أفرادا وجماعات.

ويؤكد "السماطوي" أن القرآن الكريم يستخدم أسلوب الثواب والعقاب، الذي يتفق مع الفطرة الإنسانية، والذي ثبتت صلاحيته في كل زمان ومكان، في حث المؤمنين على فعل الخير، والتمسك بمبادئ الشريعة الإسلامية، واجتناب الكبائر والفواحش والرذائل، وكل ما يقرب إلى النار، فلا يمكن تحقيق القيم المرجوة ما لم يعرف الإنسان أن هناك نتائج سارة، أو مؤلمة وراء عمله وسلوكه، فإن عمل خيرا جوزي به، وإن عمل غير ذلك فسيلقى العقاب، ومن هنا يظهر أثر هذا الأسلوب، فهو وسيلة لتحقيق القيم، التي ينشدها الإسلام في إلزام الأفراد بها، ولذا فهي تعين على تحقيق القيم كلها، وجدانية كانت أو أخلاقية أو اجتماعية.²

ويمكن عرض هذا النسق القيمي انطلاقا من التقسيمات، التي أوردها الباحثون على النحو الآتي:

¹ علي حسين الدوري: أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية العربية الإسلامية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث أوراق عمل الملتقى العربي الأول (أثر الفضائيات على الأسرة العربية)، مصر، 2007، ص: 26.

² طه ياسين ناصر الخطيب: المرجع السابق، ص: 138.

- القيم الروحية (العقيدية): وتتضمن أصول الإسلام وقواعده (الإيمان بالله وكتبه وملائكته ورسوله واليوم الآخر).
- القيم الأخلاقية: وهي تلك التي تتضمن الفضائل، التي يجب على المسلم أن يستظل برايتها، والذائل التي عليه أن يقلع عنها.
- القيم العملية: وتتعلق بتصرفات الإنسان المكلف من قول أو فعل، وهي على نوعين:
 - أ- قيم العبادة: وهي التي تنظم علاقة الإنسان بربه.

ب- قيم المعاملات: وهي التي تنظم علاقة الإنسان بأخيه الإنسان في جميع شؤون الحياة.

- القيم الجمالية: وهي التي تدعو إلى تدبر ملكوت الله، وإمتاع النظر بإبداع الخالق تعالى، والاستمتاع بطيبات الحياة.

وتصدر القيم الروحية مختلف القيم الإسلامية، لأن من هذه القيم تنبع بقية قيم المسلم في حياته، وتنطلق من هذا المنطلق، فقد اتفق مفكرو الإسلام على قيام القيم الأخلاقية على أساس الإيمان بالله. ويؤكد ذلك الدكتور "سيد أحمد" في قوله: "إن القيم الوجدانية هي منبع القيم الأخلاقية"¹، لأن العقيدة هي الموجه الأساس لسلوك الفرد، حيث تتحول إلى موجّهات قيمية تترجم إلى واقع سلوكي، فالمعتقدات هي التي تحكم، وتصبغ، وتحدد القيم، وهذه الأخيرة هي التي تحدد مسارات السلوك وتضبطه، وتحكمه، وتوجهه².

كما أن الإيمان بالواحد الأحد يجعل البشر - بما يحدثه في النفوس من حرية الإرادة، وشمول الرقابة، ونية الاستقامة- خير الناس للناس، ويدفعهم إلى أن يكونوا منسجمين، متآلفين، متعاونين على توجيه ما يحصلون عليه من تعميم إيجابي إلى خدمة الفرد والمجتمع.³

ب- السنة النبوية:

تعتبر السنة النبوية المصدر الثاني من مصادر التشريع الإسلامي، كما نص القرآن الكريم على ذلك. قال تعالى: "وما آتاكم الرسول فخذوه وما نهاكم عنه فانتهوا واتقوا الله إن الله شديد العقاب". (سورة الحشر. الآية: 7). والسنة النبوية هي "ما يصدر عن النبي صلى الله عليه وسلم من قول أو فعل أو تقرير"⁴.

¹ . سيد أحمد طهطاوي: القيم التربوية في القصص القرآني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص: 64.

² . طه ياسين ناصر الخطيب: المرجع السابق، ص: 135.

³ . محمد التومي: المجتمع الإنساني في القرآن الكريم، الدار التونسية للنشر، تونس، 1986، ص: 39.

⁴ . عبد الكريم زيدان: مجموعة بحوث فقهية، مكتبة القدس، بغداد، 1986، ص: 22.

وكما حظي القرآن الكريم باهتمام المسلمين، كذلك لقيت السنة النبوية من العناية ما حفظها من العبث، فقد اشتغل العلماء على تجميع حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم وحفظه وتدوينه، وكان من أهم المصنفات، التي ضمت حديث الرسول صلى الله عليه وسلم كتب الصحاح الست، وهي موطأ الإمام مالك، الجامع الصحيح للإمام البخاري، وصحيح مسلم، والسنن للترمذي، وسنن النسائي، وسنن ابن ماجه، وهي بهذا تعد المرجع الأساسي لمن أراد أن يستقي منظومة القيم، التي تجسدها سنة النبي، ولكونها المصدر الثاني للتشريع، ومن ثم استنباط القيم، فهي "مثله في وجوب الإتيان وعدم المخالفة". وقد اقتضت الحكمة الإلهية أن يوكل الله إلى نبيه الكريم مهمة البلاغ، فكان يبين ما في القرآن من إجمال ويخصص ما يحتاج إلى تخصيص، ويقيد ما يحتاج إلى تقييد، وقد يأتي بأحكام لم يتعرض لها من قبل القرآن الكريم. لذلك فكل قيمة يمكن أن تستقى من حكم أصدره النبي صلى الله عليه وسلم في صيغة أمر أو نهي، أصبحت تعبيراً عن الإرادة الإلهية، ووجب الانقياد لها دون مناقشة، على شرط أن ترتدي القيمة صفة الوحي صراحة أو ضمناً.¹

وقد تجسد القرآن الكريم سلوكاً وعبادة وقيادة ومعاملة في شمائل الرسول صلى الله عليه وسلم، وفي حياته كلها. لذلك أمر الله سبحانه وتعالى المسلمين أن يقتدوا بالرسول صلى الله عليه وسلم في طيب شمائله، وكريم أخلاقه، فقال جل جلاله: "لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر وذكر الله كثيراً". (الأحزاب. الآية 21). وفي حديث أم المؤمنين عائشة - رضي الله عنها- عندما سئلت عن خلق رسول الله صلى الله عليه وسلم، فقالت للسائل: أأست تقرأ القرآن؟ قال: بلى! قالت كان خلقه القرآن، أي ما تضمنه القرآن من الفضائل الكريمة والمكارم والنهي عن أضرارها.²

ت- الإجماع:

يعد الإجماع المصدر الثالث من مصادر التشريع الإسلامي، ويراد به "اتفاق مجتهدي أمة محمد صلى الله عليه وسلم في عصر من العصور على أمر ديني".³ أي أنه الاتفاق بين طائفة من علماء الإسلام المتخصصين والمؤهلين، حول مسألة شرعية، والواقع أنه لا يمكن لعالم أن ينتمي إلى هذه الهيئة التشريعية إلا إذا اجتمعت فيه شروط الاجتهاد التي حددها أهل العلم، بأن يكون:⁴

- عالماً باللغة العربية وأسرارها.

¹. زكية منزل غرابية: المرجع السابق، ص: 89.

². إدريس العلوي العبدلاوي: المرجع السابق، ص: 220.

³. الجرجاني علي بن محمد الشريف: كتاب التعريفات، مكتبة لبنان، بيروت، 1985، ص: 8.

⁴. محمد سليمان الأشقر: الواضح في أصول الفقه، دار النفائس، الأردن، ط4، 1992، ص: 251.

- عارفا بأسباب النزول.
 - مطالعا على تاريخ التشريع الإسلامي.
 - له معرفة عميقة بالناسخ والمنسوخ.
- واستدل جمهور علماء الأصول والفقهاء على أن الإجماع مصدر من مصادر التشريع الإسلامي، ومصدر من مصادر استنباط القيم في الإسلام، بعد كتاب الله - عز وجل - وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم بأدلة منها، قوله تعالى: "ومن يشاقق الرسول من بعد ما تبين له الهدى ويتبع غير سبيل المؤمنين نوله ما تولى ونصله جهنم وساءت مصيرا". (سورة النساء. الآية: 115). وقوله تعالى: "كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله". (سورة آل عمران. الآية: 110).¹

ث- القياس:

ذهب جمهور علماء الأصول والفقهاء لقوة ما استدلووا به إلى أن القياس هو المصدر الرابع للتشريع بعد كتاب الله عز وجل، وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، والعمل فيه قائم على إلحاق الفرع بالأصل في الحكم للعلة الجامعة بينهما.² والقياس في اصطلاح الأصوليين تسوية واقعة، لم يرد نص بحكمها بواقعة ورد نص بحكمها في الحكم الذي ورد به النص لتساوي الواقعتين في علة هذا الحكم. أي أن هناك واقعة ثبت حكمها الشرعي بنص أو إجماع وواقعة أخرى تشابهها لم يثبت حكمها لا بنص ولا بإجماع، فتأخذ حكم الواقعة الأولى لاشتراكها في علة هذا الحكم.³

ومنه يتضح أن القياس يقوم على أربعة أركان هي:⁴

- واقعة النص، أي الواقعة التي حكم فيها النص أو الإجماع وتسمى الأصل والمقيس عليه.
- الواقعة الطارئة التي لا نص في حكمها - التي لم يرد فيها نص ولا إجماع - ويراد بالقياس الوصول إلى حكمها وتسمى الفرع أو المقيس.
- حكم الأصل وهو الحكم الشرعي الذي ورد به النص في الأصل، ويراد تعديته إلى الفرع المنصوص عليه.
- علة الحكم وهي التي بني الشارع عليها حكمه في واقعة النص، وهي ثابتة في الفرع أصلا لكون الحكم المتنازع فيه مبنيا عليها، وقد استنبطت من محل الحكم المنصوص عليه.

¹ عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، دار القلم للنشر والتوزيع، الكويت، ط6، 1993، ص ص: 119، 124.

² عباس شومان: مصادر التشريع الإسلامي، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط1، 2000، ص: 73.

³ عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، المرجع السابق، ص: 19.

⁴ نفس المرجع، ص: 25.

واستدل جمهور الأصوليين والفقهاء على أن القياس حجة من الأحكام الشرعية، وأنه المصدر الرابع من مصادر التشريع الإسلامي من كتاب الله عز وجل، في قوله تعالى: "فاعتبروا يا أولي الأبصار". (سورة الحشر. الآية: 2). والاعتبار يعني الانتقال من مكان إلى آخر، والقياس انتقال بحكم الأصل إلى الفرع.¹ وما استدل به الجمهور من السنة على مشروعية القياس حديث معاذ بن جبل الذي رواه أحمد وأبو داود لما بعثه الرسول صلى الله عليه وسلم إلى اليمن، حيث أقره عليه الصلاة والسلام على الترتيب الذي جاء به بإتباع كتاب الله تعالى، ثم سنة رسول الله، ثم الاجتهاد، وما القياس إلا نوع من أنواع الاجتهاد بالرأي، فيكون مشروعاً ودليلاً من أدلة الأحكام. وفي استدلالهم بالمعقول قالوا أن في الأخذ بالقياس تحقيق لمصالح العباد، وهو مقصود الشرع فليس في مسلكه تحريم الشيء وإباحة نظيره، أو إباحة الشيء وتحريم مثيله. كما أن نصوص القرآن والسنة محدودة ومتناهية ووقائع الناس غير محدودة ولا متناهية، فلا يمكن أن تكون النصوص المتناهية وحدها مصادر تشريعية لما لا يتناهى، والقياس هو المصدر التشريعي الذي يسائر الوقائع المتجددة.²

ج- العرف:

يعتبر العرف الصحيح الذي لا يخالف أصلاً شرعياً وليس فيه تفويت مصلحة ولا جلب مفسدة، من المصادر الأساسية في استنباط الأحكام الشرعية والقيم الإسلامية. والعرف هو ما يتعارفه الناس، ويسيروا عليه غالباً من قول أو فعل، بما فيهم العامة والخاصة. ويعتبر العرف دليلاً من الأدلة، التي تبنى عليها كثير من الأحكام الفقهية، ومرجعاً أساسياً لاستنباط القيم، بشرط ألا يكون مخالفاً للنص، وذلك بأن يكون العرف صحيحاً لا فاسداً،³ أي أنه لا يصح للفقهاء أن يجعل ما يجري به العرف الفاسد أمراً مشروعاً ويفتي بصحته دون أن تدعو إليه ضرورة -على وجه الاستثناء- يحسن العارف بمقاصد الشريعة تقديرها. والعرف وإن لم يكن دليلاً شرعياً مستقلاً، إلا أنه يرجع إلى الأدلة التشريعية المعتمدة، تشهد له بالاعتبار، وعلى ذلك يعتبر العرف من أهم المصادر في استخلاص القيم الإسلامية، فكل ما تعارف عليه الناس مما لا يخالف قواعد الشرع وأدى إلى مصلحة عامة عد قيمة لها سلطانها على تصرفات الأفراد وسلوكهم.

ومنه فالعرف ليس دليلاً شرعياً مستقلاً، وإنما دليل يتوصل به إلى فهم المراد من عبارات النصوص.

¹ عباس شومان: المرجع السابق، ص: 70.

² عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، المرجع السابق، ص: 33، 145، 147.

³ عبد الوهاب خلاف: علم أصول الفقه، دار الزهراء للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 1990، ص: 91.

وقد ثبت بالبحث والاستقراء أن علماء الشريعة في كثير من الأحكام المبنية على العرف راعوا أعراف الناس وعاداتهم، من خلال ما ورد في كتبهم من العبارات ما يدل على اعتبار العرف دليلاً لاستنباط الأحكام، لذلك نجد قولهم "الثابت بالعرف كالثابت بالنص"، "التعيين بالعرف كالتعيين بالنص".¹

ح- المصلحة المرسلة:

قامت الأحكام والقيم في الشريعة الإسلامية قصد تحقيق مصالح الناس بدفع الضرر عنهم وجلب النفع لهم، وبما أن المصالح لا متناهية لأن حياة الناس في تجدد وتطور مستمرين، جاء ما يعرف في اصطلاح الأصوليين بالمصلحة المرسلة أو الاستصلاح. قال "أبو إسحاق الشاطبي" الفقيه المالكي: "إن الشريعة إنما وضعت لمصالح العباد، علم ذلك بالاستقراء والتعاليق لتفاصيل الأحكام من الكتاب والسنة أكثر من أن تحصى، كقوله تعالى بعد آية الوضوء: "ما يريد الله ليجعل عليكم من حرج ولكن يريد ليطهركم وليتم نعمته عليكم". (سورة المائدة. الآية: 6). وقال "محمد بن أبي بكر" المعروف بـ"ابن القيم": "إن الشريعة الباهرة مبناها على الحكم ومصالح العباد في المعاش والمعاد، وهي عدل كلها، ورحمة كلها، ومصالح كلها".²

وقد أطلق علماء الشريعة على المصلحة المرسلة تسميات مختلفة، فمن نظر إلى جانب المصلحة المترتبة عليها سماها المصالح المرسلة، ومن نظر إلى جانب الوصف المناسب الذي يستوجب ترتيب الحكم عليه تحقيق تلك المصلحة سماها بالمناسب المرسل، ومن نظر إلى جانب بناء الحكم على الوصف المناسب أو المصلحة أي المعنى الصدري عبر عنها بالاستصلاح أو الاستدلال.³

وتعتبر المصلحة المرسلة مصدراً من مصادر القيم، إذا توافرت على الشروط الآتية:⁴

- أن يثبت بالبحث وإمعان النظر والاستقراء أنها مصلحة حقيقية لا وهمية، أي أن بناء الحكم عليها يجلب نفعاً أو يدفع ضرراً.
- أن تكون هذه المصلحة الحقيقية العامة لا يعارض التشريع لها نصاً ولا إجماعاً.
- أن تكون هذه المصلحة الحقيقية عامة، أي ليست مصلحة شخصية أي أن بناء الحكم عليها يجلب نفعاً لأكثر الناس، أو يدفع ضرراً عن أكثرهم.

¹. زكية منزل غرابية: المرجع السابق، ص: 93.

². عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، المرجع السابق، ص: 93.

³. محمد سعيد رمضان البوطي: ضوابط المصلحة في الشريعة الإسلامية، الدار المتحدة للطباعة والنشر، سوريا، ص:

⁴. عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، المرجع السابق، ص: 99-110.

1- تصنيف القيم في الفكر الغربي:

لقد كان لاختلاف الباحثين في نظرتهم للقيم، من حيث مدلولها وطبيعتها انعكاساً على المهتمين بدراستها عند محاولة تصنيفها، وهذا التفاوت يرجع لاختلاف المنطلقات والاتجاهات الفكرية للباحثين التي ارتكزت عليها آراؤهم وتصوراتهم للقيم. ويشير الكثير من أولئك الباحثين إلى صعوبة تصنيف القيم تصنيفاً شاملاً، وفي هذا المعنى يقول "سورلي" (Sorley): "من المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم". ولذا نجد كثير من أبحاث العلماء تتجنب كلية أية محاولة لتصنيف القيم أو تمييز بعضها عن بعض. والواقع أنه من الصعب بمكان القيام بدراسة القيم وفهمها دون اللجوء إلى تصنيفها. يقول "هنريسون" (Henderson): "فما دمنا في مجال البحث العلمي، فإن أي تصنيف أيا كان، خير من عدم التصنيف"¹. وفيما يأتي عرض لأهم التصنيفات في مجال القيم، وهي:

التصنيف الأول: تصنف القيم على أساس أبعادها، كالآتي:

أ- بعد المحتوى: يعد التصنيف الذي أورده السيكولوجي الألماني "سبرانجر" (Spranger) في كتابه "أنماط الرجال" من أكثر التصنيفات استخداماً وشيوعاً في دراسة القيم²، حيث صنف القيم على هذا الأساس إلى:³

- القيمة النظرية: وتظهر في ميل الفرد إلى اكتشاف الحقيقة، وهو في سبيل ذلك الهدف، يتخذ اتجاهها معرفياً من العالم المحيط به، ويسعى وراء القوانين التي تحكم هذه الأشياء بقصد معرفتها. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة، بنظرة موضوعية نقدية، معرفية تنظيمية، ويكونون عادة من الفلاسفة والعلماء.

- القيمة الاقتصادية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو نافع، ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق والاستهلاك واستثمار الأموال. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة عملية، ويكونون عادة من رجال المال والأعمال.

- القيمة السياسية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى الحصول على القوة. فهو شخص يميل إلى السيطرة والتحكم في الأشياء والأشخاص، وممارسة العمل السياسي وحل مشكلات الجماهير. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة، بالقيادة في نواحي الحياة المختلفة، سواء كانت

¹. فوزية دياب: المرجع السابق، ص: 73.

². خليل عبد الرحمن المعاينة: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، 2000، ص: 187.

³. بشير معمري: المرجع السابق، ص: 13-14.

سياسية أو عسكرية، أو إدارية أو اقتصادية وغيرها. ويتصفون بقدرتهم على توجيه غيرهم والتحكم في مصائرهم.

- القيمة الاجتماعية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك إشباعاً له. وينظر إلى غيره على أنهم غايات في حد ذاتهم، وليسوا وسائل لغايات أخرى. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم القيمة الاجتماعية، بالحنان والعطف وخدمة الغير.

- القيمة الجمالية أو الفنية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل والتوافق والتنسيق، وهو لذلك ينظر إلى العالم المحيط، نظرة تقديرية له، من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة، بالميل إلى الفن والابتكار وتذوق الجمال والإبداع الفني ونتائجه.

- القيمة الدينية أو الروحية: ويعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري، فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره. ويرى أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه. وهو يحاول أن يوصل نفسه بهذه القوة بصورة ما. ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة، بإتباع تعاليم الدين في كل نواحي الحياة.

ولا يعني هذا التقسيم الذي أورده "سبرانجر" للقيم أن الأفراد يتوزعون عليها في فئات منفصلة، ولكنه يعني أن هذه القيم توجد جميعها عند كل الأفراد، غير أنها تختلف في درجة وجودها عند كل فرد، حسب قوتها أو ضعفها لديه.

ب- بعد المقصد: تنقسم القيم على أساس هذا البعد إلى:¹

- القيم الواسئلية: هي تلك القيم التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات أبعدها.
- القيم الغائية: ويعبر عنها أيضاً بالهدفية، وهي الغايات التي يرسمها ويحددها الأفراد والجماعات لأنفسهم، والتي تعد غايات في حد ذاتها.

ت- بعد الدوام: تنقسم القيم على أساس هذا البعد إلى:²

- القيم الدائمة: هي تلك القيم التي تستقر في المجتمع زمناً طويلاً، كالقيم المرتبطة بالعرف والتقاليد. لذلك فإنها تتصف بصفة القداسة والإلزام.
- القيم العابرة: هي قيم وقتية عارضة سريعة الزوال، ولا تكون لها صفة القداسة على خلاف القيم الدائمة، كما أنها تتعلق بالكماليات وترتبط بالشكليات والزخرف ولا تمس الحاجات الضرورية للإنسان.

¹ فوزية دياب: المرجع السابق، ص: 76.

² عبد اله عقله مجلي الخزاعلة: الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009، ص: 41.

ث- بعد العمومية: تنقسم القيم من حيث شيوعها في المجتمع إلى: ¹

- القيم العامة: هي تلك القيم التي تسود المجتمع كله، بصرف النظر عن ريفه وحضره، وطبقاته وفتاته المختلفة، فبقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون تماسكه ووحدته.

- القيم الخاصة: هي تلك القيم التي تتعلق بمواقف أو مناسبات اجتماعية معينة، أو بطبقة أو جماعة خاصة. مثل القيم الخاصة التي تتعلق بالأعياد والاحتفال بالمولد النبوي.

ج- بعد الوضوح: تنقسم القيم من حيث وضوحها إلى قسمين: ²

- قيم ظاهرة أو صريحة: وهي تلك القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالكلام.

- قيم ضمنية: هي تلك القيم التي تستخلص ويستدل على وجودها، من خلال الاختيارات والاتجاهات، التي تتكرر في سلوك الأفراد بصفة منظمة لا بصفة عشوائية... ويرى "لابيير" (Lapierre) أن القيم الضمنية هي في الغالب الحقيقية لأن الإنسان يحملها مندججة في سلوكه. أما القيم الصريحة فكثيرا ما تكون زائفة.

- بعد الإلزام: التمييز بين ثلاثة أنواع من القيم بناء على ما تمليه من إلزام لدى الأفراد والجماعات، هي: ³

- قيم إلزامية: وتتضمن تلك القيم التي تمس كيان الجماعة والمصلحة العامة، حيث تتصل اتصالا مباشرا بمجموعة المبادئ، التي تساعد على تحقيق أنماط السلوك المرغوب فيها، والتي تتفق عليها الجماعة في تنظيم سلوكيات أفرادها. ويحرص المجتمع على تنفيذها بقوة عن طريق القانون والعرف معاً، من ذلك القيم التي ترتبط بمسؤولية الأب نحو أسرته.

- قيم تفضيلية: وهي تلك القيم التي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها، ويقابل تحصيلها باستحسانه، ولكنه لا يلزمهم بمراعاتها، من ذلك إكرام الضيف والنجاح في الحياة العملية.

- قيم مثالية: وهي تلك القيم التي تؤثر تأثيرا هاما في توجيه سلوكيات الأفراد، إلا أنه من الاستحالة تحقيقها بصورة كاملة، ومن ذلك القيم التي تدعو إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

التصنيف الثاني: يقدم " نيكولاس ريتشر" (N.Reacher) تصنيفه للقيم على أساس عدة أبعاد، هي: ⁴

¹ . سيد أحمد طهطاوي: المرجع السابق، ص: 48.

² . فوزية دياب: المرجع السابق، ص: 87-89.

³ . إيمان العربي النقيب: القيم التربوية (دراسة في مسرح الطفل)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط1، 2002، ص: 29.

⁴ . نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص: 131.

أ- تصنيف القيم على أساس محتضني القيمة: ويركز هذا التصنيف على الأشخاص الذين يتبنون قيمة معينة، إذ لا يهتم بالقيم في ذاتها، من حيث محتواها أو موضوعها، وإنما يسلم بوجودها، ويركز على خصائص محتضنيها.

ب- تصنيف القيم على أساس موضوعات القيمة: يقوم على أساس طبيعة الموضوعات التي تحظى بالتقويم.

ت- تصنيف القيم على أساس الفائدة أو المنفعة: يقوم بتصنيف القيم على أساس المنفعة أو الفائدة التي تحققها لمن يتبنونها، والتي ترتبط بالحاجات والرغبات والاهتمامات الأساسية للفرد.

التصنيف الثالث: صنف "هوارد" "Haward" القيم على أساس الفوائد المنتظرة أو المنفعة المتوقع تحقيقها إلى:¹

- قيم مادية وجسمانية: الصحة، الراحة، الأمان.
- قيم اقتصادية: الإنتاج، الكفاية.
- قيم أخلاقية: الأمانة، العدالة، المساواة.
- قيم اجتماعية: التعاطف، الإحسان.
- قيم سياسية: العدالة، الحرية.
- قيم جمالية: الجمال.
- قيم دينية: العبادة.
- قيم عقلية: الذكاء، صفاء الذهن، التعقل.
- قيم مهنية: الوعي، النجاح المهني.
- قيم عاطفية: الحب، الرضا.

التصنيف الرابع: يصنف العالم "ويشر" القيم على أساس خمسة معايير، هي:²

أ- معيار الذاتية والموضوعية: فالقيم ذاتية من حيث نظرة محتضنيها إليها باعتبارها غاية فضلى، وهي موضوعية من حيث إمكانية قياسها لدى الأفراد على أساس وضع القيمة النسبي.

ب- معيار العمومية والخصوصية: فالقيم عامة بقدر ما يكون الاهتمام بها قائما على مستوى المجتمع عامة، وتكون خاصة حين يكون الاهتمام بها متعلقا بفتة معينة، كالعلماء.

ت- معيار النهائية والوسيطية: فالقيمة غاية نهائية، أو وسيلة إلى غاية أخرى.

¹. علي أحمد الجمل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي (دراسة تربوية)، عالم الكتب، القاهرة، 1996، ص: 28.

². علي خليل مصطفى أبو العينين: المرجع السابق، ص: 42.

ث- معيار المضمون: أي النظر إليها كقيم أخلاقية أو ما تتضمنه من أخلاقيات تختص بالعمل، أو بالعلاقات بين الأفراد.

ج- معيار العلاقة بين محتضن القيمة والمستفيد منها: فأحيانا تتجه القيمة نحو الذات، وأحيانا تتجه إلى الآخرين.

2- تصنيف القيم في الفكر الإسلامي:

تنوعت تصنيفات الباحثين والعلماء في الفكر الإسلامي على غرار الباحثين الغربيين، إلا أن التصنيفات التي استندت إلى الدين الإسلامي تنفق في كون القيم الدينية شاملة لجميع القيم، والإمام بها يؤدي للإمام بالقيم الأخرى، لأنها تتصف بالتكامل والترابط فيما بينها. كما تنظر للقيم الإسلامية على أنها "قيم شرعية تتصل بأوامر ونواهي لا بد من تحقيقها في الفرد".¹ وهذا ما لم نلاحظه في التصنيفات الأخرى في الفكر الغربي، وهو ما سيتضح من خلال التصنيفات الآتية:

التصنيف الأول: يرى الباحث "جابر قميحة" أن القيم في مجموعها تكون على أحد الشكلين الآتين:²

أ- القيم الإيجابية: وهي القيم التي كلف المسلم بالتخلي بها وأخذ نفسه بمقتضاها، مثل الصدق والأمانة والرحمة وصلة الرحم والكرم وحسن الحوار.

ب- القيم السلبية: أو قيم التخلي وتتجلى في هجر ما نهى الله عنه من شرور وموبقات كشرب الخمر والزنا والكذب والسرقعة.

التصنيف الثاني: ترى "وضحة السويدي" أن القيم في الإسلام يمكن أن تصنف إلى ثلاث محاور رئيسية، هي:³

أ- قيم تنظم علاقة الإنسان بخالقه: وتتمثل في الإيمان بالله، وملائكته، وكتبه، ورسله، واليوم الآخر، وبالقدر خيره وشره، ومحبته، والرجوع إليه، والتوبة له، والخشية منه، والمشاركة، والتوجه إليه بالعبادة الخالصة.

ب- قيم تنظم علاقة الإنسان مع نفسه: وتتمثل في الطهارة والنظافة وتحمل المسؤولية والتعليم.

¹. لعمور وردة: المرجع السابق، ص: 52.

². جابر قميحة: المرجع السابق، ص: 41.

³. وضحة السويدي: المرجع السابق، ص: 79.

ت- قيم تنظم علاقة الإنسان بغيره: وتتمثل في قيم الأخوة، والإيثار، والتعاون، والتضحية، وحسن الخلق، والرحمة، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

وترى الباحثة أن أيا من هذه القيم مطلوب في كل الأبعاد الثلاثة، فإذا أخذنا على سبيل المثال العبادة، فإنها تنظم العلاقة بين الإنسان وخالقه، وفي نفس الوقت تنظم العلاقة بين الإنسان ونفسه، كما أن انعكاساتها وآثارها تنظم العلاقة بين الإنسان والآخرين.

التصنيف الثالث: يرى "عبد القادر هاشم رمزي" أن القيم تصنف إلى:¹

أ- القيم المادية: وتقصد من وراء الأعمال التجارية المباحة كالصناعة والتجارة.

ب- القيم الإنسانية: وتقصد من وراء إنقاذ الإنسان أو الإحسان إليه أو تثقيفه أو تربيته.

ت- القيم الأخلاقية: وتكون من وراء التخلق بخلق، نص عليه الشرع كالصدق والكرم والأمانة والحياء، وذلك طلبا لمرضاة الله لا من أجل المجتمع والناس.

ث- القيم الروحية: وتكون من وراء عبادة نص عليها الشرع، بالكيفية التي نص عليها.

التصنيف الرابع: أدرج "عبد الرحيم الرفاعي بكرة" القيم ضمن تصنيفه لها في مستويين هما:²

أ- القيم المحورية: وهي تلك القيم الحاكمة أو الملزمة، والتي ترتبط بالعقيدة والشريعة ارتباطا مباشرا وتستمد قوتها وأهميتها منها، ومن ثم فهي المعايير والمحددات الأساسية التي توجه سلوك الإنسان في المجتمع، كما أنها المرجع لكل أحكامه، وتنقسم هذه القيم إلى قسمين:

- القيم العقيدية: وهي المرتبطة بالإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله، والإيمان بقضاء الله وقدره خيره وشره.

- القيم التعبدية: ويقصد بها القيم التي تحدد الكيفية التي يسلكها المؤمن في القيام بفرائض الدين المختلفة، والتي تشمل الصلاة والصيام والزكاة والحج وسائر ما أمر الله تعالى به، واجتناب ما نهى الله عنه.

ب- قيم العبادة اليومية: في جميع مجالات النشاط والعمل والعلاقات الاجتماعية المختلفة، وهي التي تحدد أنماط السلوك المرغوب فيه في جميع هذه المواقف، لأنها تشمل جميع المجالات القيمية المختلفة، الاقتصادية منها والسياسية والاجتماعية والتربوية والعلمية.

¹. عبد القادر هاشم رمزي: الدراسات الإنسانية في ميزان الرؤية الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، الدوحة، ط1، 1984، ص: 39.

². وضحة السويدي: المرجع السابق، ص ص: 77-78.

التصنيف الخامس: ويذكر "محمد منير مرسي" أن القيم تصنف إلى:¹

أ- قيم فوقية: وهي القيم التي ترتبط بأصول التشريع الإسلامي، وهي قيم مطلقة وثابتة، على الإنسان أن يتقبلها ويسلم بها، ويعمل بمقتضاها، لأنه لا مجال له للاجتهاد أو الاختيار.

ب- قيم اصطلاحية: وهي التي لم يرد فيها نص أو تشريع صريح، وهي متغيرة بتغير ظروف الزمان والمكان.

ثالثا- خصائص القيم:

1- خصائص القيم في التصور الغربي:

كانت القيم مثلا عليا، ولكن تحولت النظرة إليها فأصبحت حاجات تفرزها أوضاع الحياة الاجتماعية، وتطورت النظرة إلى القيم من التجريد إلى الواقعية، فصارت القيم استشفافا من خلال احتكاكات القانون بالحقيقة الاجتماعية، فتطور النظر إلى القيم عما اتصفت به في الماضي بأنها تطلعات ميتافيزيقية ومعاني يحكم بها على المسالك والأشياء تبعا لجدواها أو عدم جدواها في إشباع غايات إنسانية.² وللقيم خصائص متعددة ومتنوعة، من أهمها:

أ- النسبية:

القيمة إنسانية شخصية تتوقف على الاعتقاد، فهي إذن نسبية، أي تختلف عند الشخص بالنسبة لحاجاته ورغباته وتربيته وظروفه، كما أنها تختلف من شخص لآخر، ومن مجتمع لآخر، ومن ثقافة لأخرى ومن زمن لآخر.³ ومنه فالقيم لا تتمتع بالثبات بل متغيرة وفقا لمزاج الإنسان وللزمان والمكان الذي يعيش فيه، ودائما في نفس السياق، وفي تأكيدهم لنسبية القيم يرون أن الثقافة والنظم المجتمعية هي أساس القيم.⁴

ب- التدرج:

يعتبر التدرج أو ما يسمى بسلم القيم ميزة من مميزات القيم، حيث تنتظم القيم في نسق تتسم القيم الفردية فيه بالارتباط المتبادل، الذي جعلها تدعم بعضها البعض وتكون كلا متكاملًا، هذا ويجدد

¹ . محمد منير مرسي: أصول التربية الإسلامية، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص: 249.

² . إسماعيل عبد الفتاح: القيم السياسية في الإسلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط1، 2001، ص: 19.

³ . فوزية دياب: المرجع السابق، ص: 27.

⁴ . أحمد مصطفى خاطر: الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع الريفي، دار المعارف، الإسكندرية، (د.ت)، ص: 115.

النسق القيمي إطارا لتحليل المعايير والمثل والمعتقدات والسلوك الاجتماعي.¹ أي أن القيم مرتبة فيما بينها ترتيبا هرميا. وهذا الترتيب الهرمي ليس جامدا بل متحركا ومتفاعلا، فالسلم القيمي قد يهتز سلبا أو إيجابيا، إذ كثيرا ما يتفكك النسق القيمي، ويعاد ترتيبه من جديد نتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية.²

إن هناك سلما لهذه القيم بحيث ترتب فيما بينها ترتيبا هرميا، فتهيمن بعض القيم على بعض أو تخضع لها، مما يعني أن القيم على مراتب ودرجات، وأنها ليست على مستوى واحد، فهذا الترتيب الهرمي ليس جامدا بل متحركا ومتفاعلا، تبعا لظروف الفرد ورغباته واهتماماته.³

ت - القيم ذاتية:

ويقصد بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة الإنسانية والسيكولوجية للإنسان، التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها من عوامل نفسية، فالقيمة باعتبارها أحكاما تصدرها على الأشياء تتضمن معاني كثيرة مثل الاهتمام والاعتقاد والرغبة، وكل هذه المعاني تعبر عن عناصر شخصية ذاتية.⁴

ث - الثبات النسبي:

أي المحافظة، لأنها موجّهات السلوك الكبرى، ومما يضمن الثبات النسبي لكثير من القيم أن عددا من القيم يمتصها الفرد شعوريا ولا شعوريا منذ طفولته، ويرتبط بها وجدانيا وتأثرا باحترام الناس لها، فيصعب عليه أن يتحرر منها. على أن خاصية الثبات والاستقرار في القيم ليست بدرجة واحدة، فالقيم السائدة في مجتمع ما تتفاوت في قدرتها على مقاومة التغير الاجتماعي.⁵ كما تتميز القيم في التصور الغربي بالتغير، وتختلف من مجتمع لآخر، "وتمثل المثل التي تؤمن بها جماعة معينة، وتنسب إليها، وتختص كذلك بفترة زمنية معينة"⁶. فكون القيم مصدرها العقل الإنساني أو الضمير الجمعي، فإنها تكون نافعة في زمن معين، وإذا ما تغيرت الظروف أصبح إتباع هذه القيم غير مفيد فتتغير حينئذ.

ج - القيم مثالية:

¹ . محمد عاطف غيث: المرجع السابق، ص: 506.

² . عبد إله عقلة مجلي الخزاعلة: المرجع السابق، ص: 45.

³ . مساعد بن عبد الله المحيا: المرجع السابق، ص: 52.

⁴ . إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 20.

⁵ . نفس المرجع، ص: 22.

⁶ . Guy. Rocher: Talcott- Parsons et La Sociologie Américaine, Les Presses universitaires de France, Paris, 1972, p: 92.

لأنها ليست شيئاً بأي حال من الأحوال، وإن كانت الأشياء هي التي تحملها، وفي نظر "غاستون برجر" أن الأشياء تستدعي اهتماماتنا، بما فيها من قيمة لا ترتبط بها، بل تنحل وتتنظم وترجم من جديد وبكيفية أخرى حينما تتبدل قيمتها.¹

ح- تعدد مصادرها:

تعدد مصادر القيم في الفكر الغربي على اختلاف مشارب الباحثين وتخصصاتهم، فنجد محاولات تعتبر القيمة من إنتاج الإنسان باعتباره فرداً أو جماعة، ولا تعتبرها كياناً مستقلاً بذاته، حيث أن "دوركهايم" يعتبرها من مقتضيات الوعي الاجتماعي، و"ماركس" يراها من إنتاج البنية الاقتصادية، والنفساني "فرويد" يراها من إسقاطات الغريزة الجنسية، فلا وجود للقيمة إلا بفضل المصدر الذي تنبثق منه، والمراد به الإنسان في الفرويدية والمجتمع في الماركسية والدوركايمية. وهناك من يؤمن بمطلقية القيم واستقلالها عن الواقع الطبيعي والأشخاص ويستنكر نسبتها، فالواقع البشري بقصوره وضعفه الفطري لا يمكنه أن يصنع قيماً لحياته كلها، لأنه لا يدرك لوحده مركزه في الكون وغاية وجوده وحقيقته.²

2- خصائص القيم في التصور الإسلامي:

يعتبر الدين الإسلامي ممثلاً في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، واجتهادات العلماء المستمدة من هذين المنطلقين، مصدراً أساسياً من مصادر القيم بما تحمله من قواعد ومبادئ وخصائص عامة صالحة في كل زمان ومكان، والتي تسهم في بناء مجتمع تسوده مجموعة من القيم والمثل العليا والأخلاق الفاضلة، يلتقي في البناء القيمي للمسلم مع البناء القيمي للمجتمع المسلم، فتتسق الحياة الفردية مع الحياة الاجتماعية للمجتمع.

تتميز القيم في الإسلام بأنها قيم متكاملة شاملة واضحة، تتناسب وتتلاءم مع الطبيعة البشرية، تساهم في تحقيق تكامل الفرد واتزان سلوكه، من خلال الخصائص الآتية:

أ- القيم في الإسلام مصدرها الوحي الرباني:

وهي الخاصية الكبرى والجوهرية، وذلك برد القيم كلها إلى الله، متعالية بذلك عن كل التصورات الفلسفية والإيديولوجية المتناقضة حول حقيقة الإنسان والكون والعلاقات القائمة بين هذه الحقائق، وهي

¹. الربيع ميمون: المرجع السابق، ص: 33.

². لعمور وردة: المرجع السابق، ص: 38.

من تصور رباني صادر عن الله للإنسان، وليست الكينونة الإنسانية هي التي تنشئه كما تنشئ التصور الوثني، وعمل الإنسان فيه هو تلقيه وإدراكه والتكيف به وتطبيق مقتضياته في الحياة البشرية.¹

ويرفض الأستاذ "محمد منير الغضبان" أن يكون المجتمع أو التفاعل البشري فيه هو مصدر القيم، ثم يقرر أن الله عز وجل هو الذي أوجد في الذات الإنسانية فطرة العبودية لله "كل مولود يولد على الفطرة"، وأصل الفطرة في الإسلام، وبالتالي فإن كل ذات بشرية تشهد بربوبية الله.²

ب- القيم في الإسلام شاملة ومتكاملة:

تتميز القيم الإسلامية بأنها شاملة لأنها لا تقتصر على جانب واحد من شخصية الإنسان، وإنما هي تنظر إلى الإنسان نظرة تشمل جميع جوانبه الجسمية والفكرية والاجتماعية.³ ذلك أن النسق القيمي الإسلامي لم يترك جانبا من جوانب الإنسان إلا أشبعه، ودفع به ليعمل في تناغم وتكامل مع الجوانب الأخرى.⁴

كما أن القيم الإسلامية تترابط فيما بينها، وكأن كلا منها يفضي إلى الآخر أو يتأسس عليه، فقيم الإسلام في العقيدة والشريعة والأخلاق قيم متكاملة، تتوحد ضمن منظور معرفي واعتقادي وأخلاقي لا يقبل التفكيك والتجزئة والانتقاء.⁵ ومنه فمجموع القيم تشكل نسقا قيميا موحدا متكامل ومنسجم الأجزاء لا يسوده التناقض والتضاد، لأنه منبثق من إرادة واحدة مطلقة لا يشوبها الضعف والنزوات، هي الإرادة الإلهية.

ت- القيم في الإسلام إلزامية:

يعتبر الأفراد ملزمون بالخضوع لمنظومة القيم الإسلامية، التي تستمد إلزامها بما يترتب على عدم الالتزام من الجزاء الآخروي، وهكذا يحسم القرآن الكريم في شأن السلوك الإنساني على أساس تلك القيم، إلا أن ذلك يكون حسب قدرات الأفراد وقابليتهم للالتزام بها. لذلك يراعي الدين الإسلامي في إلزامية القيم ما يأتي:

- إمكانية التطبيق: راعى الدين الإسلامي خصائص الطبيعة البشرية، إذ لا إلزام أمام الاستحالة، قال تعالى: "لا يكلف الله نفسا إلا وسعها". (سورة البقرة. الآية: 286)، فالقيم الإسلامية تتلاءم

¹ . سيد قطب: خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، دار الشروق، بيروت، (د.ت)، ص: 52.

² . مساعد بن عبد الله المحيا: المرجع السابق، ص: 78.

³ . علي أحمد الجمل: المرجع السابق، ص: 25.

⁴ . طه ياسين ناصر الخطيب: المرجع السابق، ص: 130.

⁵ . إدريس العلوي العبدلاوي: المرجع السابق، ص: 218.

وتتناسب مع فطرة الإنسان، إذ لم تلزم العقل بما ينفر عنه من العقائد الباطلة، كالاعتقاد بما لا يعقل من الأوهام والخيالات، ولم تكلف القلوب بما ينفر منه العواطف البشرية والمشاعر الإنسانية¹.

- اليسر العملي ورفع الحرج: ويتجلى ذلك في قوله تعالى: "يريد الله بكم اليسر ولا يريد بكم العسر". (سورة البقرة. الآية: 185). فالقيم الإسلامية التزام بأحكام الدين كما أرادها الله، تخضع لمنهج اليسر ورفع الحرج الذي تبينت معالمه من خلال المنهج النبوي، ولا يعني هذا اليسر تجاوز حدود الله².

وقد راعى الإسلام الطاقة المحدودة التي جبل عليها الإنسان، فاعترف بالضعف البشري، وبالاحتياجات المادية والنفسية، فشرعت الأخذ بالرخص، وعلى سبيل المثال، راعى الإسلام أحوال المرضى والمعرضين للمشقات كالمسافرين في قوله تعالى: "فمن شهد منكم الشهر فليصمه ومن كان مريضاً أو على سفر فعدة من أيام أخر يريد الله بكم اليسر ولا يريد بكم العسر". (سورة البقرة. الآية: 185).

ث- القيم في الإسلام تتميز بالتوازن والوسطية:

وذلك لأن القيم الإسلامية تعنى بالجانبين الروحي والجسدي، وحققت التوازن بين الحياة المادية والحياة الوجدانية، فقد قال تعالى: "وابتغ فيما آتاك الله الدار الآخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا". (سورة القصص. الآية: 77). فأما الاهتمام بالجانب الروحي فيكفي أن الله تعالى قد شرع من العبادات ما يروي ظمأ الأرواح المتعطشة، وأما القيم المادية فلم يعتبرها الإسلام قيماً مرفوضة، بل جعل كمال الإنسان في تكامل قيمه من حيث هو نفس، وروح، وجسد³ وبذلك اتصفت القيم في الإسلام بالتوازن في الجمع بين الدنيا والآخرة.

كما تتميز القيم التي حث الله سبحانه وتعالى عباده على التمسك بها بالوسطية بين متطلبات الدنيا والآخرة، بين الفرد والجماعة، وبين قيم الروح وقيم المادة، بشكل لا يطغى فيها طرف على آخر، لا إفراط فيها ولا تفريط، لذا جاءت كلها بمستوى قدرات الإنسان وإمكانياته⁴. يقول تعالى: "وكذلك جعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على الناس ويكون الرسول عليكم شهيداً". (سورة البقرة. الآية: 143).

¹. يعقوب عبد الوهاب الباحسين: رفع الحرج في الشريعة الإسلامية، مكتبة الرشد، الرياض، ط4، 2001، ص: 32.

². عمر سليمان الأشقر: خصائص الشريعة الإسلامية، دار النفائس، الأردن، ط3، 1991، ص: 70.

³. طه ياسين ناصر الخطيب: المرجع السابق، ص: 131.

⁴. علي أحمد الجمل: المرجع السابق، ص: 26.

ومنه فالإسلام يمثل نظاماً وسطاً بين الجانب الروحي والجسدي والعقلي، كما أنه لا يجوز على الفرد لحساب المجتمع، ولا يحيف على المجتمع من أجل الفرد، حيث تتوازن فيه حرية الفرد ومصلحة الجماعة، وتتكافأ فيه الحقوق والواجبات. ولذلك فالقيم الإسلامية تشكل وحدة متكاملة. فبينما تتميز القيم في الإسلام بالوسطية والتوازن، لأن الإسلام يقوم على الواقعية وعلى الاعتراف بما في الإنسان من قوة وضعف ومن خير وشر، وهو بذلك يعترف بالعامل المادي والروحي معاً، نجد على خلاف ذلك في الديانات الأخرى، حيث تقوم المسيحية على المثالية، وحل المشاكل بالروحانية وحدها، لذا جاءت لتحارب المال وتعتبره عقبة بين الإنسان ودخول الجنة، في حين يعترف الإسلام بفضل المال وأهمية العامل الاقتصادي في تحرير الإنسان من السؤال وفي عزة نفسه وحرية رأيه.¹ وقد كانت القيم الروحية الخالصة التي جاءت بها الديانة المسيحية رد فعل طبيعي لماديات اليهودية واليهود، وعبثهم من لذائذها، وإيغالهم في الدنيوية، إلا أن الوجود لا يمكن أن يتنفس برئة المادية البحتة في معزل عن القيم والمثل العليا، كما لا يمكن أن يتنفس برئة المثالية البحتة. لذلك كان الإنسان في المنظور الإسلامي مادة وروحاً، أكرمه الله بنعمة العقل، للتوفيق بين مطالب الروح والجسد، بين مطالب الدنيا والآخرة.²

ج- القيم في الإسلام قائمة على الدافع الداخلي للإنسان (النية):

تربي القيم الإسلامية الوازع الداخلي في الإنسان من غير رقابة خارجية، يقول تعالى: "وهو معكم أين ما كنتم". (سورة الحديد. الآية: 4). فالمسلم يوقن أن الله تعالى لا تخفى عليه خافية، وإذا كان العبد لا يرى الله تعالى فإن الله يراه.³ وهذا ما يجعل المسلم حريصاً على أن تكون جميع تصرفاته وفق مقصد الشارع الحكيم، على خلاف التصور الغربي الذي يرى أن للمجتمع أو العقل سلطة الرقيب على تصرفات الأفراد وسلوكياتهم.

وتعتبر النية في الإسلام هي الأساس في الحكم على الأعمال، إذ ينال المسلم العقاب أو الثواب على حسب نيته. ويتضح ذلك صراحة في حديث الرسول عليه الصلاة والسلام الذي رواه عمر بن الخطاب رضي الله عنه قال: "إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله فهجرته إلى الله ورسوله، ومن كانت هجرته إلى دنيا يصيبها أو امرأة ينكحها فهجرته إلى ما هاجر إليه". (متفق عليه)

ح- القيم في الإسلام تتميز بالثبات والمرونة:

¹ . أحمد شوقي الفنجري: الحرية السياسية في الإسلام، دار القلم، الكويت، ط2، 1983، ص ص: 132-133.

² . جابر قميحة: المرجع السابق، ص ص: 60-64.

³ . طه ياسين ناصر الخطيب: المرجع السابق، ص: 131.

إن من أجلى مظاهر التوازن والوسطية التي عرفت في الإسلام بالعدل، والتي يتميز بها نظام القيم الإسلامية، التوازن بين الثبات والتطور، الثبات والمرونة والحركة، فمن خاصية الثبات تنشأ خاصية أخرى هي خاصية الحركة داخل إطار ثابت أو حول محور ثابت، بمعنى أن هناك ثبات في مقومات هذا التصور الأساسية وقيمه الذاتية، فهي لا تتغير ولا تتطور، وحينما تتغير ظواهر الحياة الواقعية وأشكال الأوضاع العملية، فهذا التغير في ظواهر الحياة، وأشكال الأوضاع، يظل محكوماً بالمقومات والقيم الثابتة لهذا التصور، ولا يقتضي هذا تجميد حركة الفكر والحياة، ولكنه يقتضي السماح لها بالحركة، بل ودفعها إلى الحركة، ولكن داخل هذا الإطار الثابت وحول هذا المحور الثابت. وقيمة وجود تصور ثابت للمقومات والقيم، هو أن الثابت الذي يرجع إليه الإنسان بكل ما يعرض له من مشاعر وأفكار وتصورات، وبكل ما يجد في حياته من ملابسات وظروف وارتباطات، فيزنها بهذا الميزان الثابت ليرى قربها أو بعدها من الحق أو الصواب. وإذا لم يكن هذا المقوم الضابط ثابتاً فكيف ينضبط به شيء إطلاقاً.¹ ويمكن تحديد نطاق الثبات والمرونة فيما يأتي:²

- الثبات على الأهداف والغايات، والمرونة في الوسائل والأساليب.
- الثبات على الأصول والكليات، والمرونة في الفروع والجزئيات.
- الثبات على القيم الدينية والأخلاقية، والمرونة في الشؤون الدنيوية العلمية.

خ- تمحور القيم في الإسلام حول الكليات الخمس:

خلق الله الإنسان على الفطرة السوية، وكرمه على سائر خلقه، فمنحه حرية الإرادة وأهلية الاختيار، حيث زوده بجملة مقومات ما يمكنه من البقاء والاستمرار، فالعقل هو أداة الإنسان الفعالة، التي يمارس بها أمانة الاستخلاف عن طريق عملية التفكير والتدبر في ملكوت السموات والأرض، بحثاً عن الطاقات المسخرة فيها، من أجل إنجاز عمله الحضاري وحماية وجوده. والإنسان كائن اجتماعي يتعايش مع الآخرين، من أجل إبقاء نسله، إضافة إلى كونه يشعر بعمق بكيانه الفردي الأصيل، ويستخدم في ذلك عنصر المال كأداة ضرورية لاستمرار حياته. وهذه العناصر الضرورية السالف ذكرها (العقل، النفس، النسل، المال) لا تكتمل ولا تتوازن إلا بعنصر ضروري هو عنصر الدين. وقد اصطلح على هذه العناصر الخمسة الكليات الخمس، يقول "أبو إسحاق الشاطبي" وهو يتحدث عن تلك الكليات: "أن تكاليف الشريعة ترجع إلى حفظ مقاصدها في الخلق، وهذه المقاصد لا تعدو ثلاثة أقسام: أحدها أن تكون ضرورية، والثاني أن تكون حاجية، والثالث أن تكون تحسينية، فأما الضرورية فمعناها أنها لا بد منها في قيام مصالح الدين والدنيا، بحيث إذا فقدت لم تجر مصالح الدنيا على استقامة،

¹. سيف الدين عبد الفتاح إسماعيل: المرجع السابق، ص: 67.

². يوسف القرضاوي: الخصائص العامة للإسلام، دار الشهاب، الجزائر، (د.ت)، ص: 195.

بل على فساد وفوت حياة، وفي الأخرى فوت النجاة والنعيم، والرجوع بالخسران المبين، والحفظ لها يكون بأمرين: أحدهما ما يقيم أركانها ويثبت قواعدها، وذلك عبارة عن مراعاتها من جانب الوجود، والثاني ما يدرأ عنها اختلال الواقع أو المتوقع فيها، وذلك عبارة عن مراعاتها من جانب العدم.¹

وقد أوجدت الشريعة الإسلامية من القيم ما يضمن حفظ هذه الكليات أو المقاصد، التي أجملها أحد العلماء في قوله: "بأنها المصالح التي تتوقف عليها حياة الناس وقيام المجتمع واستقراره، بحيث إذا فاتت اختل نظام الحياة وساد الناس هرج ومرج، وهذه الضروريات هي: الدين والنفس والعقل والنسل والمال".²

رابعاً- القيم السياسية:

1- أهمية القيم السياسية:

تعتبر القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وهي على أهميتها تؤثر في عملية الاختيار والانتقاء بين بدائل الفعل المختلفة في المواقف الاجتماعية، وتتولى هذه القيم عملية ضبط حياة الأفراد في علاقاتهم داخل المجتمع عبر شبكة العلاقات الاجتماعية المختلفة، ومن خلالها تتأكد الروابط بين الأفراد والجماعات، وتخلق فيهم الانسجام والتماسك في وحدة متكاملة.

وتمثل القيم السياسية إطاراً مرجعياً يحكم تصرفات الفرد والجماعة، ويؤثر على استجابة الفرد لمختلف المنبهات السياسية، من خلال عملية التنشئة السياسية، فهي تشجع على الاهتمام بقضايا المجتمع وممارسة النشاط السياسي، كما أنها تجعل السلوك السياسي امتداداً للسلوك الاجتماعي، ومن ذلك تثبت القيم السياسية في النفس قوة محركة نحو العمل والمشاركة السياسية، وبالتالي فإن دورها هام جدا في ثقافة ووعي الفرد، لأنها تكون شخصيته الاجتماعية وقدرته على التعامل والتكيف مع المجتمع والمشاركة الفعالة في أموره أو في شؤون الدولة والمجتمع.³ وبذلك تدعم القيم السياسية الاتصال والالتفاف حول الوطن والانتماء للمجتمع، من خلال المشاركات السياسية المختلفة. وهنا يقول "صفوح الأخرس": "إن ارتباط الأفراد بوطنهم يدفعهم إلى المشاركة في شؤونهم من أجل بناء المجتمع وتطويره، وكلما زاد الوعي القومي والشعور بالانتماء للأمة ليصل إلى درجة يطغى فيها على الارتباط والولاءات

¹. عبد المجيد بن مسعود: المرجع السابق، ص: 73.

². عبد الكريم زيدان: الوجيز في أصول الفقه، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط5، 1996، ص: 379.

³. إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين (دراسة عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب)، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009، ص: 143.

المحلية، ازدادت المشاركة من قبل الأفراد من أجل السير حثيثا في طريق التقدم الاجتماعي".¹ كما أنه لابد من تفعيل القيم السياسية الرئيسية للأفراد، من خلال مختلف مؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية، لما لها من دور كبير وفاعل في تحديد سلوك الفرد وتوجهاته في المجتمع الذي يعيش فيه، وتحافظ على تماسك المجتمع وتحدد له أهدافه ومثله العليا ومبادئه الثابتة المستقرة، التي تحفظ له هذا التماسك والثبات اللازمين لممارسة حياة اجتماعية سليمة.

وانطلاقا مما سبق يتضح أن للقيم دورا مزدوجا على مستوى الفرد وعلى المستوى الجماعي، فبالنسبة للفرد تعتبر موجهاً لسلوكه حتى يتوافق مع المصلحة العامة، لأنه إذا غابت القيم أو حدث تضارب بين بعضها البعض، فإن الإنسان يغترب عن ذاته ويفقد دوافعه للعمل ويقل إنتاجه ويضطرب. وعلى المستوى الجماعي فإن أي تنظيم جماعي في حاجة إلى نسق للقيم، يماثل تلك الأنساق الموجودة لدى الأفراد، حتى تتأكد العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، وتجعلهم في بوتقة واحدة تجنبا للصراع القيمي، الذي يصيب المجتمعات بالتفكك والانحيار.²

وتعد القيم السياسية أحد عناصر التقدم الحضاري والتنموي في عالمنا المعاصر، لأنها تشجع على الاهتمام بقضايا المجتمع وممارسة النشاط السياسي، كما أنها تجعل السلوك السياسي امتدادا للسلوك الاجتماعي، من خلال المنبهات السياسية التي تؤثر على استجابة الأفراد، وتدفعهم نحو المشاركة السياسية. فالقيم السياسية تعطي للأفراد منذ طفولتهم المثاليات والأفكار والأهداف، ليصبحوا مواطنين صالحين ليس بينهم وبين قيم المجتمع أي تعارض أو صدام، إذ بقدر وحدتها وتناسقها يكون تماسك النظام السياسي القائم.

2- القيم السياسية في الفكر الغربي:

تمثل القيم السياسية بناء معرفيا أخلاقيا ينظم أفكار الفرد وسلوكه في علاقاته مع الأفراد، تستمد مقوماتها من ثقافة المجتمع، ويسعى النظام السياسي إلى العمل على نشرها لتحقيق الاستقرار في المجتمع، في إطار نسق قيمي تتميز القيم فيه بالتكامل والارتباط المتبادل. فكل مجتمع يمتلك نسقا قيميا يتميز بالتفاعل والديناميكية، ويستند على مبدأ وجود قيم أولى بالإتباع من غيرها، وتضارب هذه القيم أو عدم وضوحها، يحدث صراعا قيميا يؤدي إلى تفكك المجتمع. وهنا تكمن أهمية القيم العليا كمبدأ ثابت

¹ . سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 15.

² . عبير أبو العلا عبد الرزاق محمد علي: تقويم محتوى كتاب الفلسفة للمرحلة الثانوية في ضوء القيم السياسية اللازمة للمجتمع المصري، رسالة ماجستير غير منشورة في التربية، إشراف: الهام عبد الحميد فرج وشادية عبد الحليم تمام، قسم المناهج وطرق التدريس، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، 2009، ص: 78.

مستقر تنبع منه وتشكل جميع القيم الأخرى.¹ لأنها محور التصور الإيديولوجي والمرجع القياسي لمجموعة الأفكار والمبادئ المرتبطة بتطور العالم السياسي عندما يصل إلى درجة معينة من درجات الترابط والتماسك.²

وتختلف القيم السياسية العليا من مجتمع لآخر، ومن فترة زمنية لأخرى، باختلاف إيديولوجية المجتمع وأهدافه ومبادئه وفلسفة النظام السياسي وأولوياته، وباختلاف الثقافة السياسية السائدة، ففي الأنظمة الرأسمالية الليبرالية تكون قيمة الحرية هي الأعلى، بينما تكون قيمة المساواة هي الأعلى في الأنظمة الشيوعية والاشتراكية.

أ- المساواة:

جاءت الفلسفة الاشتراكية كثورة على أوضاع اقتصادية واجتماعية وثقافية ومدنية وسياسية، تميزت بالاستغلال وقمع الطبقة العاملة في المجتمعات الرأسمالية خلال القرن التاسع عشر، لتحقيق العدالة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمدنية والسياسية، التي هي قوام الممارسة الاشتراكية، والقضاء على أسس الاستغلال المادي والمعنوي في إطار مجتمع اشتراكي تؤول فيه ملكية وسائل الإنتاج إلى المجتمع ككل. ولقد كان ماركس ينظر إلى الليبرالية باعتبارها نظرية تبرير الحقوق المطلقة للرأسمالي، كي يعمل ويستغل الآخرين، وهو يرى أن الليبرالية محدودة بأصولها ومصالحها الطبقة، ومنه تبلور مفهوم جديد يرى أن الديمقراطية السياسية لا معنى لها، إلا إذا ارتبطت بديمقراطية اجتماعية تلغي الاستغلال الطبقي، وتحقق المساواة الاجتماعية بين أفراد الشعب. وعلى هذا الأساس طالبت الاشتراكية بتدخل الدولة لتنظيم الحياة الاقتصادية وتحقيق الرفاهية العامة، من خلال تقليل الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين الأفراد الناشئة عن التوزيع غير العادل للملكية الخاصة.³

وبناء على ذلك، سعت الفلسفة الاشتراكية إلى:⁴

- القضاء على الملكية الفردية لوسائل الإنتاج، لأنها تساهم في تراكم المزيد من الأرباح لصالح البورجوازيين، وتردي وضعية العمال، وتطبيق الملكية الجماعية، التي تؤدي إلى توزيع الدخل بشكل عادل بين المواطنين.

¹ . إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 37.

² . أحمد فؤاد رسلان: نظرية الصراع الدولي، هيئة الكتاب، القاهرة، 1986، ص: 120.

³ . فاروق أبو زيد: الفكر الليبرالي في الصحافة المصرية، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت)، ص: 9.

⁴ . محمد الحنفي: الإسلام والماركسية (علاقة الإلتقاء والإختلاف)، مجلة الفكر السياسي، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ع21، السنة الثامنة، شتاء 2005، ص ص: 29-50.

- تنظيم الطبقة العاملة وقيادة نضالاتها المطلبية والسياسية لممارسة الصراع الطبقي، من خلال تنظيم حزبي يتبنى الاشتراكية العلمية كأيدولوجية للطبقة العاملة، يعمل على بث الوعي الطبقي في صفوف الكادحين، باعتبارهم المحرك الرئيسي لدائرة الإنتاج، حتى يدركوا التناقض القائم بينها وبين المصلحة الطبقيّة للمستغلين، سواء كانوا مالكيّن لوسائل الإنتاج أو منظمين لعملية الإنتاج.
 - الدفع بالطبقة العاملة إلى الانضمام في مختلف التنظيمات الجماهيرية، وخاصة النقابية والشبابية، من أجل العمل على تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمدنية والسياسية للجماهير الكادحة.
 - عدم التمييز بين أفراد الشعب على أساس اللون أو العرق أو الدين أو اللغة، في الاستفادة من الخدمات الاجتماعية، ومن دخل يتناسب مع حاجياتهم المادية والمعنوية.
 - تنفيذ الأسس العرقية والدينية واللغوية للصراع، واعتبار الواقع المادي بتحوّله وتطوره أساساً للصراع الطبقي بين الطبقة البورجوازية، التي تحرص على التراكم الرأسمالي والطبقة العاملة، التي تحرص على التوزيع العادل للخيرات التي تنتجها. ويعرف هذا الصراع عدة مستويات، هي:¹
 1. المستوى الاقتصادي يقتضي الصراع من أجل التوزيع العادل للثروة وفق قاعدة "لكل حسب حاجته وعلى كل حسب قدرته"، وتمكين جميع أفراد المجتمع دون فوارق طبقية من الاستفادة الاقتصادية.
 2. المستوى الاجتماعي يعرف صراعاً من أجل تعميم الخدمات الاجتماعية على جميع أفراد المجتمع على السواء كالتعليم والصحة والسكن والشغل وكل الخدمات الأخرى.
 3. المستوى الثقافي الذي يسمح بتفاعل الثقافات، وإتاحة الفرصة أمام المكونات الثقافية للمساهمة في الإثراء الثقافي، والاستفادة من مختلف الأدوات الثقافية، ومن وسائل الإعلام على أساس المساواة.
 4. المستوى المدني يتجسد في تحقيق المساواة بين الناس أمام القانون بغض النظر عن جنسهم أو لغتهم أو عرقهم أو لوّهم، ومهما كان مستواهم المادي، ومسؤولياتهم الإدارية والسياسية، وتحقيق تلك المساواة تتحقق دولة القانون.
 5. المستوى السياسي الذي يجري فيه الصراع، من أجل اكتساب حق تقرير المصير على المستوى الدستوري، ومن أجل اكتساب حق التصويت والترشيح، وحرية الانتماء الحزبي والنقابي، في إطار تنظيمات تعبر عن الانتماء الإيدولوجي الطبقي، سواء كان التنظيم مهنياً أو سياسياً.
- ويرى رواد الفكر الاشتراكي الذين يعتقدون بحتمية الصراع الاجتماعي، أن الصراع الطبقي عامل من عوامل بناء تركيبة المجتمع الاقتصادية والسياسية، ونتيجة حتمية لانعدام العدالة الاجتماعية، لأن سبب انعدام العدالة، حسب رأي رائد المدرسة الماركسية "كارل ماركس" يعود إلى أن تراكم الثروة عند أفراد الطبقة الرأسمالية، هو الذي ساهم في تصميم شكل القوة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، التي

¹. نفس المرجع، ص: 55.

يسيطر بها هؤلاء على مصير الطبقات الاجتماعية الأخرى "البروليتاريا". ولا شك أن صراع الطبقات هو المفتاح الرئيسي للتغير الاجتماعي، الذي سيؤدي في النهاية إلى اضمحلال دور النظام الرأسمالي في المجتمع الإنساني، بسبب فساد هذا النظام القائم على أساس المنافسة الباطلة ضمن الطبقة العليا، التي تمتلك جميع وسائل الإنتاج الصناعي والزراعي، وسيحتفي دور الطبقة المتوسطة لينفتح المجال للطبقة العاملة المحرومة من الثروة على النظام القائم، وعلى أنقاض النظام الرأسمالي ستنشئ الطبقة العاملة المجتمع الاشتراكي الجديد، حيث تتحول ملكية وسائل الإنتاج والتوزيع من أيدي الرأسماليين إلى أيادي الجماهير، فيعم الخير جميع أفراد النظام الاجتماعي، وبعد ذلك يقوم المجتمع الاشتراكي بدوره بإنشاء المجتمع الشيوعي، فتختفي - حينئذ - كل معالم الظلم الاجتماعي، والاعتزاز والصراع، والاضطهاد الإنساني.¹ ولذلك تقوم الفلسفة الاشتراكية على المساواة كقيمة سياسية عليا تمثل قمة البناء الهرمي لكافة القيم المجتمعية الأخرى.

وتعرف المساواة في المذهب الاشتراكي الماركسي الشيوعي بأنها: "تكافؤ الأفراد فيما بينهم تكافؤاً مطلقاً في الحقوق والواجبات، وتسخير الأفراد لخدمة الجماعة، وإخضاعهم لتحقيق مقتضيات الصالح العام".² أي أن مركز العدالة الاجتماعية يتمثل في الجماعة والمجتمع أو الطبقة الكادحة، التي لها الحق في إخضاع الفرد لخدمتها وخدمة الصالح العام.

فالمساواة كقيمة سياسية تنفي أي شكل من أشكال التمييز بين الأفراد في الحقوق والالتزامات، الذي قد يرتد إلى عوامل طبقية أو إقليمية أو عرقية أو جنسية، وتتم المفاضلة بينهم على أساس الكفاءة والإنجاز.

لذلك يقوم الفكر الاشتراكي أساساً على فكرة تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي، التي تعمل على القضاء على استغلال الإنسان للإنسان وضمان تكافؤ الفرص بين الأفراد، والعمل على توزيع الدخل فيما بينهم بأسلوب يتسم بالمساواة، بحيث يحصل كل فرد على عائد يتناسب ومساهمته في العملية الإنتاجية. وبهذا تجد الفلسفة الاشتراكية من الآثار السلبية، التي قد تنشأ عن تزايد التراكم الرأسمالي وتركز الثروة في أيدي مجموعة قليلة من الأفراد، وإيجاد فرص أكثر لتشغيل العمال، والعمل على استقرار الاقتصاد.

¹ . زهير الأعرجي: العدالة الاجتماعية وضوابط توزيع الثروة في الإسلام، مؤسسة محراب الفكر الثقافية، ط1، 1994، ص ص: 51-52.

² . كبيرة حسن: المدخل إلى القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط5، (د.ت)، ص: 175.

فالمساواة في إطار الفلسفة الاشتراكية لا تعني أن يتساوى الناس في القدرات والاستعدادات والإمكانات، لأن المخلوقات البشرية تختلف بتحصيلها، واستيعابها، وتقديم الواجبات الملقاة عليها، وإنما تعني استواء الفرد مع غيره في حقوقه وواجباته، التي تتمثل في تكافؤ الفرص وعدم التفرقة بين الناس على أساس اللون أو الجنس أو الأصل العرقي أو الديني.¹ وتختلف الماركسية مع المفكرين الذين يرون أن تحقيق المساواة بشكل مطلق، أو طريقة رياضية بحتة، يضر بقيم الحرية والعدالة والإنجاز، ويتعارض مع مبدأ التدرج، الذي يبدو يشكل قانونا طبيعيا لحياة البشر، إذ ليس من العدل حسب رأيهم أن يتساوى الناس في العائد أو المكافأة المادية، رغم تفاوت جهودهم الناجم عن اختلاف قدراتهم، كالصحة والذكاء والاتزان العاطفي. فالماركسية ترى أن عدم تساوي البشر في الخصائص الطبيعية، قد يكون مجرد نتيجة لعدم توافر المساواة الاجتماعية، فالصحة المعتلة مثلا تنشأ عن سوء التغذية، ويكون الذكاء المتدني مجرد انعكاس لأمية أسرة فقيرة. لهذا نادى بمبدأ: "من كل على قدر طاقته ولكل على حسب حاجته"، لكنها فشلت عمليا في تطبيق هذا الأمر.²

ويتفرع عن مبدأ المساواة كأصل عام مجالات عديدة، منها:³

- المساواة أمام القانون: أن يكون جميع المواطنين موضع حماية القانون بدرجة متساوية، سواء كانت تلك الحماية تتعلق بأشخاصهم أو بممتلكاتهم، وأن لا يكون تمييز لأحد منهم على الآخر في تطبيق القانون بسبب الأصل أو الجنس أو الدين أو اللغة.
- المساواة أمام القضاء: بمعنى عدم اختلاف جهة الفصل في النزاع باختلاف الوضع الاجتماعي للمتقاضين، ولكن ذلك لا يمنع من تنوع جهات القضاء وتعددتها تبعا لتخصصاتها التي يحددها القانون.
- المساواة في الحقوق السياسية: لا تتحدد المشاركة السياسية للفرد بمجرد صفته أو انتسابه إلى جماعة من الجماعات أو طبقة من الطبقات.
- المساواة في الاستفادة من المرافق العامة: أي المساواة في كل مرفق وجد لهدف إشباع الحاجات العامة للمجتمع، بما في ذلك مرفق الأمن والتعليم والصحة والمياه والكهرباء، مع تحمل الأعباء والتكاليف والرسوم التي تفرضها هذه المرافق دون تمييز.⁴

¹ . إبراهيم ناصر: المواطنة، مكتبة الرائد العلمية، الأردن، ط1، 2002، ص: 233.

² . عمار علي حسن: القيم السياسية في الأدب العربي الحديث (دراسة تحليلية لنصوص روائية)، إشراف: نيفين عبد المنعم مسعد، رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم السياسية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2001، ص: 138.

³ . عبد المنعم أحمد بركة: الإسلام والمساواة بين المسلمين وغير المسلمين في عصور التاريخ الإسلامي وفي العصر الحديث، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1990، ص: 75.

⁴ . عبد الله بن سعيد بن محمد آل عبود: قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2011، ص: 80.

تقوم الفلسفة الليبرالية على الحرية كقيمة سياسية عليا تتشكل على أساسها كافة القيم الفردية والجماعية، والحرية كقيمة سياسية تفترض وجود نظام سياسي يسمح بالمشاركة الفعلية من جانب الطبقة المحكومة من خلال عملية التقييم والاختيار والرقابة، التي تفرض إمكانية الضبط والتوجيه.

ترى الفلسفة الليبرالية أن الفرد هو محرك التاريخ، فالتاريخ الإنساني حركة نامية نتيجة لصراع القوى البشرية مع الطبيعة، وهذه الحركة تستهدف دائما تحرير الإنسان من سيطرة الطبيعة على مقدراته، وهي بالتالي تستهدف دائما تحرير الفرد من كل القيود، التي تأتي من خارجه سواء كانت الطبيعة أو الدولة، أو المجتمع، لأن الفرد هو مركز المجتمع وغايته، فالليبرالية ضد الحد من حرية الفرد سواء في الأخلاق أو الدين أو الثقافة أو الاجتماع أو الاقتصاد أو السياسة، ويصبح دور الدولة قاصرا فقط على حماية الحريات الفردية.¹

كما تؤكد الليبرالية على الحريات الشخصية أو الإنسانية، فالفرد يملك بالبديهة سلطانا مطلقا على ذاته، أي على جسمه وذهنه وحركته، وبذلك فهو يتمتع بحقوق كاملة ودائمة تتعلق بالاعتقاد والرأي وبالكسب والملكية. تمس هذه الحقوق الفرد في ذاته، أما في تعامله مع أفراد آخرين، فتترتب عنه حقوق أخرى تسمى حقوقا مدنية أو سياسية، تضبط علاقات المواطنين فيما بينهم وعلاقات الحكام والمحكومين، وأهم الحقوق السياسية التي يضمنها الدستور، هي حق الاقتراع لتأسيس هيئة تشريعية، ومسؤولية الحكومة أمام الهيئة التشريعية، واستقلال القضاء لضمان العدل عند تنفيذ الأحكام.² كما تنعكس الحرية أيضا في حركة السياسة الدولية، فتنادي الدول بقدسية الاستقلال السياسي وعدم تبعية الدولة لدولة أخرى.³

ويمكن تقسيم أنواع الحريات إلى:

1- الحريات الشخصية: هي حريات جوهرية تتصل بشخص الإنسان وحياته الخاصة، تأتي في مقدمة كل الحريات، لأنها تتصل بالحقوق الأساسية للفرد كالحق في الوجود الإنساني في وطنه، وحقه في التنقل من مكان لآخر، وحقه في سرية اتصالاته وحرمة مسكنه، فلا يجوز دخوله إلا بموافقة صاحبه.⁴

¹ . فاروق أبو زيد: المرجع السابق، ص: 7.

² . عبد الله العروي: مفهوم الحرية، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط6، 2002، ص ص: 47-48.

³ . إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 41.

⁴ . صبع عامر: دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح في الجزائر ما بين 1999-2004، ماجستير غير منشورة

في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، إشراف: بروق أمحمد، 2008/2007، ص: 62.

2- الحريات الفكرية: وتشمل هذه الحريات ما يأتي:

- حرية العقيدة: تعني حق الإنسان في الاختيار بما يؤدي إليه تفكيره، ويستقر عليه ضميره من عقيدة، دون إكراه أو ضغط، وحقه في ممارسة شعائر أو طقوس الدين الذي يعتقد به.
- حرية الرأي والتعبير: هي حرية الإنسان في تكوين رأيه بناء على تفكيره الشخصي، دون خوف أو تبعية لأحد، وأن يكون له كامل الحرية في إعلان هذا الرأي بالأسلوب الذي يراه مناسباً.
- حرية التعليم: تنطوي على ثلاثة حقوق رئيسية، هي حق الفرد في تلقي العلم بالمساواة مع الآخرين، حقه في اختيار طريقة ونوعية التعليم الذي يتلقاه، حق الفرد في نشر علمه وأفكاره التي تعلمها بين الناس.¹

- حرية الإعلام: تتضمن شقين، أولهما هو حق الإعلام وثانيهما هو الحق في الإعلام،² وبذلك تتضمن حرية تدفق المعلومات، التي تسهم في عملية بلورة الرأي والفكر والمواقف، ونقل وعرض وطرح الأفكار والآراء لما فيه مصلحة للفرد والمجتمع، دون وجود عوائق سلطوية أو مؤسساتية أو حكومية.

- 3- حرية التجمع: وتعني حق المواطنين في التجمع في محافل وتنظيمات حرة في ظل ما يسمى بمؤسسات المجتمع المدني، وتشمل حق عقد الاجتماعات الخاصة والعامة السلمية للتعبير عن الآراء، كإلقاء الخطب والمشاركة في المحاضرات العامة والندوات، وحق الأفراد في إنشاء الجمعيات وحق الانضمام إليها بحرية بشرط أن تكون أهدافها مشروعة وعلنية.³

- 4- الحرية الاقتصادية: يستند النظام الليبرالي إلى قاعدة "آدم سميث" "دعه يعمل دعه يمر"، أي اعتماد سياسة الباب المفتوح لإنعاش الاقتصاد. وهذا ما يسمى بالاقتصاد الحر الذي يستند إلى قانون الملكية الخاصة وقوانين السوق والتبادل السلعي والحركة الحرة لرأس المال والقوانين التنافسية. ويعرف "فرانسيس فوكوياما" الحرية الاقتصادية في الليبرالية بأنها حرية النشاط والتبادل الاقتصادي المستند إلى الملكية الخاصة وقوانين السوق.⁴

- 5- الحرية السياسية: تتضمن الحرية السياسية حق المواطنين في المشاركة في الحكم والشؤون العامة للدولة من خلال ممارسة حق الانتخاب للمواطنين، والترشيح لعضوية المجالس سواء البرلمان أو المجالس المحلية، والمشاركة في الاستفتاءات العامة التي تمس المصالح الوطنية، وحق المواطنين في تولي الوظائف العامة.⁵

¹. إبراهيم ناصر: المرجع السابق، ص: 237.

². Jean Maric Auby et Robert Ader : Droit de l'information, Paris, Dalloz, 1976, p : 6.

³. صبع عامر: المرجع السابق، ص: 63.

⁴. صاحب الربيعي: دور الفكر في السياسة والمجتمع، صفحات للدراسات والنشر، دمشق، ط1، 2007، ص ص:

22، 24.

⁵. صبع عامر: المرجع السابق، ص: 64.

بالإضافة إلى قيمتي المساواة والحرية التي تميز الأنظمة السياسية الاشتراكية والليبرالية على الترتيب كقيم سياسية عليا، هناك قيم سياسية أخرى تميز كل المجتمعات والأنظمة تقريبا، قد تحتل قمة الهرم القيمي لها في مرحلة معينة من مراحل التطور المجتمعي داخل الدولة، ومن أهم هذه القيم:

ت- الديمقراطية:

ترتكز الديمقراطية في جوهرها على فكرة المساواة في العلاقات الإنسانية، واحترام حقوق الإنسان وحياته. وبذلك ساهمت في ميلاد ثقافة سياسية تؤمن بالتداول السلمي للسلطة والتعددية السياسية، وحق الفرد في المساهمة الفعلية في عملية الاختيار بين الأحزاب والاتجاهات السياسية والمشاركة في اتخاذ القرارات.

وتقوم الديمقراطية على أساس المساواة السياسية بين الأفراد، ويعني ذلك أن تكون السلطة في يد جميع فئات الشعب، ولا تستحوذ عليها فئة واحدة، وأن يمارس الحكم من أجل تحقيق أهداف تعود على الشعب سياسيا واجتماعيا. وترتبط قيمة الديمقراطية في المفهوم الغربي الليبرالي، بالتعددية السياسية التي تتمثل في تعدد الأحزاب وتداول السلطة، وأن القرار السياسي هو ثمرة التفاعل بين كل القوى السياسية ذات العلاقة واحترام مبدأ الأغلبية والمساواة السياسية ووجود الدولة القانونية، التي تتمتع بدستور يفصل بين السلطات، ويخضع الجميع فيها للقانون، تقرر بالحقوق الفردية للمواطنين، وتنظم الرقابة التشريعية والقضائية على الهيئات الحاكمة.¹

وعلى هذا الأساس تقوم الديمقراطية على مجموعة من الأسس، تتمثل في:²

- حرية اختيار المواطنين لممثليهم، بعيدا عن كل أشكال الإكراه المعلن أو الخفي.
- الالتزام الكامل بمبدأ التداول السلمي على السلطة، وعدم احتكارها لأي سبب من الأسباب، بحيث تغدو الانتخابات محطة للتعبير عن إرادة المواطنين.
- حرية تشكيل الأحزاب السياسية والهيئات العامة المعنية بالمنافسة السياسية على إدارة الشأن العام، ويبقى المعيار الذي تقاس في ضوءه شرعية الأحزاب، حجم القبول الشعبي الذي تحظى به، ثم درجة التزامها بشروط العمل السياسي السلمي.
- وجود سلطة قضائية مستقلة، وإعلام حر ومستقل يؤدي دورا رقابيا.
- تمتع المواطنين بكافة حقوقهم المدنية والسياسية.

¹. فايز الربيع: الديمقراطية بين التأصيل الفكري والمقاربة السياسية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004، ص: 10.

². أحمد صابر حوحو: مبادئ ومقومات الديمقراطية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ع 5، مارس 2010، ص: 32.

ومنه يرتكز مفهوم الديمقراطية على ثلاث مقومات رئيسية، هي:¹

- الحرية: بمعنى احترام الحريات المدنية والسياسية للمواطنين.
- المساواة: بمعنى ضمان تكافؤ الفرص وضمان حد أدنى من الحقوق والواجبات لكل المواطنين على السواء، بغض النظر عن اختلافاتهم الدينية والعرقية وغيرها.
- المشاركة السياسية: بمعنى مشاركة جماهير المواطنين في عملية صنع القرار السياسي، بحيث يكون القرار السياسي محصلة لآراء ومناقشات وأفكار المواطنين، الذين سوف يتأثرون به.

ث- المشاركة السياسية:

تعتبر المشاركة السياسية آلية النظام الديمقراطي وقاعدته النظرية وإطاره الحركي، الذي تنبع منه مختلف الشروط السياسية والاجتماعية والاقتصادية للاستقرار. ولا تتحقق المشاركة السياسية الفعالة الواسعة، إلا بممارسة المواطنين لعدد من الحقوق السياسية والمدنية، كحق التصويت والترشيح، وحرية التعبير والمساواة أمام القانون، والتي توفرها النظم السياسية الديمقراطية.

لقد أصبح مفهوم المشاركة السياسية قيمة في حد ذاته بين منظومات القيم السياسية المعاصرة، مما يدل على محورية مفهوم وعملية المشاركة السياسية في التأثير على البنية المجتمعية بجوانبها المتعددة، فالمشاركة تدعم الاتصال والالتفاف حول الوطن والانتماء للمجتمع، وهنا يقول "صفوح الأخرس": "إن ارتباط الأفراد بوطنهم يدفعهم إلى المشاركة في شؤونهم، من أجل بناء المجتمع وتطويره، وكلما زاد الوعي القومي والشعور بالانتماء للأمة، ليصل إلى درجة يطغى فيها على الارتباط والولاءات المحلية، ازدادت المشاركة من قبل الأفراد من أجل السير حثيثا في طريق التقدم الاجتماعي".² ويشير مفهوم المشاركة السياسية إلى "الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية، والدخول مع الغير في مناقشة سياسية، وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة، أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية، والانضمام إلى جماعات المصالح، والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين، والترشيح للمناصب العامة، وتقليد المناصب السياسية، كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب، وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون".³

¹. عبد الحليم عامر: الأبعاد العامة لدور الإعلام الإذاعي والمسموع والمرئي في تحقيق التنمية السياسية وتدعيم الممارسة الديمقراطية، مجلة الفن الإذاعي، تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مطابع الأهرام التجارية، مصر، ع 145، 1995، ص: 45.

². سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 15.

³. السيد عليوة ومنى محمود: المشاركة السياسية، موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بمؤسسة الأهرام، القاهرة، 2000، ص: 5.

المشاركة السياسية ليست مجرد المشاركة في الانتخابات ومراقبة القرارات السياسية الصادرة من الحاكم بالتقويم والضبط، وإنما هي تعني في أوسع معانيها المشاركة في جميع جوانب عملية التنمية بأبعادها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

ومنه فالمواطن الواعي سياسياً، هو الذي يجعل لنفسه إطاراً مرجعياً للحكم على المسائل السياسية، ليتخذ موقفاً حيالها، وهذا يتطلب منه حساً وفهماً للمسائل السياسية ومشاركته فيها. وتتوقف ممارسة الفرد للمشاركة السياسية كنشاط سياسي على إرادة المواطنين الذاتية، ورغبتهم الشخصية في دخول ميدان العمل السياسي دون ضغط أو إجبار، والمساهمة في الحياة السياسية لبلدناهم في أنشطة وفعاليات طوعية إرادية.¹ كما تتوقف على كم ونوعية المنبهات السياسية، المتمثلة في مجموع الأخبار والمعلومات، التي تبثها وسائل الإعلام، إضافة إلى ما يثار في الاجتماعات العامة والمحادثات الشخصية، وما يثار في الحملات الانتخابية، والتي يتيحها المجتمع وتقاليد السياسة وإيديولوجيته، والظروف التي تحدد طبيعة المناخ السياسي السائد في المجتمع، فكلما كثرت وتنوعت المنبهات، التي يتعرض لها الفرد مع توافر النظام الديمقراطي، كلما زاد احتمال مشاركة الفرد في العملية السياسية.² فالمواطنون يتعلمون من خلال المشاركة السياسية حقوقهم وواجباتهم، وهذا يؤدي بدوره إلى معرفة تامة وإدراك كبير لهذه الحقوق والواجبات، وإلى مزيد من الواقعية والمرونة في مطالب هؤلاء المواطنين. فالمشاركة السياسية ترتبط بالمسؤولية الاجتماعية، التي تقوم على أساس الموازنة بين الحقوق والواجبات، لذلك يشير هذا المفهوم مباشرة إلى ضرورة توفر شرط المواطنة.³ لذا تعد المشاركة السياسية العصب الحيوي للممارسة الديمقراطية، والتعبير العملي الصريح لسيادة قيم الحرية والعدالة والمساواة في المجتمع.

ج - المواطنة:

تعتبر المواطنة أساس تطور الأنظمة الديمقراطية، التي عملت بدورها على زيادة تفعيل عملية المؤسسة المجتمعية، وتكريس المواطنة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث أصبح للفرد حق المشاركة السياسية، الذي يضمن له ممارسة كل حقوقه الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية على قدم المساواة.

وحتى تكون المواطنة فعالة، فإنه من الضروري أن يتوفر للأفراد قدر من الوعي المستند إلى إمكانية الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة، وبحيث تصبح هذه المعرفة أو المعلومات أساس القدرة

¹. إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: المرجع السابق، ص: 148.

². ثروت مكّي: المرجع السابق، ص: 67.

³. ناصر الشيخ علي: دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، فلسطين، 2010، ص ص: 28-29.

على المشاركة والمساءلة وتحمل المسؤولية.¹ وهي الإطار الجامع لتفاعل المواطن مع وطنه، ولعلاقة المواطنين فيما بينهم ضمن الدائرة الوطنية للدولة، التي صارت محددة في جغرافيتها السياسية، ومركزها القانوني، وطبيعتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية، حيث لم تعد المواطنة مجرد ولاء عاطفي وانتماء للوطن وحسب، بل صارت كذلك انتظاما عاما، له محدداته وأبعاده على مختلف الأصعدة الإنسانية.² كما يعني مفهوم المواطنة بشكل عام "الإطار القانوني الذي يحدد حقوق وواجبات العضوية الاجتماعية للأفراد في مجتمع ما".³

ومنه فالمواطنة تساعد الفرد على تعليم حقوقه وواجباته، من خلال تفاعله مع المجتمع، وتتم هذه العملية، من خلال الشعور بالانتماء نحو المجتمع والوطن. ذلك أن المواطنة بمفهومها الواسع تأخذ جانب معرفي وجانب وجداني، ولا يمكن حصرها فقط بمفاهيم الحقوق والواجبات، ولكن لا بد وأن يكون هناك تأكيد على مشاعر الانتماء والولاء للوطن، يقول قيس النوري: "لعل أهم ما يذكر في سبيل التعريف بالمواطنة، أنها تعني الانتماء إلى مجتمع الدولة والاندماج في كل شرائحه ومؤسساته، من خلال الأعمال والتوجهات الفكرية والعاطفية، فهي ليست مجرد اكتساب جنسية ذلك المجتمع، وما تمنحه من حقوق، وإنما هي الالتزام العفوي بما يترتب على ذلك من مسؤوليات تجاه المجتمع أيضا".⁴

وقد دخل مسار المواطنة في أطوار ثلاثة حسب "مارشال" (T.H.Marchal) (أستاذ علم الاجتماع في كلية لندن للعلوم الاقتصادية والسياسية)، هي:⁵

- تأكيد الحقوق المدنية في القرن الثامن عشر (بناء الدولة الليبرالية).
 - اكتساب الحقوق السياسية في القرن التاسع عشر (قبول الاقتراع العام).
 - تنظيم الحقوق الاجتماعية في القرن العشرين (تشديد دولة الرعاية).
- وفي القرن الحادي والعشرين شهد مفهوم المواطنة تطورا مال به منحى العالمية، وتحددت مواصفات المواطنة الدولية على النحو الآتي:

- الاعتراف بوجود ثقافات مختلفة.
- احترام حق الغير وحرية.

¹ إبراهيم أبراش: المرجع السابق، ص ص: 260-264.

² عدنان السيد حسين: المواطنة في الوطن العربي، منتدى الفكر العربي، بيروت، الرباط، 2008، ص: 3.

³ Molyneux Maxine: Women's Movements in International Perspective, Latin American and Beyond, Palgrave Institute of Latin American Studies, UK, 2001, p:165.

⁴ قيس النوري: آفاق الديمقراطية والتركيب الثقافي العربي، مجلة الفكر العربي، معهد الإنماء العربي، بيروت، ع86، 1996، ص: 47.

⁵ Pierre Rosanvallon: Le Sacre du Citoyen, Histoire du suffrage universel en France, Gallimard, Paris, 1992, p:43.

- الاعتراف بوجود ديانات مختلفة.
- فهم وتفعيل إيديولوجيات سياسية مختلفة.
- فهم اقتصاديات العالم.
- الاهتمام بالشؤون الدولية.
- المشاركة في تشجيع السلام الدولي.
- المشاركة في إدارة الصراعات بطريقة اللاعنف.¹

ويترتب على المواطنة ثلاثة أنواع رئيسية من الحقوق والحريات، التي يجب أن يتمتع بها جميع المواطنين في الدولة، دونما تمييز بسبب العنصر أو اللون أو اللغة أو أي وضع آخر، وهذه الحقوق هي:²

- الحقوق المدنية: هي حقوق ضرورية لحرية الأفراد، تتمثل في حق المواطن في الحياة بحرية طالما أنها لا تخالف ولا تتعارض مع حرية الآخرين، وحق كل مواطن في حماية القانون له، وحقه في حرية التعبير والاجتماع والدين واعتناق الآراء والانتقال والحصول على المعلومات وفق النظام والقانون.
- الحقوق السياسية: وتشمل هذه الحقوق حق المشاركة في الانتخابات ترشيحا وتصويتا، وحق كل مواطن في العضوية في الأحزاب والتنظيم في حركات وجمعيات، والحق في تقلد الوظائف العامة في الدولة، والمشاركة في اتخاذ القرارات السياسية.
- الحقوق الاقتصادية والاجتماعية: لا تشمل الحقوق الاقتصادية الحق في الملكية فقط، ولكنها تمتد إلى الحقوق المرتبطة بممارسة العمل مثل الحصول على نصيب عادل من الثروة الوطنية، والحق في الحرية النقابية والانضمام إليها، والحق في الإضراب. وتتمثل الحقوق الاجتماعية في حق كل مواطن في التمتع بالحد الأدنى من الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية، والحق في الرعاية الصحية والمسكن وتوفير الحماية الاجتماعية، وغيرها من الخدمات الاجتماعية والرعاية للفرد دون النظر إلى اعتبارات العرق والدين والجنس.
- الحقوق الثقافية: وتشمل هذه الحقوق حق كل مواطن في التعليم والثقافة، واحترام حق الأفراد في التعبير عن الخصوصية الثقافية ضمن الوحدة السياسية المعنية.

كما تعتبر الواجبات المترتبة على المواطنة نتيجة منطقية وأما مقبولا، في ظل نظام ديمقراطي حقيقي يوفر الحقوق والحريات للمواطنين بشكل متساو ودون تمييز، وتشمل الواجبات التي تقع على عاتق المواطن، واجب دفع الضرائب للدولة، وواجب إطاعة القوانين، وواجب الدفاع عن الدولة.³

¹ . بسام محمد أبو حشيش: دور كليات التربية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة المعلمين بمحافظة غزة، مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 14، ع1، 2010، ص: 258.

² . سامح فوزي: المواطنة، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2007، ص: 10-15.

³ . مسعود موسى الرضي: أثر العولمة في المواطنة، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع19، جويلية 2008، ص: 117-118.

ومما سبق يتبين أن المواطنة هي بنية شاملة تتألف من مجموعة من العلاقات المتبادلة بين الفرد والدولة، وبين الأفراد بعضهم ببعض قائمة على أساس ما يسمى بالحقوق والواجبات، والتي يحددها القانون الأساسي (الدستور)، ويعتبر الانتماء المبدأ الأساسي لها، فالمواطنة زيادة على الانتماء المكاني إلى تراب تحده حدود جغرافية، هي ارتباط وجداني يؤثر في إرادة الفرد ويوجه سلوكه باتجاه خدمة الوطن والرقى به في ظل نيل الحقوق والنهوض بالواجبات.

ح- الانتماء والولاء الوطني:

تكمن قيمة الأفراد والمجتمعات ومكانة الأمم والحضارات في مقدار ولائها وانتمائها لأصولها وثوابتها، ومن هنا تظهر أهمية الانتماء والولاء الوطني، باعتبارهما الأساس الأول الذي يخول للفرد المطالبة بحقوقه، ومن ثم تأدية واجباته ضمن إطار قيم المواطنة. فالمواطنة كآلية فعالة للحد من الصراعات الإثنية والدينية والطائفية، تلعب دورا هاما في توحيد مكونات المجتمع وزيادة تماسكه، على قاعدة مبدئي عدم التمييز والمساواة. وذلك من خلال تأمين الدولة للحماية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للأفراد، والمساواة بينهم عمليا أمام القانون، حتى تقوي إحساسهم بشعور المواطنة والولاء لقانون المجتمع، فلا يبحثوا عن مرجعية أخرى تهميهم.

وقد اعتبر "الطهطاوي" أن أساس الانتماء إلى الوطن لا يكون إلا بتمتع الفرد بحقوقه في بلده، وأعظم هذه الحقوق الحرية التامة في الجمعية التأسيسية أو المجتمع... والأمر نفسه هو الذي ذهب إليه "خير الدين التونسي"، حين أكد على ضرورة مشاركة المواطنين في وضع قوانين الدولة وتشريعاتها، والتي تحدد هوية الانتساب إليها، وتحقيق مواظنتهم في الوطن.¹

وتعتبر قيمتا الانتماء والولاء الوطني من أهم القيم، التي تهتم بها كافة الدول، فالولاء للوطن والاهتمام بمصلحته ورفاهيته يؤدي إلى التضحية في سبيله، والشعور بالانتماء الوطني والاعتزاز بالوطن يحدد أسس العلاقة الوطيدة بين المواطن وبين تراب بلده والدفاع عنه وعن مقدساته وتراثه وعاداته وتقاليده، وفق ضوابط والتزامات قانونية واجتماعية وسياسية.

ويوفر وعي الفرد بانتمائه إلى جماعة تاريخية إطارا وظيفيا لإشباع حاجته إلى الأمن النفسي، وإطارا مرجعيا لصياغة منظومة قيمية ثقافية تنظم إدراكاته للعالم وتفاعلاته معه، وتقييماته له، كما توفر

¹. إسماعيل زروخي: الحرية في الفكر العربي الحديث، مجلة المستقبل العربي، ع359، شهر كانون الثاني/يناير 2009، ص ص: 151-152.

إطاراً نزوعياً نحو إنجاز أهداف جمعية مشتركة، دون أن يتعارض ذلك مع أهدافه الفردية الخاصة.¹ فالروح الجماعية المدعومة بتكامل وتساند أفراد المجتمع، هي الكفيلة بتجسيد معنى المشاركة الفعالة في بناء وتقديم الوطن.

حيث أن الولاء، والالتزام، والإحساس بروح الجماعة والعضوية مفاهيم مرتبطة ارتباطاً شديداً بالانتماء أو تمثل درجة من درجاته. فالولاء الوطني يعد من أهم مؤشرات التكامل بالنسبة للمجتمع السياسي، فالمجتمع الذي يتمتع بدرجة عالية من التكامل يتوفر لدى كل أو أغلب أفراد الإيمان بالولاء القومي، بما يتضمنه ذلك من إعلاء المصلحة العامة، والوعي بالمشكلات والقضايا الكبرى، التي تمر بها الدولة، أما المجتمع الذي يعاني من أزمة تكامل فغالبا ما تكون ولاءات أفراده من طبيعة محلية ضيقة. أما الالتزام فهو شعور بمسؤولية أخلاقية تجاه المجتمع، تجعل الفرد يؤدي واجبه على أكمل وجه، ويحترم القانون، وهذا لا يتحقق إلا بتوافر العدل في المجتمع، ويرتبط الإحساس بروح الجماعة بمفهوم الوجدان الجمعي، الذي يعني اشتراك عدد كبير من الأفراد في الشعور نفسه، والتضامن الذي يشكل أحد مظاهر الترابط الاجتماعي، تدفع الجماعة للعمل كفرد واحد، أما العضوية فهي انتماء لتنظيم سياسي أو اجتماعي ما والتزام بأسلوب عمله وتوجهاته.²

أما الانتماء فهو الانتساب الحقيقي للدين والوطن فكراً، وتجسده الجوارح عملاً، والرغبة في تقمص عضوية ما، لمحة الفرد لذلك والاعتزاز بالانضمام إلى هذا الشيء، ويكون الانتماء للدين بالالتزام بتعليماته، والثبات على منهجه، أما بالنسبة للوطن، الذي يعني الشعب والأرض فيجسد بالتضحية من أجلها، تضحية نابعة من شعوره بحب ذلك الوطن وشعبه.³ ومن هنا يتضح أن مفهوم الانتماء الوطني يعني السلوك والعمل الجاد الدؤوب، من أجل الوطن والتفاعل بين أفراد المجتمع، من أجل الصالح العام، فالانتماء هو العطاء للوطن والحفاظ على ممتلكاته وأفراده. ومن وسائل تعزيز الانتماء:⁴

- الولاء والإخلاص للوطن والتضحية من أجله، والمحافظة على التراث الثقافي للوطن.
- القيام بالواجب المطلوب على أتم وأكمل وجه في جميع المجالات.

¹ . بلقيس محمد إسماعيل وهاس: القيم السياسية في مقررات التعليم الثانوي العام في الجمهورية اليمنية (دراسة تحليلية لقيم التنشئة السياسية والتربية المدنية)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، إشراف: محمد صفي الدين خربوش، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2008، ص: 55.

² . عمار علي حسن: المرجع السابق، ص ص: 140-141.

³ . إبراهيم ناصر: المرجع السابق، ص: 230.

⁴ . لميا رشدي البحيري: مجالات الأطفال ودورها في تنمية الانتماء للوطن لدى الأطفال المصريين (دراسة تطبيقية لمجتي "سمير" و"صندوق الدنيا" في الفترة من 1979 إلى 1989)، إشراف: سامي عزيز جيد وفؤاد أحمد سليم، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1990، ص: 20.

- القيام بالأعمال التطوعية والخيرية، لأن فائدته تعم الوطن والمواطنين.
أما الولاء فهو شعور يتعلق بوجود الفرد تجاه جماعة أو فكر ما، تأييدا لها وطاعة وإخلاصا
وتضحية في سبيلها، فهو قلب الوطنية وجوهر الالتزام، الذي بدوره يؤكد مدى وجود الانتماء.¹
ومنه فالولاء للوطن هو الأسمى والأشمل من الانتماء، فهو بذلك يعبر عن صدق الانتماء الوطني،
كما أن الولاء لا يولد مع الإنسان، وإنما يكتسبه من مجتمعه، لأنه يخضع لعملية التعلم في إطار الأسرة
والمدرسة والمجتمع بأكمله. وفي هذا الصدد أشار "عبد التواب" إلى أن الولاء في مفهومه الواسع يتضمن
الانتماء، فلا يعمل الفرد على نصرته وطنه والتضحية من أجله إلا إذا كان هناك ما يربطه به.²
ومنه يعتبر الولاء الوطني من أهم دعائم المجتمع، التي تحافظ على استقراره ونموه، ويشير إلى مدى
شعور أفراد المجتمع بالانتماء إلى المجتمع، ويستدل على ذلك، من خلال المشاركة الإيجابية في أنشطة
المجتمع، والدفاع عن مصالحه وممتلكاته، بتعاون المواطنين بشكل متكامل لمواجهة المشكلات ووضع
البرامج المناسبة لمواجهتها.

3- القيم السياسية في الفكر الإسلامي:

جاء الإسلام بنظام متكامل لحياة الأفراد من أجل سعادتهم في الدنيا، وإثابتهم في الآخرة، من
خلال جملة من المبادئ الفريدة، والقيم السياسية الرئيسية التي تبنى عليها دولة الإسلام ويستلهم منها
النهج السياسي للحكم، وقد أعلاها الإسلام من أجل كرامة الفرد وقوة المجتمع.
وتستند القيم السياسية إلى مرجعية واحدة، من واقع الشريعة الإسلامية، التي جاءت بالدين
القيم، ومن واقع السنة النبوية الشريفة، إضافة إلى أفعال الخلفاء الراشدين والعلماء في الفكر الإسلامي
عامة.

يرى الكثير من المفكرين والفقهاء في الفكر الإسلامي أن روح الإسلام السياسية تتمثل في العدالة
والشورى والحرية، فالعدل أساس الجزاء في العلاقة بين الحاكم والمحكوم، والشورى أساس الممارسة
السياسية وضمان العمل لصالح الجماعة، وحرية الرأي والعقيدة والضمير أساس تحرر العقل من الوهم
والخرافة، ويعني أو يجسد تكافل وتضامن الأمة في المسؤولية العامة الأخوة والمساواة والتكافل الاجتماعي

¹. عبد الله بن سعيد بن محمد آل عبود: المرجع السابق، ص: 89.

². عبد الله عبد التواب: دور كليات التربية في تأصيل الولاء الوطني، مجلة دراسات تربوية، القاهرة، 1993، ص: 108.

والأمن السياسي والاجتماعي والتعاون.¹ ويتفق أغلب المفكرين والباحثين في الفكر الإسلامي أن العدالة هي القيمة العليا الأولى، التي تنبثق من خلالها وتتشكل باقي القيم السياسية الأخرى.²

وقد أعلى الإسلام من شأن هذه القيم في النظرية والتطبيق، لذلك جاءت مختلفة عن القيم السياسية في الفكر الغربي من حيث المضمون والتطبيق. وهذا ما سيتضح مما يأتي:

أ- العدالة:

تمثل قيمة العدالة الدعامة الأساسية، التي بنيت عليها أحكام الشريعة الإسلامية، ومبدأ ملزم للدولة الإسلامية، ينبغي تحقيقه بين الناس، لما فيه من ضمانة وأمن لها وللمجتمع، فالعدل مقصود الشارع بغض النظر عن انتماءات الأفراد الخاضعين لأحكام الشرع من حيث الجنس أو اللون أو الدين. ويعتبر الإسلام العدالة أو القسط أو العدل - وكلها مصطلحات لغوية تعبر عن العدل بأوسع معانيه - واجبا على كل فرد وفي كل شيء، فالعدل كأبرز صفة يتحلى بها الحاكم في الإسلام، ليس مجرد القضاء وأحكام القضاة، بل يؤخذ بمعناه الواسع، كما قال أحد المفكرين أن العدل يعني العدالة في تطبيق القوانين، والعدالة في الخصومات بين الناس، وعدالة التوزيع في المنتج الاجتماعي، والعدالة الضريبية وغيرها من أوجه العدل بين الناس.³ والعدالة في مفهومها الحقيقي لا تعني أن يتساوى الناس في كل شيء، إنما تعني أن يكون الأخذ بمقدار العطاء، فالضرورة تقضي بالتفاوت بين الناس في المواهب والذكاء والعمل والإنتاج والقوة والضعف، وما يتيسر لشخص قد لا يتيسر لآخر.⁴ قال تعالى: "وهو الذي جعلكم خلائف الأرض ورفع بعضكم فوق بعض درجات ليبلوكم فيما آتاكم". (سورة الأنعام. الآية: 165).

ولقد قرر الإسلام مبدأ تكافؤ الفرص، ومبدأ العدل بين الجميع، ثم ترك الباب مفتوحا للتفاضل بالجهد والعمل، فالعدل المطلق يقتضي أن تتفاوت الأرزاق، وأن يفضل بعض الناس بعضا فيها، مع تحقق العدالة الإنسانية، بإتاحة الفرص المتساوية للجميع.⁵ ولذلك كان محور أحكام الفلسفة الإسلامية مفهوم العدالة، كقيمة عليا في الإسلام، لها صفة الإطلاق من حيث الزمان والمكان والموضوع، فهي حق

¹. إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 70.

². سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 99.

³. إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 71.

⁴. مناع القطان: موقف الإسلام من الاشتراكية أو نظرية التملك في الإسلام، دار الثقافة الإسلامية، الرياض، (د.ت)، ص: 39.

⁵. سيد قطب: العدالة الاجتماعية في الإسلام، دار الشروق، القاهرة، ط 14، 1995، ص: 30.

لأعداء الدولة الإسلامية، كما هي حق لأوليائها مواطني الدولة الإسلامية، بل ينهى الإسلام أن تحمل العداوة على الظلم، لأن العدل مع الأعداء أقرب للتقوى.¹

ومنه كان العدل ضرورة للفرد في نفسه وفي ذاته وفي ربه، وضرورة ثابتة في علاقات الناس فيما بينهم، من هذا المنطلق كان العدل فريضة واجبة، وأساس الشريعة الإسلامية وغايتها.² قال تعالى: "وإذا حكمتكم بين الناس أن تحكموا بالعدل". (سورة النساء. الآية: 58). كما فرضه الله عزوجل على الفرد في عائلته ومجتمعه، يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "المقسطون عند الله يوم القيامة على منابر من نور الذين يعدلون في حكمهم وأهليهم وما ولوا". (رواه مسلم والنسائي وابن حنبل). ومنه فالعدالة لا تقتصر على السياسة والحكم فقط، بل تتعداها إلى كل ما في حياتنا، ومن خلال ما جاء في القرآن الكريم، بين الله سبحانه وتعالى للإنسان أن العدل عدل في الحكم، عدل في القول، وعدل في العمل والفعل، دون التأثر بهوى النفس من قرابة أو مودة.

ولذلك تمثلت أسس العدالة الاجتماعية في الإسلام في ثلاثة أسس، هي:

— التكافل الاجتماعي: لا تستقيم حياة الأفراد إذا استمتع كل فرد بحريته المطلقة إلى غير حد ولا مدى، يغذيها شعوره بالتححرر الوجداني المطلق من كل ضغط، وبالمساواة المطلقة التي لا يحدها قيد ولا شرط، فالمجتمع مصلحة عليا لا بد أن تنتهي عندها حرية الأفراد، ولل فرد ذاته مصلحة خاصة في أن يقف عند حدود معينة في استمتاعه بحريته، لكي لا تصطدم حريته بحرية الآخرين، فتقوم المنازعات التي لا تنتهي. لذلك يقرر الإسلام مبدأ التبعية الفردية، في مقابل الحرية الفردية، ويقرر إلى جانبها التبعية الجماعية، التي تشمل الفرد والجماعة بتكاليها، وهذا ما ندعوه بالتكافل الاجتماعي. والتبعية الفردية كاملة، فكل إنسان وعمله، وكل إنسان وما يكسب لنفسه من خير أو شر، ومن حسنة أو سيئة، ولن يجزي عنه أحد في الدنيا ولا في الآخرة: "كل نفس بما كسبت رهينة". (سورة المدثر. الآية: 38). لذلك فالإنسان يقف من نفسه موقف الرقيب. وهناك تكافل بين الفرد وأسرته القريبة: "ووصينا الإنسان بوالديه، حملته أمه وهنا على وهن، وفصاله في عامين أن اشكر لي ولوالديك". (سورة لقمان. الآية: 14). وهناك تكافل بين الفرد والجماعة، وبين الجماعة والفرد، يوجب كل منهما تبعات، ويرتب لكل منهما حقوقا. والإسلام يبلغ في هذا التكافل حد التوحيد بين مصلحتين، وحد الجزاء والعقاب على تقصير أيهما في النهوض بتبعاته في شتى مناحي الحياة

¹. زموري ليندة: القيم السياسية من منظور المفكر الجزائري "محمد حمودة بن الساعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: منصور بلرنب وديب عبد الحفيظ، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص: 56.

². عبد السلام التونجي: مؤسسة العدالة في الشريعة الإسلامية، منشورات كلية الدعوة الإسلامية، طرابلس، 1، 1993، ص: 22.

المعنوية والمادية على السواء. فكل فرد مسؤول بذاته عن الأمر بالمعروف، وكل فرد مكلف أن يزيل المنكر الذي يراه، والأمة مسؤولة عن حماية الضعفاء فيها، ورعاية مصالحهم وصيانتها.¹

- التحرر الوجداني المطلق: حرر الإسلام الوجدان البشري من عبادة أو الخضوع لأحد غير الله. فإذا تحرر الوجدان من شعور العبادة والخضوع لعبد من عباد الله، لم يتأثر بشعور الخوف على الحياة أو الخوف على الرزق أو الخوف على المكانة، والذي قد يدعوه إلى قبول الذل وإلى التنازل عن كثير من حقوقه. فالحياة بيد الله وليس لمخلوق أن ينقص هذه الحياة ساعة أو بعض ساعة. ولذلك يحارب الإسلام القيم المادية والعادات حتى يحصل المسلم على حقه في الحرية والعدالة الكاملة.

- المساواة الإنسانية كاملة: أكد الإسلام مبدأ المساواة باللفظ والنص، حيث جاء الإسلام ليقرر وحدة الجنس البشري في المنشأ والمصير، في المحيا والممات، في الحقوق والواجبات، أمام القانون وأمام الله. لا وجود للتفاوت والتفاضل إلا بالتقوى والعمل الصالح، وأن لكل فرد حرمة لا يجوز أن ينتهكها عليه الآخرون، ولا تقل حرمة أحد من حرمة أحد، فهم فيها سواء.²

ومنه يتبين أن العدالة هي أساس الشريعة الإسلامية وغايتها، وهي قيمة القيم في الفكر الإسلامي من خلال النصوص الإسلامية والممارسة الإسلامية الصحيحة، وأهم ما يميز نظرية العدالة الإسلامية هو أنها نظرية متكاملة، إذ تتضمن المثالية التي هي إعطاء كل ذي حق حقه، والنظام أي خلق المرفق القائم على حماية ذلك المبدأ. كما أن نطاق العدالة في الشريعة الإسلامية يتسع ليشمل كافة مجالات الحياة الإنسانية، وبذلك تتفوق النظرة الإسلامية لهذه القيمة الاجتماعية على غيرها من النظرات القديمة أو المعاصرة. هذا المعنى الواسع للعدالة الاجتماعية لم يعرفه النموذج الغربي للممارسة السياسية بشقيه الليبرالي والشيوعي، فالنظام الليبرالي يعطي الفرد حرية أكثر من الحد اللازم، ما يسمح له بالتعدي على الأسرة والمجتمع، ويتراخى مع القوة الضابطة في المجتمع، والتي يرحى بها خير الشعب. أما النظام الشيوعي فيعطي الحكومة سلطة وقوة أكثر من الحد اللازم، ويسلب الأفراد حريتهم، ليسخرهم في خدمة المجتمع، وهو بذلك لا يقر بالعدالة الاجتماعية على وجه أكمل.³

ب- الشورى:

تعتبر الشورى من المفاهيم الأساسية في الفكر السياسي في الإسلام، ودعامة أساسية في الحكم الإسلامي، لأنها مشتقة من مبدأ الإجماع الذي يعتبر أصلاً من أصول الأحكام الشرعية في الإسلام، كما أنها الطريق السليم للتوصل إلى أجدود الآراء والحلول، لتحقيق مصالح الفرد والمجتمع، والهدف منها خلق

¹. سيد قطب: المرجع السابق، ص ص: 36-62.

². نفس المرجع، ص ص: 33-36.

³. خليل عبد المنعم خليل مرعى: دراسة حول العدالة في نظام القيم السياسية الإسلامية (دراسة نموذج الخلافة الراشدة)، رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية، إشراف: حورية توفيق مجاهد ومصطفى محمود منجود، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1991، ص ص: 270-271.

العلاقات بين الجماعات البشرية، وكفالة مصالحها وتحقيق العدل بينها، لأن حقيقة العدل تظهر في الموازنة بين المصالح.

وتمثل الشورى ضماناً أساسية تحول دون أية مخالفة للأحكام أو الانحراف في استعمال السلطة، لأن أي قرار يصدر عن الحكم لن يخرج إلى حيز التنفيذ إلا بعد بحث واستقصاء وتحري المصلحة العامة، ومشاورة المختصين في هذا الأمر. وهي "استخراج الرأي بمراجعة البعض إلى البعض".¹ وبذلك تشير قيمة الشورى إلى استخراج الصواب، بعد التعرف على آراء الآخرين وإمعان الفكر فيها.

ويعتبر مبدأ الشورى وعدم الاستبداد بالرأي من الأسس السامية التي جاءت بها الشريعة الإسلامية. قال تعالى: "والذين استجابوا لربهم وأقاموا الصلاة وأمرهم شورى بينهم ومما رزقناهم ينفقون". (سورة الشورى. الآية: 38). ويلزم توافر أربعة شروط لإعمال مبدأ الشورى بين المسلمين، هي:²

- أن يكون من يستشارون من أهل الحل والعقد من أمة محمد صلى الله عليه وسلم ممن لهم رأي صائب، ونظر ثاقب وخبرة بالمسألة محل النظر والمشاورة.
- أن يكون المستشار من أهل الدين الإسلامي الملتزمين به. يقول تعالى: "وأن احكم بينهم بما أنزل الله ولا تتبع أهواءهم واحذرهم أن يفتنوك عن بعض ما أنزل الله إليك". (سورة المائدة. الآية: 49).
- أن يكون الأمر المستشار فيه متروكاً للشورى، أي إذا كان الأمر قد حسم بنص شرعي من الله عز وجل، أو من رسوله صلى الله عليه وسلم، فلا مشورة فيه ولا رأي، لأن المشورة رأي وهي اجتهاد مع النص.
- ألا تكون المشورة عند التحام الصفوف، أي إذا كانت المشاورة تختص بأمر الحرب والقتال فينبغي ألا تكون قبل بدء القتال الفعلي. لأن المشورة رأي، وإذا اختلفت الآراء أثناء القتال، أفضى إلى الهزيمة.

وقد أمر الله سبحانه وتعالى بالشورى في كثير من آيات الذكر الحكيم، فقال عز وجل: "فبما رحمة من الله لنت لهم ولو كنت فظاً غليظ القلب لانفضوا من حولك فاعف عنهم واستغفر لهم وشاورهم في الأمر". (سورة آل عمران. الآية: 159). إذ تمثل الشورى الأصل الثاني للنظام السياسي والإسلامي والحكم فيه، وذلك بعد النص والحديث، وهي تعتبر في حد ذاتها نصاً، لأنها إقرار منصوص عليه للأمة المستخلفة بحقها في المشاركة العامة في شؤون الحكم، بل إن ذلك من واجباتها الشرعية.³

¹. محمود شيت خطاب: الشورى في الإسلام، المجمع الملكي لبحوث الحضارة الإسلامية، الأردن، ج 3، 1998، ص: 864.

². عباس شومان: المرجع السابق، ص: 19-20.

³. عمر الحضرمي: الشورى والديمقراطية (حوارية الموروث الديني والحداثة السياسية)، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع16، خريف 2007، ص: 43-44.

ومما سبق تبين أن الإسلام الذي يرفض الاستبداد، أخذ بمبدأ الشورى، وأعطى له سورة خاصة اسمها سورة الشورى، ووضع له تصورات وشروطه وصفات أهل الشورى، وجعلها من صفات المؤمنين، ومن خصوصيات ممارستهم الحياتية، وبين مدى إلزاميتها، أما المجتمعات الغربية فقد أخذت بمفهوم الديمقراطية، الذي يقوم على التعددية السياسية وتداول السلطة. وبهذا المفهوم فهو نظام بشري وتجربة حضارية من إفرازات العقل الإنساني، ولها أصول فلسفية تختلف من مجتمع إلى آخر.

وهكذا فقد دخلت جدلية الشورى والديمقراطية في الفكر السياسي الإسلامي في ثلاثة مواقف:

- الموقف الرفض للديمقراطية: يرى أن الديمقراطية كفكر ونظام علماني لا علاقة له بالدين أو بالعقيدة أو بالإيمان، وما هي إلا بدعة يراد بها تفكيك وحدة المسلمين، ويحتجون في ذلك بأن الشورى ذات أساس عقائدي ينطلق من النص القرآني والسنة النبوية، بينما يقوم مفهوم الديمقراطية على أساس مذهبي جذوره نابعة ومصوغة من عمل البشر، وأنها جعلت الشعب مصدر التشريع، وأخذت برأي الأغلبية من عامة الناس. في حين أن الأغلبية في الإسلام يجب أن تكون أغلبية أهل الحل والعقد. قال تعالى: "فاسألوا أهل الذكر إن كنتم لا تعلمون". (سورة النحل. الآية: 43).¹
 - الموقف المؤيد: يرى الموقف المؤيد من المفكرين الإسلاميين أن الديمقراطية موافقة للشورى ومرادفة لها، لأنها تشمل الحرية والكرامة الإنسانية وحقوق الإنسان والمساواة، إلا أنه يجب التمييز بين الديمقراطية كأداة للتقرير والديمقراطية كمضامين، كونها تحمل العديد من المضامين الفلسفية المادية. لذا فإن أصحاب هذا الرأي يضعون شروطاً للأخذ بالديمقراطية الغربية.²
 - الموقف التوفيقى: يرى أن الإسلام يستوعب كل المستجدات السياسية والاجتماعية في حكم الأمة ويأخذ بها، فلا مانع إذن من الاقتباس من الديمقراطية الغربية مادامت فيها جوانب لا تخلو من العدل والمساواة والحرية وإعادة الاعتبار إلى إرادة الشعب. بما أن الشورى تشمل المعاني نفسها، التي تتضمن الاشتراك في اتخاذ القرارات في إدارة المجتمع والدولة. وهي بذلك لا تختلف عن الديمقراطية الغربية في الآليات والمؤسسات والخبرات، إلا أن هناك فارقاً جوهرياً بينهما في كون الديمقراطية الغربية تقوم على القول بحرية الإنسان المطلقة، بينما الشورى تقيد هذه الحرية، بما يعني أسبقية حقوق الله على حقوق الإنسان.³
- ومنه فالشرعية الإسلامية في أبسط مفاهيمها هي تبرير الوجود السياسي من منطلق الوعي الجماعي والرضا الجماعي، وهذا ما تقوم عليه الشورى في الإسلام، التي تعتبر دعامة قوية وقاعدة جوهريّة في نظام الحكم السياسي، ومنهج حياة في كل النواحي، مرجعيتها في ذلك القرآن والسنة ثم القياس والإجماع، لتهيئة أرضية صحيحة ومنطلق قويم تعتمد عليهما العملية السياسية.

¹. فايز الربيع: المرجع السابق، ص: 11-13.

². نفس المرجع، ص: 13-17.

³. عمر الحضرمي: المرجع السابق، ص: 55-56.

لقد جاء الإسلام لتحرير الإنسانية كلها من كل أشكال العبودية لغير الله، فكانت الحرية هبة إلهية، وضرورة إنسانية وإيمانية، تكمن قيمتها وتحقق بالإيمان بالله وحده وإخلاص التوحيد له.

وقد ارتبطت الحرية في الإسلام بالعقل والإرادة والاستطاعة كوسائل لا يمكن للحرية أن تخرج عن إطارها وأبعادها بأية حال من الأحوال. ذلك أن الحرية تحقق أو قدرة على التحقق وليست خيالا أو تصورا مجردا يبتعد عن المستطاع. وهذا ما جعل الإسلام مصرا على الواقعية في كل شيء، لأنها واقعية تفيد الإنسان وتعطيه الصور الحقيقية للأشياء. فالتكليف لا يكون إلا مع الاستطاعة، أي مع الأمر الواقعي المحسوس، يقول تعالى: "لا يكلف الله نفسا إلا وسعها". (سورة البقرة. الآية: 286).¹ ومن دواعي هذه الواقعية أن الإنسان الحر إنسان فاعل ومسؤول عن كل تصرفاته وأفعاله، لأن الله منحه العقل والإرادة، وهذا ما يستدعي أن تكون الحرية نقيض الفوضوية، لذلك قيد الإسلام الحرية منذ البداية وجعلها حرية منظمة تفيد ولا تضر، فلا تكون اعتداء على الآخرين. وهي بذلك نشاط إنساني إيجابي في حدود ما يرضي الله، وبما يؤدي إلى منفعة الآخرين.

يعرف بعض مفكري الإسلام الحرية بأنها: "إرادة تقدمتها روية مع تمييز".² كما يشير مفهوم الحرية إلى حق الفرد في أن يفعل ما يشاء بشرط ألا يضر الآخرين.³ فالحرية في الفكر الإسلامي ليست مطلقة، وإنما تكون في إطار المبادئ الإسلامية، لا تحدث أضرارا للآخرين ولا تحقق ظلما لهم.

ومنه فالحرية قيمة أساسية في الفكر الإسلامي، وفي الحياة الإسلامية، وفي القيم الإسلامية السياسية والاجتماعية، وتعتبر العدالة أقوى ضمان لحمايتها، لأن العدالة تصون وتحصن وتحافظ على الحقوق والحريات، وتحمي ممارستها من أي زلل أو شطط، فالحرية لا تكون إلا بالعدل وإلا صارت فوضى.⁴ وهذا الرأي يتفق مع ما جاء به الإسلام من إعلاء لقيمة العدالة لتكون قيمة القيم في المجتمع الإسلامي والإنساني.

تعتبر الحرية قيمة أساسية في الفكر الإسلامي، وحق طبيعي يجب على الدولة توفيره للأفراد، وقد أضفى الإسلام كنظام مؤسس على القرآن الكريم ومفسر بالسنة النبوية الشريفة، على الحريات بجميع أشكالها، حالة من الاحترام والحماية، ليس لها مثيل في الأفكار والنظريات والتنظيمات السياسية السابقة

¹ حورية يونس الخطيب: الإسلام ومفهوم الحرية، دار الملتقى للطباعة والنشر، قبرص، ط1، 1993، ص: 63.

² زكريا إبراهيم: مشكلات فلسفية (مشكلة الحرية)، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، ط2، 1963، ص: 17.

³ إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 105.

⁴ نفس المرجع، ص: 106.

عليه واللاحقة له. حيث جاء الإسلام محرراً للإنسان من الرق بداية، ثم محرراً للعقل البشري من أوهام الخرافات والأساطير وصولاً إلى ترسيخ حرية الفكر. وهذه الحريات التي أقرها الإسلام، تشمل كل ما يخص الإنسان، وكل ما يحقق له الأمن والاستقرار في حياته، وكلها وليدة التكريم الإلهي للإنسان، ومن هذه الحريات:

1- الحرية الشخصية: تعتبر الحرية الشخصية أهم الحريات التي يجب أن يتمتع بها الأفراد، ولا يمكن إقرار أي نوع من أنواع الحريات الأخرى ما لم تكن الحرية الشخصية مصونة ومعترفاً بها. كما أنه لا جريمة إلا في تعدي حدود الله، ولا عقوبة إلا وفق شرعه. قال عز وجل: "فلا عدوان إلا على الظالمين...". (سورة البقرة. الآية: 193).¹ وتشمل الحرية الشخصية الحريات الآتية:

- حرية التنقل: يقصد بها حق الشخص في التنقل داخل بلاده، أو الخروج منها، والعودة إليها دون قيد إلا للمصلحة العامة، فقد أمر الخليفة الثاني "عمر بن الخطاب" -رضي الله عنه- بإبعاد "نصر بن حجاج" عن المدينة خشية أن تفتتن به نساؤهم. ودعا الإسلام للتنقل لكافة الأغراض السياحية واكتساب الرزق، كما لا يقر الإسلام النفي والإبعاد عن الوطن إلا لعقوبة،² يقول تعالى: "إنما جزاء الذين يحابون الله ورسوله ويسعون في الأرض فساداً أن يقتلوا... أو ينفوا من الأرض". (سورة المائدة. الآية: 33).

- حرية المسكن: المسكن هو الذي يأوي الشخص إليه فيكون مكاناً آمناً للاستقرار والسكن، وهذا السكن له حرمت وحقوق، فلا يجوز اقتحامه بدون إذن من صاحبه، إلا إذا وجد مبرر شرعي أو قانوني وتحت إشراف السلطة المختصة تطبيقاً لمبدأ العدل، كما حرمت الشريعة الإسلامية التحسس على الأفراد في مساكنهم لأنها دار أمن وراحة واستقرار، كما أن الفرد حر في بيته.³ وقد ذكر القرآن الكريم حرية المسكن في قوله تعالى: "يا أيها الذين آمنوا لا تدخلوا بيوتاً غير بيوتكم حتى تستأنسوا وتسلموا على أهلها ذلكم خير لكم لعلكم تذكرون، فإن لم تجدوا فيها أحداً فلا تدخلوها حتى يؤذن لكم". (سورة النور. الآيتين: 27-28).

- حق الأمن: ويقصد بحق الأمن حماية الإنسان في نفسه وماله وعرضه، وقد حرمت الشريعة الإسلامية الاعتداء على أي شخص إلا إذا كان ظالماً، قال تعالى: "فلا عدوان إلا على الظالمين". (سورة البقرة. الآية: 193). والأمن في الإسلام قيمة شاملة، تشمل الأمن الاجتماعي والأمن الاقتصادي والسياسي

¹. غانم محمد صالح : مقارنة سياسية بين الشورى والديمقراطية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع31، جويلية 2011، ص:17.

². نفس المرجع، ص: 17.

³. إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 113.

والوطني والثقافي والفكري للفرد والمجتمع. أو كما ذكر الأصفهاني: "أصل الأمن طمأنينة النفس وزوال الخوف"، وهذه الطمأنينة في الوجود السياسي تعني بدورها أمرين متكاملين، أولهما إيجاد التوازن بين من يمارس السلطة الشرعية، ومن يخضع لها بموجب الطاعة في المعروف.¹

2- حرية الفكر: وتشمل الحريات الآتية:

– حرية العقيدة: حرص الإسلام على جعل أساس التوحيد والإيمان هو الاستقصاء والرأي وليس القهر والتقييد. يقول تعالى: "لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي". (سورة البقرة. الآية: 256). كما سمح الإسلام لأهل الذمة أن يؤدوا شعائهم الدينية.² وقد قرر الإسلام أربعة مبادئ في حرية العقيدة، هي: حرية الاعتقاد الديني وتحريم الإكراه في الدين، وحرية المناقشات الدينية، واشتراط اليقين والافتناع في صحة الإيمان، وإباحة الاجتهاد في فروع الشريعة لكل قادر عليه.³

– حرية الرأي والتعبير: لقد كفل الإسلام حرية الرأي والتفكير، وشجع القرآن الكريم الناس على إعمال العقل الذي خلقه الله ليستعمله الإنسان على الوجه الصحيح، وليتقود صاحبه إلى الحق، وإلى الصواب. يقول تعالى: "إن في ذلك لآيات لقوم يعقلون". (سورة الرعد. الآية: 4). وقد كفل الإسلام حرية إبداء الرأي للأفراد في أي أمر دنيوي حسبما يرونه، وأن يعبروا عنه بالوسيلة الميسورة لهم. كما أن لكل واحد منهم، متى توافرت فيه شروط الاجتهاد أن يجتهد في الأمور الدينية في حدود النص أو حتى في حدود أصول الدين الكلية ونصوصه الصحيحة. وحرية الرأي في الإسلام، أساسها الشورى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.⁴ قال تعالى: "يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولا سديدا". (سورة الأحزاب. الآية: 70). وهنا يمكن الإشارة إلى أهمية النصيحة وإبداء الرأي الخالص لوجه الله من دون هوى، ومن دون قصد الهدم والإحراج في الإسلام.

– حرية التعلم والتعليم: أقر الإسلام حرية العلم، واعتبر طلب العلم فريضة، وشمل ذلك كل أنواع العلوم التي تحقق مصلحة دنيوية أو دينية. قال تعالى: "يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات". (سورة المجادلة. الآية: 11).

3- الحريات الاقتصادية: وتشمل:

¹. مصطفى محمود منجود: الأبعاد السياسية لمفهوم الأمن في الإسلام، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ط1، 1996، ص ص: 32، 63.

². عبد المنعم أحمد بركة: المرجع السابق، ص ص: 68-69.

³. علي عبد الواحد وافي: الحرية في الإسلام، دار المعارف، القاهرة، 1968، ص: 59.

⁴. حورية يونس الخطيب: المرجع السابق، ص ص: 91-92.

- حرية التملك: ينظر الإسلام إلى المال في ملكيته على أنها ملكية خاصة، وفي منفعتها على أنها منفعة عامة، تأسيساً على مبدأ استخلاف الإنسان على ما لله أصلاً. قال تعالى: "ولله ملك السموات والأرض وما بينهما". (سورة المائدة. الآيتين: 17-18). فالإنسان في الإسلام يحق له أن يملك، وأن يتصرف بحرية في ملكه دون اعتداء أو تجاوز، أو إضرار بالمصالح العامة، لذا اعتبر هذه الملكية الخاصة وظيفة اجتماعية يفقدها المالك إذا أساء التصرف بها، أو إذا لم يتبع بشأنها أحكام الشرع. فمن ذلك وجوب الحجر على الصبي والسفيه والمجنون فيما يملكونه، لأنهم لا يحسنون التصرف، مما قد يؤدي إلى ضرر عام أو خاص، وقيم الإسلام الملكية الخاصة على الجهد الذي يبذله الإنسان، ونتج كسبه الحلال، وعمله الشريف. فقد اعتبر الإسلام الربا والاحتكار والخداع وسائل غير مشروعة للتملك الفردي. كما ركز الإسلام في دعم الاقتصاد، وفي تشجيع الحريات الاقتصادية، على منع كثر المال لأن مثل هذا الكثر يؤدي إلى حجب عن أداء وظيفته الاقتصادية والاجتماعية.¹ ومنه فالملكية في الإسلام، تختلف تماماً عنها في الرأسمالية التي ترى أن الملكية الخاصة له من دون حدود أو قيود، كما تختلف أيضاً عن الملكية في الاشتراكية التي ترى أن تحقيق المنفعة العامة للمال تستوجب الملكية العامة، أي تستوجب إلغاء الملكية الخاصة له وتحويلها إلى ملكية عامة قسراً من دون مقابل.

- حرية العمل والكسب: حث الإسلام الأفراد على العمل. يقول تعالى: "فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه". (سورة الملك. الآية: 15). ولم يجز الإسلام للفرد أن يتدخل في شؤون غيره، ومنحه الحق في اختيار العمل الذي يتناسب مع قدراته، طالما أن الأفراد متفاوتون في كفاءاتهم وإمكاناتهم. كما يجوز للدولة الحد من

حرية الأفراد في العمل والكسب إذا رأت أن في ذلك مضرة، كمنع زراعة أصناف ضارة كالخشيش.²

4- الحرية السياسية: أكد الإسلام على الحرية السياسية بتقرير مبدأ الشورى في شؤون السياسة والحكم، ونهى عن الاستبداد في الرأي، ويقصد بها أن تكون مصدر السلطات، ومن أهم الحقوق التي يجب أن تمنحها الأمة، حتى تكون مصدراً للسلطات أن يكون لأفرادها عن طريق مباشر، أو عن طريق ممثلهم، الحق في اختيار الحاكم والحق في مراقبته ومحاسبته على أعماله.³ وتقوم الحرية السياسية على المبادئ الآتية:⁴

¹. رضا سعادة: الفلسفة ومشكلات الإنسان (منافذ إلى الحقيقة والحرية والعدالة الاجتماعية)، دار الفكر اللبناني، بيروت، ط1، 1990، ص ص: 126-127.

². غانم محمد صالح: المرجع السابق، ص: 22.

³. علي عبد الواحد واني: المرجع السابق، ص: 91.

⁴. أحمد شوقي الفنجري: المرجع السابق، ص ص: 52-56.

- أنها حق لكل مواطن، لا يجد منها حد، إلا أن تؤدي إلى شر أو فتنة.
 - حق المواطن في محاسبة حكامه ومسؤوليه عن تصرفاتهم وحقه في إعلان رأيه.
 - جماعية القيادة وعدم استئثار فرد أو فئة أو طبقة معينة بالحكم.
 - التزام الحاكم برأي الجماعة والأغلبية.
 - مبدأ تكافؤ الفرص بين الناس في الوصول إلى مناصب الدولة، وعدم التمييز بينهم إلا بسبب الكفاءة.
 - سيادة القانون في علاقة السلطة بالمواطنين، والقانون في الإسلام هو القرآن الكريم.
 - حرية الرأي السياسي، وصيانة الدولة للحقوق الحيوية للفرد (حق الحياة، حق الملكية الخاصة، حق الحرية الشخصية) بسبب رأيه السياسي، لأن الإسلام أوجب النصيحة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- ومنه لا يمكن تصور وجود تعددية وتداول للسلطة وحرية سياسية إلا في ظل مرجعية قانونية تنظم هذه العملية، وتحقق المشروعية التي تحتاجها السلطة لتكون أحكامها نافذة على الأمة، والمرجعية في الدولة الإسلامية، على خلاف الأنظمة والفلسفات الغربية هي الكتاب والسنة النبوية، فهما المصدران الأساسيان للتشريع. أي أن السيادة في الإسلام للشرعية الإلهية، وأنه لا سلطة للأمة إلا بما يتفق مع الشريعة الإسلامية.

ث- المساواة:

من الأسس والقواعد العظمى التي بني عليها التشريع الإسلامي، قيمة سياسية اجتماعية إنسانية تتشكل بالعدل وتنبع منه، هي المساواة بين الناس في الحقوق والواجبات، فلا تمايز أو تمييز بينهم بسبب العرق أو الجنس أو اللون أو اللغة. قال تعالى: "يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم". (سورة الحجرات. الآية: 41). ويتضح هنا أن التقوى هي وحدها نصاب التفاضل بين الناس، وهذا التفاضل عند ربهم فقط، كما أنه لا يعطي لفرد حقا دون غيره من الناس يميزه ويجعله يعيثر في الأرض فسادا.

كما ساوى الإسلام بين المسلم وغير المسلم، فالمواطنون في دولة الإسلام على اختلاف أديانهم سواء، وأن الإسلام قد أوجب على الدولة صيانة كرامة المواطن وحياته وشرفه وعرضه وماله وجميع الحقوق الأخرى، فضلا عن صيانة عقيدته ودينه وأماكن عبادته، كما يتساوون جميعا في الخضوع لأحكام القوانين السائدة.¹ وفي الحديث: "من آذى ذميا فأنا خصمه".² ويقرر الإسلام أيضا المساواة بين المرأة والرجل، وأنه لا فرق بين الذكر والأنثى في الاعتبار والجزاء، فجعلها مساواة حسب الاختصاص والطبيعة

¹. إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 145.

². عبد المنعم أحمد بركة: المرجع السابق، ص ص: 70-71.

الإنسانية. قال تعالى: "ومن يعمل من الصالحات من ذكر أو أنثى وهو مؤمن فأولئك يدخلون الجنة ولا يظلمون نقيراً". (سورة النساء. الآية: 124). وجاءت قمة المساواة بين المسلمين في تقرير الإخاء بينهم في قوله تعالى: "إنما المؤمنون إخوة". (سورة الحجرات. الآية: 10). ومنه فالإسلام بهذا قضى على التمايز بين معتنقيه ومنح غير المسلمين من الحقوق ما للمسلمين وكفل لهم الرعاية والبر ما للمسلمين، فقد وضع الأساس القويم لمجتمع إنساني عالمي تزول فيه الفوارق بين الأمم والمجتمعات والأفراد. ويشمل مبدأ المساواة في الإسلام مختلف نواحي الحياة، كالآتي:¹

– المساواة أمام القانون: فالمسلمون في نظر الشريعة جميعا متساوون، رغم أن المجتمع الإسلامي الأول كان يضم أقواما من شعوب شتى، وألوانا مختلفة ولغات متباينة، إلا أن الإسلام قد جمع بينهم، فكون منهم مجتمعا متجانسا لا يقوم على التمييز بين الأفراد ولا يعرف التفرقة، وإنما أساس التفاضل التقوى. وتعتبر الشريعة ثابتة، وهي التي تحكم، فلا يوجد ثيوقراطية في الإسلام، بل يوجد حكم الشريعة أو القانون.

– المساواة أمام القضاء: بمعنى أن يكون جميع أفراد المجتمع متساوين أمام القضاء، يحتكمون لمحاكم واحدة، وتطبق عليهم قوانين واحدة، ولا يجوز إنشاء محاكم خاصة لطبقة من الناس لسمو مكانتهم، لأن الجميع في نظر القضاء متساوون. ولا يقتصر مفهوم المساواة أمام القضاء والقانون، في نظر الإسلام على المحكومين، وإنما يتعداه إلى الحكام أيضا، بحيث لا يجوز لهؤلاء أن يميزوا أنفسهم مما عداهم من المحكومين، فإذا قاموا بذلك، أو اعتدوا على مواطنيهم، استوجبوا المساءلة بالمثل أمام القضاء والخضوع للعقوبة التي يقررها عليهم.

– المساواة في التكاليف المالية: فالمساواة لا تقتصر على جانب الحقوق، وإنما تكون كذلك في الواجبات العامة التي يدفعها الأفراد إلى الدولة، ومظهر هذه المساواة في العصر الحديث هو دفع الضرائب التي تكون مفروضة على الجميع، وهي مقررة في المقابل في الشريعة الإسلامية، التي جعلت الواجبات المالية واجبة على الأفراد دونما استثناء أحد منها، كالزكاة وصدقة الفطر.

المساواة في القرآن قيمة نسبية تعتمد على العدالة وتشكل من خلالها، وكما قال بعض الفقهاء: "إن العدل يقتضي في الحقيقة التوازن والتناسب لا المساواة التامة، كما يتطلب ولا شك المساواة بين أفراد المجتمع الواحد في بعض الوجوه كحقوق المواطنة، ولكنه لا يتطلب المساواة في بعض الوجوه الأخرى، كالمساواة الاجتماعية والأخلاقية بين الوالدين والأولاد أو المساواة في الأجور بين كبار الموظفين وصغارهم لأن هذه المساواة التامة في هذه الأمور تخالف العدل وتحافيه، وتحقيق التوازن والتناسب يتطلب

¹. غانم محمد صالح: المرجع السابق، ص ص: 15-16.

إعطاء كل إنسان حقوقه الاجتماعية والسياسية والقانونية والاقتصادية والأخلاقية، وهذا هو قمة العدل وما ينتج عنه من المساواة.¹

ومنه فالمساواة التي يقرها الإسلام ليست هي المساواة التي تتجه إليها المذاهب الشيوعية. فالإسلام لا يحول دون تفاوت الأفراد، ولا يفرض المساواة في المال، لأن تحصيل المال تابع لاستعدادات غير متساوية، فالعدل المطلق يقتضي أن تتفاوت الأرزاق، وأن يفضل بعض الناس بعضا فيها، مع تحقق العدالة الإنسانية، بإتاحة الفرص المتساوية للجميع، دون النظر إلى أصلهم أو جنسهم أو لوهم.

خامسا - مؤسسات التنشئة السياسية ودورها في تشكيل القيم:

تعمل التنشئة السياسية على تهيئة وإعداد الفرد حتى يصبح مؤهلا لأن يشارك في الحياة السياسية لمجتمعه من خلال تلقينه المبادئ والقيم والمعايير والاتجاهات المشجعة على ذلك في جميع مراحل حياته، لتساهم بذلك في تدعيم المشاركة السياسية التي تمثل مؤشرا هاما في إحداث التغيير السياسي داخل المجتمع وعاملا حاسما في سبيل بناء نسق سياسي اجتماعي متوافق ومتكامل.

وللقيم السياسية دور مؤثر وواضح في اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي في الصغر والكبر، وبما أن الإنسان، وخلال مراحل عمره يمر بخبرات وتجارب سياسية، إضافة لأنه قد يكون مشاركا في النظام السياسي عن طريق الانتخابات أو العمل في مجال السياسة، فلا بد أن يكون لديه قيم سياسية إيجابية تجاه مجتمعه ووطنه، وكلما كان هناك نوع من التعاون بين أنظمة المجتمع، كان هناك تطابقا بين القيم السياسية التي تعكس تطلعات النظام السياسي في الجانب النظري، والقيم السياسية التي تقوم مؤسسات التنشئة السياسية بترجمتها على شكل أهداف وسلوكيات، يمكن للأفراد أن يكتسبونها في الجانب العملي، وكلما كان الأفراد على وعي بكل ما يحيط بهم من تغيرات سياسية، وبطريقة التعامل معها. وذلك من خلال أدوات ومؤسسات تتشارك وظيفيا من أجل تدعيم النسق السياسي وتسخيره لخدمة التنمية الشاملة، والتي تمارس تأثيرات متباينة على الفرد تبعا للمرحلة العمرية التي يمر بها، ففي السنوات المبكرة تلعب الأسرة دورا أساسيا في ذلك ومع اتساع البيئة الاجتماعية للطفل تبدأ جماعات الأصدقاء والمدرسة والأحزاب السياسية في ممارسة أدوارها المفترضة في هذا الشأن، كذلك التعرض لوسائل الإعلام، وقد تختلف أو تتفق تلك المؤسسات من حيث المبادئ التي تسعى لتوكيدها من قيم واتجاهات، وذلك طبقا لظروف المجتمع السياسية والاقتصادية.

هذه الوسائل متعددة، وإن كان يمكن تحديدها عددا فيصعب ترتيبها من حيث الأهمية، ذلك أن نوع الثقافة السياسية في كل مجتمع ودرجة النضج المؤسساتي وطبيعة النظام السياسي، كل ذلك يلعب

¹. إسماعيل عبد الفتاح: المرجع السابق، ص: 153.

دورا في تحديد أي من الوسائل أنجع في القيام بمهمة التنشئة السياسية، فبينما نجد وسائل الإعلام تلعب دورا مركزيا في الدول الديمقراطية، نجد المؤسسات الدينية والأسرة في المجتمعات التقليدية أكثر أهمية من وسائل الإعلام.¹ إلا أن الوضع يختلف اليوم، حيث نجد المجتمعات التقليدية تتوجه نحو الديمقراطية وأدوات المجتمعات المتطورة، وفي مقدمتها وسائل الإعلام. وسوف نتطرق إلى كل مؤسسة من مؤسسات التنشئة السياسية على حده، في حين سنتناول وسائل الإعلام ودورها في تشكيل القيم السياسية فيما يلي.

1- الأسرة:

تعتبر الأسرة أهم النظم الاجتماعية المؤثرة في اكتساب الأفراد لأدوارهم الاجتماعية، وخاصة بما تغرسه في مرحلة الطفولة من قيم ومثاليات وأتماط سلوكية تسهم في تكوين الذات الاجتماعية، وكما يقول "تيدتيير" تمثل الأسرة أهمية عظمى في تشكيل السلوك السياسي، وهذا يبين لنا أن الأسرة هي النواة والمركز لعوامل التنشئة الأخرى،² فالأسرة هي الجماعة الاجتماعية الأولى التي ينتمي إليها الفرد، والأبوان هما أول من يتصل بهما، ويتعلم منهما كيف يتعايش مع الآخرين، وداخل الأسرة يتعلم الفرد أول أدواره الاجتماعية.

ومن ثم يمكن القول أن الأسرة تعد من أقوى الجماعات الاجتماعية، وأكثرها تأثيرا في تشكيل حياة الفرد وتحديد مستقبله، من خلالها يكتسب إنسانيته، وعن طريقها يتعلم أساليب المجتمع وثقافته مما يعينه على التفاعل مع الآخرين، وتحقيق التوافق والتجانس والاتساق معهم، ويمكنه بالتالي من المشاركة إيجابيا في ديناميات الحياة الاجتماعية وفعاليتها بوجه عام، وهي فوق هذا كله تعتبر الوحدة الاجتماعية الأولى، التي يتعلم الفرد من خلالها منظومة القيم والأعراف والتقاليد والاتجاهات الاجتماعية الأساسية، التي وإن كانت لا تحمل الطابع السياسي الصريح فإنها تعد -دون أدنى شك- ضوابط وحدود حاکمة لسلوكه ومواقفه تجاه السلطة السياسية ومثليها ورموزها.³ حيث يمكن نقل توجهات سياسية صريحة من خلال التوجيه والنقاش والتعبير عن وجهات النظر والمشاركة أو عدم المشاركة في الحياة السياسية.⁴ وهنا

¹ . إبراهيم أبراش: المرجع السابق، ص: 211.

² . نشأت إدوار أديب: الثقافة السياسية للشباب الجامعي في المجتمع المصري (دراسة للروافد الرئيسية لتشكيل الثقافة السياسية)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2009، ص: 27.

³ . السيد عبد الحليم الزيات: التنمية السياسية (دراسة في علم الاجتماع السياسي)، الجزء الثالث (الأدوات والآليات)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص: 25.

⁴ . أعراب علي: التنشئة الاجتماعية والسياسية وعلاقتها بالسلوك السياسي والمشاركة السياسية للطلاب الجامعي (دراسة على عينة من طلبة جامعة بومرداس)، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، إشراف: مغربي عبد الغني، 2003/2002، ص: 39.

تبرز أهمية القرارات الجماعية التي تتخذها الأسرة، وتزايد الخبرة المتعلقة بالاشتراك في صناعة القرارات، ما يساهم في قيام الاقتدار السياسي، وإيجاد المهارات التي تساهم في التفاعل السياسي، مما يبرز أهمية مشاركة الأفراد سياسياً عندما يصلون إلى سن الرشد. وتؤكد ذلك بعض الدراسات والمسوح السياسية، مثل دراسة "برنال برولسون" (B.Berelson)، التي قدرت أن حوالي 90% من أصوات الأفراد البالغين (الراشدين) تشارك نفس أصوات الوالدين حول المرشحين السياسيين سواء على المستوى السياسي المحلي أو القومي.¹

ومنه فالأسرة ذات تأثير حيوي على حياة الطفل، لأنها أول نمط من أنماط السلطة التي يعايشها الفرد، تؤثر في قيمه ومعتقداته، وتختلف عملية تشكيل القيم في الأسرة الديمقراطية عنه في الأسرة السلطوية، وذلك لاختلاف أنماط الاتصال. كما تساهم الأسرة بصورة غير مباشرة في اكتساب المشاعر الأولية الإيجابية أو السلبية تجاه السلطات السياسية، وتجاه الامتثال لقواعد ورغبات من هم في السلطة. وقد اتضح من خلال عدد من الدراسات بأن كثيراً من الهويات السياسية المهمة كالولاء للأمة والمجتمع السياسي، يتم تكوينها في محيط الأسرة، حيث وجدت دراسة حديثة في كندا بأن التنشئة السياسية في الأسرة هي من أهم الأسباب، التي قادت إلى خلق انقسامات في الولاء لكندا بين السكان وذوي الأصول الإنجليزية والفرنسية.²

كما يبدو تأثير الأسرة العربية على التنشئة السياسية للطفل من خلال الأمثال الشعبية، التي يتلقاها الطفل عن والديه، كمطالبته بعدم التدخل في السياسة والتسليم بالأمر الواقع، انطلاقاً من أمثال كالقول: "ابعد عن الشر وغني له" أو "العين لا تقاوم المخرز" أو "هذا ما أعطى الله"، فيشب الطفل وهو مؤمن بهذه الأفكار المتضمنة بهذه الأحكام، على أنه عندما يكبر وينضج يبدأ الصراع بين ما يتلقاه في البيت وهو طفل، وبين المعرفة التي يكتسبها من المحيط الاجتماعي والسياسي الأوسع.³

ومنه فالتنشئة الأولى للطفل في نطاق الأسرة تلعب دوراً مهماً في غرس قيم وأحاسيس نفسية وأخلاقية، تلعب فيما بعد دوراً في تحديد سلوكه السياسي، إلا أن نتيجة التنشئة السياسية في آخر المطاف تعتمد على مدى التوافق بين ما يتلقنه الطفل في الأسرة، وبين ما يكتسبه بواسطة وسائل التنشئة الأخرى.

¹. عبد الله محمد عبد الرحمان: علم الاجتماع السياسي (النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة)، دار النهضة العربية، لبنان، ط 1، 2001، ص: 455.

². رعد حافظ سالم: التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي (دراسة اجتماعية سياسية تحليلية)، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص ص: 70-71.

³. إبراهيم أبراش: المرجع السابق، ص: 214.

تمثل المدرسة جزءا من المحيط الاجتماعي، الذي يتم فيه نقل الطفل من محيط الأسرة الضيق إلى الانفتاح على الآخرين، وعلى المجتمع الواسع، كما أنها تؤدي إلى تدعيم الكثير من المعتقدات والاتجاهات والقيم، التي تكونت لدى الطفل في البيت، وتمكنه من تعلم طرق التفاعل الإيجابي مع أقرانه، ومحيط مدرسته، وتدريبه على ممارسة العلاقات الإنسانية مع غيره. كما تعتبر المدرسة المنبر الذي تبسط فيه إيديولوجية الدولة وتوجهاتها الفكرية والقومية، وتشرح وتبرز أهميتها، حتى تتمكن أجيال المجتمع من بنيتها والدفاع عنها.¹ فالمدرسة وحدة اجتماعية تربية تعليمية، يعتمد عليها المجتمع لتزويد النشء بالمعارف والحقائق العلمية والأسس التربوية السليمة والسلوك الاجتماعي المقبول، والعمل على نقل الثقافة من جيل إلى جيل وتوفير الظروف المناسبة لإيجاد التوازن النفسي والاجتماعي لدى الفرد.

ويمكن القول بأن المدرسة هي المؤسسة، التي بفضلها يكتشف الفرد ذاته ومجتمعه، من خلال جملة من الوظائف، التي تقوم بها في إطار التنشئة الاجتماعية الشاملة، وهنا يمكن الإشارة إلى الوظيفة التعليمية التكوينية، التي تقوم المدرسة في إطارها بتعليم الأطفال القراءة والكتابة والحساب، مع إكسابهم وتلقينهم المعارف الدينية والتاريخية والأدبية والعلمية واللغوية، عبر برامج ومقررات محددة حسب مختلف المواد المخصصة لكل مستوى، وبشكل تدريجي، ابتداء من التعليم الأولي إلى التعليم العالي مرورا بالأساسي والإكمالي والثانوي، كما تسعى المدرسة خلال كل مرحلة تعليمية تحقيق وإكساب التلاميذ كفايات إستراتيجية، منهجية، تكنولوجية، ثقافية، قيم ترتبط بالهوية الحضارية، وثقافة حقوق الإنسان والمبادئ الكونية، إلى جانب الوظيفة التعليمية والتكوينية، فإن للمدرسة وظيفة أساسية وشاملة استمدتها من الأسرة، تتجلى في التربية، التي تجعلهم يحترمون مجتمعاتهم ويندمجون مع مختلف المؤسسات الاجتماعية الأخرى، وبفضلها يكتسبون قيم إنسانية وهوياتية، تتأقلم مع متطلبات المجتمع، وبفضل الفلسفة التربوية، التي تنهجها المدرسة كمؤسسة عمومية يمكن للمجتمع التطور والسير نحو ما هو أفضل أو العكس. فصلاح المجتمع ينطلق من صلاح المدرسة. كما للمدرسة وظيفة أخرى تكتسي طابعا إيديولوجيا كونها تعتبر أداة للإدماج، تمرر من خلالها الدولة سياساتها، وهي جهاز إيديولوجي مهمته ترسيخ أفكاره، وبالتالي إعادة إنتاج القيم والعلاقات الاجتماعية السائدة، فالوظيفة الإيديولوجية للمدرسة تتجلى في كونها مؤسسة للترويض الاجتماعي، وإعادة إنتاج أنماط الفكر والسلوك.²

¹. مصباح عامر: التنشئة الاجتماعية والسلوك الإنحراقي لتلميذ المدرسة الثانوية، دار الأمة، الجزائر، ط1، 2003، ص: 112-114.

². علي بن محمد: معركة المصير والهوية في المنظومة التعليمية (الصراع والانسلاخ في المدرسة الجزائرية)، دار الأمة، الجزائر، ط1، 2001، ص: 33، 35، 37.

ويذهب "كمال المنوفي" و"علي الدين هلال" في دراسة حول التعليم والتنشئة السياسية (القضايا النظرية والتراث المصري)، إلى أن التعليم يسهم بفعالية في تربية الناشئة عن طريق الاتساق بين أربع آليات، هي: المقررات الدراسية، والمعلم، والطقوس المدرسية كتحية العلم، ترديد النشيد الوطني، الاحتفال بالأعياد الوطنية، والتعريف بالرموز الوطنية، من خلال وضع تماثيل لها أو تعليق صور لها، إضافة إلى الأنشطة الطلابية، التي تتعلق بالأنشطة الفنية والرياضية والثقافية، التي تفجر الطاقات الإبداعية، وتنمي مهارات المشاركة، وقيم الانتماء للجماعة.¹ ويؤكد على ذلك "سبيرنج"، حيث يرى أن المدرسة تعتبر جزءاً من المجتمع الكبير، وهي كمؤسسة اجتماعية تربوية موجهة بسياسة الدولة، وهذا البناء له دور بالغ الأهمية في إعداد الأجيال من خلال المحتوى، وما يتضمنه من أيديولوجية تقدم للتلاميذ، والتي تحدد من خلال نوعية الأفكار والمعتقدات والمفاهيم، التي يكتسبها التلاميذ، باعتبارها ذات تأثير هام على اتجاهاتهم ومعلوماتهم وطريقة تفكيرهم وتكوين مستقبلهم.²

ومنه فالمدرسة كنظام فرعي من نظام التعليم يمثل وحدة متكاملة يتكون من مجموعة من العناصر الفرعية المتكاملة المتداخلة، والتي تؤثر في العملية التعليمية الموجهة للتلاميذ، وتساهم في تنمية وغرس القيم السياسية لدى الأفراد، خاصة أنهم يمكثون سنوات طويلة وهم على مقاعد المدرسة، وكذلك يتعرضون لكثير من الخبرات التربوية والمعرفية، والتي تشمل المنهج وسلوك المعلم والمناخ المدرسي بوجه عام، إذ أن البيئة المدرسية لا يقتصر دورها على مجرد تلقين المعلومات والمفاهيم النظرية، لأنها تتأثر بالفلسفة الاجتماعية السائدة في المجتمع، التي تعمل غالباً على تدعيمها. يقول "ثابت حكيم": "التعليم أحد أدوات التنشئة السياسية الأساسية، فيشكل المتلقون جزءاً من المجتمع السياسي، ولذلك فهم يكتسبون القيم والاتجاهات السياسية السائدة في المجتمع، والتي تؤثر على سلوكهم السياسي حينما يدخلون مرحلة البلوغ السياسي من خلال المؤسسة التعليمية".³

وتلعب المدرسة دوراً هاماً في عملية التنشئة السياسية للفرد، وهذا يرجع لطول الفترة التي يقضيها الفرد في المدرسة على وجه العموم، وكلما كان هناك تركيز أو توجيه سياسي مخطط ومقدم للطفل في سن الطفولة، كلما كان ذلك أسهل وأيسر في نقل ثقافة وقيم المجتمع السياسية، ويساعد ذلك على أن طفل المدرسة يبدأ بالتعامل مع الأنظمة الاجتماعية بطريقة مباشرة، تجسد كثيراً من المفاهيم السياسية داخل

¹. مهدي فكري بدوي العلمي: التعليم والتنشئة السياسية في الأردن (دراسة حول القيم السياسية في المقررات الدراسية في مرحلتي التعليم الإلزامي والثانوي)، رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم السياسية، إشراف: جابر سعيد عوض، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2004، ص: 20-21.

². بثينة عبد الرؤوف رمضان: مخاطر التعليم الأجنبي على هويتنا الثقافية وقيم المواطنة والانتماء، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2007، ص: 51.

³. سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 16.

المدرسة، فتبدأ هنا سلطة المدرس، التي تظهر كسلطة مختلفة عن سلطة الوالدين، ويختلف تأثير المدرسة باختلاف إمكانيات وطرق التفاعل داخل المدرسة، فحجم المدرسة ومكانها وتركيبها الاجتماعية من العوامل، التي يمكن أن تؤدي إلى نقص أو زيادة تأثيرها على الأفراد. وفي هذا الصدد يقول الفيلسوف الإنجليزي "برتراندرسل" بأن كلا من السياسة والتربية يسعى إلى تحقيق هذا المبدأ: "اعمل العمل الذي ينشأ عنه التنسيق بين أفراد المجتمع، فذلك أفضل من العمل الذي يؤدي إلى التنافر بين هؤلاء الأفراد"¹، وذلك من خلال المناهج والمقررات وطرق التدريس المستخدمة، والتي بالإمكان من خلالها أن يقوم المعلم بغرس اتجاهات وقيم، قد تساعد على التقارب أو التنافر بين الأفراد. يقول "تايلر" (Taylear): "إن القيم غالباً ما تكون البداية في عملية اتخاذ القرار في المنهج الدراسي، حيث تعد بمثابة المحك في اختيار أهداف المنهج"². أي أن القيم تعتبر معايير لاختيار أهداف المنهج ووسيلة من وسائل تقويمه. كما أن المنهج الحديث لا يقتصر على مجموعة المقررات الدراسية، التي يدرسها التلاميذ بقاعات الدراسة، بل أصبح يتضمن جميع أنواع الأنشطة، التي يقوم بها التلاميذ سواء كانت أنشطة علمية أو رياضية أو ثقافية. ويشار في هذا الصدد إلى أهمية المراسم والنشاطات الرمزية كمصدر للمواقف والقيم، التي يتم نقلها من خلال تحية العلم والأناشيد الوطنية وتكريم الأبطال والأحداث القومية لتكوين ودعم المشاعر الوطنية، من خلال المشاركة في مثل هذه النشاطات، والتنشئة على قيم المجتمع وأسس النظام السياسي.

إضافة إلى ذلك تلعب البيئة المدرسية دوراً كبيراً في خلق المناخ السياسي، الذي يتعلم من خلاله الطالب قيمه واتجاهاته السياسية، من خلال الإذاعة المدرسية والنشرات الثقافية والكتيبات، والمساحات والملاعب والمسابقات³. وفيما يتعلق بطبيعة النظام المدرسي، يلاحظ أن المدرسة بمثابة وحدة اجتماعية لها جوها الخاص، الذي يساعد بدرجة أو بأخرى على تشكيل إحساس التلميذ بالفاعلية الشخصية، وتحديد نظرته تجاه البناء الاجتماعي والسياسي القائم⁴، حيث إذا تم تكوين مجموعات حقيقية من المعلمين والتلاميذ، كان بالإمكان تكوين وتطوير الهويات، بالتفاعلات التي يعايشونها ويفكرون فيها في نفس الوقت⁵.

ويتوقف أيضاً نمو إحساس التلاميذ بالاعتقاد الذاتي والانتماء الجماعي على مدى توافر التنظيمات والاتحادات والجمعيات المدرسية، ودرجة مساهمتها في إدارة المدرسة وتوجيه أنشطتها. كما

¹. نفس المرجع، ص: 86، 95.

². نفس المرجع، ص: 65.

³. سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 97.

⁴. كمال المنوفي: التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت (تحليل مضمون المقررات الدراسية)، مجلة السياسة الدولية،

يناير 1988، ص: 41.

⁵. Gilles et Florence Giust-Desprairies: L'école: Lieu de socialisation ?, Eska, Paris, 1999, p: 159.

تتوقف عمليتي التربية والتعليم في المدرسة إلى حد كبير على شخصية المعلم، وما يتمتع به من مميزات معرفية وخلقية بالدرجة الأولى، والمعلم الكفاء الواعي لرسالته السامية، هو الذي يسعى إلى تنشئة سليمة للأجيال، فدور المعلم لا يقتصر على نقل المعرفة فقط، بل يلعب دورا إيجابيا في عملية نقل القيم وغرسها داخل المؤسسات التربوية.

لذلك لا يكفي الإعداد المهني للمعلم، والاستمرار بتنمية قدراته فقط، بل عليه أيضا ممارسة القيم السياسية في تعامله داخل المدرسة، من خلال علاقته بزملائه وطلابه، عن طريق الأسلوب الديمقراطي في التعامل أو احترام آراء الآخرين والتعاون والتوجيه والإرشاد، فالابتعاد عن استعمال القمع والتسلط والإكراه في التربية، وعدم اللجوء إلى العنف بأشكاله المختلفة الرمزية والنفسية والمادية من طرف كل القائمين على المنظومة التربوية، له تأثير كبير في ترسيخ المبادئ الديمقراطية. وفي هذا الصدد يقول "ثابت كامل حكيم": "ولا يمكن لنا أن نتوقع نجاحا لبرامج التربية السياسية الهادفة لإعداد المواطن الصالح عن طريق معلمين سلبين في اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية في حياة مجتمعهم".¹

وتستكمل الجامعة دور المدرسة في غرس القيم السياسية في نفوس الطلبة، من خلال ما تقوم به من تزويد الطلاب بالمعارف عن الواقع السياسي ودورهم فيه، ونقل تصورات أكثر رسوخا عن المؤسسات والعلاقات السياسية، وتلقين قيم وتوجهات المجتمع. إذ يقول "Malinson" في هذا الصدد: "التعليم أداة فعالة لنقل وتحديث ثقافة المجتمع".² وذلك بتمكين الفرد من تهذيب شخصيته وأداء واجباته العامة وتنمية الدولة الديمقراطية، من خلال تشجيع روح الوطنية وتعزيز حب التعاون المتبادل والحرية، والذي يعد أساسا في الحياة الاجتماعية وضمانا لدوامها وكذا القدرة على الإبداع وتقدير الإنجازات الفنية ذات المستوى الرفيع. ويمكن للجامعة أن تضطلع بمهمة التنمية، شريطة أن تخضع تصوراتها وفلسفتها وممارساتها إلى إصلاح جذري، وتكون في مستوى المواعيد الحضارية والتاريخية القادمة، ومن خلال ذلك تواصل الجامعات المهمة التربوية للمؤسسات التعليمية الأخرى، في نقل القيم والسلوكيات، وهذا ما يعكس الدور الهام للجامعة في مختلف المجتمعات على المستويين الفردي والجماعي، وليس هذا الدور المركب علمي واقتصادي بقدر ما هو دور اجتماعي وثقافي وسياسي يفترض فيه أنه دور تغييري تطويري.³

¹. سعود هلال الحربي: المرجع السابق، ص: 17.

². Alain Bienayme : L'enseignement Supérieur et l'idée d'université, Economica, paris, 1986, P: 13.

³. مصطفى عدنان: مسألة الجامعات العربية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم الفكر، الكويت، 1995، ص: 143.

كما وتساهم الجامعة في التنشئة على قيم المشاركة، فقد دلت إحدى الدراسات بأن النشاطات التي تسمح بها الجامعة، كالمشاركة في اتخاذ القرارات التي تخص الجامعة والمشاركة في المناقشات الصعبة تؤدي إلى زيادة الكفاءة السياسية للطلاب. كما وجدت دراسة هندية بأن التعلم في الجامعة يزيد من الشعور بشرعية العملية الانتخابية والثقة في السياسيين والكفاءة السياسية.¹ وتجدر الإشارة إلى أهمية التنظيمات الطلابية والنوادي العلمية، كأشطة تكسب الطلاب قيما وخبرات تساعد على تنمية الرغبات في خدمة المجتمع.

وعموما يمكن تحديد دور المؤسسات التعليمية في تكوين القيم السياسية في ضوء الأبعاد الآتية:²

- نقل المعرفة السياسية: فكما يقول "ونتر" بأن عملية نقل المعارف والمفاهيم السياسية عملية ذات قدر كبير من الأهمية، حيث تلعب مؤسسات التعليم الرسمية والمناهج الدراسية دورا كبيرا في هذا الصدد، من حيث معرفة متطلبات المواطنة من حقوق وواجبات، ومعرفة البناء الرسمي للحكومة ودوره وطبيعة المدخلات والمخرجات السياسية.
 - غرس وتنمية القيم السياسية: يتم من خلال المقررات الدراسية ونمط الإدارة وعلاقته بالطلاب والمعلمين، غرس القيم السياسية المتعلقة بالسلطة والولاء والوطنية، التي تمكنهم من المساهمة الإيجابية في تطوير وطنهم.
 - تنمية مهارات المشاركة السياسية: يتم تنمية مهارات المشاركة السياسية للأفراد عن طريق حرية التعبير والمناقشة والحوار والمشاركة في الانتخابات الطلابية وصنع القرارات المتعلقة بالمنظومة التعليمية.
- أما بالنسبة لدور المدرسة والجامعة في العالم العربي، فإن هذا الدور في عملية التنشئة الاجتماعية عموما والسياسية على وجه الخصوص يثير إشكالات عميقة، أهمها نوع الثقافة التي يراد توصيلها للطلاب، ذلك أن مجتمعا متنازعا في ثقافته، مقسما ما بين الأصالة والمعاصرة، حائرا ما بين الديمقراطية وطاعة أولي الأمر، لا بد وأن تكون المدرسة والجامعة مسرحا لهذه التناقضات، فبالرغم من أن التعليم - وغالبيته في العالم العربي رسمي - يحاول أن يحافظ على الثقافة العربية الإسلامية، ويزرع لدى التلاميذ والطلبة توجهات سياسية تعيد إنتاج المجتمع وتضع حدودا وحواجز تحول دون دخول أي فكر سياسي يتعارض مع ما يريده النظام السياسي، بالرغم من ذلك الإنفتاح الثقافي والسياسي الذي بدأ يفرض نفسه على الجميع، وتأثير وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، ووجود فئة من رجال التعليم ذوي التعليم الغربي، خلق نوعا من التحدي على المؤسسات التعليمية الرسمية، فهي إما أن تعيد النظر بكل مناهجها وأنماط تفكيرها، وإما أن تتحول إلى مجرد مؤسسات لحو الأمية وخلق شباب ضائعين ممزقين داخليا، فلم تعد التنشئة السياسية التي يتلقاها الطالب في الجامعة مقنعة بالنسبة له، ولم يعد يتعامل معها بجدية، لأنه

¹. رعد حافظ سالم: المرجع السابق، ص: 89.

². نشأت إدوار أديب: المرجع السابق، ص: 30-31.

حالما يخرج إلى الشارع ويقرأ الصحافة الأجنبية أو المعارضة، أو يطلع على قنوات التلفزيون الأجنبي يشعر بضحالة وعدم ثبات الثقافة السياسية، التي تلقاها في المدرسة والجامعة. وتزداد الأمور ترددا عندما تسود في المؤسسات التعليمية تنشئة عقلية تقليدية بدلا من تنشئة عقلية نقدية.¹

وعموما فإن المؤسسات التعليمية في العالم العربي تلعب دورا في التنشئة السياسية في مجال تنمية قيم حب الوطن واحترام مؤسسات الدولة وقانونها وتعويد الطالب كيف يكون مواطنا صالحا، واطلاعه على أهم القضايا السياسية الوطنية والقومية والعالمية، إلا أن تغلغل الإيديولوجيات والشعاراتية في هذه المؤسسات يخلق ثقافة سياسية مشوهة لدى طالب العلم، بل تبعده هذه الإيديولوجيا -التي تقدر شخص الحاكم أو إيديولوجية محددة- عن فهم الواقع على حقيقته.

3- جماعات الرفاق:

تضم هذه الجماعات الأفراد المتقاربين في السن أو الوظيفة أو المستوى الاقتصادي، وتبدأ منذ الطفولة إلى الكهولة، وتتكون من زملاء المدرسة أو الجامعة أو العمل، وأهم ما يميز علاقة الفرد بنظرائه التكافؤ والشعور بالندية، ولهذا تتزايد درجة الترابط بينهم، والتأثير المتبادل، ولا شك أن لتلك الجماعات دورا أساسيا في نقل وتعزيز القيم، التي يكتسبها أعضاء تلك الجماعات. إذ يميل الإنسان في مختلف مراحل نموه وبحكم طبعه الاجتماعي إلى توسيع دائرة علاقاته، فيقيم صلات وروابط مع من يجاورونه في المسكن أو الحي، أو ممن له بهم صلة الزمالة في المدرسة، ويشكل معهم فيما يعرف بجماعة الرفاق أو الأقران، ولذلك فإن جماعات الرفاق تعتبر جماعات أولية، تتكون من أعضاء متقاربين في أعمارهم وميولاتهم وهواياتهم في معظم الأحيان، تتمثل في جماعات اللعب في مرحلة الطفولة في إطار الأسرة والمدرسة، وجماعات العمل في المراحل المتقدمة من العمر.

وقد أكد "إيزنشدت" على أهمية جماعة الأصدقاء أو كما أسماها "جماعات العمر المتجانسة" في عملية التنشئة وإعداد أعضائها للمشاركة في الشؤون العامة للمجتمع في المجتمعات الحديثة خاصة، لأن الأنساق الاجتماعية والسياسية لم تعد تعتمد على الأسرة وعلاقات القرابة في إعداد الكوادر الملائمة لها كما كانت من قبل في المجتمعات الأولية.² كما كشفت نتائج الدراسات، أن أعلى نسبة من الشباب يفضلون قضاء أوقات فراغهم خارج المنزل، كما أن نسبة عالية منهم أيضا يفضلون قضاء وقت فراغهم

¹. إبراهيم أبراش: المرجع السابق، ص ص: 217 - 218.

². نشأت إدوارد أديب: المرجع السابق، ص: 33.

في هوايات مشتركة مع رفاقهم، أما نسبة قليلة منهم تفضل قضاء وقت فراغها بالمنزل مع أحد الأبوين. وأن تأثير جماعة الرفاق أشد ما يكون في مرحلة المراهقة، حيث يحتاج المراهق إلى اعتراف الآخرين به.¹

وأثبتت دراسات أخرى أن ما يدور بين جماعات الزملاء داخل مؤسسات العمل من علاقات واتصالات له دور كبير في عملية تكوين القيم، بحيث أنه كلما اتسمت هذه العلاقة بالود والتعاون والمشاركة في اتخاذ القرارات، وفي تسيير أمور المؤسسة، كلما كان الفرد أكثر ميلا للمشاركة خارج نطاق العمل، أما إذا اتسمت هذه العلاقة بالحقد والكراهية والتسلط، كان الفرد أكثر ميلا إلى السلبية واللامبالاة في داخل وخارج بيئة العمل. حيث يؤكد الباحثون أن القيم السلوكية، التي يكتسبها الفرد تتوقف على نوعية الجماعات وطبيعة العلاقات القائمة بين أفرادها، والمركز الذي يحتله الفرد في الجماعة والأدوار التي يمارسها.² فالمهنة تلعب دورا كبيرا في التنشئة السياسية للفرد، ففي المجتمعات التي يمثل العمل فيها أبرز مكان في سلم القيم الاجتماعية تحدد هوية المرء بالعمل الذي يؤديه، وكلما أحس أن هويته تتحدد بعمله كلما كان أكثر ميلا إلى القيام بتصرفات سلوكية ملائمة لهذا الدور. وكلما ازدادت الهوية خاصة في ظل ظروف التغيير السياسي السريع بين قيم الأسرة القديمة والحقائق السياسية الجديدة، وكلما تعددت الأدوار السياسية للشخص البالغ سياسيا، كلما كان أكثر احتمالا أن يكتسب هذا الأخير قيما واتجاهات سياسية لا تلقنها له الأسرة.³

ولقد برزت أهمية جماعات الرفاق ودورها في عملية التنشئة عموما، مع التحولات الاجتماعية التي حدثت في العقود الأخيرة، والتي صاحبها ضعف في الروابط الاجتماعية بين الأبناء والآباء.⁴ خاصة أن جماعات الأصدقاء أو الرفاق تقضي مع الفرد فترات طويلة من الوقت سواء في اللعب أو الدراسة أكثر من مكوثهم في المنزل مع الوالدين وأفراد الأسرة، وهذا الوقت كاف لاكتساب مهارات وتعاليم وتنشئة سياسية وفكرية، قبل بلوغهم سن الرشد، وهذا ما أيدته دراسات عالم النفس الاجتماعي "تيودور نيوكومب" (T.New comb) عندما توصل إلى أن طلاب المدارس والجامعات يكونون اتجاهاتهم

¹ . ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص: 62.

² . محمد محمد جاب الله عماره: العلوم السياسية بين الألفية والعمولة (رؤية سياسية معاصرة للقرن الحادي والعشرون)، المكتب الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2003، ص: 280.

³ . عبد الهادي الجوهري: دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، ط 8، 2001، ص ص: 293-294.

⁴ . سمير خطاب: المرجع السابق، ص: 54.

السياسية، من خلال اكتسابهم نفس اتجاهات زملائهم وأصدقائهم في المدارس أو الجامعات أو المؤسسات التعليمية والثقافية الأخرى.¹

ويتمثل تأثير جماعات الرفاق في عملية تكوين القيم السياسية في عدد من الأدوار والوظائف الهامة:²

- نقل وتعزيز الثقافة السياسية السائدة، إذ يمكن عن طريق جماعات الرفاق نقل الثقافات الفرعية، سواء كانت طبقية أم مهنية أم عرقية أم دينية. كما تعد من بين أهم المصادر التي يتلقى الفرد معارفه السياسية من خلالها، والتي تسهم في تشكيل اتجاهاته ومواقفه السياسية في مرحلة المراهقة وما بعدها.
 - تحديد مدركات الفرد وتصوراتهِ للأمور السياسية، فالفرد يميل عادة إلى معاينة المحيط الاجتماعي، الذي يتحرك في سياقه، وما ينطوي عليه هذا المحيط من أبعاد سياسية، من خلال علاقاته وتفاعلاته مع أعضاء الجماعة التي ينتمي إليها.
 - تعتبر جماعات الرفاق إطاراً مرجعياً لما يتبناه الفرد من آراء، وما يتخذه من مواقف، وما يفضلُه من اتجاهات، وفي هذا يتضح أثر هذه الجماعات في غرس القيم والمفاهيم السياسية الجديدة، وتشكيل فكر الأفراد وأنماط سلوكهم وتوجهاتهم، وتوجيههم صوب أنماط سلوكية أو اتجاهات سياسية معينة، كما تلقنهم أيضاً كيفية أداء الأدوار المترتبة على هذه المتغيرات الجديدة.
 - تهيم جماعات الرفاق لأعضائها مجالاً أرحب للتكيف مع البيئة الاجتماعية والثقافية، التي يتفاعلون معها.
- وعلى صعيد التفضيل السياسي، فإنه سيكون للفرد البالغ تفضيله السياسي المدعوم بشكل مستمر من قبل الجماعة التي ينتمي إليها، فقد وجدت إحدى الدراسات بأن 64% من المستطلع آرائهم لهم نفس التفضيل الحزبي لنظرائهم. وعلى صعيد المشاركة السياسية دلت إحدى الدراسات، بأن الأولاد أو البنات غالباً ما يناقشون الأمور السياسية مع نظرائهم في المدرسة وخارجها أكثر من مناقشتها مع الوالدين، أيضاً وجد بأن اهتمام الفرد في الشؤون السياسية يزداد إذا كان للفرد اتصال بنظرائه وكان له مشاركة مستمرة في نشاطات الجماعة، كما يؤدي هذا الاتصال والمشاركة إلى اكتساب سريع للاتجاهات ويزيد من الكفاءة السياسية.³

ورغم أن الاتصال المواجهي في الأسرة وجماعات الرفاق والمدرسة يعتبر أكثر استمالة وإقناعاً من الاتصال عن طريق وسائل الإعلام، إلا أنه لا يمكن إغفال الدور الهام لهذه الوسائل، ذلك لأن الأطفال

¹. عبد الله محمد عبد الرحمان: علم الاجتماع السياسي (النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة)، المرجع السابق، ص: 445.

². السيد عبد الحلیم الزيات: المرجع السابق، ص: 30 - 31.

³. رعد حافظ سالم: المرجع السابق، ص: 77 - 78.

مثلا يقضون في معظم الدول المتقدمة وكثيرا من الدول النامية ساعات طويلة مع وسائل الإعلام خاصة التلفزيون.

4- الأحزاب السياسية:

تعتبر الأحزاب السياسية جماعات منظمة، تعمل بمختلف الوسائل الديمقراطية للوصول إلى السلطة أو الحكم أو المشاركة فيه، بقصد تنفيذ وتحقيق برامج سياسية معينة، وحتى تتمكن الأحزاب من القيام بدورها في التمثيل والمراقبة وحماية حقوق الإنسان، لا بد أن تتصف إضافة إلى الاستقلالية، واحترام حق العضوية والديمقراطية داخلها، بالتنسيق مع منظمات المجتمع المدني الأخرى.

فالأحزاب السياسية تعتبر وسيطا مؤسساتيا بين القوى الاجتماعية والسلطة الحاكمة، وقناة هامة من قنوات المشاركة السياسية، تقوم بتوفير المعلومات، وتجميع المصالح، وإعداد القيادات السياسية الواعية التي تقوم بمهمة اتخاذ القرارات وتنفيذها،¹ ومن خلال السلطة التشريعية، تعكس الأحزاب السياسية المطالب الاجتماعية للأفراد، بتكييف السياسات العامة وفقها، في إطار استراتيجيات التنمية والتخطيط لتحقيق التكامل المجتمعي.

كما تلعب الأحزاب السياسية دورا بارزا في تكوين الرأي العام، وتوجيهه نحو المسائل التي تمس الصالح العام، من خلال عملية بناء الوعي السياسي بالقضايا ومختلف الأحداث التي تواجه المجتمعات، والتأهيل الاجتماعي والسياسي للأفراد، وإكسابهم القيم السياسية التي تدفعهم نحو المشاركة الفاعلة في شؤون المجتمع، في إطار قيامها بعقد الندوات والمؤتمرات لمناقشة القوانين المقترحة أو المقترح تغييرها.

ويرى "هنتينجتون" أن الوسائل المؤسسية الرئيسية لتنظيم اتساع المشاركة السياسية هي الأحزاب السياسية والنظام الحزبي، الذي يساهم في التعبئة الاجتماعية والتنشئة السياسية للأفراد، وفي سياق دراسته للمشاركة السياسية لدى الطبقات الفقيرة في المجتمعات النامية، يرى أن الأحزاب السياسية تمثل أهم التنظيمات، التي يمكنها تحقيق هذا الهدف مقارنة بالتنظيمات الأخرى.²

وتضطلع الأحزاب السياسية في النظم السياسية الحديثة بتحقيق وظائف أساسية هي:³

¹. مولود زايد الطيب: التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، المؤسسة العربية الدولية للنشر، الأردن، ط1، 2001، ص: 83.

². أسامة الغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، عالم المعرفة، الكويت، 1987، ص: 41.

³. شايف بن علي شايف جار الله: دور المشاركة السياسية في ترقية حقوق الإنسان السياسية في اليمن، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، إشراف: محمد سليم قلاله، 2005-2006، ص ص:

- تنظيم حملات سياسية لتعبئة الناخبين من أجل المشاركة في الانتخابات، واختيار نوابهم وحكومتهم.
- التجنيد السياسي للأفراد لتولي مناصب سياسية معينة، تساعد على الاستقرار السياسي.
- تجميع المصالح، حيث تعمل الأحزاب السياسية كأحد قنوات الاتصال السياسي على تمثيل المصالح العامة.
- صنع السياسة العامة في الدولة، حيث تقوم الأحزاب السياسية بدور مؤثر في التفاعل السياسي داخل البرلمانات، خاصة في عمليتي التشريع والرقابة.
- إضفاء الشرعية السياسية، من خلال خلق التواصل بين المحكومين والحاكم، وتقوية روابط المواطن بالدولة بتوصيل مطالبه لأصحاب القرار السياسي.
- تحديد وتشكيل الثقافة السياسية، من خلال غرس القيم والمبادئ والاتجاهات والمعارف السياسية، التي تؤثر في توجيه السلوك السياسي للأفراد.
- وتقوم الأحزاب السياسية بدور كبير في عملية التنشئة، من خلال غرس قيم ومفاهيم ومعتقدات سياسية معينة لدى الفرد، بهدف توجيه الأفراد وجهة سياسية معينة تتفق مع توجهات هذه الأحزاب. وذلك من خلال ما تقدمه من معلومات، وتمارسه من تأثيرات على الآراء والقيم والاتجاهات السلوكية السياسية للجماهير، مستخدمة في ذلك كل ما تملك من وسائل اتصال بالجماهير، سواء كانت هذه الوسائل جماهيرية كالراديو والتلفزيون والصحف والمجلات والكتيبات والنشرات وغيرها، أو وسائل اتصال مباشر كالندوات والمؤتمرات والمحاضرات والاجتماعات والمناقشات والمقابلات، التي ينظمها الحزب من أجل الوصول إلى أكبر قطاع ممكن من الجماهير.

وفي الجزائر شكل حزب جبهة التحرير الوطني والمنظمات الجماهيرية منذ الاستقلال، مدرسة للتربية المدنية والانضباط وتلقين الديمقراطية الاشتراكية، من خلال:¹

- ترسيخ الوحدة الوطنية على أساس التمسك بمقومات الشخصية الوطنية من لغة وتراث وتراب ودين.
- نشر العدالة الاجتماعية بالسهر على توزيع الثروة الوطنية توزيعا عادلا.
- بناء الدولة العصرية بمجالسها الشعبية المنتخبة ومؤسساتها الدستورية.
- استقلال القرار السياسي والاقتصادي.
- نصره المستضعفين وجعل الجزائر قبة لحركات التحرر.

وبعد دستور 1989 الذي أقر التعددية السياسية والإعلامية، برزت أدوات جديدة للتنشئة السياسية في الجزائر، جعل الاهتمام يتوجه إلى معرفة العلاقة بين المفاهيم الثلاثة: التعددية، الديمقراطية، الإعلام. حيث لعبت الأحزاب السياسية دورا هاما كوسيط بين المواطنين والنظام السياسي، إذ وفرت للمواطنين قنوات عديدة للحصول على المعلومات، ومكنت الأفراد ذوي المصالح والاهتمامات المتشابهة

¹. أحمد طالب الإبراهيمي: المعضلة الجزائرية (الأزمة والحل)، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط4، 1999،

من القيام بعمل جماعي منظم، ووفرت لهم وسائل مستمرة للوصول إليها والتأثير على صانع القرار، وساندت القادة والمثقفين في تحديهم لتصرفات ومراكز الحكام السياسيين، وحمت الأفراد من تلاعب الصفوات السياسية، كما وفرت مصادر للمعلومات عن المصالح والاهتمامات والأنشطة العامة، ووفرت قنوات مؤسسية للحفاظ على استقرار المجتمع.¹

5- المؤسسات الدينية (دور العبادة):

يمثل الدين في مستوى أول ثقافة كاملة لشعب أو أمة أو حضارة، لا يتعلق الأمر هنا بالدين من حيث هو مجموعة نصوص وتعاليم وقيم فحسب، بل أساسا بما هو كيان مجسد في مراسيم اجتماعية وتقاليد وأفعال سلوكية يمارسها الناس، أي من حيث صيرورته نظاما من الممارسات المتداولة، قد تكون هناك مسافة ما واقعية بين وضعه النظري في النصوص وبين استيعابه والتعبير عنه تعبيرا مباشرا في الحقل الاجتماعي.² فالدين هو ثقافة من واقع يعبر عن رؤية للطبيعة والإنسان، ومن واقع يقدم تصورا للبناء الاجتماعي، ولا يهم إن سعت عقيدة ما إلى بناء أمة روحية أو اجتماعية وروحية شأن الإسلام، بل الأهم أنها قامت على تعاليم رسمت للمنتسبين إليها حدود الممنوع ورسخت في وعيهم مبادئ ثابتة، لا تقبل المراجعة في جانبها الديني حتى وإن كانت تقبل بعض التغيير في الجوانب المتصلة بميدان المجتمع.³

ويعتبر الدين الرابط الذي يربط بين أفراد المجتمع الواحد، يعمل على تنظيم وتقنين العلاقات بين الأفراد والجماعات، بحكم انتمائهم لأمة واحدة، ويساهم في تقوية الروابط الاجتماعية وروح التعاون بينهم في كل المجالات الاقتصادية والتربوية والاجتماعية والسياسية، ويمكنهم من أداء الواجبات ومعرفة الحقوق، كما يبطل الممارسات غير المشروعة والقيم الفاسدة، التي قد تضعف التماسك داخل المجتمع، وذلك لتحقيق الاستقرار والاطمئنان النفسي للأفراد. وهذا ما أكد عليه "مالك بن نبي" من أن بناء الحضارات ونشأة المجتمعات، إنما تتم على أساس فكرة دينية فيقول أن: "نشأة المجتمع تحدث حين تبرز فكرة دينية فيتمثلها الإنسان ويتحرك بها ولها، فيشكل التركيب العضوي التاريخي بين الإنسان والتراب والزمن، وهي فكرة تولد الطاقة الروحية، التي تربط بين عالم الأشخاص والأفكار والأشياء، وتشكل عالم رابع هو شبكة العلاقات الاجتماعية".⁴

¹ محمد سعد إبراهيم: الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ج 1، 2002، ص ص: 257 - 258.

² علي آل موسى: الدين والثقافة بين الثابت والمتحول، مجلة الرؤى، جامعة الملك فيصل، الإحساء، ع 56، 2009، ص: 69.

³ حسن حنفي: الدين والثقافة والسياسة في الوطن العربي، القاهرة، 1998، ص: 29.

⁴ مالك بن نبي (ترجمة: عبد الصبور شاهين): ميلاد المجتمع، دار الفكر، دمشق، ط3، 1986، ص: 28.

ولهذا كان للدين كركن أساسي من أركان البناء الاجتماعي دورا حيويا، بنائيا أو وظيفيا أو تطوريا أو تبادليا أو رمزيا، في تحقيق الأهداف التي يسير عليها النسق الاجتماعي، من خلال مؤسساته داخل المجتمع.

وتعتبر المؤسسة الدينية وحدة أو تركيبة أو بناء داخل النسيج الاجتماعي تلعب دورا حيويا وهاما، وهذا الدور قد تؤديه المؤسسة في إطار رسمي مهيكّل القواعد والقوانين، مما يجعل من الأفراد الذين ينتمون إليها على التزام بحدود المسؤوليات والوظائف، والمهام المخولة لهم وممارستها بشكل طبيعي، وفي إطار من النظام والانتظام، الذي يمكن المؤسسة الدينية من أداء رسالتها ذات الأبعاد المختلفة على الوجه الأفضل.¹ ونقصد بالمؤسسات الدينية المساجد والكنائس ومختلف دور العبادة، وما يرتبط بها من مؤسسات أو أشخاص، يوظفون الدين لتلقين أفكار سياسية عامة لأفراد المجتمع.

ويظهر دور المؤسسة الدينية، من خلال الطقوس والعبادات التي تؤدي داخلها، فمن خلال مشاركة الفرد في أداء هذه الطقوس والعبادات يتسنى له تحقيق هويته وانتمائه للجماعة، ما يكسبه الشعور بالسكينة والاستقرار ويعطيه إحساسا بالإيجابية وباجتماعية الجماعة.² كما تقوم المؤسسة الدينية بتدعيم القيم الإيجابية، التي ينبغي التمسك بها، حيث أن للدين أثرا واضحا على نسق القيم، بما له من قوة في توجيه أفعال الفرد نحو غايات ومصالح المجتمع، فمشاركة الاعتقاد والشعائر تتضمن أن علاقة الجماعة بالمقدس بطريقة ما يتعلق بالقيم الأخلاقية للجماعة. فهي وسيلة من وسائل الضبط الاجتماعي، إذ يقوم الدين بالتأثير على سلوك الأفراد والجماعات، وجعلهم يسلكون سلوكيات طبقا للقيم والنظم الاجتماعية السائدة في المجتمع.³ وهذا ما نلاحظه من خلال اعتماد الدولة، أو النظام السياسي على المؤسسة الدينية في توجيه الخطاب الديني الذي يخدم أهدافها.

ففي إطار المجتمعات الإسلامية تلعب المساجد والزوايا والمدارس القرآنية والجمعيات الدينية سواء ذات الطابع الاجتماعي أو التربوي، ومؤسسات التكوين الديني دورا مهما في الحفاظ على مقومات الشخصية والهوية الوطنية، واكتساب الخبرات التربوية المطلوبة للنهوض بالمجتمعات، وتعزيز روح المواطنة الحقيقية. حيث يعد المسجد أهم مؤسسات المجتمع الدينية والتعليمية والتربوية والاجتماعية، التي تهدف إلى تأهيل النشء للحياة الاجتماعية المنضبطة بقيم الإسلام ومبادئه، وإعداد الشخصية المتكاملة للفرد المسلم، سواء في عقيدته أو عبادته أو أخلاقه أو عمله، أو في جميع علاقاته، سواء العلاقات التي تربطه بربه أو بنفسه أو مع إخوانه المسلمين أو داخل المجتمع الذي يعيش فيه، من خلال المحاضرات وحلقات

¹ . عبد الهادي الجوهري: قاموس علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط5، 2006، ص: 128.

² . محمد أحمد بيومي: علم الاجتماع الديني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط7، 1999، ص: 308.

³ . رشوان حسين عبد الحميد: الدين والمجتمع، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2004، ص ص: 137، 146.

تحفيظ القرآن والدروس والندوات، التي يطرح فيها إمام المسجد مختلف الموضوعات التي تمس الفرد بشكل مباشر أو غير مباشر، منها ما يهدف إلى ترسيخ القيم الأخلاقية كالصدق والتعاون والتكافل الاجتماعي، ومنها ما يهدف إلى ترسيخ القيم السياسية.

كما تمارس المؤسسات الدينية الأخرى دورا في عملية التنشئة السياسية من خلال المنشورات التي توزعها، والندوات التي يقيمها رجال دين أو رجال محسوبين على الكنيسة، وتلعب المؤسسات الدينية اليهودية دورا أكثر أهمية في الشأن السياسي، حيث أن اليهودية كديانة تتداخل مع الصهيونية كأيدولوجية.

ويمكن القول أن دور الدين في عملية التنشئة السياسية لا يقتصر على المؤسسات الدينية المتخصصة، بل يمارس الدين دوره في هذا السياق منذ الطفولة داخل الأسرة، وفي المدرسة من خلال الحصص والدروس الدينية، وفي وسائل الإعلام من خلال البرامج الدينية الموجهة، وفي الاجتماعات الحزبية.

وقد ساهم المسجد في المجتمع الجزائري في التنشئة السياسية للمواطن منذ الاستقلال، كأداة لتبليغ الخطاب الرسمي والتعبئة الوطنية والثورية وإقناع المواطن بالتوجهات الإيديولوجية للسلطة السياسية، التي دفعت بالخطاب الديني لتأييد الثورة الزراعية والثقافية والدفاع عن الاشتراكية.¹ وذلك نظرا لمركزه الاجتماعي والروحي وتأثيره على الأفراد، حيث يتلقى الفرد داخل المسجد قيم العدل والشورى والحرية والمساواة وحب الوطن عن طريق دروس الوعظ والإرشاد وخطب الجمعة والنشاطات التي تقام فيه.

وعموما تستخدم المؤسسات الدينية كمكان للتربية السياسية للأفراد أين تتم تنشئتهم بالكيفية التي تتناسب مع احتياجات النظام السياسي، وتستخدم الدولة وسائل الإعلام لعرض تعليمات تلك المؤسسات.

6- منظمات المجتمع المدني:

يعد العمل الاجتماعي والتنموي التطوعي في عصرنا الحالي إحدى الركائز الأساسية لتحقيق التقدم الاجتماعي، والتنمية بمختلف جوانبها، ومعيارا لقياس مستوى الرقي الاجتماعي للمجتمعات والأفراد، خاصة في ظل زيادة تعقيدات الظروف الحياتية وازدياد احتياجات المجتمع، مما جعل وجود منظمات المجتمع المدني أو المنظمات الأهلية ضروري لمساندة الجهات الحكومية، وتكملة دورها لتلبية

¹. عبد النور ناجي: التنشئة السياسية في الجزائر من خلال تدريس التاريخ الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، إشراف: عمار بن سلطان، 1997/1996، ص: 71.

الاحتياجات الاجتماعية، حيث يتفق المهتمون بأمر التنمية على أن التعاون ما بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص والمؤسسات الأهلية غير الربحية مع بعضها البعض، هو شرط ضروري لإحداث التنمية الحقيقية.

ولذلك يلعب المجتمع المدني دورا مهما في المجتمعات الديمقراطية، من خلال استجابته لمتطلبات الأفراد والجماعات على السواء، لتكريس قيم المشاركة السياسية العامة، وإشراك المواطنين في اتخاذ القرارات المرتبطة بحياتهم ومصالحهم، وشؤونهم العامة، وحل المشكلات التي تتطلب توحيد الجهود وتضافرها، حيث تحولت مختلف المؤسسات الطوعية والهيئات المدنية والقوى المجتمعية إلى شريك حقيقي للمجتمع السياسي الرسمي، كي لا تتحول هذه الأخيرة إلى قوة وحيدة ومهيمنة على المجتمع، مما ينعكس سلبا على المصلحة العامة للأفراد، فيجعل منهم كتلة سلبية غير قادرة على التغيير والإصلاح. كما يلعب المجتمع المدني دورا حيويا وفاعلا في التنشئة السياسية والثقافية والاجتماعية للأفراد، من خلال تعزيز الانتماء الوطني وترسيخ مفهوم المواطنة في إطار نظام ديمقراطي، يدعم مزيدا من القدرة على الاختيار والمشاركة في السياسات ومحاسبة الحكومات لتحسين أدائها، مما يساعد على بناء الثقة والقيم المشتركة، التي يتم نقلها للمناخ السياسي لتحقيق ترابط المجتمع.

ويعتبر المجتمع المدني أداة هامة للتنمية وإحداث التغيير الاجتماعي في الاتجاه الإيجابي، لتجسيد الحريات العامة والحقوق الأساسية لمختلف شرائح المجتمع، من خلال تسهيل تقاطع الفعل السياسي والاجتماعي، عبر تعبئة الجماعات لضمان مشاركتها في الأنشطة ودمجها في الحياة السياسية والاجتماعية، في ظل سياسة مدنية لا عرقية أو دينية، تتميز بالمواطنة والديمقراطية والدولة القانونية.

فالمجتمع المدني هو إحدى مركبات المجتمع الديمقراطي الذي تقوم بينه وبين المجتمع السياسي أو الدولة علاقة تكاملية واعتراف متبادل بالأدوار، حيث تعترف الدولة بدور المنظمات المجتمعية المدنية في تقديم مساعدات وخدمات، وتلبية احتياجات للقطاعات المهمشة من المجتمع، ومن جهة أخرى تعترف منظمات المجتمع المدني بدور الدولة التوحيدي للمجتمع، وتحديدًا في الدور الوطني، وإعطائها الفرصة لبناء هيكلها الإدارية ودفع الخطط، بما يمكنها من القيام بدورها المطلوب.¹ وتضم منظمات المجتمع المدني مختلف التنظيمات والهيئات التطوعية، التي تنشأ بمقتضى الإرادة الحرة لأعضائها بقصد حماية مصالحهم والدفاع عنها، ومنها على سبيل المثال: الأحزاب السياسية والتنظيمات الثقافية والاتحادات المهنية وجماعات المصالح والجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية.² وتقع هذه المنظمات بين

¹ ناصر الشيخ علي: المرجع السابق، ص: 17.

² سعد الدين إبراهيم: المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، مركز دراسات التنمية والسياسة الدولية، القاهرة، 1991، ص: 15.

الحكومة والقطاع الخاص فتكون مستقلة نسبيا عن الدولة، ولا تهدف إلى الربح، لها هيكل تنظيمي وشخصية اعتبارية قانونية، ينظمها مجموعة من الأفراد للتأثير على السياسات العامة للدولة.¹

ويؤكد الباحثون والمهتمون بقضايا التنمية على أن التنمية الحقيقية هي التي تقوم بالاعتماد المتبادل بين الجهود الحكومية والأهلية معا، لمواجهة المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع، والمساهمة في تحقيق أهداف البرامج والخطط التنموية في إطار المصلحة العامة للأفراد.²

وتكمن قوة تنظيمات المجتمع المدني في التأثير على سلوك أعضائها، ومن ثم قدرتها الكامنة على غرس قيم وسلوكيات متوائمة ومتوافقة مع متطلبات التنمية الشاملة، في استخدام آليات الإقناع والترغيب، وفتح هامش أكبر من الحرية للأفراد للانضمام إليها، وامتداد عضويتها عبر كل التكوينات والولاءات الإرثية التقليدية الأسرية والعشائرية والطائفية والعرقية والجهوية، فهي أساسا تكوينات تطوعية تقوم على المصالح والمبادئ، حيث ينضم إليها الأفراد لإشباع حاجات اجتماعية ونفسية كالرغبة في الانتماء وتحقيق الذات، واكتساب المهارات التنظيمية والسياسية. وبحكم ما تنطوي عليه هذه التنظيمات الطوعية من حرية نسبية في تنظيم الاجتماعات والحوار، والمنافسة لاختيار القيادات، ومن ثم للترشيح والانخراط في الحملات الانتخابية، والتصويت، ومراقبة ومحاسبة هذه القيادات، فإن أعضاء هذه التنظيمات يمارسون ويتلقون الثقافة السياسية.³ وبذلك يتيح المجتمع المدني الفرصة لوجود جماعة أو طبقة وسيطة بين الفرد والدولة، تكون قادرة على إدارة الصراعات والتحكم في سلوك الأعضاء دون قسر أو ضغوط أو سيطرة، وبدلا من زيادة أعباء صانعي القرارات بمزيد من الطلبات وجعل النظام خارج السيطرة، يستطيع المجتمع المدني أن يجد من الصراعات، ويرسخ قيمة المواطنة لدى الفرد، من خلال مساهمته في خلق مواطنين أفضل يضعون في اعتبارهم مصالح الآخرين، ويتمتعون بثقة في أنفسهم فيما يقومون به، ويتميزون باستعدادهم للتضحية من أجل الصالح العام.⁴

ويلعب الإعلام دورا أساسيا في عملية تطوير المجتمع المدني، في إطار علاقة وطيدة وتبادلية بينهما، وذلك من خلال الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في إيجاد الفضاء والفرصة للمجتمع المدني،

¹. إيمان محمد حسن: المنظمات غير الحكومية والتحول الديمقراطي في التحليل السياسي المعاصر، مجلة النهضة، ع4، القاهرة، أكتوبر 2005، ص: 11.

². السيد مصطفى: مفهوم المجتمع المدني والتحويلات العالمية ودراسات العلوم السياسية، سلسلة بحوث سياسية 95، مركز البحوث والدراسات السياسية، القاهرة، أبريل 1995، ص: 45.

³. سعد الدين إبراهيم: المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، المرجع السابق، ص: 20.

⁴. Alexis de Tocqueville: de la démocratie en Amérique, tome 2, Alger ED, ENAG, 1991,

بمؤسساته المختلفة للتعبير عن مواقفه وآرائه ومصالحه، وفسح المجال للحوار وطرح الآراء ووجهات النظر المتنوعة، كما أن ما يتم عرضه عبر الإعلام، يمكن أن يشكل مادة خصبة وغنية لمؤسسات المجتمع المدني كافة. خاصة مع ظهور الانترنت، التي أتاحت فرصة مهمة لهذه المؤسسات للحصول على المعلومات وتناقلها مع مؤسسات شبيهة أو مماثلة، وتوزيعها أيضا بشكل سريع، وسهلت عملية المشاركة داخل الجماعة الواحدة نفسها، وبين الجماعات والمنظمات وبين أعضائها والأفراد الداعمين لها، وبذلك يتم تجاوز المعوقات المرتبطة بالرقابة أو التكلفة.¹

ولقد اكتسب المجتمع المدني أهمية متزايدة في العالم العربي في العقدين الأخيرين، ويتضح ذلك من العدد الكبير من الدراسات، التي تبين الدور المهم والحاسم للمجتمع المدني في عملية تحول الأنظمة التسلطية إلى أنظمة ديمقراطية، حيث أن المجتمع المدني هو المجال أو الفضاء الموجود بين الأطر التقليدية والدولة، والذي يشير إلى شبكة العلاقات والممارسات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، التي تقوم على الصداقة والعائلة والسوق والارتباط التطوعي، فالمجتمع المدني يسهم في إطار العمل السياسي والتمثيل المؤسسي في المجالات كافة.²

ولذلك تزايد إعداد المنظمات الأهلية في العالم وخاصة الدول النامية، وتنوعت نشاطاتها وتزايد حجم وعدد المستفيدين منها، كما تزايد حجم إنفاقها على الخدمات الاجتماعية، حيث أصبحت منظمات المجتمع المدني بكل تنوعها مقبولة لدى الرأي العام والحكومات ودوائر رجال الأعمال والمؤسسات الدولية المتاحة، نظرا لأهمية الوظائف التي تقوم بها وحيويتها، التي ترتبط ارتباطا أساسيا بمدى رسوخ أسس الديمقراطية وقواعدها، وتتمثل في:

- دعم جهود التنمية من حيث تقديم المعونة الاقتصادية للقطاعات الفقيرة، التي تضررت نتيجة سياسات الإنفاق الحكومي، وانسحاب الدولة التدريجي من بعض أوجه الحياة الاقتصادية والاجتماعية.
- دعم التطور الديمقراطي وتوسيع المشاركة العامة، ومراقبة عمل الحكومة عن طريق التثقيف السياسي وتوعية الرأي العام بقضايا المجتمع، من خلال تنظيم وعقد المؤتمرات وورش العمل والندوات في مواضيع مدنية واجتماعية وثقافية متنوعة، وممارسة حق الحوار والتعبير عن الممارسات المدنية في وسائل الإعلام.

¹. موسى شتيوي: مساهمة وسائل الإعلام في إحداث التغيير الاجتماعي وتطوير المجتمع المدني في العالم العربي، المؤتمر السنوي العاشر (الإعلام العربي في عصر المعلومات)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2006، ص ص: 133، 142 .

². نفس المرجع، ص: 142.

- نشر ثقافة المبادرة والتطوع والتواصل مع المنظمات الدولية.¹
 - المشاركة المنظمة من خلال قيامها كحلقة وصل بين المواطن والنظام السياسي، بمهمة تجميع ودمج المطالب الفردية والتعبير عنها، وتحويلها إلى اختيارات سياسية عامة في إطار برامج محددة.²
 - تدريب أعضائها على ممارسات من قبيل تشكيل القوائم الانتخابية، ووضع البرامج لها، والدعوة لهذه القوائم، وحشد المؤيدين لها، وممارسة حق الاقتراع وقبول النتائج مهما كانت، وتوفير الفرصة لهم لمناقشة سياسة المنظمة وخططها ونشاطاتها بحرية، واحترام الآراء المخالفة.
 - توفير فرصة للقاء أعضاء من مختلف التركيبة السكانية للمجتمع، حيث أن المنظمات الطوعية تجلب المستويات المختلفة من الناس، لأجل أغراض مشتركة عديدة، هذه التجربة من التعاون الاجتماعي غالباً ما تشجع على الثقة الاجتماعية بشكل كبير، وتبني مصالح مشتركة تردم الهوة أو الانقسامات الاجتماعية وتخفف من العداوات الاجتماعية.
 - المساهمة في التنشئة السياسية للأفراد، وذلك من خلال توفيرها لجو اجتماعي يوفر فرصة لتبادل الآراء والأفكار والمعلومات السياسية.³
- ومن خلال ما سبق نستخلص أن القيم تلعب دوراً مهماً في حياة الفرد والمجتمع، حيث تتشكل وفقها قناعات الفرد وتصرفاته وسلوكاته، فهي المعيار الذي يحكم من خلاله الفرد على تصرفاته وتصرفات الآخرين وسلوكاتهم في تعاملهم مع المحيطين بهم، وتساعدهم في التمييز بين ما هو صحيح وما هو خاطئ، وما هو مرغوب وما هو مرفوض، وما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي، وكذلك تشكل إطاراً عاماً للجماعة ونمطاً من أنماط الرقابة الداخلية في حركة الجماعة ومعايير تصرفات أعضائها.
- ويتميز الباحثون في الفكر الغربي باختلاف نظرتهم للقيم، لاختلاف منطلقاتهم واتجاهاتهم الفكرية، التي ارتكزت عليها آراؤهم وتصوراتهم للقيم، على خلاف ذلك في الفكر الإسلامي، الذي يتفق فيه الباحثون على مرجعية واحدة، يلتقي فيها البناء القيمي للمسلم مع البناء القيمي للمجتمع المسلم.
- وتقوم القيم السياسية بدور رئيسي في تشكيل شخصية الفرد وتشكيل إطار مرجعي تدور حوله، وتؤثر بشكل كبير في تغيير اتجاهات الأفراد والمجتمعات، وتعميق الولاء الوجداني والفكري والسياسي للجماعة السياسية والمساعدة على التكيف بما يكفل الحفاظ على تماسك أفراد المجتمع، وتحقيق التوازن والاستقرار فيه.

¹. إيمان محمد حسن: المرجع السابق، ص: 15.

². ناصر الشيخ علي: المرجع السابق، ص: 44.

³. رعد حافظ سالم: المرجع السابق، ص: 96 - 98.

ويتميز كل مجتمع بنسق قيمي يتصف بالتفاعل والديناميكية، ويستند على مبدأ وجود قيم أولى بالإتباع من أخرى، فالقيم تؤثر في سلوكيات الأفراد بدرجات مختلفة، لأنها ليست لها نفس الأهمية في كل المجتمعات على السواء، كما أن تغييرها أو تغيير نظامها من حقبة زمنية إلى أخرى يؤدي إلى تغيير الاتجاهات نحو موضوع معين أو موقف معين، وهنا تظهر أهمية القيم العليا كمبدأ ثابت مستقر تنبع منه وتشكل جميع القيم الأخرى.

ويعتبر سلم القيم السياسية في الفكر الغربي، الذي يجعل قيمتا المساواة والحرية في قمة الترتيب الهرمي في كل من الفلسفة الاشتراكية والليبرالية على الترتيب، مختلفا عنه في الفكر الإسلامي، الذي يجعل من قيمة العدالة القيمة العليا الأولى، التي تنبثق من خلالها وتشكل باقي القيم السياسية الأخرى، كما تختلف دلالات ومقاصد بعض المفاهيم والقيم السياسية المشتركة. إلا أن عملية تكوين القيم السياسية الإيجابية تعد ضرورية وهامة في كل المجتمعات لتحقيق التحول الفكري والاجتماعي، وترقية المواطنين ليصبحوا قادرين على المشاركة الفعالة في صنع القرار السياسي، ويعتمد المجتمع في غرس هذه القيم على مؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية المختلفة، التي تتشارك وظيفيا من أجل تدعيم النسق السياسي، وتسخيره لخدمة مصلحة المجتمع، وتدعيم أواصر الصلة بين الفعل السياسي لمؤسسات وأجهزة الدولة، والتعامل المتفاعل بإيجاب لدى عامة أفراد المجتمع، سيرا بهم نحو المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية للوطن، فالفرد يتعرض في جميع مراحل حياته لهذه المؤسسات، التي تساهم في تحقيق الوعي السياسي لديه، وتكوين القيم والمعتقدات والاتجاهات السياسية، التي تهيئه للممارسة السياسية داخل المجتمع، وهذه المؤسسات هي التي تؤثر في سلوكه السياسي بطريقة رسمية أو غير رسمية، كالأُسرة والمؤسسات التعليمية وجماعات الرفاق والأحزاب السياسية والمؤسسات الدينية ومنظمات المجتمع المدني، إضافة إلى وسائل الإعلام التي سوف نتطرق إلى دورها في تشكيل القيم السياسية في الفصل الآتي.

الفصل الخامس: وسائل الإعلام ودورها في

تشكيل القيم السياسية لدى النخبة المثقفة

أولا - وظائف وسائل الإعلام

ثانيا - وسائل الإعلام والتنشئة السياسية:

1. مجالات تأثير وسائل الإعلام

2. وسائل التأثير:

أ- الصحافة المكتوبة

ب- الإذاعة

ت- التلفزيون

ث- السينما

ج- المسرح

ح- الإنترنت

ثالثا - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمنظور للدراسة:

- 1- التصور العام للنظرية
 - 2- الفرضيات التي تقوم عليها النظرية
 - 3- علاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم الاجتماعية
 - 4- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
 - 5- النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
 - 6- نقد النظرية
- رابعا - الاعتماد المتبادل بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام

تعتبر عملية تكوين القيم السياسية من أهم العمليات في إعداد الناشئة سياسيا، وتعميق الشعور لديها بالهوية والانتماء والولاء الوجداني والفكري والسياسي للمجتمع والدولة، من أجل إشراكها في ديناميات التغيير والتنمية الشاملة، وتحقيق تكامل هذه الوظائف في جميع مراحل حياة الفرد يعتمد على مجموعة من الأدوات والمؤسسات، كالأُسرة والمدرسة وجماعات الرفاق والأحزاب السياسية والمؤسسات الدينية ومنظمات المجتمع المدني وغيرها. إلا أن وسائل الإعلام في العصر الحالي تتصدر هذه الأدوات من حيث الأهمية، في تشكيل القيم والاتجاهات السياسية، وتحقيق التحول الفكري والاجتماعي، من خلال تدعيم بعض الأفكار السياسية أو التركيز على أحداث وشخصيات ومواقف وقيم سياسية معينة، لجذب الاهتمام إليها كمرحلة أولى للمشاركة في العملية السياسية. لهذا أصبحت وسائل الإعلام ضرورة جماهيرية ملحة، وأداة هامة في تشكيل مفاهيم الأفراد وتصوراتهم في كافة مسالك الحياة، بمختلف أنواعها من تليفزيون وإذاعة وصحافة مكتوبة وإنترنت ومسرح وسينما.

وتقوم وسائل الإعلام بنقل الأفكار والآراء والمعلومات الاجتماعية والاقتصادية والعلمية والثقافية والسياسية إلى عدد كبير من الأفراد المتلقين، والمنتشرين في أماكن بعيدة ومتعددة، خاصة بعد ثورة الاتصالات، التي وسعت من نطاق استخدامها، وجعلتها تتمتع بقدرة كبيرة في الاستيلاء على عقول الناس والتأثير على آرائهم إزاء مختلف القضايا، حيث أتاحت وسائل الإعلام في ظل التطور التكنولوجي آلية سهلة وبسيطة للمشاركة في عمليات صنع القرار والمشاركة في صياغة السياسات، بما يدعم الممارسة الديمقراطية، من خلال فتح المجال واسعا أمام الأفراد والجماعات لمناقشة القضايا والضغط على الحكومة من أجل تغيير السياسات. وتتمتع كل وسيلة من وسائل الإعلام بخصائص تنبع منها أهميتها السياسية الفريدة، التي تتساند وظيفيا لتكمل الصورة العامة لتأثير وسائل الإعلام، وتوفر مناخا يستوعب كل أنماط الاتصال السياسي.

ومن هذا المنطلق ارتبطت وسائل الإعلام حاليا بالديمقراطية ارتباطا وثيقا، في ظل قدرتها على دفع الأفراد في كل بقاع العالم للمشاركة في حوار عام عبر التفاعل الجماعي، الذي جعل العالم متصلا ببعضه البعض، فأضحت هذه الاتصالية الكونية مجالا لطرح الأفكار الجديدة، وتبادل الآراء، ونشر الدعوات الإيديولوجية والاحتجاج بصور شتى على الممارسات السياسية التقليدية، كما مكن تنامي القدرات والإمكانيات التكنولوجية في مجال الاتصال في السنوات الأخيرة الإعلام من نقل الأحداث وتطوراتها في اللحظة نفسها، مما ضاعف من دور وسائل الإعلام على كافة المستويات، فأصبح هذا الدور هاما وخطيرا في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا والموضوعات المختلفة.

ونتيجة لزيادة أهمية المعلومات في العصر الحديث، كمصدر قوة تسعى إليه جميع النظم السياسية والاقتصادية، وغيرها للحفاظ على بقائها وقدرتها على التفاعل مع المجتمع ونظمه الأخرى، كما تسعى إليه الأفراد لتحقيق أهداف نفسية واجتماعية مختلفة، تعد وسائل الإعلام كأحد مصادر المعلومات الهامة والرئيسية في ظل الثورة المعلوماتية، التي يعتمد عليها الأفراد والنظم كمصدر للحصول على المعلومات، إلا أنهم يختلفون في طبيعة الاعتماد على وسائل الإعلام ودرجته على كل وسيلة، نظرا لاختلافهم في الأهداف والمصالح.

وتعتبر النخبة المثقفة من أكثر الفئات اعتمادا على وسائل الإعلام وقدرة على التواصل مع المصادر المتعددة للمعلومات، خاصة في ظل الثورة المعلوماتية الهامة في مجال الإعلام والاتصال، والتي أتاحت فرصة جيدة لأفراد النخبة المثقفة للاطلاع على المعلومات والأخبار والحقائق عن القضايا والأحداث المختلفة فور وقوعها، ووفرت لهم إمكانية التعبير والتواصل والتفاعل بسرعة وحرية أكبر.

ولا شك أن ثقة الجمهور بالنخبة المثقفة تتعزز كلما توافر لديهم معلومات عن الأحداث الجارية وتطوراتها وتداعياتها، الأمر الذي يجعل هذه الفئة الأكثر احتياجا للمعلومات، والأكثر اعتمادا على وسائل الإعلام، حتى تكون على دراية ومعرفة بمجريات الأحداث وأكثر قدرة على التنبؤ بالأحداث المستقبلية، وهذا لا يتحقق إلا إذا توفرت لهم فرص الاطلاع على مضامين الوسائل الإعلامية المتنوعة.

كما أن النخبة المثقفة باعتبارها جزءا من المجتمع تهتم بقضاياها، تحرص على متابعة وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات السياسية، التي تنمي لديها المعرفة بالأحداث والقضايا المختلفة، للمساهمة في تفسير المشكلات، وإيجاد الحلول الممكنة، وبذلك فهي تمارس حق المواطنة، من خلال المساهمة في صناعة القرار السياسي. ومن جهة أخرى تشكل النخبة المثقفة محورا أساسيا لمعظم أخبار وسائل الإعلام، لما تتميز به من مستوى تعليمي وثقافي رفيع، يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع، وبمنحها قوة تأثيرية في دوائر صنع القرار والرأي العام، ومن ثم تصبح هذه الفئة هدفا أساسيا لكل وسائل الإعلام خاصة تلك التي تهتم بنوعية الجمهور، لإثراء المضامين والمحتويات الإعلامية بما تقدمه من أفكار وتحليلات وتعليقات في مجالات مختلفة.

وستنطرق في هذا الفصل لوظائف وسائل الإعلام، ثم لوسائل الإعلام والتنشئة السياسية، وقوفا عند مجالات تأثير وسائل الإعلام المعرفية والوجدانية والسلوكية، ووسائل التأثير الإعلامية المتمثلة في التلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة والإنترنت والمسرح والسينما، ثم سنتناول مدخل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، كأحد المداخل التي تفسر طبيعة العلاقة القائمة بين الفرد ووسائل الإعلام، من

حيث أسباب وتأثيرات تلك العلاقة، وأخيرا سنتطرق إلى علاقة الاعتماد المتبادل بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام.

أولا - وظائف وسائل الإعلام:

لقد أصبحت وسائل الإعلام حاليا بمختلف أشكالها وأنواعها من الحاجات الأساسية والحيوية في حياة الأفراد والمجتمعات، وصار الاعتماد عليها ضرورة أمثلتها ظروف التقدم والتطور السريع، وذلك لأنها تؤدي وظائف متعددة ومتنوعة داخل المجتمع، تسعى من خلالها إلى إشباع حاجة الأفراد في المعرفة، والحصول على الأخبار حول الأحداث الراهنة، والتواصل مع الآخرين، والحاجة إلى الاسترخاء والمتعة والترفيه عن النفس، وغيرها من الحاجات النفسية والاجتماعية، وذلك من أجل ترسيخ الشعور بالانتماء والوطنية وضرورة الوحدة والتكافل الاجتماعي وتحقيق التنمية الشاملة. "فالاعتماد الكبير على مضامين وسائل الإعلام حسب "كاتز" يمكن الأفراد من الارتقاء إلى درجة من يسمون بقيادة الرأي، كما يؤكد "برلسون" أيضا أن أفراد الجمهور بدون وسائل الإعلام معزولين تماما عن عالمهم الآني"¹.

وتبرز أهمية وسائل الاتصال الجماهيري في الوصول إلى الناس، والتأثير فيهم وتوجيه سلوكهم بشكل محدد، عن طريق الاستهواء أو الإقناع، وبآليات محددة والمساهمة في التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية، وخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم، وتلقين العلوم والآداب والفنون، والتوعية الشاملة بأهداف المجموع، وتنمية الاتفاق بين أفرادهم وجماعاته، والمحافظة على القيم والتقاليد السائدة فيه². يقول "دانيال كوني": "لم تعد الوظيفة الوحيدة لوسائل الإعلام تقديم المعلومات، لكنها تقوم أيضا بالترفيه وجذب الجمهور إلى مواضيع معينة، وتوجيه أحكامه وتحضير استعداداته، وتكوين المعتقدات، والكشف عن الممارسات ونقد القرارات"³. كما أن كل ما نراه أو نسمعه أو نقرأه لا يخلو من غرض، وهذا ما يعبر عنه المهتمون بالاتصال الجماهيري "شحنة القيم" (Loaded Value)، أي أن الرسائل الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة، أو برنامج علمي، هدفها إزالة قيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم، والتصدي لآخر قادم، وهذا هو مفهوم التنشئة في أبسط معانيه⁴. ويمكن حصر هذه الوظائف في:

¹ Francis Balle: Medias et Sociétés, Montchrestien ,Paris , 7eme. ED, 1994, p :660.

² عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2005، ص: 39.

³ Daniel cornu : Journalisme et Vérité (pour une éthique de l'information), Labor et Fibre, Genève, 1994, p :251.

⁴ Jean Luc Michel: Pour une Socialisation des Moyens de communications électroniques (Le rôle des petits groupes volontaires et d'associations dans la distanciation critique et médiatique), université de paris 7, avril 1988, p : 10.

تعتبر الوظيفة الإخبارية من أهم وأقدم الوظائف، التي تؤديها وسائل الإعلام في كل الأنظمة الإعلامية على اختلاف فلسفتها، وقد أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى، شديد الاهتمام بما يجري حوله، لكون الخبر عاملا هاما من العوامل المؤثرة في كافة مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، إضافة إلى آثاره النفسية والاجتماعية على الفرد والجماعة.¹

وتقدم وسائل الإعلام من خلال هذه الوظيفة إطارا مرجعيا ومعلوماتيا للأحداث، للمساهمة في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور، ومساعدته على إيجاد ارتباط بين الأحداث الحالية والسابقة، وإحاطته علما بالأنشطة السياسية القائمة في المجتمع، وبكل ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع، وهنا تكمن أهمية المادة الإخبارية في وسائل الإعلام، حيث أن التعرض لها أصبح إحدى العادات الاتصالية، التي يمارسها الجمهور بهدف فهم البيئة المحيطة به، والتفاعل مع الأحداث، أو التغلب على القلق والتوتر أو التهديد الناجم عن ضغوط وتواترات الحياة، والبحث عن الأمان وتقليل الشعور بالخطر. "لذلك أصبح البحث عن الأخبار، والتقاطع والسبق إليها، ونشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصرة".²

ومن هنا تبرز ضرورة التحكم في توظيف وسائل الإعلام وفق إستراتيجية واضحة ومحددة، في إطار إعلام بناء خاضع لقواعد اجتماعية محددة، هدفه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير وأبصارهم وميولهم.³ فوظيفة نقل الأخبار وسيلة من وسائل تنمية المجتمع، لأنها تؤدي إلى تدعيم علاقة الفرد بالأحداث المختلفة وتدعيم هويته وارتباطه بالمجتمع، وتكريس مفهوم المواطنة لديه، مما يساهم في تشكيل إدراك وتصورات الرأي العام بشأن النظام السياسي ورموزه، وذلك من خلال:⁴

- فهم ما يحيط به من أحداث، والحصول على معلومات جديدة تساعده على اتخاذ القرارات.
- تعلم مهارات جديدة تزيد من خبراته.
- مساندة ومساعدة النظام الاجتماعي القائم، وذلك بتحقيق الاتفاق بين أفراد المجتمع عن طريق الإقناع.

¹. عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص: 76.

². محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988، ص: 335.

³. صلاح الدين جوهر: علم الاتصال ونظرياته ومجالاته، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1976، ص: 9.

⁴. محمود حسن إسماعيل: التنشئة السياسية (دراسة في دور أخبار التلفزيون)، المرجع السابق، ص: 66.

- نقل التراث الثقافي والاجتماعي من جيل إلى جيل، للمساهمة في تنشئة الأجيال الجديدة.
- الإعلام عن الأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية، التي تحويها البيئة السياسية، للتأثير على وضع الأجندة السياسية من جهة، وعلى المعرفة السياسية لدى الجمهور من جهة أخرى.

وتجدر الإشارة إلى أن البحوث والدراسات الإعلامية توصي بضرورة زيادة الاهتمام باللون الوطني (المحلي) في المواد الإخبارية في الإعلام الوطني، عن طريق متابعة الأحداث والوقائع، التي تحدث داخل الوطن، وإشاعة الاهتمام بالقضايا الوطنية المختلفة على كافة المستويات وفي شتى المجالات، لأن أي إنسان يهتم بنفسه أولاً ثم بالوسط المحيط به بعد ذلك. حيث يؤكد علماء الإعلام على أن نسبة الأخبار الوطنية أو المحلية يجب أن تتراوح نسبتها في وسائل الإعلام الوطنية بين 60 - 90%.¹ ذلك أن التركيز على الأخبار الوطنية في وسائل الإعلام الوطنية يساعد في عملية التنمية، ويعزز الثقافة المحلية للمجتمع ويحميها من التيارات الغربية والمعادية.

2- وظيفة الشرح والتفسير:

لا يقتصر دور وسائل الإعلام على مجرد السرد الإخباري لوقائع الأحداث المختلفة، وإنما هناك من هذه الأحداث ما يستحق الشرح والتفسير والتحليل، وخاصة تلك الوقائع المهمة، التي يصعب على الجمهور تكوين رأي بشأنها، مع توفير القدر المناسب من الحقائق والمعلومات، وربطها بعضها ببعض وتفسيرها وشرح مغزاها، وتوضيح خلفياتها، لأهمية ذلك في تحقيق الاحتياجات المعرفية اليومية لكل من الفرد والمؤسسة والمجتمع. فعملية تكوين الرأي العام ترتبط أساساً بما تقدمه أجهزة الإعلام من معلومات وأخبار، لذا أصبح من الضروري تفسير وشرح هذه المعلومات، فالفرد في المجتمع الحديث لا يملك من الوقت أو الجهد أو المال، ما يمكنه من الوصول إلى مدلولات دقيقة لجميع المعارف، وتكوين صور حقيقية للعالم الذي حوله.²

مما يشير إلى أن وسائل الإعلام لها قدرة كبيرة في التأثير على صنع القرار السياسي، من خلال تفسير العرض الإخباري، ومناقشته بالاعتماد على مختلف الآراء ووجهات النظر، التي تمكن كل من النخب والجمهور من اتخاذ القرارات والاختيارات السياسية المناسبة.³

3- وظيفة التوجيه والإرشاد:

¹. محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1994، ص: 116.

². عبد الله بوجلال: الدور الوظيفي لوسائل الاتصال، عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1992، ص: 10.

³. إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: المرجع السابق، ص: 179.

ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الاتجاهات، وفي نفس الوقت أيضا تتطلب عملية تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الأفراد، التنسيق بين المسؤولين في وسائل الإعلام والحكومة والمجتمع بمؤسساته المختلفة، وخاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغيير واسع النطاق، الأمر الذي يترتب عليه ظهور قيم واتجاهات جديدة فيه، وتستطيع وسائل الإعلام أن تؤدي دورا هاما في إكساب الفرد اتجاهات جديدة، أو تعديل وتغيير اتجاهاته القديمة، بما يتلاءم مع طبيعة المجتمع، والتي تسمى بالاتجاهات المرغوبة، ويتوقف ذلك على حسن اختيار المادة الإعلامية.¹

وتقوم وسائل الإعلام من خلال برامجها ومحتوياتها بالبحث عن المشكلات، التي يعاني منها المجتمع بعاداته المختلفة، بهدف توعيته، من خلال تخطيط الحملات الإعلامية، وتصميم البرامج الإعلامية المستمرة، التي تساهم في القضاء على هذه المشكلات، كالتوعية الصحية لزيادة إدراك الفرد بأهمية الطب الوقائي أو التوعية الاستهلاكية، التي تعنى بترشيد الأنماط الاستهلاكية السائدة.²

4- وظيفة نقل التراث (التعليم، التربية، التثقيف):

إن عملية التعليم هي إحدى وسائل التنشئة الاجتماعية للفرد، وتسعى وسائل الإعلام في العديد من المجتمعات إلى عرض حصص تعليمية لأطفال المدارس وطلاب الثانويات والجامعات، حتى يتمكنوا من فهم المقرر التعليمي للطور الذي ينتمون إليه، وقد وجدت هذه الحصص تجاوبا كبيرا من قبل الجمهور المتابع لها، نظرا للنتائج التي حققتها وسائل الإعلام التعليمية.³ إضافة إلى ذلك، تقوم وسائل الإعلام بنشر المعرفة وتكوين الشخصية وتنمية الأذواق وتهذيبها، وتنمية الطاقات البشرية وتوسيع الآفاق في المجتمع، ونشر الوعي الصحي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي، وغير ذلك من أنواع التثقيف الأخرى، كما تنمي الرسائل الإعلامية الهادفة والمخطط لها الوعي لدى المشاهدين ببعض القيم الاجتماعية الإيجابية كحب الخير والتعاون والاحترام وقول الصدق، وغير ذلك من القيم الاجتماعية الإيجابية، كما تنهى عن بعض القيم الاجتماعية السلبية مع بيان عواقبها كالرشوة والفساد والسرقة والخيانة.⁴

¹. طه عبد العاطي نجم: الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الموضوع والقضايا)، در المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص: 119.

². سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1996، ص: 237.

³. إبراهيم عباسي: التلفزيون الجزائري والمجتمع (دراسة سوسولوجية للبرامج الوطنية والمشاهد الجزائري)، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، إشراف: عبد الغني مغربي، 1992 - 1993، ص: 33.

⁴. زكريا عبد العزيز محمد: المرجع السابق، ص: 121.

وفي هذا الصدد يؤكد "أوديجار" (Hodgar) أنه من المستحيل فهم الرأي العام في أمة من الأمم، ما لم ندخل في اعتبارنا تلك القوى المادية والأدبية، التي تشكل شخصية هذه الأمة، ولكي نتعرف على اتجاهاتها وآرائها، يجب أن نهتم بدراسة المنظومة الاجتماعية التي تعطي للفرد معتقداته وتشكل اتجاهاته، فالإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة، الدين، التقاليد، نظام الدولة، الأصدقاء، والجماعات ذات النفوذ كالأحزاب والهيئات ووسائل الإعلام.¹ ويشير "ماكويل" (McQuail) إلى مساهمة وسائل الإعلام في دعم الشخصية للفرد، من خلال دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك المقبولة، والتوحد مع قيم الجماعة والمجتمع، وإكساب الفرد رؤيته لذاته من خلال المقارنة والمطابقة مع الصور الأخرى، التي يتعرض لها في وسائل الإعلام، وكذا التماسك والتفاعل الاجتماعي، من خلال التعرف على ظروف الآخرين والتوحد مع الغير وتحقيق الانتماء للجماعة والمجتمع وإدارة الحوار والتفاعل الاجتماعي.²

5 - الوظيفة الترفيحية:

يحتاج الإنسان إلى قدر كبير من التسلية والترويح، من أجل أن يكون الاعتدال أو التوازن النفسي في حياته، ولهذا نجده يسعى إلى تحقيق هذه العملية بشتى الوسائل المتوفرة في مجتمعه، ووسائل الإعلام دور في هذا المجال وبقسط كبير، حيث يعمل على تعويض ما لم يستطع الفرد تحقيقه، وبهذه الكيفية تصبح وسائل الإعلام مجالاً خصباً لتأثير الفرد بمحيط التسلية، ويمكن أن يعتبر الترويح والتسلية من أهم تأثيرات وسائل الإعلام في الجمهور، فهو يقوم بالترويح عن ربة البيت، وعن الزوج بعد عناء العمل ومشاكله، كما تروح وسائل الإعلام عن الأطفال خاصة التليفزيون وتجعلهم يركنون إلى السكون. وعادة ما تكون المحتويات والمفردات الإعلامية ترفيحية يستفيد منها الجمهور، لإيجاد جو يستطيع من خلاله التعبير عن اهتماماته سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو سياسية.³ وتعتبر هذه الوظيفة من أخطر وظائف الإعلام، لأنها قد تحتوي ضمناً على قيم خفية اجتماعية أو ثقافية أو سياسية، هدفها يتعدى مجرد التسلية والإمتاع إلى تكوين الآراء والاتجاهات وتوجيه سلوكيات الجمهور.

6- الوظيفة التنموية:

تستطيع وسائل الإعلام أن تؤدي دوراً هاماً في تحقيق التنمية الشاملة، فالتنمية ظاهرة متعددة الجوانب، ويمكن تقسيمها إلى جوانب فرعية، ولكنها في الواقع ترتبط ببعضها البعض، فهناك التنمية

¹. عبد الله بوجلال: الدور الوظيفي لوسائل الاتصال، المرجع السابق، ص: 13.

². Denis. McQuail: Mass Communication Theory, Sage Publication, London, 1987, p: 365.

³. إبراهيم عباسي: المرجع السابق، ص: 34.

الثقافية والاقتصادية والإدارية والسياسية، حيث تسهم وسائل الإعلام في المجال الاجتماعي في عملية التنمية، من خلال ترشيد الاتجاهات وتعديلها نحو الإنتاج، والاهتمام بالقيم الإيجابية ومعالجة القيم السلبية، وغرس القيم التكنولوجية الحديثة، والقضاء على المشاكل الاجتماعية، التي تعوق التنمية مثل مشكلة محو الأمية، والتي تعوق التنمية اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا. كما تسهم وسائل الإعلام في المجال الاقتصادي بغرس قيم العمل المنتج لدى أفراد المجتمع، كما تستطيع نشر القيم الاقتصادية الجديدة، والتي تعتمد على استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج، ووسائل الإعلام أهمية متعددة الجوانب في المجالات السياسية، حيث يستخدم في الانتخابات والدعاية السياسية ونشر الوعي السياسي عن طريق الأخبار السياسية، وتقوم الوسائل الإعلامية أيضا بشرح وتفسير الاتجاهات السياسية المختلفة، حتى يتعرف عليها المجتمع، وتستخدمها الحكومة في نشر سياستها داخل المجتمع، كما تستخدم أيضا في الحرب النفسية والإعلام السياسي، وتوضح العلاقات الدولية بين الدول.¹

وبذلك تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في التنمية الشاملة وخلق الثقافة السياسية وتشكيلها، من خلال وظيفة التنشئة السياسية، التي تتضمن بناء الهوية الاجتماعية لكل فرد، متطلبة اكتساب عدد هام لمجموعة من الرموز الشكلية، لمعايير القيادة، ضمن تلك التي تصور الاتجاهات والسلوكيات السياسية من خلال عملية التلقين لقيم واتجاهات سياسية، ولقيم واتجاهات اجتماعية ذات دلالة سياسية.²

كما تتضمن بعدا لعملية أكثر اتساعا تشمل مفهوم السلطة، والحكم، وعلاقة الحاكم بالمحكومين وشروط ذلك، والحقوق والواجبات بين الفرد والدولة، وعلاقة الفرد بمؤسسات وأفراد المجتمع وقدرته على فهم ذلك كله.³

وعموما فإن القيم والاتجاهات التي يكتسبها الفرد من خلال وسائل الإعلام، ليست وحدها التي تحدد السلوك السياسي، وإنما تعمل هذه القيم والاتجاهات المكتسبة مع ما يكون قد تراكم لدى الفرد من معارف وقيم، على امتداد مراحل حياته، والتي اكتسبها من مختلف مؤسسات التنشئة السياسية الأخرى.

ثانيا- وسائل الإعلام والتنشئة السياسية:

¹. طه عبد العاطي نجم: المرجع السابق، ص ص: 123 - 125.

². Annick percheron : La Socialisation politique, Armand Colin Editeur, paris, 1993, P :8

³. عبد الباري محمود داود: التنشئة السياسية للطفل، توزيع البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، 2005،

أصبحت عملية التنشئة السياسية للمواطنين وتنمية الوعي السياسي لديهم من الأمور الهامة، التي توليها الدول الديمقراطية اهتماما بالغا، لكسب ولاء الرأي العام لسياساتها وإيديولوجيتها، ويبدأ ذلك بالثقيف السياسي للفرد منذ الصغر حتى مرحلة النضج وممارسة العمل السياسي، ويتوقف ذلك على ما تتضمنه عملية التنشئة السياسية من قيم سياسية يتقبلها المواطن.¹

وتلعب وسائل الإعلام دورا هاما في عملية التنشئة السياسية، فهي تستطيع تشكيل التوجهات السياسية، من خلال توفير معلومات جديدة، وخلق صور جديدة عن القادة السياسيين، وتكوين القيم الاجتماعية والسياسية لدى الأفراد والجماعات، والمساهمة في إنتاج البنى الاجتماعية والثقافية للتكوين المجتمعي وأفراده، من خلال الدور المعرفي المناط بها.

كما تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في إيجاد نوع من الترابط بين أجزاء البناء الاجتماعي ووحداته في المجتمع، سواء كانت تلك الأجزاء جماعات أو نظما ومؤسسات اجتماعية أو ثقافات فرعية، كما أنها في نفس الوقت يمكنها أن تسهم في الكشف عن الصراعات الطبقية في المجتمع أو إخفائها والمساهمة في تنمية الوعي الجماهيري للمواطنين، لعلاج وتقويم هذه الصراعات الطبقية والاجتماعية والسياسية، خاصة في ظل التطور العلمي والتكنولوجي، فهي بذلك تؤدي إلى توسيع قاعدة الاتفاق العام وتخفيف حدة الصراع، وبناء مجتمع سياسي يتميز بالتجانس، من خلال المشاركة في شخصية وطنية أو قومية متميزة عن غيرها.²

فالفرد منذ مرحلة الطفولة يتعرض لمختلف الخبرات عن قصد أو غير قصد، فيتعلم ويكتسب مجموعة من القيم كموجهات لسلوكه يوظفها في حياته اليومية، للتمييز بين ما ينبغي فعله وما لا ينبغي فعله. وذلك من خلال عمليات التنشئة السياسية والاجتماعية في الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام وغيرها من المؤسسات، التي تقوم بإعداد الفرد لمتطلبات المواطنة الصالحة، وتشكيل سلوكه وفق معايير المجتمع الذي ينتمي إليه.³

¹. إبراهيم أحمد النجار : نحو دور فاعل للشباب في الحياة السياسية، مجلة الديمقراطية، فصلية متخصصة تعني بالقضايا المعاصرة للديمقراطية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، السنة الثانية، ع6، القاهرة، أبريل /ربيع 2002، ص: 135.

². رعد حافظ سالم: التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي (دراسة اجتماعية سياسية تحليلية)، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص: 41.

³. صالح محمد علي أبو جادو: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1، 1998، ص: 230.

كما يكمن دور الوسائل الإعلامية في التنشئة السياسية للجمهور في خلق ثقافة جماهيرية بدل الثقافات الفرعية وخلق الولاء الوطني والتأثير على السلوك السياسي للناخبين، إلا أن تأثيرها يتوقف في جانب منه على المحيط الاجتماعي، الذي يحدد أيا من الوسائل الإعلامية يتعرض لها الفرد، وطريقة استجابته وتفسيره للرسائل الإعلامية المختلفة، حيث تكشف بعض الدراسات الميدانية أن الإذاعة تحتل المرتبة الأولى لدى سكان الريف، في حين تحتل الصحف المرتبة الأولى في المدينة، إلى جانب ذلك يرتبط دور وسائل الإعلام بسياساتها الإعلامية وفلسفة النظام السياسي، التي قد تكون مشجعة أو غير مشجعة لقيم المشاركة السياسية والحرية.¹

وقد أوضحت الدراسات الدور الهام لوسائل الإعلام في التحرر السياسي والمشاركة السياسية، من خلال الحوار السياسي الديمقراطي، للتغلب على الأزمات الداخلية وتقويمها لتحقيق المصلحة الوطنية للدولة، كما تعتبر وسيلة من وسائل السيادة الخارجية، خاصة في نشر سياستها الخارجية، وإعلان مواقفها إزاء القضايا المحلية والعالمية المختلفة.² وترجع أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة السياسية المعاصرة إلى:³

- الحجم الكبير للمتلقين.
 - ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.
 - سعي وسائل الإعلام الدائب لجذب المتلقين وزيادة عددهم، من خلال خلق أشكال متنوعة من الفنون الإعلامية، التي قد يبدو بعضها بدون مدلول سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات سياسية.
 - الكم الهائل من الرسائل الإعلامية، التي تبثه وسائل الإعلام يوميا يجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف، إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له وسائل الإعلام.
- لذلك يعد الإعلام قوة حضارية كبيرة، وظاهرة فنية وثقافية وسياسية أساسية في إحداث التغيير والبناء الحضاري، حيث يتفق علماء الاجتماع والاتصال على أن أي تغيير سياسي أو اجتماعي في المجتمع، يتم من خلال استخدام هذه الوسائل المهمة لمخاطبة الناس، وشرح ونقل تلك التغييرات

¹. رعد حافظ سالم: المرجع السابق، ص: 95.

². الدسوقي عبده إبراهيم: وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004، ص: 79.

³. محمد سعيد أبو عامود: الوظائف السياسية لوسائل الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، ع 50، يناير-مارس 1988، ص: 15.

الجديدة، التي تحدث في وظائف المجتمع وبنائه، عن طريق عمليات تكوين الآراء وتغيير المفاهيم وأنماط السلوك وتدعيم القيم المرغوب فيها.¹

وترجع أهمية وسائل الإعلام في التنشئة السياسية، لكونها تؤثر في عالم كل من الكبار والصغار، وتصاحب الفرد من بداية سن الثالثة من عمره تقريبا وحتى نهاية العمر، وذلك بعكس أدوات التنشئة الأخرى، التي يتعاطم دورها في مرحلة بعينها من مراحل نمو الفرد، فالأسرة يظهر دورها جليا في مرحلة الطفولة، والمدرسة تتسلم الطفل من بداية عامه السادس، والحزب يجذب الفرد في بداية مرحلة الشباب.

كما تأتي أهمية وسائل الإعلام في التنشئة السياسية أيضا، من خلال قدرتها على إعطاء السياسيين جمهورا بحجم وبتشكيلة لا يمكن إعطاؤها بأي طريقة أخرى، وعلاقة الثقة والمصادقية التي تربطها بالجمهور²، ... فمستهلكي وسائل الإعلام، أطفال، مراهقين، أشخاص ناضجين، أشخاص مسنين، هم دون انقطاع، يجعلون محيطهم من شوارع ومنازل مجتاحة من الصحافة والإذاعة والسينما، أو الإعلانات والتلفزيون، والتي تعطيهم المعلومات وتكونهم ... كلهم بهذه الوسائط يتعرضون للتنشئة الاجتماعية.³ وفي هذا الصدد أشارت معظم الدراسات إلى أن وسائل الإعلام تمثل المصدر الأساسي للمعلومات السياسية، بل وتقدم للفرد المهارات، التي تمكنه من التعامل مع هذه المعلومات وتقييمها. فلم يعد دور هذه الوسائل يتوقف على طرح القضايا التي يفكر حولها الأفراد "ماذا تفكر بشأن؟"، وإنما تقدم لهم الطرق والأساليب، التي تعلمهم كيفية التفكير حول هذه القضايا "كيف تفكر في شأن".⁴

1- مجالات تأثير وسائل الإعلام:

ويقسم أساتذة الاتصال السياسي أنواع تأثير وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية إلى ثلاثة أنواع:

أ- التأثير المعرفي (Cognitive effect):

هو كل اكتساب ذهني لمعرفة أو معلومة بسبب التعرض للرسائل الإعلامية والاتصالية، ويتعلق ذلك بكل ما يملكه المواطن من معارف ومعلومات عن المحيط السياسي، وعن العمليات والبنية السياسية

¹. منى كشيك: القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، السودان، 2003، ص: 100.

². السعيد بومعيزة: تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية، مجلة فصلية متخصصة في الدراسات السياسية والإعلامية، مطبعة دار هومة، الجزائر، ع1، شتاء 2001/2002، ص: 53.

³. G.Piaton: Education et Socialisation (éléments de la psycho-sociologie de l'éducation), Edouard Privat, Toulouse, 1977, p : 148.

⁴. راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد: التسويق السياسي والإعلام (الإصلاح السياسي في مصر)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 2005، ص: 72.

في مجتمعه، كـمعرفة الفرد بأسماء القادة السياسيين، وطبيعة الوظائف التي يشغلونها في الدولة، ومعرفته بالمؤسسات السياسية وطبيعة عملها، وكيفية تكوين الآراء بشأن القضايا وما يتصل بها.¹

وتتوقف عملية تكوين القيم السياسية على مسايرة التغيرات في الثقافة السياسية وإعطاء الفرد كما من المعلومات التي تساعده على فهم تلك التغيرات واستيعابها. حيث تؤكد الدراسات التي أجريت في مجال معرفة العلاقة بين وسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي لدى الناشئة بقضايا البيئة السياسية، أن هذه الوسائل تمثل مصدرا مهما من مصادر التنشئة السياسية، وأن وسائل الإعلام تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للفرد، وتنمي ثقافته السياسية المتعلقة بالقضايا والمؤسسات السياسية في مجتمعه، وعن رجال السياسة أنفسهم. ومن هذه الدراسات، الدراسة التي أجراها "كونواي" (Conway) و"ستفنز" (Stevens) و"سميث" (Smith) حول استخدام وسائل الإعلام وعلاقتها بتنمية الوعي المعرفي السياسي لدى الناشئة... والخلاصة أن هذه الدراسات تقرر حقيقة مهمة، وهي أنه وفي هذا الوقت الذي يشهد ثورة هائلة وتقدما كبيرا في وسائل الإعلام والاتصال، لا ينبغي للقائمين على وسائل الإعلام أن يتجاهلوا الدور الكبير، الذي تلعبه هذه الوسائل في تزويد المواطنين، وغيرهم بالمعلومات المتعلقة بقضايا بيئتهم السياسية الداخلية والخارجية، وأن لا تتقاعس هذه الوسائل عن تقديم المعلومات الصحيحة لجمهورها، وبخاصة الناشئة منهم، لأن المواقف التي تتبناها هذه الشريحة من جمهور الوسيلة الإعلامية، ومن ثم تحديد المشاركة الفاعلة من عدمها، يعتمد أساسا على كم وكيف المعلومات المقدمة لهم، ولذلك تقدم الباحثة الأمريكية "جربر" (Graber) مثلا، توضح فيه كيف تؤثر المعلومات السياسية، التي تقدمها وسائل الإعلام على السلوك السياسي، والتفاعل بين المواطنين والحكومة، وتقول: إنه وفي المجتمعات، التي تعتمد فيها الحكومات على المشاركة الشعبية، وبخاصة في مواسم الانتخابات، أو في الحالات التي يكون فيها الشعب رقبيا على نشاطات الحكومة، فإن على وسائل الإعلام أن تقدم معلومات كافية وصحيحة لأفراد المجتمع، حتى يكون تفاعلهم مع الحكومة ومع نشاطاتها على مستوى يؤهلهم للقيام بهذا الدور. وإذا ما فشلت وسائل الإعلام في أداء هذه المهمة، فإن ذلك يعني سوء فهم للبيئة السياسية، يؤدي إلى خلط في المفاهيم أو عدم إمكانية المشاركة بالكلية.²

ب- التأثير العاطفي (effective effect):

تقود مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية إلى مرحلة أخرى من مراحل التأثير وهي الاهتمام بهذه القضايا ومتابعتها، وهذا التغير من مرحلة إلى أخرى يؤثر ويتأثر بأنماط التعرض لوسائل الإعلام، والدراسات التي خلصت إلى مثل هذه النتيجة كان معظمها يركز على الفرضية العلمية التالية:

¹. إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: المرجع السابق، ص: 139.

². محمد بن سعود البشير: المرجع السابق، ص ص: 137-138.

الأشخاص الذين لديهم معلومات كافية عن البيئة السياسية سيكونون أكثر ميلا من غيرهم إلى البحث عن معلومات أكثر في وسائل الإعلام، لأنهم أكثر قدرة من الآخرين في فرز ماله علاقة باهتماماتهم الشخصية. ومن هذه الدراسات دراسة "اتكين" (Atkin)، و"جالواي" (Galway) و"نيمان" (Nyman)، التي ركزت على الفرضية التي تقول: أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من المعرفة السياسية التي تعرضها الوسائل الإعلامية، وأن هذه المعرفة وذلك الاهتمام يزيد أيضا من حجم التعرض لوسائل الإعلام بطريقة عكسية.¹

كما تؤثر مجموعة القيم والأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية معينة، يتفاعل فيها الفرد مع المواقف والخبرات المختلفة على الأحكام، التي يصدرها الفرد حول مواضيع سياسية معينة، توضح الميول لسلوك سياسي ما.² أي أن أنماط القيم والمعتقدات الثقافية للفرد تلعب دورا أساسيا في بناء الثقافة السياسية والاتجاهات السياسية، التي لها بالغ الأثر على السلوكيات السياسية. فقد اتضح من خلال بعض الدراسات أن الإفراط في التأكيد على القيم الفردية فقط أو على القيم الجماعية فقط إنما يؤدي إلى سلوك لا يشجع على الانخراط في النشاطات الجماعية، وإلى عدم الاهتمام بقيمة تبني آراء الآخرين ووجهات نظرهم، التي تعتبر إحدى متطلبات السلوك السياسي الديمقراطي، كما كشفت دراسات أخرى أن الثقة في الناس كقيمة تتعلق بمجموع المدركات والمشاعر والأحكام، التي يحملها الأفراد هي التي تحدد الرغبة في التعاون مع الآخرين، والقدرة على تشكيل الجماعات السياسية.³

وتعتبر وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من معلومات ومفاهيم وقيم واتجاهات وتصورات تتعلق بالبيئة السياسية، أداة هامة لغرس وتنمية القيم المرغوبة اجتماعيا وسياسيا في نفوس الأفراد، لأنها عنصر رئيسي في تشكيل ثقافة أي مجتمع، وإطار مرجعي يؤثر على قيام الفرد بأدواره المتوقعة، للمشاركة الإيجابية في المواقف المرتبطة بالحياة السياسية.

ت- التأثير السلوكي (Behavioral effect):

تعد أهم مراحل تأثير وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية، إذ هي الترجمة الحقيقية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية، وما أفرزته هذه المعارف وتلك المعلومات من مواقف واتجاهات، تساعد على المشاركة الفاعلة في العملية السياسية. ويؤكد هذا ما ذهب إليه كل من "تشافي" (Chaffee)، و"جاكسون بيك" (Jackson- beeck)، و"دورال" (Durall) من أن

¹ . نفس المرجع، ص: 139.

² . رعد حافظ سالم: المرجع السابق، ص: 120.

³ . نفس المرجع ، ص ص: 123، 126.

وسائل الإعلام - وبخاصة في هذا الوقت الذي يشهد ثورة اتصالية كبيرة، وبخاصة في مجال التلفزيون الذي أصبح أداة من أدوات اكتساب المعلومات والمعارف للمواطن العصري- تسهم إسهاما كبيرا في توعية المواطن وتشجيعه على الاهتمام ببيئته التي يعيش فيها، مما ينعكس على سلوكه تجاهها ومحاولة مشاركته فيها ... ويعدد كل من "ماكلود" (Mcleod)، "بايبي" (Bybee)، و"دورال" (Durall) خمس وظائف يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام، من أجل إيجاد مواطن على درجة جيدة من المشاركة السياسية، هي:¹

- تحفيز باعث المشاركة.
 - تثقيف المواطن.
 - تسهيل صناعة القرار، وخاصة في مواسم الانتخابات، من خلال توضيح القضايا وتبسيط الأضواء على الشخصيات المؤثرة في العملية السياسية.
 - تعزيز الولاء لنظام أو اتجاه سياسي معين.
- وبشكل عام فإن الأثر السياسي باستخدام وسائل الإعلام، يظهر واضحا في تأثير الإعلام على المستوى الفردي، لاسيما ما يتصل بالقيم والسلوك والافتناع أو التعبئة. كما يظهر على المستوى الجماعي، من حيث درجة التكامل أو التفكك الاجتماعي، والقابلية للتصديق، يضاف إلى ذلك ما قد يكون من تأثير على المستوى الوطني من حيث التكامل السياسي، ومدى وجود ثقافة واحدة أو عدة ثقافات، والموقف من التنمية ومدى التوازن في الإعلام بين المدن والريف وتجمعات البدو والشعبيات.²
- ومنه فقد أصبحت أهمية الإعلام ودوره الكبير في التوعية والرقابة والتنمية من الحقائق الكبرى في عالمنا المعاصر، للتأثير في عقول الناشئة واتجاهاتهم ووجداناتهم وقيمهم، حيث يتميز الإعلام الحديث بتنوعه وتعدد وسائله جوهر الحراك الاقتصادي والثقافي والاجتماعي والسياسي للمجتمعات، خاصة في ظل ثورة المعلومات والاتصالات، التي لا تتجلى فقط في تنوع وسائل الإعلام ويسر استخدامها، وإنما تتمثل في الكم الهائل والتنوع الشديد فيما تقدمه من معلومات، وما تفرزه من اتجاهات قد تتفق أو تختلف في التنشئة الاجتماعية والسياسية للأفراد، وهنا تظهر أهمية التكامل الوظيفي بين الوسائل الإعلامية المختلفة لتحقيق الاستقرار الاجتماعي والسياسي في المجتمع، فكلها تسير باتجاه إحداث أثر ما على مختلف فئات أو شرائح المجتمع، ولكن طبيعة هذا الأثر وحجمه ومدى تأثيره يختلف من وسيلة لأخرى.

2 - وسائل التأثير:

أ- الصحافة المكتوبة:

¹ . محمد بن سعود البشير: المرجع السابق، ص ص: 140 - 144.

² . كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، المكتب الإسلامي، بيروت، ط1، 2004، ص: 36.

تمثل الوسائل الإعلامية المطبوعة كالصحافة المكتوبة، المجالات المتخصصة والدوريات إحدى الوسائل المستخدمة في مجال الإعلام السياسي، للتأثير في الرأي العام، فالفن الصحفي وما يحتويه من أخبار، تعليقات، مقابلات، آراء للمختصين والعامّة، شكاوى واقتراحات، صور ورسوم كاريكاتورية، قادر على تغيير معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته. وتعتبر الصحافة من مقومات الحياة الفكرية والسياسية المعاصرة في المجتمعات الحديثة، التي يعتمد عليها الجمهور للوقوف على أحوال محيطه الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي، وتوظيفها كأداة رقابة على نشاطات الأجهزة الحكومية وسياساتها، وخاصة في الدول المتقدمة، التي تعرف اعتمادا كبيرا على هذه الوسيلة، لكونها تتمتع بدرجة عالية من الثقافة والتقدم التكنولوجي.

كما تتميز الصحافة المكتوبة بقدرتها العالية وفعاليتها الكبيرة في إذكاء روح النقد الموضوعي والتقويم المصحوب بالتوجيه والإرشاد لمواطن الخلل في المجتمع ومؤسساته، لترسيخ قيم الوطنية والانتماء والقضاء على مشاعر الاغتراب، التي تحول دون المشاركة الإيجابية للفرد.¹ إلا أن ذلك يرتبط بالدرجة الأولى بمدى استقلالها، لاسيما أن الصحف أصبحت تطرح نفسها كسلطة مؤهلة لمراقبة أي تعسف تمارسه السلطات الأخرى.

ذلك أنها توفر للفرد تكرار القراءة، حيث تنفرد بخاصية سهولة الحفظ والانتقاء وإمكانية الرجوع إليها عند الضرورة، كما تتميز خاصة في الأنظمة الديمقراطية بتعددتها، مما يتيح لجمهور القراء حرية الاختيار من بينها ما يتفق مع حاجاته وإمكانياته، وبذلك فإنها توفر له الحرية في اختيار الرسالة أو المحتوى الذي يتفق مع دوافعه واهتماماته من بين الأنواع العديدة من المحتوى المنشور بالصحف.² وهنا تبرز أهمية الصحافة المكتوبة في تزويد القراء بكمية كبيرة من المعلومات والمعطيات، التي يتم تناولها بعمق، في الوقت والمكان المناسبين، وبما أنها تتعامل مع حاسة واحدة، فهي تقوم بتنشيط خيال القارئ وصياغة تفسيراته، حتى يتم وضع الرموز في دائرة المعاني والدلالات الصحيحة، فيشعر بالمشاركة الفكرية مع المادة الاتصالية لهذه الوسيلة بطريقة تميزها عن الوسائل الإعلامية الأخرى.

حيث يؤكد المهتمون والمختصون العاملون في هذا الميدان على الدور الفعال، الذي يلعبه الإعلام المطبوع من حيث مضمونه، فعندما تكون الرسالة معقدة، وعندما يكون الهدف مخاطبة الشرائح المتعلمة والمتقنة والخيرة، يكون الإعلام المقروء هو الوسيلة الأكبر كفاءة لتحقيق الفهم والإقناع من المسموع

¹. عزيزة عبده: المرجع السابق، ص: 131.

². Merrill (J) and Lowenstein (L): Media (Message and Men), new perspective in communication, Longman, New York, 1979, p: 41.

المرئي¹. أي أن الرسالة الإعلامية التي تحملها الصحف تجد في مستقبلها من المثقفين والمتعلمين استجابة وتفاعل مع مضمونها، كما أن استخدام المطبوع يعد الأفضل للوصول إلى الجماهير المتخصصة والجماهير صغيرة الحجم مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، التي تتطلب تكاليف باهظة للوصول إلى تلك الجماهير.

وتعتبر الصحافة سلطة رابعة ملزمة بمراقبة أداء السلطات الثلاث الأخرى، بالتعبير عن رغبات مختلف الفئات الاجتماعية، يقول "مارشال ماكلوهان": "الصحافة كرسي اعتراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة، إذ أن في استطاعتها تكوين الأحداث باستخدامها أو بعدم استخدامها". فهي تتميز بقدرتها على تقديم كمية كبيرة من المعلومات، ومعالجة الروايات الإخبارية المعقدة، التي تحتاج إلى ملاحظة دقيقة وشرح كثيرة.²

وتعتبر الصحافة أداة إرشاد وتنقيف وإعلام في كلا المجالين المحلي والدولي، كما تعد أداة تأثير خاصة على الرأي العام، لأنها تستمد قوتها منه. يقول "برنارد فواين": "لم يكن الإعلام هو الوظيفة الوحيدة للصحافة، إلا أنه يظل وظيفتها الأساسية، فبواسطتها يمكننا أن نعرف في كل ساعة ما نحن بحاجة إلى معرفته عن العالم في حالة دائمة التغيير، وبواسطتها نتمكن من تحديد معلوماتنا تباعا. وتقوم المجالات بعرض وتفسير مضمون وتحليل هذه التقارير والرسائل والأحداث".³

وتلعب الصحافة المكتوبة دورا في عملية تكوين القيم السياسية من خلال:

- إمداد الأفراد بالإعلام السياسي اللازم، من خلال معرفته بالقضايا والموضوعات والمجريات والأحداث السياسية، سواء بالداخل أي الإقليمية المحلية، أو بالخارج أي الدولية، وذلك في إطار تحريري وفي مناسب، يعين القارئ على الاستيعاب والفهم السريع لهذه المضامين السياسية المرسله من خلال صحافته المفضلة، وبالتغطية الإعلامية الوافية.
- حفز الأفراد على المشاركة السياسية، من خلال الدعوة المستمرة إلى التصويت والترشيح.
- التحنيد السياسي والتعبئة السياسية، بتهيئة الأفراد نفسيا ومعنويا وذهنيا لاستقبال أحداث سياسية متوقعة، في إطار سياسات مرسومة من قبل الحكومة.
- تستطيع الصحافة أيضا أن تمثل دورا طليعيًا في مسيرة التطور السياسي في المجتمعات، فهي أكثر وسائل الإعلام قدرة على تقديم المعلومات والأفكار الجيدة ونقل صورة العالم الخارجي إلى المجتمع، وهذا يعني أن هذه الوسيلة تتعامل مع الفئة المستنيرة من القراء والمثقفين، أي النخبة الممتازة من المجتمع والقادرة على التفهم والتغيير والتأثير في الآخرين.

¹. Rice. R. and Atlain .C: Public Communications, Sage, London, 2nd Editions, 1989, P: 46.

². إبراهيم عبد الله المسلمي: المرجع السابق، ص: 208.

³. محي الدين مختار: دراسات في الإعلام والاتصال، دار المعرفة للطباعة والنشر، قسنطينة، 1993، ص: 184.

- كما تقوم الصحافة بالتأريخ السياسي، من خلال تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية والتاريخية والاقتصادية والسياسية، التي تتوالى على الأمم والشعوب، باعتبارها مصدر من مصادر التاريخ يمكن الرجوع إليه في الوقت المناسب، ليكون عوناً للجماهير على تكوين رأي عام واع وصائب تجاه قضية ما، وتجاه الأحداث السياسية الطارئة والمماثلة على الصعيد العربي والعالمي، أو تلك التي تمس أمته مسا مباشراً على الصعيد الداخلي.¹

- تعزيز مبادئ الديمقراطية، من خلال إتاحة الفرصة للنخبة الفكرية والثقافية لإبداء رأيها بشأن الأحداث الجارية، ومتابعة الأداء الحكومي، وإبداء الملاحظات حول بعض الممارسات السياسية، وتصحيح المسار الديمقراطي، وإعطاء الفرصة للأحزاب السياسية للتعبير عن آرائها من خلال الصحف الحزبية.

- كما تساهم الصحافة المكتوبة في إضفاء الشرعية على النظم السياسية، من خلال مساندة الأهداف التي تعتنقها والبرامج والأنشطة التنفيذية التي تقوم بها، والتقريب بين أهداف القيادة والجماهير، ومن جانب آخر يمكن لها أن تساهم في تقويض شرعية النظم السياسية، من خلال الانتقاد الدائم لسياساتها وتوجهاتها، والتقليل من أهمية الأنشطة والبرامج التنفيذية التي تقوم بإنجازها.²

وقد اهتمت الصحافة المكتوبة في الجزائر على غرار وسائل الإعلام الأخرى في مرحلة الحزب الواحد بالعمل التعبوي لصالح إيديولوجية السلطة السياسية الحاكمة وتوجهاتها، حيث كان دورها آنذاك يتمثل في القيام بعملية التنشئة السياسية للمواطنين، وتوعيتهم للالتفاف حول السلطة السياسية والمساهمة في تطبيق برامجها، رغم قلة الاهتمام بها مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، نظراً لطبيعة المجتمع الجزائري الذي كان يعاني آنذاك من الأمية.

وفي ظل التعددية السياسية والإعلامية في الجزائر بمقتضى مواد دستور 1989، عرفت الصحافة المكتوبة بداية جديدة، إذ شهدت فترة التسعينات انفجاراً في مجال صدور العناوين من يوميات وأسبوعيات، وتنوعاً كبيراً من حيث انتظام الصدور، ومن حيث اللغة، ومن حيث نظم الملكية، وهكذا تنوعت الخريطة الإعلامية في الجزائر كاشفة عن صحف حزبية وأخرى تابعة للدولة وأخرى خاصة، وصحف ناطقة باللغة العربية وأخرى بالفرنسية والإنجليزية وأخرى بالأمازيغية. وبمرور عشرية كاملة كشفت الخريطة الإعلامية عن وجود نوعين من الصحف من حيث اللغة، صحف ناطقة بالعربية، وصحف ناطقة بالفرنسية، كما كشفت أيضاً عن وجود نوعين من الصحف من حيث الملكية، صحف عمومية ممولة من طرف الدولة، وصحف خاصة، في حين لم تستمر الصحف الحزبية في الساحة لنقص

¹. عزيزة عبده: المرجع السابق، ص: 130 - 131.

². عادل عبد الغفار: الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة (رؤية تحليلية واستشرافية)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2009، ص: 118.

الدعم أو لعدم وعي الجهات الحزبية بالدور الذي يمكن أن تؤديه الصحافة في مجال التوعية والإقناع بالبرامج.¹

وقد عرفت الصحافة الخاصة نجاحا سريعا وإقبالا كبيرا في تلك الفترة، إضافة إلى الصحافة الحزبية رغم قصر فترة تجربتها، وحسب الكثير من النقاد والباحثين فإن القراء يميلون إلى مطالعة وتصفح هذه الصحف، بسبب الطريقة التي تتم بها معالجة الأخبار، والتي تتميز بالجرأة والنقد، مما أكسبها مصداقية لدى الجمهور المتعطش إلى الرأي والرأي الآخر ونقد المسؤولين وكشف أخطائهم، التي تستر عنها صحف القطاع العام، التي تتميز بالمعالجة السطحية للأحداث وبطريقة تتعارض مع حرية التعبير وحق المواطن في الإعلام.² وبذلك ساهمت في تزويد الناس بالحقائق والمعلومات وتنوير الرأي العام في إطار الحرية الإعلامية -رغم نسبيتهـا-.

وعموما تعتبر الصحافة المكتوبة أداة هامة في بناء المجتمعات ومن أقدر الوسائل على بلورة الرأي العام والتأثير فيه، وفي نفس الوقت جزءا هاما في الجهاز السياسي لكل دولة، كونها تشتمل على معالجات كمية ونوعية لأنباء مختلف الأحداث الوطنية والدولية.

ب- الإذاعة:

تحتل الإذاعة مكانة خاصة لدى جمهور المستمعين والمتابعين لفقراتها وبرامجها الترفيهية والثقافية والإعلامية، لأنه بإمكانها معالجة مختلف المواضيع والتوجه لمختلف فئات المجتمع، بطريقة تمكنهم فيها من تكوين علاقة حميمة مع المذيعين ومعدّي البرامج من خلال التواصل الدائم، فالإذاعة واحدة من بين الوسائل التي أحرزت فيها التكنولوجيا المعاصرة تقدما هائلا، مما جعلها تسيطر على العقول، وتؤثر في الثقافات باستخدام طرق جذابة وتقنيات بارعة، تعتمد على المؤثرات الصوتية والموسيقى، لتهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية، الذي يعتمد على حاسة السمع، وخلق الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والإقناع بها. وحتى بعد ظهور التليفزيون الذي استطاع أن يحقق تقدما على حساب الوسائل الأخرى، لا تزال الإذاعة تحظى بالاهتمام الدائم، والقدرة على التأثير الوجداني، من خلال الكلمة المسموعة والإيقاع النفسي، فأصبحت تشكل جزءا حيويا في مجال الإعلام نتيجة لدورها الهام والفعال في نقل المعلومات وتعبئة الجماهير وتوعيتهم.

¹. محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا (دراسات في الوسائل والرسائل)، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2006، ص: 123-124.

². نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2008، ص: 31.

وتعتبر الإذاعة وسيلة اتصال قوية تستطيع الوصول إلى جماهير عريضة في مختلف المناطق الجغرافية، نظرا للخصائص والمميزات التي تتمتع بها، من أهمها:

- القدرة على تجاوز واختراق كل الحواجز الطبيعية،¹ خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة، إذ أصبح بث الخدمات الإذاعية عبر جهاز الاستقبال التليفزيوني يصل إلى كل أنحاء العالم بصوت واضح وبإمكانية الاختيار بين بدائل متعددة للقنوات الإذاعية.
- لا يتطلب الاستماع إلى الراديو جهدا عصبيا ولا عضليا، ولا يحول بين المستمع وأداء عمله.²
- مخاطبة جميع الشرائح والفئات الاجتماعية، فهي تصل إلى الأطفال والفئات الأقل تعليما، والأمين والمتقنين.³ وذلك لتنوع برامجها التي تلي مختلف الأذواق والميول.
- خلق الإحساس الجمعي لدى الأفراد وعدم الشعور بالوحدة، حيث يستطيع الفرد أن يحس أنه عضو في جمهور كبير من المستمعين يمكن التفاعل معهم من خلال هذه الوسيلة.⁴ فالراديو هو همزة وصل، يدفع بجمهوره إلى الدخول على الفور في ميدان العلاقات الإنسانية، فالحوار أسهل من السرد في تنشيط عملية التعرف وفي إيقاظ الانفعالات.⁵ كما أن الناس لا يتصلون ببعضهم البعض عن طريق النظر بقدر ما يتصلون عن طريق السمع، أي أن الناس يتصلون عن طريق النظر بالأشياء، ولكن عن طريق الأذن يتصلون بالأحياء، لذا فالراديو أقدر من سواه على تزويد الناس بالأحاسيس الاجتماعية والتأملات الذهنية.⁶
- تعتبر الإذاعة من أسهل الوسائل الإعلامية استخداما، لسهولة نقلها وخفتها ولتعدد أحجامها، حيث توجد في الآلات الحاسبة، وفي الهواتف النقالة، كما يسهل تشغيلها بالبطاريات في حالة تعذر وجود الكهرباء.⁷
- تتميز الإذاعة بالحيوية، فتأثيرها في جمهور المستمعين يولد حميمية أشبه بما يحدث بين شخصين، تفتح العلاقة بينهما عالما كاملا من الاتصال الضمني.⁸ حيث يعتبر الصوت الإذاعي صوت مؤنس

¹ . عاطف عدلي العبد وماحي الحلواني: الأنظمة الإذاعية والتليفزيونية، دار الفكر العربي، مصر، 1987، ص: 163

² . عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: وسائل الإعلام (نشأتها..تطورها..آفاقها المستقبلية)، مجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر عن اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ع 189، يناير 2008، ص: 171.

³ . محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، 2008، ص: 128 .

⁴ . مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية والتليفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء، الإسكندرية، ط1، 2007، ص: 22.

⁵ . غريب محمد سيد محمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص: 259.

⁶ . عبد اللطيف حمزة: الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص: 88.

⁷ . عواشة محمد حقيق: الرأي العام بين الدعاية والإعلام، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1994، ص: 157.

⁸ . عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصرية اللبنانية، القاهرة، لبنان، ط2، 1989، ص:

يستطيع احتواء المستمع، بتوظيف الموسيقى والمؤثرات الصوتية، لتقديم برامجها في قالب فني جذاب وممتع.

- إثارة حاسة التخيل لدى المستمعين، لأن الإذاعة تعتمد على حاسة السمع فقط، لذا فهي لا تقدم صور توضيحية مكتملة للمواقف والأحداث بل توحى بهذه الصور للمستمع، وهذا الإيحاء ينشط بل يثير حاسة التخيل لدى المستمع إلى أقصى درجة، فيكيف الرسالة بما يتناسب مع دوافعه اللاشعورية وتوقعاته ورغباته.¹ وهذا ما يسمى بالإسقاط في علم النفس، الذي يميز الراديو أكثر من أي وسيلة أخرى.

- وتقوم الإذاعة بدور يعتد به في التنشئة السياسية، من خلال:²

- تحقيق الوعي الوطني، وكلما حصلت الجماهير على معلومات أكثر، كلما زاد اهتمامها بالتنمية السياسية.

- توضيح الأهداف السياسية، وتوسيع قبول الجماهير لهذه الأهداف.

- يمكن أن يكون لها تأثير عميق في التغيير، لاسيما إذا تم استخدام الوسائل الأخرى للاتصال الاجتماعي.

- تساهم الإذاعة في التنمية السياسية، وذلك بنقل أبعادها إلى المواطنين بالأشكال الملائمة، ويرتبط ذلك بقضايا التحول الاجتماعي والسياسي، ومشاركة المواطنين في عملية اتخاذ القرارات، وذلك بتوسيع نطاق المشاركة وأن يكون الإعلام في اتجاهين من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى.

- تعليم المهارات الضرورية وتنمية المدركات السياسية للجماهير، وبالتالي يزداد تفاعلها في الحياة السياسية.

- تعتبر الإذاعة محركاً من محركات التنمية، إذ تساهم في تعميق الولاء الوطني والوعي به.

- يمكن للإذاعة أن تستعمل كتعبير عن التخطيط السياسي، وكوسيط ينقل أبعاده إلى الجماهير.

وعموماً فإن الإذاعة تساعد صانعي القرار السياسي في صياغة قراراتهم وتسيير شؤون الحكم والسياسة، وتستعمل في الحملات الانتخابية لتوجيه الرأي العام وتشكيل الوعي السياسي، من خلال شرح البرامج السياسية وأهدافها. كما تعمل على المستوى الخارجي على ترويج أفكارها وقضاياها، وتشويه الأفكار التي تتعارض مع إيديولوجيتها للتأثير على الرأي العام العالمي.

وقد اهتمت الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال بنشر الوعي الثقافي والفكري، ودعم الجهود المبذولة نحو الأمية والتعريف بالتراث الثقافي الوطني والفنون الشعبية، وتعبئة المواطنين لضمان وحدة الفكر بينهم وبين القيادة السياسية، عن طريق البث والنقل لكل التحقيقات والحصص والبرامج الإذاعية المتعلقة بالحياة الوطنية أو الجهوية أو المحلية أو الدولية، قصد تحقيق الأهداف الوطنية والدفاع عن مصالح الوطن

¹ . محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، المرجع السابق، ص: 179

² . محمد علي العويني: الراديو والتنمية السياسية، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت)، ص: 47 - 48.

والثورة.¹ حيث استخدمت السلطة السياسية وسائل الإعلام ومنها الإذاعة، لتوجيه الرأي العام الوطني وتحديد مواقفه المساندة لإيديولوجيتها الاشتراكية وسياساتها وبرامجها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

وفي ظل التغيرات التي أفرزتها التعددية الإعلامية في الجزائر، وبهدف تغطية عجز الإذاعة الوطنية أمام الغزو الإعلامي الخارجي، وفك العزلة الثقافية والإعلامية عن المناطق النائية، وحماية الثقافة المحلية من خلال الحفاظ على الإرث الحضاري والثقافي لكل منطقة، لتحقيق التنمية المحلية في كافة المجالات.² تم تعميم الإذاعات المحلية على كامل التراب الوطني، والتي يقدر عددها بـ 48 إذاعة محلية، إضافة إلى إذاعة وطنية ناطقة باللغة العربية (القناة الأولى)، وإذاعة وطنية ناطقة بكل مكونات اللغة الأمازيغية، القبائلية والتاريخية والشاوية والميزابية (القناة الثانية)، وإذاعة وطنية ناطقة باللغة الفرنسية (القناة الثالثة)، وإذاعة دولية، وإذاعات موضوعاتية (إذاعة القرآن الكريم، الإذاعة الثقافية).

ت- التليفزيون:

يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية أكثر من مجرد أداة لنقل الأخبار المصورة مسجلة أو مباشرة، عبر الأقمار الصناعية، تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة،³ حيث أنها "تقدم لنا الأحداث في مشاهد متكاملة تعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون".⁴ ويعد التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام من حيث تأثيره على جمهور المشاهدين من مختلف الأعمار والمستويات الاجتماعية والثقافية، وأوسعها انتشارا، وأكثرها جاذبية لديهم، نظرا لما يتمتع به من مزايا وخصائص، من أهمها:

- أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهي، فهو يجمع بين الصورة والصوت واللون والحركة، ويعتبر بذلك وسيلة الاتصال الأكثر حميمية، التي تجعل الفرد يشعر بالألفة والمودة مع مقدمي وضيوف البرامج، ولهذا يكون التركيز دائما على اللقطات القريبة.⁵ فالصورة في التلفزيون عامل جذب وإثارة نفسية لتلقي الرسالة الإعلامية، تؤدي بالفرد إلى تقمص بعض الأنماط السلوكية في العرض التلفزيوني.⁶

- نقل الأحداث فور حدوثها، إذ يحس المشاهد بانعدام الزمن بين بث الرسالة وتلقيه لها، التي تحيل عملية التلقي إلى مشاركة وجدانية عميقة، ويضاف إلى ذلك الظروف النفسية والاجتماعية التي تحيط بعملية التلقي، حيث تتم العملية عادة في إطار جو من المودة والألفة التي تسيطر على التجمع

¹. نور الدين تواتي: المرجع السابق، ص: 127

². نفس المرجع، ص: 142.

³. فضيل دليو: الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص: 151.

⁴. محمد معوض: المرجع السابق، ص: 67.

⁵. ا. بوريتسكي (ترجمة: أديب حضور): الصحافة التلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1990، ص: 43.

⁶. Nelson, j: Television and Its Audiences as Dimensions of Being Critical Theory and Phenomenology, Human Studies, 1989, p: 69.

العائلي والخاص، وتكون فيه النفس البشرية مهياة للتقبل العقلي والعاطفي.¹ هذه المشاهدة الجماعية تسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه بمخاطبة ما يسميه أساتذة علم النفس والاجتماع بـ "العقل الجمعي".

- إضفاء الحيوية والآنية والجددة على المشاهد التلفزيونية، خاصة بعد إطلاق الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصال، حيث يستطيع الجمهور أينما كان متابعة ومشاهدة ما يدور في مختلف أنحاء العالم في اللحظة.

- يتيح التلفزيون من خلال تنوع برامج بث الثقافة الجماهيرية إلى فئات الجمهور بمختلف ثقافتها، حيث يستطيع المشاهد الأمي والمشاهد المتعلم متابعة البرامج بكل سهولة.²

- كلية الوجود أي وجود التلفزيون في كل مكان، حيث نجده في المنزل وفي العديد من الأماكن العامة، فالكل يستطيع الوصول إلى المشهد التلفزيوني وكل واحد مهما كانت لغته يستطيع فهم لغة الصور.³

ويمكن القول أن التلفزيون يعتبر من أهم وسائل الإعلام لأنه يجمع كل إمكاناتها ومميزاتها، وعن طريقه يمكن تقديم المعلومات، التي يتعسر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة إذا استعمل كل منها على حده، وتعتبر الصورة الحية من أحسن الوسائل إقناعا في التلفزيون، خاصة ونحن نعلم أن الرؤية أساس الاقتناع، وأكثر حواس الإنسان استخداما في اكتساب المعلومات.

وقد توسعت في العصر الراهن محطات التلفزيون في الدول المتقدمة في عملية نقل الحدث وقت وقوعه، ووظفت العلم والصناعة والتقنية المتطورة في تحقيق هذا الهدف، ولم يعد النقل المباشر للأحداث، وما يسمى تلفزيونيا (البث الحي) قاصرا على الأحداث المحلية بل امتد ليشمل أهم الأحداث العالمية، وذلك عن طريق البث عبر الأقمار الصناعية، بطريقة تجعل فيها الجمهور في قلب الأحداث بصورة شبه كلية.⁴ وذلك حسب "بلوفر" بشرط أن ينقل التلفزيون المعلومات السياسية بحياد، وبلا انحياز إلى عامة المشاهدين، وأن يقدم النقد والتعليق على مجريات الأحداث والتعليق على السياسات والمواقف المميزة لكل حزب من الأحزاب.⁵

¹ . عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988، ص: 29.

² . ماجي الحلواني وعصام نصر: مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2004، ص: 118.

³ . Patrick Leconte: Communication Télévision et démocratie, Presses universitaires de Lyon, Lyon, mars- avril 1993, p: 32.

⁴ . محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة (دور وسائل الاتصال الإلكتروني في المجتمع المعاصر -التلفزيون- الإنترنت - الحاسبات الإلكترونية)، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2002، ص ص: 99-100.

⁵ . محمد معوض وبركات عبد العزيز: الخبز الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 1996، ص: 210.

ويعتبر التلفزيون بما يتوفر عليه من خصائص تكاد تكون متفردة - كالصورة الحية المعبرة والصوت - أقوى الوسائل الإعلامية في تشكيل الاتجاهات والمواقف، وجزء لا يتجزأ من العملية التي تستهدف الفرد في مجال تنشئته سياسيا واجتماعيا وتشكيل وجدانه وبلورة ثقافته. فالتلفزيون في العصر الحالي هو المحرك البارز للرأي العام فيها، ولآليات الديمقراطية التي تحتاج إلى أدوات قوية لتنشيط الحريات العامة، كحرية التعبير عن الرأي والرأي الآخر واطلاع الجماهير وإشراكها بالفعاليات السياسية، بما تشكله الفضائيات من منابر تعبير عن المشاريع والسياسات والأيديولوجيات وإبراز الشخصيات العامة والزعماء والأنشطة المختلفة للحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية للمجتمعات المعاصرة، باعتبار التلفزيون الوسيلة الأكثر موضوعية والأقرب إلى الحقيقة من بين وسائل الإعلام الأخرى، وذلك للارتباط الشديد بين حاسني السمع والبصر والإدراك الذهني للصور والأصوات الطبيعية، التي ينقلها التلفزيون مباشرة عن الحدث، وقدرته على ترسيخ واقعية المشهد بشكل يتجاوز الواقع نفسه، حينما يعاد ترتيب اللقطات لتجميع مشهد ما بدلالات مغايرة أو تصوير جانب منه وإهمال الجوانب الأخرى أو تغييب عناصر الزمن والمكان أو المناخ النفسي والاجتماعي، الذي يؤلف السياق الحقيقي للحدث. لذلك هناك من يرى أن التلفزيون في هذا الإطار وسيلة ما فوق واقعية، أي أنها واقعية أكثر من الواقع، وأن الأشياء التي تذاع عبرها تكتسب أهمية تفوق الحالة، التي كانت عليها من قبل، وبما أن الفرد يستمد وعيه بالواقع من التلفزيون فأبي شيء لا يبيث فيه يبدو أقل واقعية، فالقضايا السياسية تستمد أهميتها منه، وكذلك تكتسب السلع والخدمات جاذبيتها منه، وحتى الكتب كما يقول الباحث الفرنسي "بودريار" تستحق أن تقرأ عندما تظهر على التلفزيون.¹ ولم يقتصر نفوذ التلفزيون وتأثيره في المجالات التربوية والثقافية والسلوكية والاجتماعية فقط، بل شمل أيضا المجالات السياسية والانتخابات الرئاسية والتشريعية وغيرها.² حيث ارتبط التلفزيون بمختلف ألوان النشاط السياسي، فهو يعمل على توعية الجمهور بواجباته في المشاركة السياسية خصوصا في أوقات الانتخابات، وكثيرا ما يظهر المفكرون السياسيون على شاشة التلفزيون في برامج وأحداث وندوات، فضلا عن أن كثيرا من البرامج والتمثيلات تتضمن توجيهها سياسيا، ويتباين تأثير هذه البرامج باختلاف الفئات المشاهدة للبرامج، ومدى اهتمامها وانفعالها بالأحداث السياسية ومدى معلومتها المسبقة.

¹ محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والجسد (دراسات نقدية في الإعلام المعاصر)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص: 82.

² عبد الله بوجلالة: الأخبار التلفزيونية وجمهور المشاهدين، مجلة حوليات الجامعة، جامعة الجزائر، ع 8، أبريل 1994، ص: 121.

كما يتم من خلال التلفزيون إذاعة أحاديث المسؤولين الحكوميين وبيان وجهات نظرهم بالنسبة للمسائل العامة¹، حيث على شاشات التلفزيون، رأى الجمهور القضايا الكبيرة والصغيرة، وهي تناقش على منصات اللجان الرئيسية، وراقبوا معارك الانتقاد التي يشنها الأعضاء، ليس فقط أمام المؤتمر بل أيضا داخل لجان الاعتماد حيث تتخذ القرارات.²

وقد اكتشف القائمون بالاتصال السياسي أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية مع زيادة انتشاره في دول العالم على مدى النصف الثاني من القرن الماضي، فحرصت الدول على اختلاف نظم الحكم فيها: الديمقراطية أو الشمولية على إقامة محطات تلفزة وطنية كانت أول وظائفها القيام بالتوجيه السياسي، الذي يهدف إلى تثبيت الهوية الوطنية للدولة، وغرس القيم السياسية التي يرغب فيها النظام السياسي القائم ... ويشعر جمهور التلفزيون المحلي في دولة ما بالانتماء إلى أمته، وتقوية التماسك الاجتماعي، وخلق احترام عام، وإحساس لدى المتلقين بالمشاركة المباشرة في العملية السياسية، حيث يتابع الناس نشاطات الحكام ويستمعون إلى أحاديثهم، من خلال البرامج الإخبارية في التلفزيون، وهذا يساعد في خلق إحساس لديهم بالمشاركة في العملية السياسية، كما يقدم التلفزيون القيم الثقافية والاجتماعية، مما يساعد على تكامل المجتمع وتجانسه، فكثيرا من المتلقين يثقون بنسبة عالية في صدق ما يقدمه التلفزيون من معلومات ذات دلالات سياسية.³

كما تستطيع الصحافة التلفزيونية في معظم المجتمعات الحديثة على ممارسة ضغوط محاسبة على السياسيين والمسؤولين الحكوميين، ولهذا ازدادت حاجتهم إلى توضيح وتبرير سياساتهم وأفعالهم عبر النوع الصحفي، الذي أصبح الشكل الأساسي للمعرفة السياسية العامة، ونعني به الحديث الصحفي "المقابلة" (the interview)، ورغم أن الكثير من الشخصيات العامة بارعة في إعطاء الأحاديث التلفزيونية - وهذه مسألة هامة بالنسبة لكل سياسي معاصر-، فإن معظم المحطات التلفزيونية سواء بدافع المنافسة التجارية في سوق الأخبار أو الحرص على المصلحة العامة، تقدم وتعالج السياسات الوطنية والدولية بقدر من الدقة والحرص لم يعرفه التاريخ في أية مرحلة سابقة، وأثناء قيام التلفزيون بهذه الوظيفة غالبا ما

¹. أحمد بدر: الاتصال بالجمهور بين الإعلام التطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص: 83.

². درويش جرابر ودينيس ماكويل وآخرون (ترجمة: زين نجاتي): سياسة الأخبار وأخبار السياسة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط1، 2004، ص: 85.

³. محمد حمدان المصالح: الاتصال السياسي (مقرب نظري - تطبيقي)، دار ولاء للنشر، الأردن، ط1، 2002، ص: 112 - 114.

يستخدم كمصدر للمعلومات بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، بما فيها الصحافة وشبكات التلفزيون الدولية.¹

وقد أصبح التلفزيون أثناء الحملات الانتخابية جزءاً من إيكولوجيا غير مرئية توجه موضوعات المناقشة والتأملات الشخصية للمشاهدين، وتعلم الجمهور أشكال تلقي المعلومات، وكيفية ربط الموضوعات بعضها ببعض الآخر... وقد ثبت مثلاً أن التلفزيون في حالة "ترجيح" قام بالتعجيل بتوعية المجتمع بهذا الموضوع، الذي سبق أن توسعت فيه نشرة الصحافة المكتوبة، وأسهمت في مناقشته. ولم تصح "ترجيح" موضوعاً هاما إلا عندما شرع التلفزيون في الاهتمام به في نشراته الإخبارية اليومية.²

ولا يمكن فهم الحياة السياسية دون أن يكون هناك اتصالاً بين النظام السياسي والرأي العام في المجتمع من خلال وسائل الإعلام، بكل أشكاله من دعاية سياسية وإعلان سياسي وغيره، لأهميته في:³

- خلق إجماع واتفق حول قيم سياسية معينة داخل المجتمع.
 - خلق الفهم المشترك وبالتالي تجاوز الاختلافات الموجودة داخل المجتمع (عرقية، طائفية، قبلية).
 - غرس الشعور بالانتماء وتعميق الولاء الوطني أو القومي.
- وفي هذا الصدد يؤكد "ميلر" (Miller) و"ريز" (Reese)، في دراسة لهما من أجل التحقق من الفرضية التي تقول: "أن هناك علاقة إيجابية بين السلوك السياسي والتعرض للرسائل التلفزيونية، إذا كان التلفزيون هو الوسيلة الرئيسية لاستقاء المعلومات عن قضايا الانتخابات، وأظهرت نتائج دراستهم صحة الفرضية. كما أكد "لويلن" (Lewellen) من خلال دراسته التي بحث فيها عن العلاقة بين التعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية، أنه كلما زاد تعرض أفراد العينة للبرامج التلفزيونية، كلما زادت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة المتاحة لهم في بيئتهم السياسية. أما "لين" (Lane) فقد توصل من خلال دراسة له، إلى أن ما يتيح التلفزيون للفرد من فرص التزود بمعلومات حول البيئة السياسية المحيطة به، من شأنه أن يطور حاسة الرغبة في التفاعل مع البيئة السياسية.⁴

¹. جون كورنر (ترجمة: أديب حضور): التلفزيون والمجتمع (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1999، ص: 57.

². لورينيز وفيلشس (ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح): التلفزيون في الحياة اليومية، المجلس الأعلى للثقافة، المشروع القومي للترجمة، 2000، ص: 108.

³. محمود جاسم الصميدعي ووردينة عثمان يوسف: التسويق الإعلامي (مدخل استراتيجي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2003، ص: 28.

⁴. محمود بن سعود البشير: المرجع السابق، ص: 138 - 145.

وقد استخدم التلفزيون في الجزائر بعد الاستقلال لأغراض سياسية إيديولوجية، قصد فرض السياسة الاشتراكية كنظام قيادي في البلاد، حيث ارتبط ارتباطا وثيقا بالسلطة القيادية، وقد شكل أدائها الدعائية، التي تستخدمها لنقل مشاعرهما وتبليغ قراراتهما إلى الجماهير العريضة، أي أن عليه -تبعاً لهذا المنظور- ألا يجيد عن اتجاهها.¹ وحملت برامج التلفزيون محتويات ذات أطر سياسية، تعكس المسار الإيديولوجي للمجتمع الجزائري، التي جسدت أهدافا لبرامج التنشئة السياسية والإيديولوجية للفرد، حيث عمل الإعلام التلفزيوني على تمجيد البطولات، والثورة التحريرية، وتخليد رموزها من المجاهدين والشهداء لتنمية الوعي السياسي في أوساط الشعب للمشاركة في عملية التنمية. كما كانت البرامج التلفزيونية في هذه الفترة تستعمل لترويج المشاريع التنموية، فكانت الكاميرا ملازمة للعمل الحكومي، حيث تصور مظاهر التنمية ووضع حجر الأساس للبناء والتشييد، وتسجيل أصداء الفلاحين المستفيدين من الثورة الزراعية.

وحسب وزير الإعلام فإن الجزائر سخرت وسائل إعلامها خاصة التلفزيون في تلك الفترة للعمل على:

- القضاء على القيم التقليدية، التي كان يعتقد بأنها ضارة بعملية التصنيع.
- نشر مهارات وتقنيات جديدة في أوساط المزارعين.
- تحقيق استقلال وتكامل الهوية الوطنية.
- توسيع نظام التعليم وتحسين الكفاءات التربوية، ونشر التربية الصحية.
- نشر الشعور القومي بين المواطنين وتحسيسهم بالانتماء إلى الدولة، وتسهيل الاتصال بين القمة والقاعدة.

كما عمل التلفزيون الجزائري من خلال برامجه على نشر الأفكار المتقاسمة من طرف الجميع، وتعميق روابط الانتماء إلى الدولة الواحدة وإلى الهوية الواحدة، خصوصا وقد أعطى قانون 3 أبريل 1990 أهمية للقيم الدينية والوطنية للمجتمع، ونص على ضرورة احترامها أثناء العمل الإعلامي سواء في الجرائد أو المجلات أو التلفزيون. ومنذ نهاية القرن العشرين شهد التلفزيون الجزائري تطورا ملحوظا، سواء على صعيد البث أو على صعيد التكنولوجيات المستخدمة أو على صعيد المحتويات والمضامين، التي عرفت تطورا ملحوظا سواء على مستوى التقنيات أو على مستوى حجم البرامج الإخبارية وتنوعها، لدفع المشاهد الجزائري إلى الاهتمام بالشؤون السياسية وخطط التنمية وتبنيته للمشاركة الفعلية في الحياة السياسية.

¹. عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص: 40.

ولذلك قامت الجزائر بإنشاء قناة تلفزيونية ثانية سنة 1998، وتلتها بعد ثلاث سنوات قناة تلفزيونية ثالثة، فالقناة الثانية "Canal Algérie" موجهة بصفة أخص للحالية الجزائرية بأوروبا، أما القناة الجزائرية الثالثة فهي موجهة إلى الجزائريين والعرب بالشرق العربي. ومنذ سنة 2000 اهتم التلفزيون الوطني أكثر بالإنتاج المحلي وبروافد الثقافة المتنوعة في مواجهة الإنتاج الأجنبي، حيث أصبحت الثقافة الوطنية مع التراث المحلي يشكّلان محورا رئيسيا كإستراتيجية ضمن البرمجة العامة في التلفزيون الجزائري،¹ الذي استخدم كأداة لمخاطبة الجماهير ومحاولة إقناعها بالبرامج السياسية الهادفة إلى ترسيخ دعائم السلطة السياسية وإيصال رسالتها الفكرية والإيديولوجية إلى المجتمع، والتأثير النفسي على الجماهير للمشاركة في خطط البناء والتغيير في المجتمع.

وبتحرير قطاع السمعي البصري الذي أقره قانون الإعلام 2012، ظهرت عدة قنوات تلفزيونية جزائرية، قدمت للجمهور الأشخاص والأحداث والقضايا وجعلتهم أكثر دراية بها، من خلال مضامينها ومحتوياتها المتنوعة في إطار التنشئة التعليمية والسياسية والثقافية للمجتمع.

ث- السينما:

تعتبر السينما أو فن الصور المتحركة من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية وأبرزها، التي دعمت نشر ثقافة الاتصال والتلقي البصري، خاصة بعد أن أمدها التطور العلمي والتكنولوجي والصناعي إمكانياتها المتعددة وقدراتها الهائلة في التعبير عن مقاصد واتجاهات وأهداف الأفراد والمجتمعات، لأغراض ترفيهية وثقافية وتعليمية ودعائية، وذلك من خلال اللقطات والمشاهد والكلمات التي تتحكم في توجيه الخطاب الإعلامي والثقافي والسياسي وصياغته بطرق معينة قد تقترب من الواقع، لاستخدامها دلالات ورموز تخاطب السلوكيات وضبطها، لخدمة قضايا سياسية وأيديولوجية معينة.

ويعتبر مضمون السينما من أهم النتاجات الفكرية والمعرفية، التي تحلل جوانب المجتمع المتعددة وتتبع مراحل تطوره وانعكاسات هذا التطور على القيم الثقافية الاجتماعية والسياسية للأفراد، وما يصاحبها من تغيير في السلوك والتوجهات، من خلال تجسيد الواقع الاجتماعي في صورة حية، وبمفردات لغوية تحمل في طياتها عناصر التأثير والإبهام، فالصوت والإيقاع الموسيقي والفني والأشكال والألوان والأداء والصورة المتحركة تقدم إطارا عاما يجمع العديد من الرموز والدلالات التي تعبر عن خصائص وسمات المجتمع وفكره وتراثه.

¹. نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر (دراسة ميدانية)، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص

ولقد أكدت العديد من الدراسات الاجتماعية والإعلامية المتعددة أن الفيلم السينمائي يحمل صيغ للفكر الاجتماعي المكونة من وحدات صغيرة قوامها اللقطة أو الكادر، ووحدها الصورة المتحركة، كما أشارت هذه الدراسات والبحوث إلى أن هذه الصيغ المعرفية هي شكل جديد من أدوات التعبير الثقافي والتأثير، التي يمكن عن طريقها تأكيد المعاني والأفكار.¹ وتتميز السينما كوسيلة اتصال جماهيرية بمايلي:²

- القدرة التأثيرية العالية على الجمهور المتلقي لها، وينتج هذا التأثير من الطبيعة الخاصة بالسينما، التي تجمع بين كونها وعاء معرفيا ثقافيا وكونها شكلا فنيا جماليا، بالإضافة إلى تسخيرها للوسائل التكنولوجية في صياغة هذا المحتوى بأسلوب يحقق جذب انتباه المشاهد والتوغل في وجدانه وعقله. فإدراك الواقع عن طريق الحس والشعور يزيد من إمكانيات الإقناع والتأثير السريع.
- خلق ثقافة التلقي البصري، أتاح القدرة على فهم كل معاني الفيلم السينمائي ودلالاته وإيماءاته ورموزه. ويقول "بيلا بالاش" أن السينما لم تؤد فقط إلى خلق أعمال فنية جديدة تمتع وتشعر باللذة الجمالية والوجدانية عند رؤيتها، بل إنها خلقت ما أسماه بالثقافة المرئية، بحيث استطاعت السينما مع غيرها من الفنون المرئية إحداث تغيير في القدرات الإنسانية التي تتعلق برؤية الأشياء الجميلة وتدوقها.
- السينما كوسيط اتصال تعد من الوسائل الموجهة إلى عقل الجماعة، لأنها تتميز بخاصية التلقي الجمعي، فالعرض السينمائي - تماما كالعروض المسرحية - يفترض وجود حشد يتلقى الرسالة الاتصالية.
- تحكم الجمهور في نمط تشكل الرسالة السينمائية، حيث يلعب الجمهور المتلقي وتفضيلاته دورا كبيرا في توجيه محتوى وشكل الإنتاج السينمائي، فالسينما والجمهور يتبادلان التأثير أحدهما في الآخر، فالسينما تربي ذوق الجمهور، وكلما ارتفع ذوق الجمهور اتجه إلى التعرض لرسائل ذات مستويات أعلى.
- التعبير الدرامي والاعتماد على العالم القصصي، فقد جاءت السينما باستثناء الأفلام التسجيلية ليشبع حاجة الإنسان في مطالعة الواقع المرئي ذي الحكمة القصصية.
- القدرة على بناء الواقع الدرامي، الذي يقدم شخصيات وتجارب ونماذج مختلفة، قد تتفق أو تختلف مع الواقع الاجتماعي وقد يختلف عنه.
- تحقيق الإيهام الدرامي، من خلال السيطرة على شعور المتلقي، عن طريق القدرة على إقناعه أثناء تعرضه للمادة الدرامية بأن ما يراه على الشاشة حقيقي وواقعي إلى درجة قد تدفعه إلى الاندماج في الأحداث والتوحد مع شخصيات العمل الدرامي.

¹. نسمة البطريق: الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص: 32.

². محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من المناادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2009، ص ص: 113-125.

ويضيف "لوبيز" (Lopez) بأن الدراما تخلق رؤية مرئية للوطنية تسمح للجمهور بأن يعيش إحساس الانتماء للدولة أو الأمة، وذلك اعتمادا على نسيج من الأفكار والرموز الوطنية، حيث يتم بناء وحدة الدولة عبر الشكل الروائي القصصي، وتمثل الصور والرموز والجذور معاني مشتركة للدولة، وتمثيل الهوية الوطنية كبنية تأسيسية للتاريخ والخبرات المشتركة التي تروى، وربط المواطنين بالهوية الوطنية، فهي تدعم الارتباط بالوطن بعدد من الأساليب.¹ فالدراما السينمائية تلعب دورا مميزا في إدراك مفهوم الوطنية وبناء الهوية الوطنية، وذلك من خلال التعريف بالرموز الوطنية، وتقديم الأساطير الوطنية في شكل روائي، يتضمن أحداثا وأفعالا وأوضاعا وشخصيات، تسمح بفهم الماضي، وفهم الحاضر من خلال ربطه بالماضي، لخلق مشاعر التوحد، التي ينتج عنها نشاط حماسي يساعد على نقل الفكرة السياسية للدولة، وربطها بالمشاعر، بما يتضمن معناها من أرض الوطن والعادات والتقاليد والناس وأنماطهم الثقافية والوطنية والمشاعر المصاحبة لرؤية الفرد بطلا في وطنه.²

ويهدف الفيلم السينمائي إلى أبعد من وظيفة التسلية والترفيه والمتعة الروحية والفكرية الناتجة عن توظيف العناصر الفنية الجمالية، التي يتلقاها المشاهد في الأفلام الدرامية. وفي هذا الصدد يرى "أندريه بازن" (André Bazin) الناقد والمفكر السينمائي في السينما أداة توعية، فالسينما ما هي إلا فن شعبي يجب أن يحاكي الحقيقة والمشكلات الاجتماعية.³

لذلك تعتمد الحكومات على السينما كوسيلة من وسائل الإعلام لدعم جهودها، من أجل التنمية والسلام الاجتماعي والوحدة الوطنية، وتوجيه الرأي العام لقبول السياسة، التي تنتهجها لإجراء التغيير المطلوب، لأن السينما أكثر الفنون جماهيرية بالتالي فهي أكثرها تأثيرا في الوعي والقيم.⁴ فالسينما تؤثر في الرأي العام وتتأثر به، حيث تنشر الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي كما تستوحي قصصها ورواياتها من واقع المجتمع، إلى جانب أنها تراعي الذوق العام لدى الجماهير والمجتمع الذي يعبر عن الرأي العام.

¹.Barker, chris : Television globalization and Cultural Identities, U.K (Open University Press), 1999, pp: 68,166.

². دعاء أحمد محمد البنا: معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة،

إشراف: انشراح الشال، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص: 3.

³. نسمة البطريق: المرجع السابق، ص: 182.

⁴. إبراهيم عبد الله المسلمي: المرجع السابق، ص: 273.

ولما كانت السينما وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية، فهي تهدف أيضا إلى إيصال فكرة أو نشر إيديولوجية ما، والدفاع عنها كما تسعى أيضا إلى كسب الرأي العام في قضية ما، وذلك من خلال بث أفلام ذات طابع سياسي الذي يتأثر بها الجمهور، ويعبئها لديه لتصبح فكرته ومبتغاه.¹

وقد بدأ الاهتمام بإنتاج أفلام تسجيلية للدعاية والإرشاد للمشاريع الوطنية، والدعاية السياسية، فالفيلم السينمائي ليس إنتاجا إبداعيا فنيا فقط، بل هو أيضا بضاعة جاهزة ينتجها مصنع سينمائي كبير متكامل يطلق عليه الاستوديو السينمائي، ومهمته تقديم خدمات سينمائية مختلفة لتنفيذ المخطط والبرامج الإنتاجية التي توضع وفق السياسة السينمائية للدولة، والمستندة إلى الأهداف والتوجهات السياسية والاقتصادية والثقافية في هذه الدولة.² ولعل من مميزات مثل هذه الأفلام السينمائية أنه يمكن عرضها على شاشة التلفزيون عن طريق الجهاز المعروف بالتلسينما، وبذلك يصبح للسينما دورا مزدوجا فعالا.

وعموما يمكن القول أن للسينما دورا هاما في توجيه الرأي العام وتثقيفه سياسيا، من خلال معالجة الظواهر الاجتماعية والسياسية التي تؤثر في المجتمع.

وقد ساهمت السينما في الجزائر قبل الاستقلال في إثارة الرأي العام العالمي لمساندة أهداف الثورة الجزائرية، من خلال الأفلام الوثائقية خاصة، التي عالجت مواضيع الكفاح في سبيل التحرير، من طرف عدد محدود من السينمائيين، وقد ركز هؤلاء السينمائيون جهودهم لفترة من الوقت بعد الاستقلال على تصوير الحدث الحاسم في تاريخ الجزائر، ولكن مع مرور السنوات انبثقت بالتدريج مواضيع جديدة تتعلق ببناء الجزائر الحديثة، وقد أخذت السينما على عاتقها الاستمرار في رسالتها، في توعية وخلق الشخصية الجزائرية لدى المواطن، والوقوف ضد مخططات الامبريالية، وأنتجت العديد من الأفلام الروائية. كما عالجت السينما كل القضايا القومية المطروحة مثل الثورة الزراعية وثورة التعريب والتسيير الاشتراكي والذاتي، وقد استفادت من الإنتاج المشترك بين الجزائر والكثير من الدول على تطوير السينما الجزائرية، على الرغم من المعوقات التي واجهتها كالتقص في المنشآت والاستوديوهات، والمخابر، وفي الفنين من ذوي الخبرة.³

¹ . بوريشة أعمار: دور الرأي العام في تحديد التوجهات العامة للسياسة الخارجية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، فرع العلاقات الدولية، إشراف: ديش إسماعيل، جامعة الجزائر، 2003/2002، ص: 132.

² . ماجي الحلواني وعصام نصر: المرجع السابق، 2004، ص: 118.

³ . جان الكسان: السينما في الوطن العربي، عالم المعرفة، الكويت، 1982، ص: 238-239.

وقد برزت السينما الجزائرية على الصعيد الدولي، وزاد إنتاج الأفلام بعد الذكرى العشرين لاندلاع الثورة التحريرية خاصة الأفلام الوثائقية والفيلم التسجيلي، باعتباره أداة ممتازة لنقل الثقافة، يمكن من التعرف على التراث الثقافي والوطني، إضافة إلى الفيلم الكوميدي، الذي استحوذ على اهتمام الجمهور.¹

ويمكن القول أن السينما الجزائرية في فترة الأفلام الثورية خاصة، كانت في مستوى الحدث ومتماشية مع رغبات الجمهور كما وكيفا، وقد أثبت الممثلون تفوقهم وتفاعلهم مع الأحداث فكانت أفلامهم واقعية إنسانية تنبئ عن أفكار ناضجة وسيناريوهات قيمة. كما استطاعت من خلال الأفلام التي قدمتها، والتي تنوعت لتتحدث عن القضايا الاجتماعية بكثير من العمق والجرأة الفنية، وكذلك في التناول السينمائي الفني الذي تطور كثيرا، أن تحقق وجودها الفني المتميز.

ج- المسرح:

يعتبر المسرح واحدا من أقدم الألوان الأدبية والفنية المعروفة ظهورا، وأبرز وسائل التعبير التي ارتبطت بقضايا المجتمعات منذ نشأته، وهو أحد فروع فنون الأداء أو التمثيل وأعرقها، الذي يجسد أو يترجم قصص أو نصوص أدبية أمام المشاهدين باستخدام أشكال متعددة من الفنون الأدائية أو التطبيقية أو الفنون الجميلة.

وتتركز قوة المسرح الفنية والتأثيرية في النص الدرامي، فالطبيعة الفنية للمسرح تجعله يعتمد كل الاعتماد على النص وحرفية تطبيقه، من خلال درجة الإحكام في عناصر البناء الدرامي المتمثلة في الحوار والحبكة ورسم الشخصية المحورية وقدرة الممثل الفنية على الأداء وتناوله للكلمة والحوار، ما يعطي إحساسا بالتلقائية والطبيعية في رسم المواقف للجمهور، الذي يمثل الحائط الرابع في التكوين المعماري للمسرح، ما يهيئ للتواصل والمشاركة بمعايشته للممثل ووجوده أثناء الأداء.²

يرتبط المسرح ارتباطا وثيقا بقضايا المجتمع، فهو يتيح للجمهور فرصة التفاعل بجواسه وعواطفه مع العرض المسرحي، ليكتشف منه المغزى أو العبرة أو الرسالة الإنسانية، التي تقدم له أشكالا متعددة من السلوك والنماذج والأحداث والعلاقات الاجتماعية. وبصفته نتاج مجتمع معين، فهو يتأثر بكافة الأوضاع السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والدينية، والحضارية للمجتمع. يقول "بومارشيه": "إن

¹. Sidi Ahmed Baghli: Aspects de la politique culturelle de l'Algérie, Unesco, Paris, 1977, p : 47.

². نسمة البطريق: المرجع السابق، ص ص: 212-214.

الدراما يجب أن تكون في خدمة الشعب وليست تعبيراً عن الطبقة الحاكمة، ويجب أن يتجه المسرح إلى الأغلبية الصامتة من البشر".¹

وقد أكدت البحوث والدراسات على أهمية المسرح في تقديم ومعالجة القضايا السياسية السائدة في المجتمع، وعلى قدرته الفعالة في تقديم القيم السياسية من خلال المواقف والأحداث الدرامية، وعن طريق المعيشة الفعلية لهذه القيم، فهو يستهدف النمو العقلي والوجداني والفكري والجمالي والروحي والاجتماعي للفرد، كما يرضي مختلف المشاعر والمدارك باعتباره عرض تفاعلي للأفكار والقيم، يقدم بطرق مؤثرة وفعالة.²

إن الهدف الأساسي من كل عرض مسرحي هو تحويل النص المسرحي إلى منظومة متناغمة من المؤثرات المرئية والصوتية، التي تحتوي المشاهد وتثير تأملاته وانفعالاته، هذه الميزة جعلت المسرح يحتل مقامه الأساسي في العملية التنموية بسبب اهتمامه بقضايا الإنسان والتصاقه المباشر بوجدان الشعب. فالمسرح ليس مجرد أداة لنقل المعلومات أو التسلية، بل يعتبر من العوامل المؤثرة في أفكار وسلوكيات واتجاهات الأفراد، من خلال مساهمته في معالجة القضايا والمشكلات المجتمعية.

ومع تطور أدوات المسرح بعد التقدم الاجتماعي والثقافي والعلمي، أصبح العرض المسرحي أكثر قدرة وتلقائية في التعبير عن المعاني والأفكار ورموز النص الأدبي الأصيل، خاصة الدلالات الحسية والمعنوية، والاجتماعية والتاريخية من خلال أدوات مستحدثة في فن الإخراج المسرحي.³

ويقوم المسرح كمؤسسة اجتماعية بمجموعة من الوظائف تكمل المؤسسات الاجتماعية والإعلامية الأخرى في مهامها، هي:⁴

- معالجة القضايا الاجتماعية المختلفة وتناولها بالنقد، لأن المسرح له ارتباط مباشر بكافة هذه القضايا.
- إثارة النقاش الثقافي والفني والاجتماعي والسياسي، من خلال طرح القضايا الهامة المرتبطة بالحياة اليومية لأفراد المجتمع وعلاقتهم بباقي المؤسسات.

¹. كمال الدين حسين: المسرح والتغير الاجتماعي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1992، ص:34.

². زينب علي محمد علي يوسف: القيم السياسية المتضمنة في بعض النصوص المسرحية المقدمة لطفل التعليم الأساسي (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تربية مسرحية، إشراف: كمال الدين حسام وسهير محمد حوالة، قسم رياض الأطفال والتعليم الابتدائي، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، 2005، ص: 4.

³. نسمة البطريق: المرجع السابق، ص: 81.

⁴. جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والاتصال (الوظائف، الهياكل، الأدوار)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص: 17.

- يعتبر المسرح منبرا حرا لممارسة النقد الاجتماعي ومجالا للتنفيس عن الهموم اليومية المنبثقة من تعقد الحياة العصرية وتشعب أزماتها وكثرة متطلباتها. ويعتبر المسرح كذلك من الوسائل الإعلامية الفعالة، وإن كان جمهوره محدودا وأقل حجما من جمهور السينما والتلفزيون، لكن جمهور المسرح هو أكثر ثقافة، وأكثر تجانسا.¹ فالمسرح يتميز بقدرته في التأثير على الطبقات الاجتماعية الراقية -اقتصاديا وثقافيا- وهم الذين يمثلون قادة الرأي في المجتمع أو الرأي العام السائد.

وقد لعب المسرح في الجزائر أثناء الثورة دورا هاما في شحذ الوعي الوطني والتعريف بالقضية الجزائرية للرأي العام العالمي، وأثار مجموعة من الأسئلة تتعلق بمصادر الأعمال المسرحية ومضامينها على كافة الأصعدة، ولعل تأثير الواقع الاجتماعي الذي عاشته الجزائر أثناء فترة الاحتلال قد ترك بصماته على الكتاب والفنانين، فانصب اهتمامهم على معالجة هذا الواقع رغم الحصار الذي كان مفروضا على المثقف الجزائري في مجال التعبير عن رأيه، وقد اتخذت الحركة الثقافية بمختلف أشكالها التعبيرية طابع الرفض الذي تجلّى بصورة خاصة في التمسك بالقيم الوطنية.²

كما ارتبط المسرح في الجزائر بالنضالات، التي خاضها الشعب الجزائري لإثبات هويته الثقافية وشخصيته، فهو مسرح يترجم المطالب الوطنية، وهو مسرح شعبي بتوجيهه إلى الأغلبية الساحقة من السكان، من خلال الجولات التي كانت تقوم بها الفرق الجزائرية، وبمحتواه وموضوعاته المستقاة من الحياة اليومية، وهو مسرح وطني بموقفه من الأحداث التي كانت تعيشها الجزائر، من خلال الانتقادات الموجهة للسلطات الفرنسية، وإن كانت تتم بصورة غير مباشرة، وتمحورت الموضوعات التي كان يعالجها المسرح الجزائري حول نقد بعض العادات والتقاليد الاجتماعية، والمظاهر السلبية المتفشية في المجتمع، بالإضافة إلى الموضوعات التاريخية.³

وقد كانت رسالة المسرح الجزائري امتدادا لمهمته التي قام بها قبل الاستقلال، المتمثلة في التعريف بالقضية الجزائرية للرأي العام الدولي، وحماية الشخصية الوطنية ومحاربة الآفات الاجتماعية، ففي فترة ما بعد الاستقلال، كان لابد للمسرح أن يكتسب نفسا جديدا وطويلا ومواصلة الدرب على طريق التحرر

¹ . محي الدين مختار : المرجع السابق، 1993، ص: 60.

² . مخلوف بوكروح: البعد الثوري للمسرح الجزائري، مجلة المصادر، المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية وثورة أول نوفمبر 1954، ع8، الجزائر، 2003، ص: 115.

³ . نفس المرجع، ص: 116.

التام، وهذا ما دفع الحكومة إلى تأسيسه كإجراء وطني ثوري يخدم الثقافة الوطنية والاختيار الاشتراكي الذي تبنته الجزائر.¹

ولعب المسرح الجزائري منذ تأسيسه الدور الريادي في الدفاع عن مصالح الطبقة الكادحة في الجزائر، حيث عمل على معالجة بعض الظواهر الاجتماعية والسياسية التي كانت تؤثر في المجتمع الجزائري، لتوعية المواطن وتنقيفه سياسيا.² وذلك رغم العديد من المعوقات مثل قلة النصوص المسرحية، وتمركز المسارح في العواصم والمدن الرئيسية، وازدواجية لغة الحوار، وضخامة التكاليف بالنسبة للمردود، وسوء نظرة بعض الناس لفن التمثيل، فالمسرح الوطني افتقر إلى الأجهزة التقنية التي تسمح بتحقيق طموحات المخرجين، إضافة إلى مشكلة الميزانية المالية والأجور التي لم تسد الحاجة الحقيقية للمسرح.³

ح- الإنترنت:

تعتبر الإنترنت أعظم ثورة وإنجاز في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات منذ نهاية القرن العشرين، ذلك أنها ألغت الحواجز الجغرافية والزمنية، وأدت إلى تغييرات جذرية في نمط حياة الشعوب وأثرت على المكونات الاجتماعية والاقتصادية والإعلامية والسياسية للمجتمعات، من خلال ما تقدمه من خدمات متعددة، غيرت من سبل المعرفة والتواصل والتفاعل وسمحت بتحرير الوسائل الإعلامية والاتصالية التقليدية من ثبات محتوياتها، وأحادية اتجاهاتها، وجمود علاقاتها بالمتلقي؛ بإتاحة كم معرفي ومعلوماتي كبير تميز بسرعة الحصول عليه وتنوعه وتبادله في إطار عملية اتصالية كفلت فرصة التواصل بحرية بين مستخدميها وعززت التفاعلية، والفورية التي غيرت المفاهيم والممارسة السياسية بظهور الجمهورية الإلكترونية، القائمة على التعددية، والحرية والديمقراطية.

وقد انتشر استخدام الانترنت بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة بسبب جملة الخصائص والمزايا، التي تتمتع بها دون سواها من وسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى، حيث تضم خصائص الاتصال الجماهيري ووسائل الاتصال الجمعي وكذلك الشخصي في آن واحد، ومن أهم هذه الخصائص:

- تعتبر التفاعلية أهم خاصية لشبكة الانترنت، حيث أصبحت أطراف العملية الاتصالية تتبادل الأدوار في اتجاهين، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه، من خلال المناقشة والرد وتعديل الرسائل وإعادة الإنتاج وحرية الاتصال، التي تتيحها خدمات البريد الإلكتروني والتخاطب الفوري ومنتديات التفاعل والحوار. وتعني التفاعلية

¹. بوعلام رضاني: المسرح الجزائري بين الماضي والحاضر، المكتبة الشعبية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، (د.ت)، ص: 23.

². بوريشة عمر: المرجع السابق، ص: 134.

³. بوعلام رضاني: المرجع السابق، ص: 31.

تلك الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها، التي تسمح للمتلقى المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على الإنترنت بقدر حاجاته وتفضيلاته واهتمامه.¹

- تنوع المحتوى أو الرسائل الاتصالية في الموقع الواحد أو في مجموع المواقع الموجودة على الشبكة بتنوع الوظائف وتنوع جمهور المستفيدين، إضافة إلى التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته، من خلال النصوص والوسائل الفاتحة، ودورها في ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي، خصوصا مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها.²

- تتصف الشبكة بالتزامنية أي أن الاتصال عليها يتميز بالتجديد، والحداثة، والفورية، مما يتيح لمستخدميها الحصول على المعلومات في حينها بطريقة سريعة وسهلة، وبالموازاة مع ذلك تتصف الإنترنت باللاتزامنية في بعض الخدمات كالبريد الإلكتروني، التي يمكن من خلالها تخزين أية رسالة إلكترونية إلى وقت طلبها؛ فيتاح الاتصال بين طرفين أو أكثر في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها.³

- تتميز الإنترنت بالفردية والتجزئية، حيث ترفع من قيمة الفرد وتميزه، من خلال ما توفره برامجه المتعددة وبروتوكولاتها من خيارات منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التحول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال، إضافة إلى أنها تقوم على ثلاث مقومات تتمثل في تأمين البيانات والمعلومات وسريتها، والتحكم الذاتي، مع مراعاة حقوق الملكية الفردية، والتي توفر معا أرفع درجات الفردية والحفاظة على الخصوصية في الاتصال. ومن جانب آخر تعددت المواقع التي تقدم المعلومات والأفكار ذات الطابع الخاص، وتتفق مع الحاجات المتعددة والمتجددة لكل الفئات تقريبا، والكثير من هذه المعلومات لا تتسع مساحات وسائل الإعلام لتقديمها حتى في الوسائل المتخصصة. وأدى هذا إلى تفتيت متعدد المستويات لجمهور المتلقين بحيث يصل إلى المفهوم الجمعي للمتلقين، الذين يجتمعون حول اهتمامات معينة تتسم بالخصوصية الشديدة، وهو ما يظهر في مواقع المنتديات أو مواقع المدونات، التي يجتمع حول موضوعاتها أصحاب الاختصاص أو الاهتمام بالموضوعات. فالإنترنت كما تعلي من شأن الفرد في تلبية حاجاته والحفاظة على خصوصية الاتصال والتحكم، فإنها ترفع من شأن الاهتمامات والتفضيلات الجمعية.⁴

تقوم شبكة الإنترنت بعدة وظائف وأدوار في مجال الإعلام والمعلومات والتعليم والترفيه والإعلان والدعاية، بتقديم عدة خدمات تسهل على المستخدم الوصول إلى كم معلوماتي كبير، لتحقيق وتلبية حاجات المستفيدين منها، خاصة بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال، والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية، بالصوت، والصورة، والنص المكتوب.

¹. محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2007، ص: 65.

². محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، المرجع السابق، ص: 29.

³. حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2003، ص: 57.

⁴. محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، المرجع السابق، ص ص: 29-30.

فالفرد في اتصاله بالانترنت يقوم بتوسيع دائرة علاقاته، من خلال المحادثات ومجموعات الحوار والبريد الإلكتروني، في إطار ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد، مثل مناهضة العنصرية والدعوة إلى الديمقراطية، أو الخروج على المفاهيم والمبادئ المستقرة للمجتمعات ونظم الحكم فيها.

كما تقوم المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت، بجانب العديد من المواقع الإعلامية الأخرى، التي تقدم الخدمة الإعلامية حول الوقائع والأحداث التي تحدث في العالم، من خلال كتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها، بالتعبئة لتكوين الرأي العام الإقليمي أو العالمي نحو المواقف والقضايا والتأثير فيه، للمساهمة في تنمية المشاركة الديمقراطية، التي تتيح الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع في ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال.¹ حيث أتاحت الانترنت فرصة المشاركة في "مجموعات الأخبار" (News Groups)، وهي مجموعة المناقشات الجماعية والمقالات والرسائل العامة التي يهدف بها الأفراد والجماعات والمؤسسات إلى الاستفادة من الشبكة كوسيلة للنشر، ويستطيع أي مشترك في الإنترنت الاشتراك في مجموعة أو أكثر وكتابة المقالات في أي مجموعة يشترك فيها.²

وعلى هذا كان لظهور شبكة الانترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى، من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني، حيث استخدمت كوسيط مناسب لعالمية الاتصال، للوصول إلى أكبر عدد ممكن من جمهور المتلقين، لتحقيق وظائف هذه الوسائل، باعتبارها إحدى قنوات أو مسارات النشر الإلكتروني والبث الإذاعي والتلفزيوني، التي استفادت من الثورة المعلوماتية والتكنولوجية في تطوير أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات في أجهزة الإعلام الرئيسية الثلاث المطبوعة والمسموعة والمرئية. وإذا كانت الوسيلة هي الوسيط الذي ينقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فإن الانترنت بهذا المقياس تعد وسيلة جديدة لها سماتها المختلفة عن الوسائل الأخرى، غير أنها تتعدى هذا المفهوم لتكون مصدرا ثريا للمعلومات والأخبار والصور للمتلقين خاصة الإعلاميين، الذي يساعدهم في التغطية الإخبارية والاتصال بالمندوبين والمراسلين والمصادر الإعلامية المختلفة، من خلال تلقي رسائلهم المكتوبة والمصورة، إضافة إلى كونها وسيلة اتصال تفاعلي تتيح فرصة المشاركة للمتلقين عن طريق البريد الإلكتروني وغرف الحوار.

ولم يقتصر تطور الانترنت على انتقال الشبكة من مرحلة الإعلام أحادي الاتجاه إلى الإعلام التفاعلي ذي الاتجاهين، باستخدام أدوات الصورة والصوت فقط، بل أصبحت وسيلة اتصال وتواصل فعالة، بظهور شكل صحفي جديد يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف،

¹. نفس المرجع، ص ص: 43-44.

². عاطف السيد: العولمة في ميزان الفكر، مطبعة الانتصار، القاهرة، 2001، ص: 49.

إلا أنه يتميز عنه في اعتماده على وسيلة جديدة تقدم المضامين بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وهو الإعلام الجديد أو الإعلام البديل أو صحافة المواطن، "الذي تجسد بظهور العديد من التقنيات والتطبيقات الاتصالية الجديدة على شبكة الانترنت، بدءاً بتقنيات المحادثة الالكترونية، والبريد الالكتروني، وغرف الحوار والتواصل النصي، وبرمجيات التواصل المباشر، والقوائم البريدية، وصولاً إلى الأشكال العديدة للصحافة الالكترونية، كالمواقع التكميلية للوسائل الإعلامية، والمواقع الفردية الشخصية، والمواقع التساهمية، والمدونات الالكترونية، إلى غير ذلك من التطبيقات الاتصالية، التي تنامت وازداد عدد مستعمليها بشكل مذهل، في ظل التعيم الإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام العمومية خاصة".¹

فأصبح الأفراد سواء كانوا من الصحفيين المحترفين أو المواطنين العاديين يلعبون دوراً فعالاً في عملية جمع وتصنيف وتحليل وصياغة المعلومات والأخبار، باستغلال خدمات إعلامية إلكترونية تواصلية ومعرفية وترفيهية متنوعة تقدمها الانترنت، كأدوات للتعبير عن مشكلات تنظيمية ودينية وثقافية وقانونية داخل المجتمع والتفاعل بين الفرد والمجتمع والدولة، للتأثير على طبيعة ونمط العلاقة بين مدخلات النظام السياسي.

حيث تشير الدراسات الحديثة أنه كان من نتائج الاستخدامات الإعلامية للانترنت تعزيز وظائف الإعلام الديمقراطية في المجتمعات، وهو ما ساعد في توسيع دائرة مسؤولية الفرد في صناعة القرارات الوطنية، وفي إدارة شؤون البلاد، كما أن نشر المعلومات وتبادل الأفكار والحوار حول القضايا المهمة من شأنه أن يثير حماس الناس للمشاركة في الحياة العامة، وأن يدفعهم للتفكير في الحلول السليمة لمشاكلهم العامة.²

وخاصة مع ظهور مفهوم الانفوميديا وما أنتجه من تقارب بين وسائل الاتصال المختلفة، الذي أعطى لوسائل الاتصال غير الإعلامية كالهواتف النقالة أدواراً إعلامية، ففي الجيل الثالث من الهواتف المحمولة هناك مجموعة من البرامج، التي تتيح لصاحبها تصوير مجموعة من مشاهد الفيديو أو الوثائق أو الصور، ونقلها بضغطة زر إلى مدونته الموجودة على الانترنت ليراها الناس لحظة حدوثها، دون ضغوط أو قيود قانونية.³

¹. إبراهيم بعزیز: دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع31، يوليو/تموز 2011، ص: 173-174.

². انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك: الإعلام الجديد (تطور الأداء والوسيلة والوظيفة)، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، ط1، 2011، ص: 57.

³. محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، المرجع السابق، ص: 67.

وقد وفرت المدونات الإلكترونية كبديل إعلامي، فضاء للتعبير عن القضايا الاجتماعية، والسياسية، والدينية المختلفة، والتفاعل المتزايد وسط جغرافيا اجتماعية متعددة المواقع والثقافات، لتحقيق بذلك الاتصال والتواصل والحرية في إبداء الرأي وثقافة النقد الاجتماعي والسياسي، وآنية المعلومة، متجاوزة كل الحواجز الزمنية، والمكانية، والرقابية على المعلومات التي لا تجد قبولا سياسيا، أو دينيا، أو اجتماعيا في بلد ما.¹

كما استعملت المدونات لأغراض سياسية عندما ظهرت في الغرب، إذ قام بعض رجال السياسة باستعمال المدونات في الدعاية لصالح أحزابهم السياسية وحملاتهم الانتخابية، فقد مثلت المدونات الإلكترونية عاملا هاما في السياسة الأمريكية، ومنذ ذلك التاريخ اعتمد الكثير من السياسيين على المدونات "blog" في بث مقاطع الفيديو القابلة للتحميل، التي يعرضون فيها آراءهم السياسية، لاستمالة وإقناع أكبر عدد ممكن من الناخبين، بل إن بعض الساسة يرون ضرورة وجود بعض المختصين في تصميم المدونات الإلكترونية ضمن موظفيهم ويسمى هؤلاء بـ "professional bloggers" لما لها من أهمية في عرض برامجهم السياسية، وتشكيل الرؤية السياسية للقراء بما يتماشى مع مصالحهم وما يمثل أحزابهم السياسية، ولم يختلف الحال كثيرا على المستوى العربي، رغم الحصار المسلط من رقابة على الانترنت في البلدان العربية، حيث يرصد المدونون العرب الأحداث ويوجهون النقد للواقع العربي والأنظمة السياسية والتيارات الفكرية السائدة، فقد أسهمت المدونات بما قدمت من مصدر جديد للمعلومات في صناعة حرية إبداء الرأي وكسر الحواجز الرقابية الملقاة على أفكار الشعوب وكلماتهم، للتعبير عن حالة الاحتقان الاجتماعي والسياسي التي يعيشها الأفراد، حتى أنه يطلق عليها الآن "المعارضة الإلكترونية".²

ويمكن اعتبار المدونات الإلكترونية العربية مدعاة للتحرر الإعلامي العربي بعد البث الفضائي، الذي أسهم بفعالية غير مسبوق في ترسيخ مبدأ الحرية في أداء الإعلام العربي، وإخراجه من تقاليد الإعلام الحكومي للمساهمة في تنوير الرأي العام.

كما عرفت بيئة الإعلام والاتصال المعاصرة أنماطا اتصالية، ووسائل وأساليب جديدة، ترتب عليها تداعيات سياسية، وثقافية واجتماعية طالت مختلف البيئات المحلية والإقليمية والدولية، وذلك بظهور

¹. بضياف سوهيلة: المدونات الإلكترونية في الجزائر (دراسة في الاستخدامات والإشباع)، ماجستير في الإعلام والاتصال، إشراف: رحيمة عيساني، جامعة باتنة، 2009-2010، ص: 111.

². بشرى جميل الراوي وعبد المحسن الشافعي: إشكالية حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للمدونات الإلكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، مجلة فصلية، ع 11-12، جامعة بغداد، العراق، كانون الثاني-أيار 2011، ص:

شبكات التواصل الاجتماعية، التي غيرت تماما من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية في المرحلة التقليدية للعمل الإعلامي، وبات الفرد منتجا ومرسلا ومستقبلا في ذات الوقت، حيث قام مقام عناصر الاتصال كافة في العملية التقليدية للإعلام. وقد أثبتت الدراسات العلمية أن هذا النمط الجديد للتواصل الاجتماعي، هو أقوى وأبلغ في التعامل مع قضايا وموضوعات الرأي العام تشكيلا وتعزيزا وتغييرا.

حيث تلعب الشبكات الاجتماعية ومن بينها الفيس بوك "face book" والتويت "twitter" واليوتيوب "you tube"، دورا هاما في التأثير على وعي الفرد وسلوكاته وقيمه الاجتماعية والثقافية والسياسية، باعتبارها بديلا عن التواصل الإنساني المباشر، ومصدرا أساسيا للمعلومات وأشرطة الفيديو والشهادات الحية للناس، التي يلجأ إليها المواطن الإعلامي لتصوير الأحداث، حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى تعتمد عليها في التغطية الإخبارية لقضايا مختلفة.

وبذلك ساهمت تطبيقات الانترنت وصحافة المواطن في تفعيل المشاركة السياسية للأفراد، من خلال تمكين الجمهور من إبداء رأيه حول مختلف القضايا السياسية، وانتقادها أو التعليق عليها أو مساندتها، وتشكيل جماعات افتراضية حول اهتمامات وأهداف مشتركة، لتمارس الضغط على السياسيين. ويرى الباحثون أن التوسع في القدرة على الاتصال بفضل الانترنت يمكن أن يقود إلى تنشئة سياسية، بل وتكييف سياسي أكثر، لأن الانترنت تتيح فرصا جديدة للمواطنين ليكونوا أكثر نشاطا في التعبير عن آرائهم وتوصيل رغباتهم التي توضح توجهاتهم السياسية.¹ يقول الكاتب "يوشاي بنكلر" (yochai benkler) أن التغيير الحاصل في الإعلام الرقمي، وتبني الأفراد لثقافة المشاركة، قد أثر في سلطة الإعلام، وفي كيفية تقديم القضايا ومعالجتها.² وهذا ما جعل هذه التطبيقات الاتصالية الجديدة تكتسب تسمية "السلطة الخامسة"، التي أتاحت حرية التعبير بعيدا عن السيطرة المهنية والاقتصادية والسياسية.

وعليه فإن البلدان العربية لم تكن في منأى عن هذه التأثيرات والممارسات الجديدة، حيث سعى الأفراد لإنتاج المضامين السياسية، ونشرها لكسر الاحتكار الذي تمارسه حكوماتهم ومؤسساتهم الإعلامية، وتؤكد ذلك عدة أمثلة في مختلف الدول التي حدثت فيها مظاهرات واحتجاجات، والتي أجبرت حكوماتها وسياسيها على التعامل مع هؤلاء الأفراد، وتمكينهم من المشاركة السياسية في مختلف القنوات الاتصالية، ولاسيما القنوات التفاعلية الجديدة عبر الانترنت، فمثلا في تونس وبعد الثورة التي حصلت، قامت بعض الهيئات الحكومية بتأسيس صفحات على "الفيسبوك" و"التويت" بهدف التواصل

¹. محمد نصر مهنا: في تنظير الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009، ص: 46.

². yochai benkler: the wealth of networks (how social production transforms markets and freedom, London , Yale university press, 2006, p: 213.

مع المواطنين، وتمكين الأفراد من إيصال آرائهم، وتمكينهم من الاتصال السياسي، والمشاركة السياسية في اتخاذ القرار وتسيير الشؤون العامة.¹

كما تساهم هذه التطبيقات في وصول انشغالات المواطن الصحفي إلى المحافل الدولية والمنظمات الحقوقية والمهنية ووسائل الإعلام الأخرى، التي تتناقل هذه الأخبار، فتشكل ضغوطاً على السياسيين والمسؤولين المحليين، للاهتمام بها. وبهذا تمنح هذه الوسائل الجديدة للأفراد فرصة للمشاركة في العملية السياسية، ولو جزئياً، من خلال التأثير في اتخاذ القرارات، بل والتأثير في مختلف المجالات. يقول الكاتب "زيد حافظ" في معرض حديثه عن دور وسائل الإعلام الجديدة في الثورات العربية: "نعتقد أن الوسائل الحديثة للتواصل، كالشبكة العنكبوتية والفايسبوك والتويتر، وما يمكن أن يستحدث من وسائل تواصل، أدت وستؤدي دوراً مركزياً في التعبئة والتنظيم، خاصة في مواجهة تكتيكات السلطة، وفي صد محاولات قمع ووأد المظاهرات، فنحن نعيش في عصر الثقافة التواصلية التي تستطيع أن تقوم بالتغيير". وهو ما جعل كثير من الكتاب يقررون أنه من بين أسباب شهرة المدونات العربية هو اهتمامها بالحركات السياسية الداعمة للديمقراطية في الوطن العربي. وبالتالي فإن متصفح الإنترنت يلجئون إلى هذه الخدمات لتوفير درجة من الوعي بقضاياهم السياسية.²

وعموماً فإن شبكة الإنترنت بعيداً عن سيطرة الدول والحكومات والأحزاب السياسية أتاحت فرصة ثمينة لإحداث تغيير في أسلوب الاتصال السياسي وطبيعة تعبير الرأي العام وتكوينه؛ وتنشيط العملية الديمقراطية من خلال الطبيعة التفاعلية، التي تشجع على مشاركة جماهيرية أكبر في التعبير عن الرأي وصنع القرارات. "مما ساهم في بروز ممارسات ديمقراطية جديدة، على غرار تمكن الأفراد من الاطلاع على وثائق حكومية أو زيارة المؤسسات السياسية والانتخابية، أو إجراء نقاشات جماعية عبر مختلف التطبيقات الإلكترونية".³

كما تقوم شبكة الإنترنت بأدوار مهمة في الشؤون السياسية، بدءاً من تقديم معلومات حول المرشحين للانتخابات، وانتهاءً بعمليات الحشد والتعبئة السياسية، وتسهيل مهمة الأنظمة السياسية في تنفيذ سياساتها، بحيث تحولت إلى قناة يمكن من خلالها تشكيل الرأي العام ونقاشه دون سيطرة النخبة السياسية على تدفق المعلومات.⁴ يقول "يوشاي بنكلر": "أن انغلاق وسائل الإعلام التقليدية، وعدم

¹. إبراهيم بعزيم: المرجع السابق، ص: 182.

². نفس المرجع، ص: 186.

³. David gauntlet: rewiring media studies for the digital age, Arnold, London, 2000, p: 159.

⁴. سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: المرجع السابق، ص: 143.

سماعها ببروز الرأي المخالف من جهة، وظهور البيئة الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة من جهة أخرى، جعلت الأفراد يتحولون من متلقين سلبيين، إلى مشاركين نشطين في الفضاء العمومي".¹

ثالثا - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمنظور للدراسة:

1- التصور العام للنظرية:

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في أوائل السبعينات، من خلال مؤسسها "ميلفن ديفلير" (M. Defleur) و"ساندرا بول روكيتش" (S. Ball Rokeach)، وكما يوحي اسم النظرية يقوم نموذج الاعتماد على ثلاثة عناصر أساسية هي: وسائل الإعلام، النظم الاجتماعية، الجمهور، أي أن كلا من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها، دون الاعتماد على بعضها البعض، الذي أصبح ملزما في المجتمع الحديث، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها، مثل: الصحف، الراديو، التلفزيون.² فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام، ويتفاعلون معها باعتبارها مصدرا من مصادر المعلومة، لتحقيق أهدافهم وإدراك المحيط الاجتماعي من حولهم، وهذا التفاعل يتم اعتمادا على الخبرات السابقة، وتأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة، وكلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام والاعتماد عليها زاد الاحتمال بأن تغير المعلومات من معارف ومشاعر وسلوك الأفراد، كما أن المجتمع ووسائل الإعلام يسيران باتجاه النمو والتطور، مما يزيد من دور وسائل الإعلام في وظيفة نقل المعلومات.³ فنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام يهدف إلى تفسير متى؟ ولماذا يتعرض الأفراد لوسائل الإعلام؟ وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم تفسيرا للطرق، التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية.⁴

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية شاملة، حيث تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخدامه، فتجاوز بذلك دراسة تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، إلى دراسة تأثير المجتمع في وسائل

¹ . yochai benkler: opcit, p: 212 .

² . محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997، ص: 140.

³ . بسبوني إبراهيم حمادة: وسائل الإعلام والسياسة (دراسة في ترتيب الأولويات)، مكتبة نخضة الشرق، القاهرة، 1996، ص: 291.

⁴ . ميلفن ديفلير وساندرا بول روكيتش (ترجمة كمال عبد الرؤوف): نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، ط4، 2002، ص: 41.

الإعلام، حيث تعكس الاتجاه العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة، بالنظر إلى الحياة الاجتماعية كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب ونتائجها.¹

2- الفرضيات التي تقوم عليها النظرية:

تقوم هذه النظرية على فكرة أساسية مؤداها، أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي، الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإعلام، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الإعلام وتتفاعل بها مع وسائل الإعلام تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، ويشمل أيضا ما تعلمناه من وسائل الإعلام، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الإعلام، لذلك فإن أي رسالة نتلقاها من وسائل الإعلام قد يكون لها نتائج مختلفة، اعتمادا على خبراتنا السابقة عن الموضوع، وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة.² ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية للنظرية فيما يأتي:

- إن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور، يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كلا من المجتمع ووسائل الإعلام، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع. وتقوم هذه النظرية على فرضيات هي:

- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات، فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار.

- يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع، وتزداد درجة اعتماده عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور، وتقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.

- يختلف أفراد الجمهور في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

وعلى أية حال فإن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يعد جزءاً من الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.³

¹ . محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، المرجع السابق، ص: 29.

² . بسيوني إبراهيم حمادة: المرجع السابق، ص: 249.

³ . محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، المجلد 7، 2003، ص: 2530-2531.

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:¹

الأهداف: لكي تتحقق الأهداف الشخصية والاجتماعية للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

المصادر: أن يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة إلى الوسائل، التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

ويؤكد مؤسس النظرية "ديفلير" و"روكيتش" بأن مفهوم المعلومات يشمل كل أنواع الرسائل، التي تقدمها وسائل الإعلام، ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويشعرون ويتصرفون بواسطتها، وأنه لا يجب تحديد مفهوم المعلومات في الإطار المحدود للأخبار وتجاهل مجال التسلية والترفيه، باعتباره أيضا مجالا من مجالات المعلومات، التي تحقق أهدافا عديدة في مرحلة الطفولة مثلا أو في مجالات الدراما لدعم العادات والتقاليد الاجتماعية. وتعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام الأساس، لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك.²

3- علاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظم الاجتماعية:

هناك نوعين من الدراسات، التي تجرى في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:³

- دراسات تركز على علاقة وسائل الإعلام بالجمهور (الأفراد) "Média Relationship-Audience".

- دراسات تركز على علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاجتماعي "Média Relationship-Social-System".

أ- علاقة الاعتماد بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام:

إن الأفراد ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الاتصال الجماهيرية، فالأفراد يتأثرون بدوافع النمو

¹. مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، ط1، 2006، ص: 228.

². محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص: 234.

³. مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006، ص: 153.

والبقاء، في المراحل العمرية المختلفة لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية تتمثل في:¹

الفهم: ويشمل المعرفة من خلال التعلم، والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي، الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم والبيئة المحيطة وتفسيرها.

التوجيه: ويتضمن توجيه ذاتي مثل اتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة السياسية، وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات كيفية التعامل مع المواقف الجديدة.

التسلية: وهي عبارة عن التسلية المنعزلة مثل الاسترخاء، والاستشارة، والتسلية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة.

وتعتبر عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة، فالتعرض يحدث على سبيل الصدفة أو مجرد وجود عادة اتصالية، دون أن تعتبر الوسيلة مصدرا للمعلومات ومرجعا لاتخاذ القرارات. فقوة وسائل الإعلام وفقا لنظرية الاعتماد تكمن في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات، التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية، التي يمكن أن تتسع وتزيد كلما زاد المجتمع تعقيدا. وتتأثر عملية الاعتماد بعدة عوامل، هي:

- طبيعة الوقت أو الظروف، التي يمر بها الفرد أو المجتمع، حيث تزداد أهمية وسائل الإعلام في أوقات الغموض والتوتر والتغير الاجتماعي.
- مدى انتباه الجمهور لمضمون الوسيلة.
- تأثير علاقات الاتصال الشخصي.
- استخدام الفرد وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يقسم إلى استخدام عام للوسيلة، فيتم التعرض لكافة المضامين، وهناك الاستخدام المركز للوسيلة، ويعني تعرض الفرد لمضمون محدد في الوسيلة. ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافه في الأهداف والحاجات الفردية.
- تأثير الظروف والعوامل الاجتماعية.²
- طبيعة الجمهور، فالنخبة أو الصفوة من الجمهور تملك رقابة أكثر على وسائل الإعلام، وهي في نفس الوقت أكثر إمكانية للوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة، وبالتالي فهم أكثر احتمالا لأن

¹ محمود أحمد مزيد: دراسات في إعلام الطفل، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2006، ص ص: 282-283.

² أحمد فاروق رضوان: اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام (الفضائيات العربية ومتغيرات العصر)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005، ص ص: 315-316.

يعتمدوا على مصادر أخرى وقنوات بديلة، أكثر خبرة في المعلومات على عكس الجمهور العام، فسوف يزيد اعتمادهم على وسائل الإعلام، وعلى مصادر متواضعة للحصول على المعلومات.

- أنشطة وسائل الإعلام. فكلما كان النظام الإعلامي يملك خصائص كثيرة تمكنه من تلبية احتياجات الجمهور، كلما كان أكثر احتمالا لأن يكون مركزيا في المجتمع، وكلما اعتمد الجمهور عليها أكثر. وفي حالة وجود مصادر بديلة متاحة عن طريق الشبكات غير الرسمية أو المتخصصة أو عن طريق وسائل اتصال من خارج المجتمع، سوف يكون اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بطريقة أقل.¹

ب- علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية:

يرى "ميلفن ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسستها في المجتمع، يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل. فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد وآلاف الجماعات والمنظمات، التي يرغبون في الوصول إليها. وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام، لخلق الرابط للاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال، التي تحتاجها المنظمات السياسية والاقتصادية، لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والنظم الاجتماعية الأخرى، لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا.²

قد تختلف العلاقة بين المكونات الرئيسية الثلاث، الجمهور والنظام الإعلامي والنظام الاجتماعي من مجتمع إلى آخر، حيث تحكم بعض المجتمعات السيطرة على نظمها الإعلامية، بينما تملك النظم الإعلامية في مجتمعات أخرى السلطة والقدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يختلف أيضا، فأحيانا تتبع وسائل الإعلام الجمهور فتعكس آراءه، وفي أحيان أخرى تلعب وسائل الإعلام دورا قياديا وأكثر سيطرة.³

ويعتمد النظام السياسي على موارد وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

- زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية، المساواة، التصويت الانتخابي.

¹ . مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد: المرجع السابق، ص ص: 151-152.

² . حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط4، 2003، ص: 317.

³ . مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد: المرجع السابق، ص: 152.

- الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي، من خلال بث روح الإجماع.
- تدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة السياسية مثل: الحماس للحرب أو المشاركة في التصويت.
- التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل: صراعات الأحزاب، أو الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية أخرى مثل: النظام الديني للفصل بين الدين والدولة.

ومن جانب آخر تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي لتحقيق الأهداف الآتية:

- اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية.
 - الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار مثل: الأوضاع السياسية والاجتماعية.
 - تحقيق العائدات من الإعلانات السياسية في الحملات الانتخابية.
- ومع ذلك يمكن أن يحدث الصراع بين النظام السياسي ووسائل الإعلام بسبب رغبة الحكومات في فرض الرقابة على النشر، وسرية المعلومات لعدم حصول وسائل الإعلام عليها وإخفاء الفساد السياسي. وكذلك رغبة وسائل الإعلام في مراقبة سياسات الحكومة، وترويج مبدأ الحق في المعرفة، والحفاظ على سرية المصادر الإعلامية. ورغم هذا الصراع بين النظام الإعلامي والسياسي، لا يمكن لأحدهما تحقيق أهدافه دون الاعتماد على الآخر. وبنفس الطريقة يحدث الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى مثل: الأسرة، النظم الدينية والتعليمية والعسكرية والاقتصادية والثقافية.¹

4- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يؤدي الاعتماد على وسائل الإعلام إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعد على فهم الأزمات والتفاعل معها وأساليب مواجهتها، كما يتمكن من اكتساب القيم والمعايير القائمة في المجتمع، وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به.² وينتج عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام حسب "ميلفن ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" مجموعة من التأثيرات، تصنف إلى ثلاث فئات أساسية، هي:

أ- التأثيرات المعرفية "cognitive effects": تتمثل في مجالات عديدة منها:³

¹. نفس المرجع، ص ص: 319-320.

². أحمد فاروق رضوان: مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية والدولية كمصدر للحصول على المعلومات (دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور العام وقادة الرأي)، رسالة دكتوراه غير منشورة، إشراف: صفوت محمد العالم وليلى حسين السيد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، 2003، ص: 318.

³. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص ص: 237-238.

- إزالة الغموض الناتج عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الصحيحة لهذه الأحداث. ويتبلور دور وسائل الإعلام أكثر في إعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية في أوقات الأزمات والكوارث والتغيير الاجتماعي.
- تقوم وسائل الإعلام بتشكيل الاتجاهات من خلال المعلومات، التي تقدمها حول القضايا المثارة في المجتمع، حيث تعمل على دفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات، التي تثير المتلقين للاهتمام بها.
- تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات واهتمامات المتلقين للموضوعات والأفكار التي تنشرها، أي أن ترتيب أجندة المتلقين بالنسبة لهذه الموضوعات والأفكار يكون اعتمادا على ترتيب الوسائل لها.
- تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون ويعرفون الكثير عن أناس وأشياء وأماكن عديدة من وسائل الإعلام.
- بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم، فوسائل الإعلام تقوم بتقديم المعلومات، التي تتضمن الصراع الأساسي بين القيم التي يشترك في اعتناقها أفراد الجمهور. ويمكن أن يسبب هذا التوضيح تضاربا يؤدي إلى خيارات عديدة، يفاضل الجمهور بينها لتقرير أيها أكثر أهمية.

ب- التأثيرات الوجدانية "Affective effects": تشير عموما إلى الفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكره. وفي المجتمعات التي يتم فيها تطوير الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، نجد أن التأثير أو التغيير العاطفي لدى الناس يمكن أن يحدث عندما تقدم معلومات معينة، من خلال رسائل إعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات ما يأتي:

- الفتور العاطفي، حيث أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام تؤدي إلى الشعور باللامبالاة، وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين، فالفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية، إلا أنه ليس من الضروري أن يتحقق ذلك، فرمما يؤدي تعرض الأفراد لمشاهد العنف إلى إثارة الدافع لديهم لاتخاذ مواقف ضد أسباب أو ممارسي العنف.
- الخوف والقلق، حيث أن أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، التي تعرضها وسائل الإعلام تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع. إلا أنه قد يؤدي أيضا إلى تقليل مشاعر الخوف والقلق من نتائج هذه الأخطار والكوارث وتداعياتها على الفرد والمجتمع، من خلال المعلومات التي تقدمها الوسائل عن كيفية مواجهة هذه الأخطار والتعامل معها وتجنبها مستقبلا.
- الدعم المعنوي والاعتزاز، فوسائل الإعلام تؤدي إلى رفع الروح المعنوية لدى المواطنين، أو تزايد شعورهم بالاعتزاز. فالمجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصالية رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، خاصة إذا كانت وسائل

الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد. في حين يزداد اغتراب الفرد إذا لم يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.¹

ث- التأثيرات السلوكية "Behavioral effects": التغيير في الاتجاهات أو في الاعتقادات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الناس، حيث أنها تؤثر بوضوح في سلوكهم، وقد حصر "ميلفن ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين هما:

- التنشيط، ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، فالمعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الإعلام - كنتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية - تدفعه لاتخاذ مواقف وسلوكيات معينة في مجالات الحياة المختلفة، ولكن قد يصبح التنشيط الناتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام سلبيا، في حالة اتخاذ الفرد لسلوكيات ضارة بالآخرين والمجتمع، كالمشاركة في أعمال العنف والجرائم وغيرها.

- الخمول، ويعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع. ويرجع خمول الفرد كنتيجة للاعتماد على وسائل الإعلام إلى:

- طبيعة التغطية الإعلامية للأحداث، والتي تؤدي أحيانا إلى الرتابة والملل.
- المضمون الذي يتعرض له الفرد ومدى مصداقية الوسيلة التي تقدمه، وثقة الفرد في هذا المضمون.
- اختلاف الوسائل التي يتعرض لها الفرد، فقد تؤدي وسيلة معينة إلى تنشيط سلوك الفرد، في حين تؤدي وسيلة أخرى لخموله.
- اختلاف أهداف الأفراد من التعرض لوسائل الإعلام، فكلما كان تعرض الفرد مقصودا للوسيلة وللمضمون زادت إمكانية حدوث التنشيط، في حين أن الخمول يظهر غالبا كنتيجة في حالة التعرض العام وغير المقصود.²

وتنقسم مداخل دراسة الاعتماد إلى مدخلين: الأول يتعلق بالنطاق العام "Macro"، ويهتم بعلاقة وسائل الإعلام بمؤسسات ونظم المجتمع، وطبيعة العلاقة بين الوسيلة وأطراف في عملية الاتصال مثل المعلنين، وهو مدخل عرف باسم "Media System Dependency"، والآخر هو المدخل الخاص "Micro"، ويهتم بعلاقة الفرد بالوسيلة الإعلامية ودورها في التأثير على اتجاهات ومعتقدات الجمهور، وأسباب الاعتماد على هذه الوسيلة، وعرف هذا المدخل باسم "Dependency Theory" ³. "Media Information".

¹. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: المرجع السابق، ص: 328.

². أحمد فاروق رضوان: مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية والدولية كمصدر للحصول على المعلومات (دراسة

تطبيقية مقارنة على الجمهور العام وقادة الرأي)، المرجع السابق، ص: 320.

³. نفس المرجع، ص: 321.

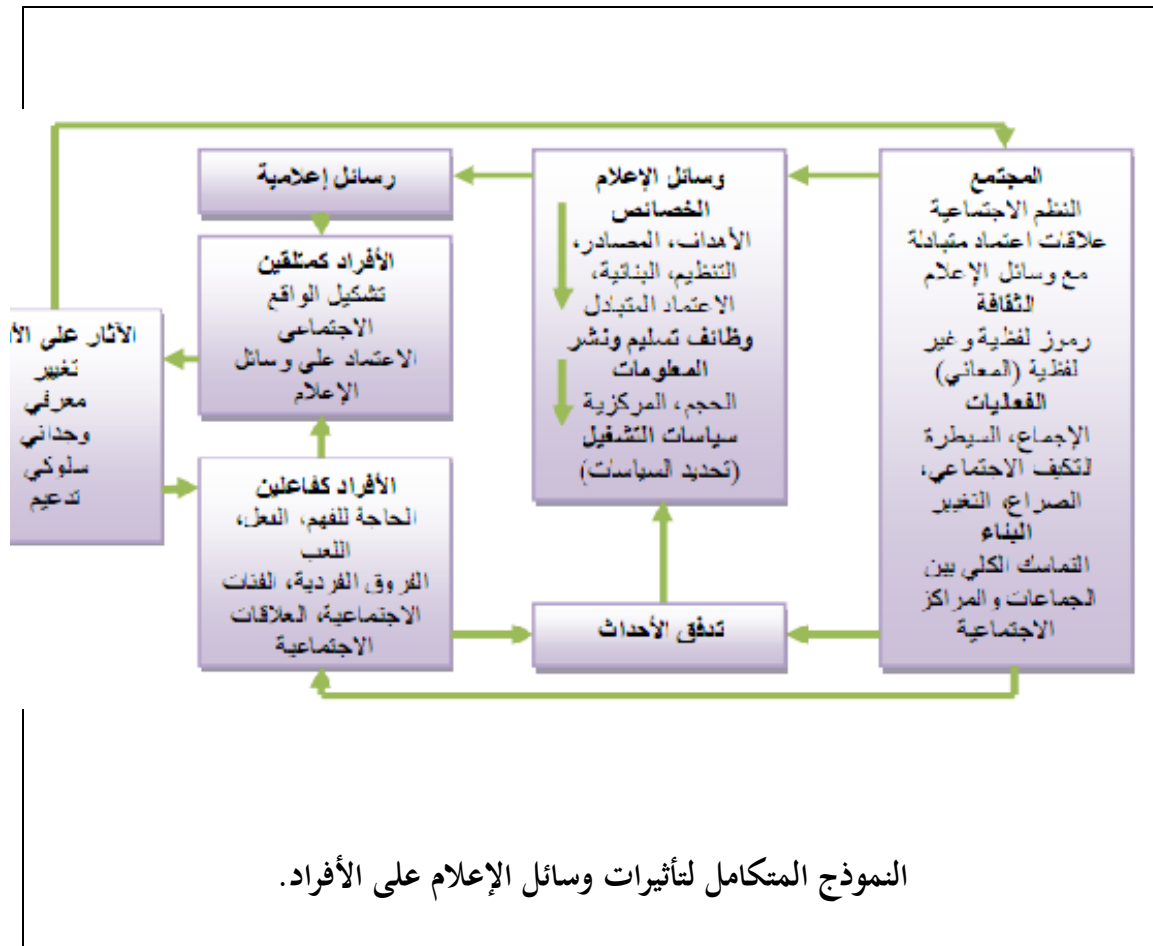
وتأتي هذه الدراسة ضمن المدخل الثاني، لذلك تهتم بالكشف عن آثار التعرض لوسائل الإعلام المختلفة على القيم السياسية للنخبة المثقفة، خاصة مع تنوع وازدياد وتطور هذه الوسائل تكنولوجيا، والتعرف على آراء وملامح تقييم النخبة المثقفة لهذه الوسائل، ومساهمتها في تطوير الأداء الإعلامي، من خلال الآراء والتحليلات التي تعتمدها الوسائل الإعلامية في تقديم محتوياتها ومضامينها، بهدف دفع كل أفراد الجمهور لاستمرار التعرض المنتظم لها. وتعتبر وسائل الإعلام من المصادر المهمة، التي تعتمد عليها النخبة المثقفة للحصول على المعرفة، ومن خلالها تتمكن النخبة المثقفة من تقييم الأحداث، وتفعيل قدرتها على الحوار بشأنها، خاصة الأحداث والوقائع التي تهتم بها بهدف متابعتها بصورة أكثر عمقا وتحليلا.

كما يساعد تطبيق نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام على معرفة متى؟ ولماذا؟ وإلى أي حد تعتمد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات المختلفة، وما الأهداف من هذا الاعتماد؟ وما التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد سواء كانت معرفية أو وجدانية أو سلوكية؟ لأنها تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية تكوين القيم السياسية لدى النخبة المثقفة.

5- النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يقدم واضع النظرية "ميلفن ديفلير" (M. Defleur) و"ساندرا بول روكيتش" "S. Ball" و"Rokeach" النموذج المتكامل للاعتماد على وسائل الإعلام؛ كما يوضحه الشكل الآتي:¹

¹. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: المرجع السابق، ص: 330.



يشير النموذج المتكامل للاعتماد على وسائل الإعلام إلى آثار وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين: وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور، ويشتمل هذا النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام، بالشكل الذي يولد العلاقات على النحو الآتي:¹

أ- ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية، التي تحدث بينها وبين وسائل الإعلام علاقات اعتماد متبادلة، ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي نقلها عبر رموز لفظية وغير لفظية. وتشمل العمليات الديناميكية لنشر الثقافة قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع والسيطرة والتكيف الاجتماعي، بجانب قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير. وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلي للمجتمع، الذي يتضمن تكتلات وجماعات رسمية وغير رسمية بالإضافة إلى مواقع اجتماعية منظمة.

ب- تضع علاقة الاعتماد القائمة بين النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام وبين البناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع قيوداً وحدوداً على النظام الإعلامي، حيث تؤثر على خصائصه وعلى خدمات نشر المعلومات وسياسات التشغيل. كما تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، من خلال الفروق

¹. نفس المرجع، ص: 331-333.

الفردية والعضوية في الفئات الاجتماعية والمشاركة في العلاقات الاجتماعية، ويعمل النظام الاجتماعي أيضا على خلق حاجات للأفراد مثل: الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسلية. أما كيفية تطوير الناس لاعتمادهم على وسائل الإعلام في إشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، فتحدد بالاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام بالشكل الذي تتنوع معه تأثيرات هذه الأخيرة على الأفراد.

ت- تغطي وسائل الإعلام الأحداث والأشخاص داخل النظم الاجتماعية المختلفة، بحيث تنتقي التركيز على بعض القضايا والموضوعات لتشكيل الرسائل المتاحة إعلاميا للجماهير.

ث- يمثل الأفراد كجمهور متلقي عنصرا رئيسيا، إذ يستخدمون وسائل الإعلام لاستكمال بناءهم للواقع الاجتماعي، الذي لم يتشكل أو بالأحرى لم يتمكنوا من إدراكه بالتنشئة الاجتماعية، التعليم، عوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، في حين تتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير.

ج- يتلخص تأثير وسائل الإعلام في تدعيم المعتقدات، القيم وأنماط السلوك القائمة بالفعل حين يكون الواقع الاجتماعي محددًا ومفهوما لدى الأفراد، بحيث يلبي حاجاتهم قبل وأثناء تلقي المحتويات الإعلامية، بينما يصبح دورها أكبر في التأثير على المعرفة، الاتجاهات والسلوك إذا لم يكن لدى الأفراد واقعا اجتماعيا حقيقيا يسمح بالفهم والتوجيه، بما يجعلهم يعتمدون على وسائل الإعلام بدرجة أكبر، لذا يجب الأخذ بعين الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الجمهور.

ح- تدفق المعلومات يكون من وسائل الإعلام بغية التأثير في الأفراد، ولكنه أحيانا يأخذ الاتجاه العكسي بهدف التأثير في الإعلام أو في المجتمع ككل، كالأعتراض الجماهيري الذي يزيد مستوى الصراع في المجتمع أو يكون جماعات اجتماعية جديدة، ما قد يؤدي إلى إحداث تغييرات في النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام مثل تمرير قوانين جديدة تصمم لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام. وقد قدم كلا من "Defleur" and "Dennis" عام 1996 تصورا لنظرية الاعتماد، يتفق مع التطور الذي شهدته المجتمعات في مجال إنتاج وتوزيع المعلومات، ومع ما حدث من تطور ملحوظ لوسائل الإعلام من حيث الإنتاج والتوزيع والقدرة التكنولوجية، ويعتمد هذا التصور على النقاط الآتية:¹

- أن حاجة الأفراد والمجتمعات زادت خلال السنوات الأخيرة، وذلك في جميع مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها، وذلك من أجل التعرف على البيئة المحيطة بالفرد والأحداث الجارية

¹. أحمد فاروق رضوان: مدى الاعتماد على وسائل الإعلام العربية الدولية كمصدر للحصول على المعلومات (دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور العام وقادة الرأي)، المرجع السابق، ص ص: 98-99.

بها، وكذلك من أجل الترفيه والتسويق وغيرها من مجالات الحياة، التي تتطلب من الفرد اتخاذ قرارات يومية.

- في الوقت نفسه حدث تطور كبير في وسائل الإعلام، من حيث انتشارها وتنوعها وتطورها التكنولوجي، وقد حدث هذا التطور في جميع الوسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية إلى جانب انتشار استخدام أجهزة الكمبيوتر وشيوع استخدام شبكات المعلومات والانترنت.
- وبينما يلجأ الأفراد في المجتمعات التقليدية إلى اتباع أساليب متشابهة في التعامل مع المجتمع، ويعتمدون على الاتصال الشخصي من خلال الأسرة والجيران، والصدقات المختلفة للحصول على المعلومات، تعتمد المجتمعات المتطورة على علاقات أكثر تعقدا وتشابكا بين أفرادها ومنظمتها، وتنشأ في هذه المجتمعات اختلافات بين أفرادها في الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والمهنية والعرقية.
- وبسبب هذا التشابك والتعقد أصبح الاتصال الشخصي في المجتمعات المتطورة أقل تأثيرا في توفير المعلومات اللازمة للأفراد عن الحياة اليومية، بينما ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام لتوفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المرتبطة بحياة الفرد واهتماماته السياسية، الترفيهية، التسويقية، الاجتماعية وغيرها.
- يتطلب ذلك الخروج بالنظرية من دائرة التطبيق في ظروف التوتر والغموض والكوارث، التي تصيب المجتمعات، إلى دائرة التطبيق في مجالات الحياة المختلفة. فالحصول على المعلومات في مختلف المجالات أصبح ضرورة هامة تحكم علاقات الأفراد بالمجتمع ومؤسساته، وأصبحت وسائل الإعلام بتنوعها وانتشارها من أهم مصادر المعلومات.

6- نقد النظرية:

أ- مميزات النظرية: حدد خبراء الإعلام والباحثون مزايا مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يأتي:

- لم يغفل مؤسس النظرية العوامل البنائية الاجتماعية في علاقتها بوسائل الإعلام وتأثيراتها، وكذا العوامل النفسية للجمهور، والمتمثلة في حاجاته الأساسية التي يسعى لتلبيتها (الفهم، التوجيه والتسلية)، من خلال وسائل الإعلام كمصدر أولي للمعلومات المساعدة على تحقيق أهدافه، والتي تختلف من فرد لآخر تبعا لخصائصهم الفردية والاجتماعية، وبالتالي في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، وحجم تأثيراتها على المجتمع. وهذا ما أغفلته نظرية الاستخدامات والإشباع، بإهمالها لهذه التأثيرات واهتمامها بالمتلقي ودوافع استعماله لوسائل الإعلام والإشباع المحققة؛ إذ لم تركز على تحليل العلاقة التبادلية للنظم الاجتماعية مع وسائل الإعلام. إلا أن كلا من النظريتين تتفقان في الاهتمام بالمداخل النفسية الاجتماعية لتحديد الحاجات، التي يسعى الفرد لتلبيتها بالتماسه المعلومات اعتمادا على وسائل الإعلام.¹

¹. مي العبد الله : المرجع السابق، ص: 282.

- تعكس النظرية الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة بالنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست مجرد نماذج متصلة من الأسباب والنتائج. حيث تركز هذه النظرية على الظروف البنائية والتاريخية، إضافة إلى المتغيرات الشخصية والفردية.
- تعتبر مقاييس الاعتماد أكثر أهمية من مقاييس الاستخدام العام، وذلك بمجرد حساب المتغيرات الديموغرافية ودرجة الاهتمام. ولا تقوم مقاييس الاستخدام العام بمساهمة ذات دلالة في المعرفة.
- من فوائد النظرية على نظام وسائل الإعلام، أنه بالإمكان استخدام نفس المفاهيم الأساسية التي تنطبق على العلاقات الكبيرة المحددة بين النظم، لبحث العلاقات الأكثر تحديدا بين الأفراد ووسائل الإعلام.
- إن الدراسات الإمبريقية التي استخدمت نظرية الاعتماد، قد استطاعت أن توضح الفروق الدقيقة بين المتغيرات المتشابهة مثل الاعتماد، الاستخدام، التعرض، وأن تضع مقاييس لتلك المتغيرات والتأثيرات. فالاعتماد على وسائل الإعلام يقصد به درجة التبعية لوسيلة معينة كمصدر للمعلومات عن مختلف الأحداث والقضايا، ويختلف عن الاستخدام إذ لا يرتبط باستعمال الوسيلة، فالفرد قد يقضي فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة، لكنه يعتمد على أخرى كمصدر لمعلوماته؛ أي أن الاستخدام هو معدل المتابعة، أما الاعتماد فهو درجة أهمية الوسيلة كمصدر للمعلومات بالنسبة للفرد وتعبير عن اختياره وتفضيله.¹

ب- عيوب النظرية: رغم تعدد مميزات نظرية الاعتماد المتبادل، فقد وجهت لها بعض الانتقادات منها:

- لم تتعرض هذه النظرية لدور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة، على الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي.
- تفتقر النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع ذلك إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية.
- تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على العلاقة الثلاثية، التي تتكون من النظام الاجتماعي ووسائل الإعلام والجمهور، لكن معظم البحوث تتعامل مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، وبالتالي تدرس أبعاد وآثار اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة دون التركيز على النظام الاجتماعي والجماعات.
- ارتكازها على خبرات مجتمع ذو خصوصية بنائية ووظيفة قد يفقدها القدرة على التعميم على مجتمعات أخرى في البيئات الدولية، كما لم تحدد النظرية علاقة كل عنصر من عناصر المجتمع بالنظام الإعلامي، فعلى سبيل المثال، ما حدود تأثير الظروف الاقتصادية؟ ما مدى تأثير الفلسفة السياسية على تشكيل النظام الإعلامي؟²

رابعا - الاعتماد المتبادل بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام:

¹ . بسام عبد الرحمن المشابقة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص ص: 97-98.

² . مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد: المرجع السابق، ص ص: 172-173.

تمثل طبيعة العلاقة القائمة بين النظام السياسي في الدولة ومختلف القوى التي يمثلها أفراد المجتمع أحد أهم المعايير في تقويم مستوى الاستقرار السياسي، وقدرة النظام السياسي ذاته على تحقيق أهداف المجتمع. ومع تطور النظم السياسية الحديثة، لم تعد السلطة السياسية وحدها هي القوة المؤثرة في استقرار النظام السياسي وتحقيق أهدافه، بل ظهر الرأي العام بوصفه قوة لها اعتبارها في اتخاذ القرارات، وتحديد السياسات العامة في المجتمع، ولذلك أصبح لزاما على السلطة السياسية في الدولة الحديثة مراعاة أفراد مجتمعتها في رسم سياساتها، لأنها تستمد قوتها وثباتها ووجودها من هذا المجتمع.

ويعتبر النظام الاتصالي الإعلامي بوسائله المختلفة في تفاعله مع البنى السياسية والاجتماعية للمجتمع أداة هامة لتشكيل الوعي المجتمعي، ومنبرا رئيسا للحوار والجدل السياسي، وتنوير الرأي العام الداخلي والخارجي، في إطار حرية الاتصال وتبادل المعلومات ووجهات النظر بين النخبة السياسية والنخبة المثقفة والجمهور، من أجل تفعيل المشاركة الإيجابية الهادفة لتحقيق التنمية الشاملة في مختلف المجالات. فوسائل الإعلام في إطار التطور التكنولوجي تعد من الوسائط الأساسية، التي تساهم في بناء علاقة تكاملية بين الدولة وأفراد المجتمع، من خلال التعبير عن الحقوق والحريات العامة للمواطن لتحقيق الانتماء والولاء الوطني.

ويرى "لاسويل" (Lasswell) أن البناء الاجتماعي يشبه الهرم، الذي يتربع الحكام وهم النخبة السياسية على قمته، وجمهير الشعب في القاعدة، وبينهما الخبراء والمتخصصون في مختلف المجالات، الذين يقومون بعملية الاتصال ما بين النخبة السياسية وأفراد المجتمع، وهؤلاء قد يكونون محايدين أو معارضين عند القيام بأدوارهم، فهم يشكلون جزءا من مؤسسات أو أحزاب سياسية أو غيرها من الجهات التي تقوم بدور نشط في السياسة العامة¹، وهنا يبرز دور النخبة المثقفة كوسيط في صنع السياسات، فهي تشارك في العملية السياسية، من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة أو جوانب معينة في هذه القضايا، من شأنها أن تدعم أو تغير الصورة الذهنية لدى الأفراد حيال السياسات والاتجاهات والقيم السياسية، التي ليست إلا انعكاسا للصورة التي كونها عن المجتمع من حوله، والتي استقاها من كم المعلومات التي وصلت إليه من خلال المضمون السياسي المقدم في وسائل الإعلام.

ويمثل هذا المستوى من مستويات الاتصال أهمية خاصة بالنسبة للاتصال السياسي، من خلال مختلف قنوات الاتصال المتاحة لدى النخبة المثقفة؛ إلا أن الاتصال الجماهيري يعد من أهم مستويات الاتصال السياسي، حيث تساهم وسائل الإعلام بشكل كبير في نشر الأخبار والمعلومات في جميع

¹. حمادة بسيوني: دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة

المجالات، ومناقشة القضايا والأحداث السياسية، ونقل مختلف وجهات النظر، للتأثير في الآراء السياسية وغير السياسية للجمهور.

كما تلعب مختلف النخب من خلال وسائل الإعلام دورا هاما كقيادة رأي في المجتمع، وجماعات ضغط تستهدف التعبير عن مطالب الجمهور، وصنع بدائل للممارسة السياسية والتأثير في قرارات السلطة وسياساتها، وتوجيهها بما ينسجم مع مصالح عامة المجتمع، كأحد مستويات التفاعل وربما الصراع التي تؤثر على الحياة السياسية، وتمارس أدوارا هامة في صنع السياسة، وبخاصة في الدول الديمقراطية الأكثر حرية وانفتاحا.¹

فوسائل الإعلام تشكل قنوات حيوية لا غنى عنها، لتسهيل عملية الإتصال بين النخبة المثقفة والجماهير في الإتجاهين الرأسي والأفقي، وهذا من شأنه أن يقرب بين النخبة المثقفة والجماهير.² كما أن النخبة المثقفة من جهة أخرى تعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافها، للوصول إلى المعلومات والمعارف، التي تساعد على اتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ذلك أن جمهور النخبة المثقفة طرف إيجابي ونشط في العملية الاتصالية، يتأثر بوسائل الإعلام ويؤثر فيها.

ومنه تدخل علاقة النخبة المثقفة بوسائل الإعلام في إطار العلاقة التي تجمع وسائل الإعلام بمختلف النظم والمؤسسات الاجتماعية، ويمكن تفسير هذه العلاقة في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل كإحدى سمات المجتمع المعاصر.³

ويؤكد الباحثون في مجال السياسة والاتصال على أهمية العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام وأفراد النخبة المثقفة، فالعلاقة بين الطرفين علاقة وثيقة للغاية وكل منهما يتأثر ويؤثر في الآخر، فالإتصال يمثل حلقة الوصل لرجال السياسة مع الجماهير والنخبة، كذلك يعد أحد القنوات الرئيسية للتعبير عن مصالح الجماهير وتوصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة وصانعي القرارات، فالسياسة بعالمها الخاص والعام لا يمكن تصورها بدون وسائل الإعلام، التي تربط بينها وبين مفردات المجتمع الأخرى.⁴

¹. سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: المرجع السابق، ص: 54.

². محمد محمود عرفة: الصحافة والتنمية السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1978، ص ص: 80-82.

³. عثمان فكري عبد الباقي: استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الإتصال (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006، ص: 79.

⁴. حنان يوسف: الإعلام والسياسة (مقاربة ارتباطية)، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، ط1، 2006، ص:

ذلك أن وسائل الإعلام تعد أداة هامة في إمداد النخبة المثقفة والجمهور العام بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكرهم السياسي، وصولاً إلى تشكيل آرائهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم ومن ثم سلوكهم السياسي، حيث أصبح الإعلام ضرورة في المجتمع، لا يستطيع الفرد في الوقت المعاصر أن يتواجد بدونه.

وقد أشارت الدراسات والأبحاث الحديثة إلى أهمية دور هذه الوسائل في التنشئة السياسية، وأن معظم التوجهات الجديدة والآراء التي يحصل عليها البالغون خلال مراحل حياتهم، قد تكون بناء على معلومات حصلوا عليها من وسائل الإعلام، وبخاصة أن أغلب المعلومات التي يحصل عليها النخبة في مراحل حياتهم العمرية المختلفة عن عالمهم السياسي يأتيهم بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق وسائل الإعلام، ورغم أن أفراد المجتمع قد لا يتبنون نفس الآراء التي تطرحها هذه الوسائل، ولكنها تقدم لهم المعلومات التي يستخدمونها لتطوير مواقفهم واتجاهاتهم وقيمهم الاجتماعية والسياسية، وبخاصة على المدى البعيد. فدور وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة لا يقف عند نقل الأحداث والتوجهات السياسية، وإنما يساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في صنعها، مما يدعم دورها في عملية التنشئة السياسية، خاصة أن العديد من الباحثين يرى فيها أداة رئيسة لإقناع الجمهور بوجهات نظر معينة، أكثر من كونه أداة معلومات للشؤون العامة.¹

حيث أن وسائل الإعلام بتركيزها وبمنحها أولوية لقضية معينة إنما تقوم بوضعها على سلم أولويات صانع القرار، وهي بذلك تضع الأجندة للقيادات السياسية كما تصفها للجمهور العام، ويساعد ذلك على تركيز صانعي القرارات ومسؤولي الحكومة على القضايا الهامة، وبما لا يشغلهم بقضايا فرعية أقل أهمية.²

وفي ظل المجتمعات الحديثة التي تتسم بالتعقد والسعي إلى إيجاد حالة تبدو متوازنة من الديمقراطية السياسية، يشير "أنتوني سميث" (A. Smith) إلى دور المؤسسات الإعلامية الحرة في إيجاد التعددية السياسية المطلوبة للديمقراطية، من خلال ما تقدمه من مواد متنوعة تشمل الآراء المختلفة لجمهور المواطنين.³

لذلك يلعب الإعلام دوراً هاماً في الإرتقاء بالرأي العام، عن طريق تنفيذ أهدافه ووظائفه بصورة دقيقة وصادقة وموضوعية تخدم المجتمع بالفعل، فبإمكانه أن يرفع طبقة الرأي العام المنقاد من كونها

¹ . سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: المرجع السابق، ص: 71-72.

² . عادل عبد الغفار: استخدام الصنفوة المصرية للراديو والتليفزيون المحلي والدولي، المرجع السابق، ص: 80.

³ . حنان يوسف: المرجع السابق، ص: 77.

متقادة إلى طبقة المستنيرين، كما يرفع طبقات المستنيرين إلى طبقة النخبة ولو بدرجة من درجاتها، كما يجعل طبقة النخبة أكثر احتكاكا بالمجتمع للتعرف على آرائه ووجهات نظره.¹

فمن خلال وسائل الإعلام يتم التعبير عن مصالح الجماهير، ووضع القضايا الجماهيرية في دائرة اهتمام صانعي القرار، كما تعد وسائل الإعلام أدوات هامة لنقل مواقف ورؤى القيادة السياسية إلى الرأي العام تجاه مختلف القضايا. حيث تمد وسائل الإعلام صانعي القرار بتيار مستمر من المعلومات عن الأحداث المختلفة، التي تساعد على بلورة المشكلات الراهنة وتقديم البدائل المقترحة لحل هذه المشكلات، بما يساعد على اتخاذ القرار الملائم، كما توفر وسائل الإعلام فرص النشر والذيع لهذه القرارات، التي تعتمد في الأساس على الآراء الحرة المستنيرة لكافة النخب، وهو ما يساهم في ترسيخ الوعي والمشاركة السياسية الفاعلة للأفراد في إطار مبدأي الديمقراطية وحرية التعبير الوظيفي، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي انعكس إيجابا على الوسائل الإعلامية، وفتح فضاءات تعبيرية واتصالية هامة أمام النخبة المثقفة بكل أنواعها لتفعيل الاتصال الفكري والثقافي، من خلال حوارات ومناقشات سواء على شاشات التلفزيون أو في الصحف أو الإذاعة أو الانترنت.

ذلك أن عمليات الاتصال عن طريق الكلام والكتابة، ومنه القراءة حيوية وضرورية في تفعيل عمليات الحراك الاجتماعي، والإعلام والاتصال هو الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي والسياسة الثقافية، ف"دوبريه" يعتبر: " أن الوسائط هي الشرط الذي يتيح للأفكار أن تتحول إلى قوة مادية فاعلة".²

كما أن النخبة المثقفة تلعب دورا هاما في تكوين الرأي العام وتشكيل وعي الجمهور، من خلال قنوات الاتصال المختلفة كالمحاضرات والنشرات التي تصدرها وتوزعها، والندوات التي تعقدتها، نظرا لما تتمتع به من آراء خاصة وخلفيات معرفية ومستوى ثقافي وتعليمي مرتفع، يجعل لها من الرأي ما يؤهلها لدور القيادة في شتى المجالات. إلا أن تأثير النخبة المثقفة على الجمهور من خلال وسائل الإعلام هام جدا، ويرجع ذلك إلى امتلاكها خصائص وسمات معينة، أو بحكم وظائفها في المجتمع، أو نتيجة لثقة الآخرين فيها، ومن هنا يمكن القول أنه إذا تم إقناع أفراد النخبة المثقفة عن طريق وسائل الإعلام فإنهم يصبحون مفاتيح لإقناع غيرهم من أتباعهم.³ إضافة إلى أن النخبة المثقفة فئة متميزة في المجتمع، يشغل أفرادها مراكز النفوذ والسيطرة لمقدرتهم العقلية أو للقوة الأخلاقية، التي تمنحهم الهيبة والنفوذ، كقيادات

¹ . مولود زايد الطبيب: المرجع السابق، ص: 29.

² . حجام الجمعي: المرجع السابق، ص: 136.

³ . محمود يوسف: العلاقات العامة في خدمة المرشح السياسي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، أبريل/يوليو

في المهن المختلفة التي تتمتع باتخاذ القرارات والتأثير على أفراد المجتمع. ولذلك تعتبر النخبة المثقفة محورا أساسيا وهدفا جوهريا تقصده وسائل الإعلام من أجل التأثير في الرأي العام.¹

وتلعب النخبة المثقفة في المجتمعات الديمقراطية دورا هاما في الارتقاء بعنصر المواطنة لدى الأفراد، من خلال قدرتها كوسيط بين الفرد والدولة على إدارة الصراعات والتحكم في السلوكيات، سواء عبر اتصالمهم الشخصي أو بواسطة وسائل الإعلام، بما لهم من شخصية وإرادة ومواقف اجتماعية وسياسية، وكذلك لما قد يملكونه من خبرات نتيجة المشاركة في الحياة العامة، وبدلا من زيادة أعباء صانعي القرارات بمزيد من الطلبات وجعل النظام خارج السيطرة، تستطيع نخبة المجتمع أن تحد من الصراعات وتحسن من نوعية المواطنة.²

فالدور الهام للنخبة المثقفة التي تنشط في مختلف المجالات في نشر المعلومات عن الأوضاع الاجتماعية والشخصيات السياسية؛ يبرز من خلال تزويد السياسيين والجمهور بتقارير ومعلومات رسمية أو غير رسمية عن الأوضاع الاجتماعية والسياسية، بالإضافة إلى قدرتهم على جذب الانتباه إلى الأشخاص أو القضايا أو الأحداث، وعادة يتم التطرق إلى ذلك من خلال مقابلة شخصية أو صحفية، أو مؤتمر صحفي، وغيرها من الأشكال الاتصالية، التي تعتبر وسيلة للتعبير عن كافة وجهات نظر أفراد المجتمع بحرية، ومعرفة الحقائق والكشف عنها في كل الأوقات والظروف، والوقوف على أخطاء السلطة السياسية أو أي مسؤول أو حزب سياسي، وتوجيه النقد لهم لخدمة الأهداف التنموية للمجتمع. وذلك في إطار الحوار والنقاش المتاح في المجتمع، وعرض كافة وجهات نظر القوى السياسية والاجتماعية المتصارعة، واحترام حق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر، وتوجيه النقد إلى السلطة السياسية في حالة خروجها عن الشرعية.³

ومن ذلك يتضح أن الرأي العام قد يتشكل نتيجة لتدفق رسائل النخبة المثقفة ذات الاتجاه الواحد المتناغم، ولكنه في الغالب يتشكل نتيجة لفيض من الرسائل المتصارعة، والتي قد يكون بعضها أشد كثافة، أو قد يكون أسهل في التعلم من الرسائل الأخرى، وبمجرد أن يتم تمثل أفكار النخبة المثقفة فإنها يمكن أن يكون لها تأثيرات مهمة على مدى القابلية لمزيد من التأثير بالنخبة المثقفة. وفي حالة

¹. علي حسين العمار: العلاقة بين اعتماد الصحف اليمينية وترتيب أولوياتها تجاه قضايا البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، 2004، ص: 104.

². عزيزة عبده: المرجع السابق، ص: 63.

³. إبراهيم محمد: الصحافة والتنمية السياسية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص: 177.

القضايا التي تثير صراعا في المبادئ الأساسية لدى الجمهور العام، فإن أفراد النخبة المثقفة قد يقومون بمحاولة إبراز هذا الصراع والتركيز عليه، أو يحاولون الحد منه، ليتمكنوا من إحداث التأثير المرجو.¹

ويمكن القول أن العلاقة بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام تبادلية التأثير، كما هي علاقة تبادل منفعة، يحكمها بشكل أساسي المعلومات التي يملكها طرف ويحتاجها الطرف الآخر. فحين تعمل وسائل الإعلام على استقاء المعلومات والأنباء من مصادرها وتقديمها للجمهور، فهي تقوم بعملية في اتجاهين:²

الأول: هو التعامل مع النخبة المثقفة، بوصفها مصدرا أساسيا للحصول على الحقائق، وتوفير المعلومات المفسرة والشارحة للقضية، أو الظاهرة، أو الحدث الذي التبس على الجمهور فهمه، حتى تصل إليه في صورة يمكن فهمها واستيعابها. باعتبار النخبة المثقفة تمثل محورا من محاور الأخبار، وأحد الروافد الأساسية لإثرائها فكريا. فيكون بذلك نشاط النخبة المثقفة مجالا من مجالات التغطية الإعلامية، علاوة على أن النخبة المثقفة يمكن أن تكون قائما بالاتصال في وسائل الإعلام، من خلال نشر المقالات أو إعداد البرامج أو تقديمها.

الثاني: يتمثل في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام، ففي نفس الوقت الذي تستقي فيه وسائل الإعلام معلوماتها من النخب أو أفراد الصفوة، فهي تدخل ضمن المصادر الأساسية التي تعتمد عليها النخبة المثقفة في الحصول على الترفيه والتثقيف والتواصل والمعلومات حول مختلف القضايا، من خلال ما تقدمه من مضامين ورؤى وتحليلات وتفسيرات للعديد من القضايا، التي تمثل مجالا أساسيا للنقاش والتحاور بين أفراد النخبة المثقفة. فوسائل الإعلام تقوم بدور فعال في بلورة توجهات النخبة المثقفة وتسييل الضوء على اختياراتها وأفعالها حتى يمكن نشرها في المجتمع. كما أن وسائل الإعلام تلعب دورا حيويا في صناعة النخب، من خلال ما تملكه من عناصر تحقيق الشهرة لأفراد النخبة المثقفة، وتعريف المجتمع بهم عن طريق ظهورهم المتكرر في وسائل الإعلام، بما يحقق لهم مقوما هاما من مقومات تحديد النخب وهو عنصر الشهرة.

¹. شيماء ذو الفقار زغيب: نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004، ص: 112.

². نفس المرجع، ص: 113.

ويمكن القول أن النخبة المثقفة تعتمد على وسائل الإعلام خاصة التلفزيون، لإحدى الأسباب الآتية، إما ممارسة حق التعبير عن الرأي، أو السعي وراء الشهرة التي قد لا تقدر هذه النخبة المثقفة على اكتسابها بقلمها فقط، أو إما للفت الانتباه حتى لا ينساها الجمهور والنقاد.¹

وقد تضاعفت أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للنخبة المثقفة مع التطورات التكنولوجية الحديثة، بحكم تطور الوسائل نفسها وتنوع مصادر معلوماتها وسرعة تغطيتها للأحداث الجارية، وظهور وسائل الاتصال التفاعلي، التي جعلت من النشاط الإعلامي قوة مؤثرة في مجال المعلومات وتكوين الآراء والاتجاهات والوعي ووجهات النظر، وساهمت في تشكيل الحياة المدنية بملاحمها السياسية والاجتماعية وتنشيط العملية الديمقراطية، من خلال الطبيعة التفاعلية التي تشجع على مشاركة جماهيرية أكبر في التعبير عن الرأي وصنع القرارات، التي تم المجتمع من خلال لامركزية إنتاج المعرفة وسرعة انتشار المعلومة واستقبالها بجرية عبر جميع المستويات، والقدرة على الحوار، دون إتاحة الفرصة لسيطرة المسؤولين كعوامل أساسية يبنى عليها الرأي العام.²

وبات تعاضد دور وسائل الإعلام والاتصال يشكل مصدرا لسلطة حقيقية، بما أنه من يمتلك المعلومة يمتلك السلطة، يقول "هربرت شيلر": "إن تدفق المعلومات في مجتمع معين هو مصدر لسلطة لا نظير لها".³

وقد تتحكم وسائل الإعلام في توقيت صنع القرار من خلال خلق الأزمات وافتعالها، والتركيز على الموعد النهائي لإنجاز الأعمال، بل قد تحول وسائل الإعلام دون صدور قرار تعترم السلطة اتخاذه، أو إحداث تعديل على القرار، أو إعادة النظر فيه أو إلغاؤه والعدول عنه.⁴

وتخضع العلاقة التي تجمع النخبة المثقفة بوسائل الإعلام بشكل عام لعدة متغيرات تؤثر على شكل ومستوى العلاقة، ويمكن إجمال هذه المتغيرات في:⁵

- نوع النخبة المثقفة نفسها، فلكل نوع خصائصه وسماته الخاصة التي تختلف عن غيره من أنواع النخبة المثقفة، والتي تلعب دورا محوريا في تشكيل وتحديد علاقة كل نوع من النخبة المثقفة بوسائل الإعلام.

¹ . نصر الدين لعياضي: وسائل الإعلام والمجتمع ظلال وأضواء، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2004، ص: 183.

² . سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: المرجع السابق، ص: 143.

³ . هربرت أ. شيلر (ترجمة: عبد السلام رضوان): المرجع السابق، ص: 14.

⁴ . بسيوني إبراهيم حماده: دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات (دراسة ميدانية على صانعي القرار في مصر)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1991، ص ص: 220-224.

⁵ . عثمان فكري عبد الباقي: المرجع السابق، ص: 80.

- نوع الوسيلة نفسها، لأن علاقة النخبة المثقفة بوسائل الإعلام تختلف حسب نوع كل وسيلة وسماتها ووظائفها، التي يمكن أن تخدم النخبة المثقفة من خلالها، وحتى وإن تشابهت بعضا من هذه الوظائف، حتما هناك اختلاف في طريقة وكفاءة أداء كل وظيفة من وسيلة إلى أخرى.
 - نوع القضية أو الأزمة المثارة، فالأزمات المحلية يتم متابعتها غالبا عن طريق وسائل الإعلام المحلية مثلا، التي تتفوق هنا بما تملكه من سرعة ومصداقية في نقل الحدث على وسائل الإعلام العربية والدولية.
 - مصداقية الوسيلة لدى النخبة المثقفة، فالوسائل التي تملك بشأها صورة ذهنية إيجابية يتقنون في أخبارها ومعلوماتها، يفضلون التعامل معها بشكل منتظم، عكس الوسائل التي لا تحظى بنفس درجة المصداقية.
 - اختلاف المتغيرات الديمغرافية بين أفراد النخبة المثقفة يمكنها في بعض الأحيان أن تخلق اختلافا ملحوظا في طريقة تعامل النخبة المثقفة مع الوسائل، وتفضيلها لوسائل معينة دون أخرى.
- وفي إطار العلاقة بين النخب تلعب النخبة المثقفة من خلال وسائل الإعلام في المجتمعات المتقدمة دورا مختلفا عن مثيلتها في المجتمعات النامية ودول العالم الثالث، وهو صناعة النخب وتدعيم مكانتها في المجتمع والعمل على نجاحها، حيث أن انحياز القائمين على وسائل الإعلام تجاه حزب أو مرشح معين يعني دفعه بقوة إلى الواجهة حيث ترتفع فرص واحتمالات نجاحه. أما وسائل الإعلام في النظم الشمولية فهي قاصرة عن تحقيق المشاركة السياسية فضلا عن أن يكون لها دور يذكر في صناعة القادة وتسويق النخبة، لأنها مسخرة لخدمة القادة وموظفة لتضمين رسائلها كل ما من شأنه جلب الإطراء والمدح للنخبة السياسية الحاكمة، وهي تلعب الدور ذاته مع كل حكومة تأتي¹.

ففي بعض الدول النامية نجد أن التعددية الحزبية والتعددية الإعلامية وخصخصة وسائل الإعلام لم تغير شيئا في الضغوط والقيود المضروبة على الممارسة الحرة للإعلام، فرغم الانتقال من الأحادية إلى التعددية، ورغم اعتماد قوانين إعلام جديدة ورغم إنشاء نقابات وجمعيات واتحادات صحفية، بقيت المؤسسة الإعلامية ضحية سلطة السياسة والمال، فبدلا من مساهمتها في تكوين الرأي العام وإشراكه في العملية السياسية وصناعة القرار نجدها عملت وتعمل على تهميشه وتغريبه².

وفي الجزائر تعاني النخبة المثقفة من نقص القنوات الحرة للاتصال أو عدم كفاية الفضاءات المتاحة للجدل والنقد والتعبير عن الآراء والأفكار، وتفعيل الاتصال الفكري والتواصل الثقافي، الذي من شأنه تنوير الرأي العام الوطني وخلق الحراك الاجتماعي وتفعيل الاتصال الفكري والتواصل الثقافي، الذي يساهم في تحقيق المشاركة الفاعلة في المجتمع. وربما يكون ذلك أحد الأسباب الرئيسية في العزلة، التي

¹. محمد بن سعود البشير: المرجع السابق، ص: 151-157.

². محمد قيراط: حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، ع(4+3)،

يعيشها معظم أفراد النخبة المثقفة في الجزائر، ويجعلها تنحصر في مجالات ضيقة، ما يعيق عملية استثمار أفكار ورؤى هذه الفئة الهامة لتحقيق تقدم المجتمع ورفيه. فالمنتج الثقافي سواء كان كتابا أو مسرحا أو سينما أو راديو أو تلفزيون أو صحف أو غيرها، يعتبر أصلا معدا للاستهلاك، لأن عملية الإبداع الثقافي لا يمكن أن تكتمل إلا إذا تلقاها الجمهور المستهدف تماما كالعنصر الإعلامية، فالاستهلاك الثقافي مرتبط أساسا ارتباطا عضويا بالإنتاج الثقافي، ومن ثم كان لا بد من توافر وسيلة للتوصيل أو التواصل أو النشر أو البث وفقا لطبيعة كل حالة، فالوسائل الثقافية الاتصالية تمثل البنية الأساسية للنشاط الثقافي، والمتمثلة في دور النشر والتوزيع والمسرح ودور العرض السينمائي ومعارض الفنون التشكيلية وقاعات الندوات والمحاضرات، إضافة إلى الراديو والتلفزيون والمجلات والصحف، فهي عكس المنتجات المادية والإعلامية السريعة التلف، والتي تفقد قيمتها باستهلاكها، لأن المنتجات الثقافية تزيد قيمتها إذا استهلكت ويتضاعف تأثيرها بزيادة حجم المستهلكين لها.¹

فرغم الدساتير والقوانين التي أصدرتها الجزائر، والتي تنص على حرية الرأي والتعبير كدعامة أساسية للتعددية الحقيقية، إلا أن ذلك لا يزال يثير الكثير من الجدل والاحتجاج في أوساط النخبة المثقفة، بدعوى أنها لم تشبع الحاجة إلى التعبير وحرية الرأي كحق طبيعي لكل مواطن، خاصة النخبة المثقفة باعتبارها صوت عامة المجتمع، تنقل انشغالاته واهتماماته وتتناول قضاياها المختلفة بالشرح والتحليل، لإيجاد الحلول والبدائل التي تحقق المصلحة العامة للمجتمع. "فالديمقراطية تستلزم وجود منابر حرة للرأي ولنقد ممارسات السلطة وتصحيح أخطائها، وذلك لا يتم إلا إذا وفرت السلطة الحرية لهذه المنابر، وكانت مستعدة لسماع الرأي الآخر، وهذا يعني استعداد السلطة لاعتبار الإعلام منبرا جماهيريا لطرح المطالب والاحتياجات على النظام السياسي، والقيام بدور الرقابة والاستقصاء والبحث عن الحقيقة، وليس امتدادا لها ووسيلة بيدها تفعل به ما تشاء".² حيث أن قانون الإعلام 1990 قد حول للأشخاص الطبيعيين والمعنويين إنشاء مؤسسات إعلامية لنشر الفكر والتعبير عن كل الآراء باختلافاتها وتناقضاتها، إلا أنه في المقابل وضع شروط تعجيزية لإصدار الصحف مثلا، ونص صراحة بحق المواطن في إعلام موضوعي وكامل،³ وفي المقابل تقوم الدولة بالسيطرة والتدخل بطرق عدة ومختلفة في مخرجات المؤسسات الإعلامية، واعتبارها امتدادا لها. كما أن دستور 1996 نص صراحة على حرية التعبير في مختلف المجالات الابتكارية، الفكرية، الفنية والعلمية، وذلك في المادة 38: "حرية الابتكار الفكري والفني والعلمي مضمونة للمواطن، حقوق المؤلف يحميها القانون. لا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل، أو أية

¹. حجام الجمعي: المرجع السابق، ص ص: 137-138.

². محمد قيراط: المرجع السابق، ص: 113.

³. الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، الجريدة الرسمية، قانون الإعلام 1990.

وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي¹. وبذلك عرفت حرية الرأي والتعبير والصحافة تقدما ملحوظا رغم بعض العوائق المتمثلة في التحكم في الإعلانات الرسمية والحكومية والسيطرة على المطابع والورق، ولكن تعددية الإعلام المكتوب وظهور الصحافة الخاصة لا يعني بالضرورة العمل من أجل تكريس حرية الصحافة، ففي ظل غياب الديمقراطية في الجزائر وسيطرة قوى المال والسياسة على الفضاء السياسي والاقتصادي، وفي ظل انعدام الأمن والاستقرار وغياب مجتمع مدني فعال وقوي، وغياب أحزاب سياسية قوية تؤدي دور القوى المضادة في المجتمع، وغياب المشاركة السياسية، والفصل بين السلطات واحترام القانون، وغياب التوازن المؤسسي، لم تستطع المنظومة الإعلامية في الجزائر أن تتخلص من رواسب مرحلة الحزب الواحد والآليات المختلفة والمتعددة التي تستعملها السلطة للتحكم في مخرجات المؤسسات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة.²

ويعتبر قانون الإعلام الجديد 2012 تقدما هاما في مجال ضمانات حرية إبداء الرأي، وتوسيع الفضاءات التعبيرية بخلق منابر إعلامية جديدة، من خلال فتح مجال السمع البصري للقطاع الخاص الوطني لأول مرة، هذا القطاع الحساس والإستراتيجي الذي يحظى بأكبر نسبة من المتلقين والمشاهدين، والذي يتيح فرصة أكبر للمعارضة والنقاش السياسي.

إلا أن الوضع يختلف بالنظر إلى دول غرب أوروبا خاصة أمريكا التي تزدهر فيها مؤسسات الفكر والرأي المقدره بحوالي 1500 مؤسسة تدرس وتتابع القضايا الملحة، تركز على آراء معينة بنفس قدر تركيزها على الأبحاث، مستهدفة إنتاج وتقديم مشورة سياسية في نفس الوقت يمكنها التنافس في سوق الأفكار المزدهمة والتأثير في القرارات السياسية.³

كما نجد على سبيل المثال في أمريكا أن التعديل الأول من الدستور الأمريكي يمنع الكونغرس من سن قوانين تحد من حرية الصحافة، كما يمنع الحكومة والسلطات المختلفة من التدخل في شؤون الصحافة أو الضغط عليها، وبذلك المساس بحرية الرأي، أما في الدول النامية ومنها الجزائر توضع قوانين للإعلام تكون غالبا قوانين عقوبات ضد الصحافيين، لتفرض عليهم ممارسة الرقابة الذاتية، بدلا من وضع قوانين حمايتهم، حتى يمارسوا النقد ويكشفوا عن الحقائق، التي تساعد السلطة في كشف التجاوزات ووضع حد لها. فالممارسة السليمة والصحيحة للإعلام تعني الديمقراطية والرأي العام المستنير،

¹ . الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، دستور 1996، ص: 8.

² محمد قيراط: المرجع السابق، ص: 106.

³ . محمد الرميحي: مؤسسات الفكر والرأي في العالم ونقصها عند العرب، المجلة الجزائرية للدراسات السوسولوجية،

وتعني دولة القانون ودولة المؤسسات، أما إذا انعدمت الممارسة الحرة للفكر والرأي والصحافة، فهذا يعني القضاء على مستلزمات المجتمع السليم اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا وثقافيا، لأن الفرد لا يستطيع أن يفكر جيدا ويبدع ويتكبر إذا حرم من حقوقه الأساسية وهي الحقوق الفردية وحق الاتصال والرأي.¹

وتشمل أهم الفضاءات التعبيرية بأشكالها الشفوية أو الكلامية، والخطية أو الكتابية، والإلكترونية أو السمعية البصرية في الجزائر، ما يأتي:

- الفضاءات التعبيرية الشفوية: ونقصد بها المرافق التي تعقد فيها الندوات والمحاضرات، وتقام فيها المنتديات والمؤتمرات العلمية وتبلور في خضمها النقاشات الكبرى لأهم القضايا، التي تم المجتمع كدور الثقافة، وقاعات المحاضرات، والنوادي الأدبية والفكرية، والمهرجانات المسرحية، ومراكز البحوث في الدراسات الاجتماعية والتاريخية... وهي النشاطات التي تكاد تنعدم، وإن أقيمت فإنه يحرم منها العديد من المثقفين. رغم أنها تسجل عروض مشاركة معتبرة من طرف الأساتذة والباحثين، كما أنها تفتقد إلى أبسط تغطية إعلامية، ونقص إن لم نقل غياب الفضاءات التعبيرية الشفوية حرم المثقف من الاحتكاك الفعلي بالشعب ومناقشة أهم قضاياها.²

- الفضاءات التعبيرية الخطية أو الكتابية: إن الوسائل المطبوعة لا زالت تمثل أهم وأكثر هذه الوسائل والوسائل انتشارا، ويرى المختصون أنه على الرغم من التطور التقني الهائل في وسائل الاتصال المختلفة، وغزو الصحافة والكتب الإلكترونية، إلا أن هذه الوسائل المطبوعة ومنها الكتاب، كوعاء للفكر والذاكرة الإنسانية أو كموقف للفكر كما يقول "تولستوي" (Tolstoi) سيبقى يحتل المركز الأهم في توزيع المعرفة وتطويرها، وكذا من أهم وسائل الاتصال الفكري. غير أن الوضع مغاير تماما في الجزائر التي يبقى فيها الكتاب الغائب الأكبر، رغم تواجد أكثر من مئة دار نشر معتمدة، لكنها لم تنجح في الاستثمار في جهود المفكرين، الذين يفضلون الخارج للعديد من الأسباب، أهمها تغليب الأهداف التجارية على الأهداف الفكرية، وتحكيم الشرعية إلى السوق بدلا من الجهد، إضافة إلى انتهازيتها وهضمها لحقوق الملكية الفكرية. أما المجالات التي يقول عنها "دوبريه" بأنها "أداة التنظيم الداخلي للمثقفين"، فتبقى قليلة رغم عدم توفر حصيلة رقمية حولها، وتوزيعها رديء قد لا تخرج أحيانا عن الدوائر العلمية أو المعرفية التي تنتجها.³

¹ . محمد قيراط: المرجع السابق، ص: 140.

² . حجاج الجمعي: المرجع السابق، ص: 139-143.

³ . نفس المرجع، ص: 142-143.

وقد تميزت الصحافة الخاصة في الجزائر بعد إقرار التعددية للصحافة المطبوعة بإصدار قانون الإعلام 3 أفريل 1990، بالقابلية لكسب المصداقية ونيل ثقة القراء، ووجدت أمامها فرصة للعمل على استعادة مكانتها، وبعث دورها في المجتمع. لأنها لم تظهر في مناخ ديمقراطي مهيباً، لكن كانت بمثابة البذور الأولى لصناعة هذا التحول الديمقراطي، فحاولت مباشرة بعد ظهورها كسر ذلك الخطاب الأبوي المغلق الذي ساد في فترة الأحادية، فكانت بدايتها خطيرة، وكان نضالها قصد تحصيل الحريات محل صدام وصراع متجددين مع دوائر النفوذ في السلطة، خاصة أنها كانت بين خيارين أحسنهما سيء، إما أن تكون مع أو ضد إيقاف المسار الانتخابي، وبالتالي مع أو ضد السلطة السياسية الحاكمة، هذه التناقضات حاولت الصحافة أن تتجاوزها، بالالتزام إلى حد ما بالحياد في نقل الحقائق والموضوعية في التعبير عنها، لكن بكثير من التحدي والنضال، وبهذا عرفت كيف تتموقع في الساحة الإعلامية.¹

غير أن هذه الديمقراطية لم تسر بالاتجاه الذي تمناه السلطة، لأنها مستعجلة وارتجالية، يقول "مرازة": "لقد بدأ التحول إلى النظام الديمقراطي سريعاً وارتجالياً بشكل جعل الدولة لا تنعم بالاستقرار السياسي والاجتماعي والاقتصادي، وجعلها بالتالي غير قادرة على تحمل نوع الحرية الموجودة في الدول الغربية، التي تستطيع تحمل النقد لأن أنظمتها السياسية تطورت ببطء".² فبصدور مرسوم حالة الطوارئ في التاسع من فبراير 1992، وصدور قانون مكافحة الإرهاب، كانت الفرصة سانحة أمام السلطة لتطبيق الصحافة الخاصة، وإحكام قبضتها عليها، فقد أكد مرسوم حالة الطوارئ إمكانية وقف نشاط أي مؤسسة مهما كانت طبيعة اختصاصها عندما يعرض نشاطها المصالح العليا للبلاد للخطر، وبناء على هذا أصبحت الجرائد تتعرض للحجز والتحقيق خاصة تلك التي لا تتماشى وتوجهات السلطة، كما سمح هذا الوضع أيضاً بتكليف أي تهمة ضد أي صحفي، فتكرست المتابعات القضائية والتوقيفات، الأمر الذي جعل حق المواطن في إعلام نزيه وصادق وموضوعي يضيع بسهولة.³

وفي يونيو 1994 جاء مرسوم الإعلام الأمني الذي فرض الرقابة المسبقة على كل ما ينشر في الجرائد، بسبب الجدل الذي وقع بين كل من الصحافة الخاصة والسلطة في كيفية معالجة المعلومة الأمنية، فبين واجب تقديمها للمواطن كما ترى الصحافة، تذهب السلطة إلى كون ذلك تحريض على العنف وتعطيل لعمل قوات الأمن. لهذا جاء القرار الوزاري المشترك بين وزارتي الداخلية والثقافة والاتصال المؤرخ في 07/06/1994 لتحتكر بموجبه السلطة الأخبار الأمنية ومنع نشر أي خبر في هذا الشأن لا

¹. نفس المرجع، ص: 153.

². إسماعيل مرازة: الاتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية والإعلامية (ترتيب دور الجرائد اليومية

المستقلة (1990-1994)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1997، ص: 6.

³. يوسف تمار: نظرية وضع الأجندة دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع

الجزائري، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2005، ص: 153.

يأتي من القنوات الرسمية، وقد "جاء متبوعا بجملة من التوصيات المتعلقة بكيفية معالجة الأخبار الأمنية من قبل وسائل الإعلام الوطنية وبعض تقنيات توجيه الرأي العام".¹

كما أنه وعلى إثر هذا القرار تشكلت لجان القراءة في المطابع نهاية عام 1994، كما أن المطابع الأربعة الموجودة آنذاك كانت تابعة للسلطة.² وبقيت المطابع محتكرة من طرف السلطة حتى سنة 2001 رغم أن القانون لا يعارض إنشاء المطابع الخاصة.

وقد تدعمت مبررات وجود الصحافة الخاصة في الجزائر وعوامل استمراريتها، بصدور تعليمة زروال 1997، التي سبقها تصريح وزير الداخلية في فيفري 1996 برفع الحظر على المعلومة الأمنية، معتبرا أن تعليمة جوان 1994 لم تعد تشكل حائلا أمام حرية التعبير والحق في الإعلام.³ فكانت بذلك قناة هامة لتفعيل الاتصال السياسي والاجتماعي بين الحكام والمحكومين، وفضاء لنقل احتجاجات المواطنين، والكشف عن مختلف التجاوزات وملفات الفساد، وتسييل الضوء على القضايا المصيرية للمجتمع.

وقد أكد الأكاديميون أن الصحافة الخاصة في الجزائر تعتبر متنفسا هاما في دعم المسار الديمقراطي، بل لا يرى البعض منهم أية مبالغة في اعتبار الصحافة الخاصة سلطة ثانية، مباشرة بعد السلطة التنفيذية في ظل الضعف، الذي تعاني منه السلطة التشريعية والقضائية، هذا الطرح يؤكد وزير الإعلام السابق "عبد العزيز رحابي" قائلا: "لم يبق أمامنا إلا الصحافة المكتوبة كي نشعر من خلالها أننا نمارس جزءا من حقنا في الحرية، فإذا كان الإعلام يأتي في مرتبة السلطة الرابعة في الدول المتقدمة لمراقبة السلطات الأخرى، التنفيذية، القضائية والتشريعية، أنا أرى أن هذه مغيبة في بلادنا، فالإعلام بالنسبة إلي هو السلطة الثانية بعد رئيس الجمهورية والمؤسسة العسكرية، أما السلطة الثالثة فالأصحاب النفوذ المالي". فالصحافة المكتوبة الخاصة في الجزائر حاولت أن تعكس التعددية الحقيقية المكتوبة في المجتمع منذ ظهورها، وذلك من خلال تخصيص فضاءات وهوامش معتبرة لحوار الأفكار والنشر الثقافي، باستكتاب أقلام مختلفة للعديد من المثقفين خاصة الجامعيين منهم، سواء كانوا أدباء، علماء اجتماع، فلاسفة أو مؤرخين أو حتى ذوي التكوين التقني، كالمهندسين ومسيري ومدراء المؤسسات الاقتصادية. فمعظم الجرائد تخصص عدد من صفحاتها كفضاءات للتعبير الحر، ونشر الإسهامات الخارجية للمثقفين،

¹. بوجمة رضوان: الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر، الجزائر، طكسيدج كوم، 2008، ص: 22.

². محمد قيراط: المرجع السابق، ص: 126.

³. Brahim Brahim: Le droit à L'information, à l'épreuve du parti unique et de l'état d'urgence, SAEG Liberté, 2002, p:148.

ترد في شكل أركان قارة، تختلف من حيث المساحة من جريدة إلى أخرى، وتتسم بالثبات والاستمرارية في بعض الجرائد وبالتذبذب والانقطاعات المستمرة أحيانا في جرائد أخرى.¹

- الفضاءات التعبيرية الإلكترونية: ونقصد بها أساسا الإعلام السمعي والسمعي البصري، ويعتبر التلفزيون من أكبر وسائل التأثير في الجزائر وأهم أداة في توجيه سلوك الأفراد وقولبة تفكيرهم الجماعي منذ الاستقلال، حيث لعب دورا هاما في إعادة هيكلة العالم الثقافي للفرد الجزائري، وتعميق روابط الانتماء إلى الدولة الواحدة، من خلال تحقيق الإجماع حول مشاريع السلطة السياسية، بحكم العوائق الثقافية والحضارية التي عرفتها البلاد، ما سمح بانتشاره بين كافة شرائح المجتمع الجزائري.

وقد عرف قطاع الإعلام في الجزائر بين سنتي 1989 - 1991 انفتاحا لمختلف تيارات الفكر والمجتمع المدني، حيث نص قانون 3 أبريل 1990 في المادة 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي،² كما قامت الجزائر بإنشاء قنوات تلفزيونية فضائية موجهة لمختلف الجاليات الجزائرية، اهتمت فيها بالإنتاج المحلي والثقافة الوطنية، التي تساعد على تكامل المجتمع وتجانسه، إضافة إلى تجسيد برنامج التلفزة الرقمية الأرضية لمواكبة التكنولوجيا الحديثة في ميدان الاتصال، ورغم ذلك لا يزال يطرح الكثير من الجدل والنقاش من طرف المثقفين ومختلف الأطراف الفاعلة، رغم فك الاحتكار على قطاع الإعلام بصدور قانون الإعلام الجديد 2012، الذي أصبح أمرا ملحا بالنظر إلى التحولات الدولية التي شهدتها الساحة الإعلامية والسياسية، وذلك بحكم أن الإعلام الجزائري لم يرق إلى المستوى المطلوب في عرض الحقائق ومناقشة القضايا المصرية للمواطن وتسليط الضوء على مشاكله الجوهرية، التي تعاني منها الشرائح العريضة في المجتمع، وتصوير التعدد والاختلاف الحقيقي الموجود في المجتمع. فإذا ما فشل الإعلام في إدماج الجماهير وتمثيلها أحسن التمثيل لدى السلطة والدفاع عن مطالبها ومصالحها، اتسعت الهوة بين الإعلام والجماهير، وضعفت مصداقيته وتأثيره فيها، ما يؤدي إلى هجرة وسائل الإعلام المحلية والوطنية والتوجه إلى الإعلام الخارجي أين يتفاعل الجمهور مع طريقة مختلفة لل طرح والتقديم والتحليل.

وتحقق الإذاعة الوطنية بمختلف قنواتها ومحطاتها الجهوية نسبة تطور معتبرة في إثارة النقاش حول مختلف القضايا، مع هامش كبير لحرية التعبير والنقد سواء للمواطنين الذين يقدمون مساءلات علنية لمسؤوليهم وعلى المباشر، أو للمثقفين، خاصة الباحثين والأساتذة الجامعيين سواء كمحللين أو كمنشطين لخصص فكرية وثقافية، هذا الثراء من حيث البرامج والانفتاح على الرأي والرأي الآخر، وتسليط الأضواء على الإنجازات والإخفاقات، والبحث عن حلول لمشاكل وهموم المواطن وقضايا الوطن

¹. حجام الجمعي: المرجع السابق، ص: 161-163.

². الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، الجريدة الرسمية، قانون الإعلام 1990.

المصرية، يعكسه نسبة المستمعين التي فاقت أربعة وعشرين (24) مليوناً. وتعد الإذاعة الثقافية نموذجاً رائداً على الأقل عربياً، فهي بحق منبر يعتليه كل المثقفين، حيث يعد محاور للنقاش فيه، وينشطه نخبة من الأساتذة والباحثين الجامعيين.¹

وفي الفترة الأخيرة عرفت البلدان العربية، ومنها الجزائر ثورة معلوماتية واتصالية حديثة، فتحت فضاءاً تعبيرياً جديداً شهد انتشاراً واسعاً وسريعاً، خاصة أنه يصعب مراقبته والتحكم فيه، بسبب ظهور العديد من التقنيات والتطبيقات الاتصالية الجديدة على شبكة الانترنت، والتي قد تشكل وسيلة تعبير خطيرة وهامة خاصة لدى الشرائح المهمشة، وأولئك المحرومين من إمكانية التعبير بحرية عن آرائهم وانشغالاتهم، وهذا ما يفرض على المؤسسات الإعلامية الأخرى انفتاحاً أكثر، من خلال استغلالها للطاقت الذهنية الموجودة في المجتمع، واستيعابها للتوجهات والآراء المتعددة لمختلف الفئات المجتمعية خاصة الكفاءات الشبابية. حيث أن احتكار أطراف معينة (الحكومات، رجال الأعمال) في البلدان العربية، خلق نوعاً من الكبت والقهر النفسي لدى المواطن العربي، الذي لا يجد مجالات ووسائل للتنفيس والتعبير، أو على الأقل لنقل الواقع الحقيقي لأوضاعهم، وهو ما جعل وسائل الإعلام الجديدة أداة هامة لتقديم خطابات مغايرة للخطاب الإعلامي السائد والخاضع لإرادة المتحكمين فيه، والذي يروج لأفكارهم وأجنداتهم.²

فمع التطورات التكنولوجية ظهر مستوى غير مسبوق من الاتصال يجمع بين خصائص الاتصال الشخصي والجمعي والجماهيري، والذي غير كثيراً من القواعد المنظمة لأنشطة الاتصال السياسي في المجتمعات الحديثة، ولعب دوراً هاماً في إكساب المعرفة وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية لدى الأفراد.

ومما سبق نستنتج أن وسائل الإعلام تعتبر قنوات حيوية لا غنى عنها، لتسهيل عملية الاتصال بين النظام السياسي والجمهور بما فيه جمهور النخبة المثقفة، حيث يتم التعبير عن مصالح الجمهور واهتماماته من جهة لوضع القضايا المجتمعية في دائرة اهتمام صانعي القرار، كما تعد وسائل الإعلام من جهة أخرى أدوات هامة لنقل مواقف ورؤى القيادة السياسية إلى الرأي العام تجاه مختلف القضايا، ونشر المعلومات حول القضايا المثارة في البيئة السياسية، والتي من شأنها أن تجعله يكون معرفة سياسية تمكنه من تحديد اتجاهاته ومواقفه تجاهها.

¹. حجاج الجمعي: المرجع السابق، ص: 141.

². إبراهيم بعزيز: المرجع السابق، ص: 184.

وبذلك فإن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تكوين الرأي العام، من خلال تشكيل وتركيز إدراك أفراد المجتمع لأهمية القضايا، التي تثار في بيئتهم السياسية، وذلك وفقاً لما تقدمه من تفسيرات وتحليلات للأحداث السياسية المختلفة، ومدى اهتمامها بها، وترتيب أولوياتها حول تلك القضايا والأحداث، كما تتأثر وسائل الإعلام بالرأي العام، من خلال ما يطرحه أفراد الجمهور من آراء وأفكار ومناقشات حول القضايا المطروحة في البيئة السياسية، في إطار وظيفة المراقب لأعمال السلطة السياسية التي تقوم بها وسائل الإعلام، ما يؤثر بشكل أو بآخر في صنع القرار السياسي، فالعلاقة بين الرأي العام ووسائل الإعلام علاقة اعتمادية متبادلة.

ومن هنا فإن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تشكيل الخلفية المعرفية للأفراد، ومدى إدراكهم للواقع السياسي، وذلك من خلال تزويدهم بالمعلومات عن الشؤون السياسية، ودفعهم للتركيز على قضايا سياسية معينة، للتأثير على المواقف والأحداث التي تجري في البيئة السياسية، من خلال تقديمها لأنماط السلوك المختلفة عبر الرسائل الإعلامية المباشرة وغير المباشرة. وهنا تكمن أهمية وخطورة وسائل الإعلام، لما تحدثه من تأثير عميق على قيم وسلوك الأفراد على المدى البعيد، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي أتاح تعدد وسائل الإعلام وتنوعها، حيث تنتفي الرقابة والسيطرة على المعلومات والمضامين الإعلامية. فالتعدد والتنوع الإعلامي وفر المعلومات والحقائق للأفراد من مصادر متعددة ومتنوعة، وأتاح فضاءات هامة لنقل الآراء والأفكار والاتجاهات السياسية المختلفة، وتفعيل عمليات الاتصال الاجتماعي والتواصل الثقافي والفكري، مما ساهم في تكريس ثقافة الحوار ودعم الممارسة الديمقراطية.

فأصبح دور وسائل الإعلام لا يقتصر فقط على تقديم المعلومات والمعرفة لصناع القرار فقط، بل إنه يساهم في تقييم الأحداث وتقديم الآراء والمشورة لهم، عن طريق ما تعرضه من تحليلات للأحداث والقضايا السياسية المثارة، التي تعتمد فيها على الرصيد الفكري والثقافي والقدرات التأثيرية والإقناعية لجمهور النخبة المثقفة، للدفاع عن قيم الحق والحرية والعدالة والديمقراطية، وغيرها من القيم السياسية الفاعلة في المجتمع، والتعبير عن مصالح الجماعة والدفاع عن قيمهم المشتركة ونصرة قضاياهم العادلة، وذلك لما يتمتعون به من مكانة علمية ومعرفية هامة وما يشغلونه من مواقع قيادية بارزة في المجتمع.

ومن هنا تأتي أهمية وسائل الإعلام المختلفة في قدرتها على التأثير على اتجاهات ومعتقدات وقيم الجمهور المتلقي، وخاصة النخبة المثقفة التي تعد رأس مال الأمة، وأساس تنميتها وتقدمها، مما يجعل الاهتمام بها وتزويدها بمنظومة قيمية إيجابية تدفعه نحو المشاركة الفاعلة في قضايا المجتمع ومشكلاته عملية ضرورية.

ووفقا لفروض نظرية الاعتماد فإن وسائل الإعلام في المجتمع الحديث تعد نظم معلومات فعالة في ظروف التغيير أو الصراع، وتفترض أن الأفراد يزداد اعتمادهم على وسائل الإعلام كوسائل للمعرفة والتنشئة. وتختلف درجة وأسباب الاعتماد وفقا لدرجة ومدى التغيير الحادث في المجتمع وكذلك مدى الصراع وعدم الاستقرار، وكذلك مدى أهمية وسائل الإعلام في المجتمع، كوسائل للحصول على المعلومات.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف الفهم والتوجيه والتسلية، وينتج عن هذا الاعتماد مجموعة من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية. وفي ظل التطور القائم في مجال وسائل الإعلام إنتاجا وتوزيعا ومضمونا سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وتطور علاقة الجمهور بفئاته المختلفة مع وسائل الإعلام، التي تنوعت بصورة كبيرة بفئاتها المطبوعة والمسموعة والمرئية. وهو ما تأثر به واستفاد منه الجمهور المثقف العربي والجزائري، الذي وجد أمامه كما كبيرا من الجرائد والمجلات، والمحطات الإذاعية، والقنوات التليفزيونية الفضائية، والمواقع المتعددة على الإنترنت.

كما أن مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يتأثر بعدة متغيرات، من أهمها طبيعة وسائل الإعلام في المجتمع، ومدى تنوعها وتعددتها، والمضمون الذي تقدمه، إلى جانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه، واختلاف اهتمامات وحاجات الأفراد.

ويؤدي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إلى حدوث عدد من التأثيرات المعرفية، ومن أهمها إزالة أو إيجاد درجة من الغموض في تفسير الأحداث القائمة في المجتمع، والمساهمة في إحداث درجات من التغيير الاجتماعي، وتشكيل اتجاهات الأفراد وترتيب أولوياتهم تجاه الأحداث والقضايا المختلفة، وتوسيع معتقداتهم والتأثير بها، وفي القيم السياسية الموجودة لدى الأفراد والسائدة كذلك في المجتمع. ويؤدي أيضا اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إلى حدوث تأثيرات وجدانية تتعلق بحدوث درجات من الفتور العاطفي تجاه القضايا والموضوعات، بسبب كثافة التعرض لهذه الموضوعات أو إثارة الخوف والقلق لدى أفراد الجمهور، إلى جانب زيادة معدلات اغتراب الفرد في مجتمعه، وكذلك تأثيرات سلوكية منها زيادة سلبية الفرد وعدم مشاركته الاجتماعية والسياسية، إلا أنه مع وجود تأثيرات تميل إلى السلبية، يمكن حدوثها كنتيجة لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، يمكن أيضا حدوث تأثيرات إيجابية ومنها تنشيط الفرد ودفعه إلى اتخاذ سلوكيات مرغوبة تدعم دوره الاجتماعي والسياسي في المجتمع.

وفي هذا الصدد يمكن تفسير علاقة النخبة المثقفة بوسائل الإعلام في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل، فوسائل الإعلام تعد أداة هامة في إمداد النخبة المثقفة بالمعلومات والمعارف السياسية، التي تؤثر في اتجاهاتها ومعتقداتها وقيمتها، ذلك أن القيم السياسية للفرد تتشكل نتيجة لهذه المعارف والخبرات،

التي يكتسبها من خلال عمليات التلقي والتفاعل مع مضامين وسائل الإعلام، كما أن النخبة المثقفة تمثل محورا من محاور الأخبار، وأحد الروافد الأساسية لإثراء المضامين الإعلامية فكريا، ونشاطها يعتبر مجالا من مجالات التغطية الإعلامية، من خلال نشر المقالات أو إعداد البرامج أو تقديمها، أو المساهمة في إثراء مضامينها.

الفصل السادس: تحليل وتفسير بيانات الدراسة

أولاً- الخصائص العامة لعينة الدراسة.

ثانياً- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بعادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام.

ثالثاً- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام.

رابعاً- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بأثر المضامين الإعلامية على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة.

بعد استعراض أهم الجوانب النظرية للدراسة، سوف تتطرق الباحثة فيما يأتي إلى استعراض الجزء التطبيقي أو الميداني للدراسة من خلال عرض وتحليل وتفسير كل البيانات المجمعة في هذه المرحلة البحثية، والمتعلقة بالنخبة المثقفة الجزائرية، الممثلة في النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة، بالاستناد إلى استمارات البحث المسترجعة، والتي تشكل عينة بحث قوامها 300 مفردة، موزعة بين كل من ولايات عنابة وورقلة وسطيف والجزائر العاصمة للخروج بالنتائج النهائية. وبما أن مجتمع البحث هو النخبة المثقفة، والذي يتميز بعدم التجانس من حيث طبيعة العمل، قصدنا أن تكون العينة ممثلة لكل نوع من أنواع النخبة المثقفة، حتى يمكن أن تكون نتائج الدراسة واقعية ويمكن تعميمها، للإجابة على الإشكالية العامة للدراسة والتساؤلات المرتبطة بها.

وعموما يضم هذا الفصل ما يأتي:

أولاً- الخصائص العامة لعينة الدراسة.

ثانياً- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بعبادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام.
ثالثاً- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام.
رابعاً- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بأثر الاعتماد على وسائل الإعلام على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة.

سوف نتناول فيما يأتي السمات الأساسية لعينة الدراسة (عن طريق الجداول الإحصائية)، والتي راعينا فيها ثلاث متغيرات رئيسية هي نوع النخبة المثقفة والجنس والمستوى التعليمي، ثم محاولة استخراج الدلالات الاجتماعية من خلال قياس دور وتأثير كل متغير من هذه المتغيرات الوسيطة على علاقة اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام والتأثيرات الناتجة على القيم السياسية لديها، حيث تبني متغيرات نظرية الاعتماد على طبيعة العلاقات بين الجمهور والنظام الاجتماعي ووسائل الإعلام، وبالتالي فإن المتغيرات الوسيطة هي كل ما يؤثر على طبيعة هذه العلاقات.

1- متغير الجنس:

يعد متغير الجنس أحد العوامل التي لها دور في تشكيل خبرات الفرد وموقعه في سياق حياته، والتي تؤثر في كل من الشخصية ونماذج السلوك الاتصالي، وتساهم في تكوين الاتجاهات إزاء وسائل الإعلام أو مفرداتها أو محتواها.¹

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر	52	52	51	51	53	53	156	52
أنثى	48	48	49	49	47	47	144	48
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100

يتبين من الجدول وجود تقارب كبير بين نسبة الذكور ونسبة الإناث سواء من إجمالي النخبة المثقفة أو على مستوى كل نوع من أنواعها، حيث يمثل الذكور 156 مفردة بنسبة 52% من عينة مجتمع البحث، بينما كان عدد الإناث 144 مفردة بنسبة 48% من عينة مجتمع البحث. ويفسر ذلك بأن المرأة فرضت وجودها بقوة في مختلف مجالات نشاط النخبة المثقفة، كما يرتبط ذلك بتحصيل المزيد من الحقوق والحريات للمرأة الجزائرية، بتحررها نسبيا واقتحامها لسوق العمل، ويتقاطع هذا أيضا مع تصعيد خطاب رسمي مدعم إعلاميا للرفع من مكانة المرأة في المجتمع، وإزاحة الحواجز النفسية والاجتماعية التي تحد من قيمتها ومساهماتها كعامل من عوامل التنمية الوطنية، ما يعكس حقيقة تنامي الوعي بضرورة دعم دور ومكانة المرأة في المجتمع وتفعيل مشاركتها في الشؤون العامة.

¹. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص: 43.

2- متغير المستوى التعليمي:

يعد المستوى التعليمي أحد خصائص الفرد المحددة لاتجاهاته وتطلعاته ومكانته الاجتماعية، وبالتالي يتدخل في تصرفات الفرد إزاء الأفعال الاجتماعية والتفاعلات التي تحكمه في حياته.¹ حيث يعتبر المستوى التعليمي من أهم عوامل تغذية الوعي الاجتماعي وإذكاء الحقائق والخبرات المكتسبة. كما أن مستوى التعليم من العوامل الهامة في تحديد السلوكيات الاتصالية للأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام من حيث درجة الاعتماد ونوع الوسائل المعتمد عليها، ما يؤدي إلى جملة من التأثيرات السلوكية والمعرفية والوجدانية، كتكوين قيم سياسية معينة لديهم.²

جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ليسانس	00	00	36	36	48	48	84	28
ماجستير	51	51	41	41	36	36	128	42.67
دكتوراه	49	49	23	23	16	16	88	29.33
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100

نلاحظ من الجدول أن غالبية الباحثين هم من الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 42.67%، يليهم الحاصلون على درجة الدكتوراه وشهادة الليسانس بنسب متقاربة 29.33%، و28.00% على التوالي. وتشير هذه النتائج إلى توافر المستوى التعليمي العالي كأحد المكونات الرئيسية في مفهوم النخبة بشكل عام، حيث أن معظم الدراسات التي أجريت على أنواع النخب تنعدم فيها نسبة من لا يحملون الدرجات العلمية العالية.

وإذا ما جئنا إلى تفصيل هذه النسب على مستوى كل فئة نجد أن فئة النخبة الأكاديمية ينحصر مستواهم التعليمي بين الماجستير والدكتوراه بنسب متقاربة 51.00% و49% على التوالي، وهذا أمر عادي كونها من المؤهلات العلمية التي يجب توفرها عند الأكاديميين.

بينما نجد أكبر نسبة من الباحثين في فئة النخبة المبدعة 48% من حاملي شهادة الليسانس، وهذا يعود ربما إلى أن النخبة المبدعة تضع الهواية أو الميول الفني والإبداعي في أولى أولوياتها، فتتجه إلى مختلف مراكز التكوين في هذا الإطار على حساب مواصلة التعليم الأكاديمي أو العالي. تليها نسبة الحاصلين على درجة الماجستير 36%، ثم نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه 16%، وهذا ما يعكس تميز النخبة المبدعة بمستويات تعليمية عالية.

أما فئة النخبة المتخصصة فالمستويات التعليمية بها تتقارب من حيث النسب على العموم، إذ يأخذ الباحثون الحاصلون على درجة الماجستير أعلى نسبة 41%، يليهم الحاصلون على شهادة

¹ جبارة عطية جبارة: الإعلام والعلاقات الإنسانية، منشورات جامعة قارون، البيضاء، ليبيا، 1981، ص: 188.

² راجح حسين فرحان بادي: المرجع السابق، ص: 77.

الليسانس بـ 36%، ثم الحاصلون على درجة الدكتوراه بـ 23%، من مجموع فئة النخبة المتخصصة، وهذا راجع إلى أن أغلب التخصصات المهنية في الجزائر تتطلب ذلك.

تعتبر معرفة عادات وأنماط اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام مدخلا ضروريا للكشف عن مدى ارتباط عينة الدراسة بمختلف وسائل الإعلام، وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة الخاصة بكيفية القراءة، الاستماع والمشاهدة أو الاستخدام عموما، لتحديد مستويات التفضيل والاهتمام لدى المبحوثين.

فالفرد يكتيف عادات التعرض بالشكل الذي ييسر له عملية التعرض، وبحيث يبذل فيها أقل جهد ممكن فهو يختار الوقت المناسب، والمكان المناسب، بالشكل الذي يتفق مع سماته العامة، والسمات الاجتماعية والفردية. إلا أن تأكيد التعرض يستدل عليه أيضا من خلال دراسة دوافعه وحاجات الفرد منه، حيث أن الاستغراق في التعرض يرتبط إلى حد بعيد بتحقيق هذه الدوافع.¹

وهذا ما تركز عليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث أن تأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم وقيمهم، هو تفسير للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية، ونظرا لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم، فإنهم يختلفون أيضا في درجات الاعتماد على نظم وسائل الإعلام.² إذ أن أول مظاهر التأثير الإعلامي اهتمام المستقبل بالرسالة وتخصيص أوقات محددة يتلقى فيها رسالة معينة أو وسيلة إعلامية بعينها.

وتعتبر معرفة علاقة النخبة المثقفة بالوسائل الإعلامية من حيث درجة استخدامها وأسباب متابعتها لها والمواد الإعلامية المفضلة للمتابعة مدخل ضروري لمعرفة التأثيرات المحتملة على القيم السياسية لعينة الدراسة. حيث "اتخذ الخبراء من التعرض أو درجة الاعتماد معاملا لقياس تأثير الوسيلة، ولكن التأثير يتطلب البحث في معامل أو دليل التأثير الذي يضع في اعتباره حساب كل من كمية التعرض للوسائل المتعددة والدور الذي تلعبه كل وسيلة في اتخاذ القرار بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لها، ومعيار التعرض هو اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية في اتخاذ قراراتهم".³

¹ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص: 106، 110.

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص: 236-237.

³ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص: 105.

جدول رقم (03): يوضح نمط القراءة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	54	54	51	51	49	49	154	51.33
أحيانا	45	45	47	47	46	46	138	46.00
نادرا	01	01	02	02	05	05	08	2.67
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
ك2 المحسوبة= 9.919					ك2 الجدولية= 9.49			

يتضح من بيانات الجدول أن معظم أفراد العينة يقرؤون الصحف بشكل دائم بنسبة 51.33%، وأن 46.00% من الباحثين يقرؤونها أحيانا، بينما نجد أن 2.67% من أفراد العينة فقط يقرؤون الصحف نادرا، وأن الذين لا يقرؤون الصحف أبدا فيمثلون نسبة 0.00% من مجموع الباحثين. ويمكن تفسير ارتباط النخبة المثقفة باختلاف فئاتها بالصحافة المكتوبة من حيث الاستخدام الدائم، بأن الصحافة المكتوبة تعتبر من أهم مصادر المعلومات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية التي توأكب الحدث وتقف عند تفاصيله من خلال ما تحويه من تعليقات وتحليلات علمية ومقابلات وآراء للمتخصصين والعامه وشكاوى واقتراحات وصور ورسوم كاريكاتورية، تساهم في تكوين الاتجاهات والآراء والقيم. "حيث تشير دراسة إيمان فاروق محمد الصياد إلى أن الصفوة تفضل الجرائد لأن أهم ما يميزها الخبر الشامل الصادق الذي ينشر في وقته ويتميز بالشجاعة ويرتبط بالأحداث الجارية"¹. وبتائج مقارنة توصلت الباحثة سهام بدودي إلى أن أغلبية الباحثين يداومون على قراءة الصحف.²

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة نلاحظ أن نسبة قراءة الصحف بشكل منتظم - دائما- بلغت 54.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و51.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و49.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين بلغت نسبة قراءة الصحف بشكل غير منتظم-أحيانا- 45.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و47.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و46.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما بلغت نسبة قراءة الصحف بصفة نادرة 1.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و2.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و5.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما نسبة الذين لا يقرؤون الصحف أبدا فبلغت 0.00% بالنسبة لكل فئات النخبة المثقفة على السواء.

¹ إيمان فاروق محمد الصياد: اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات والكوارث (دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: سوزان القليني، قسم الإعلام، كلية

الآداب، جامعة عين شمس، 2002، ص: 138.

² سهام بدودي: المرجع السابق، ص: 177.

وبحساب معامل الارتباط (كا2) نجد أن (كا2) المحسوبة (=9.919) أكبر من (كا2) الجدولية (=9.49)، وبذلك يثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين نمط القراءة ونوع النخبة المثقفة.

4- علاقة الجنس بنمط قراءة الصحف:

جدول رقم (04): يوضح علاقة الجنس بنمط القراءة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائما	82	52.56	72	50	154	51.33	
أحيانا	70	44.87	68	47.22	138	46.00	
نادرا	04	2.57	04	2.78	08	2.67	
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00	
المجموع	156	100	144	100	300	100	
			كا2 المحسوبة = 0.199			كا2 الجدولية = 5.99	

يتضح من خلال الجدول أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في نمط قراءة الصحف على العموم، حيث بلغت نسبة قراءة الصحف بصفة دائمة بالنسبة لعينة الذكور 52.56%، مقابل 50.00% بالنسبة للإناث، وبلغت نسبة القراءة بصفة غير منتظمة - أحيانا - عند الذكور والإناث من أفراد العينة 44.87%، 47.22% على التوالي، كما بلغت نسبة القراءة بصفة نادرة عند الذكور والإناث من أفراد العينة 2.57%، 2.78% على التوالي، في حين بلغت نسبة الذين لا يقرؤون الصحف أبدا 0.00% بالنسبة للذكور والإناث معا. ويعتبر ذلك مؤشرا هاما يدل على العلاقة القوية التي تربط أفراد العينة بوسيلة الصحافة المكتوبة، إذ رغم التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الإعلام والاتصال لا تزال من أهم روافد المعرفة والثقافة السياسية.

ويتأكد عدم وجود فروق بين الجنسين بتطبيق اختبار كا2، حيث بلغت (كا2) المحسوبة (=0.199) وهي قيمة أقل تماما من (كا2) الجدولية (=5.99)، وبذلك يثبت الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين نمط القراءة والجنس، أي لا توجد فروق بين نمط القراءة لدى كل من الإناث والذكور من النخبة المثقفة.

5- علاقة المستوى التعليمي بنمط قراءة الصحف:

جدول رقم (05): يوضح علاقة المستوى التعليمي بنمط القراءة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	44	52.38	64	50.00	54	61.36	154	51.33
أحيانا	36	42.86	58	45.31	34	38.64	138	46.00
نادرا	04	4.76	06	4.69	00	0.00	08	2.67
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
كا2 المحسوبة = 6.001					كا2 الجدولية = 9.49			

نلاحظ من خلال الجدول أنه لا توجد فروق بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في نمط قراءة الصحف على العموم، إلا من حيث قراءة الصحف بصفة نادرة، إذ بلغت نسبة الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير الذين يقرؤون الصحف نادرا 4.76% و4.69% على التوالي، في حين بلغت نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه الذين يقرؤون الصحف نادرا 0.00%، أما بالنسبة للأتماط الأخرى فتتقارب النسب، حيث بلغت نسبة قراءة الصحف بصفة دائمة بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 52.38%، و50.00% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و61.36% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما بلغت نسبة قراءة الصحف بصفة غير منتظمة -أحيانا- بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 42.86%، و45.31% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و38.64% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، أما نسبة الذين لا يقرؤون الصحف أبدا فقد بلغت 0.00% بالنسبة لكل الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه على السواء.

ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 حيث نجد كا2 المحسوبة (=6.001) أقل تماما من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك يثبت الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين نمط القراءة والمستوى التعليمي، أي لا توجد فروق بين نمط القراءة لدى كل من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من النخبة المثقفة.

ونشير إلى أن هناك اختلاف من حيث مدى قراءة الصحف بين المستويات التعليمية، حيث تداوم فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه على قراءة الصحف أكثر من الفئات الأخرى.

6- الفترات المفضلة لدى النخبة المثقفة لقراءة الصحف:

جدول رقم (06): يوضح الفترات المفضلة للقراءة.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
60.90	190	51.00	51	61.82	68	69.61	71	الصباحية	
2.56	08	4.00	04	1.82	02	1.96	02	الظهرية	
10.26	32	13.00	13	7.27	08	10.78	11	المسائية	
6.41	20	12.00	12	1.82	02	5.88	06	اللييلية	
19.87	62	20.00	20	27.27	30	11.77	12	غير محدد	
100	312	100	100	100	110	100	102	المجموع	
كا2 الجدولية = 15.51				كا2 المحسوبة = 20.742					

يتضح من بيانات الجدول أن معظم أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف في الفترة الصباحية بنسبة 60.90 %، تليهم فئة الذين ليس لهم وقت محدد لقراءة الصحف بنسبة 19.87 %، ثم الذين يفضلون قراءة الصحف في الفترة المسائية بنسبة 10.26 %، بينما نجد أن 6.41 % من أفراد العينة فقط يفضلون قراءة الصحف في الفترة الليلية، وأن نسبة ضعيفة من مجموع المبحوثين بلغت 2.56 % يفضلون قراءة الصحف في فترة الظهرية، ذلك أن هذه الفترة هي فترة استراحة يتجنب فيها أفراد العينة أي نشاط عقلي مرهق، خاصة أن قراءة الصحف نشاط واعي عقلي يتطلب الكثير من التركيز والاهتمام. ويعود تفضيل الفترة الصباحية لقراءة الصحف إلى رغبة النخبة المثقفة في معرفة الجديد من الأخبار قبل انطلاق العمل، خاصة أن الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية تتميز بتعدد العناوين الصحفية وتنوع مضامينها التي تتابع الأحداث الجارية المحلية والدولية ومستجداتها باستمرار بهدف الإعلام ونشر الرأي.

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة يتبين لنا أن الفترة الصباحية احتلت المرتبة الأولى من حيث الأفضلية لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 71.00 %، و 68.00 % لدى النخبة المتخصصة، و 51.00 % لدى النخبة المبدعة، يليها عدم وجود فترة محددة مفضلة للقراءة بنسبة 11.77 % بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 27.27 % بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 20.00 % بالنسبة للنخبة المبدعة، وذلك يرجع لانشغال بعض أفراد العينة بالعمل في بعض الأحيان مما يجعلهم يقرؤون الصحف حسب الظروف الخاصة بهم، في حين احتلت الفترة المسائية المرتبة الثالثة من حيث الأفضلية لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 10.78 %، و 7.27 % لدى النخبة المتخصصة، و 13.00 % لدى النخبة المبدعة، تليها الفترة الليلية في المرتبة الرابعة من حيث الأفضلية لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 5.88 %، و 1.82 % لدى النخبة المتخصصة، و 12.00 % لدى النخبة المبدعة، ثم فترة الظهرية في المرتبة الأخيرة من حيث الأفضلية لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 1.96 %، و 1.82 % لدى النخبة المتخصصة، و 4.00 % لدى النخبة المبدعة.

وبحساب معامل الارتباط كما نجد كما المحسوبة (=20.742) أكبر تماما من كما الجدولية (=15.51)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة تأثيرية بين نوع النخبة المثقفة والفترات المفضلة للقراءة.

7- علاقة الجنس بالفترات المفضلة لدى النخبة المثقفة لقراءة الصحف:

جدول رقم (07): يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضلة للقراءة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	102	62.20	88	59.46	190	60.90
الظهرية	04	2.44	04	2.70	08	2.56
المسائية	14	8.54	18	12.16	32	10.26
الليلية	18	10.97	02	1.35	20	6.41
غير محدد	26	15.85	36	24.33	62	19.87
المجموع	164	100	148	100	312	100
	كما المحسوبة = 15.164		كما الجدولية = 9.49			

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالفترات المفضلة لقراءة الصحف، حيث جاءت الفترة الصباحية في الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 62.20 % و 59.46% على التوالي، كما جاءت قراءة الصحف في فترات غير محددة في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 15.85 % و 24.33% على التوالي، في حين احتلت الفترة الليلية الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 10.97%، و الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 1.35%، كما احتلت الفترة المسائية الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 8.54%، والترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 12.16%، أما فترة الظهرية فجاءت في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 2.44%، والترتيب الرابع من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 2.70%.

ويفسر هذا التباين بين الجنسين من حيث الفترات المفضلة لقراءة الصحف باختلاف أوقات الفراغ لدى كل منهما، إذ لكل فئة ظروف تحدد الوقت المفضل لديها للقراءة، خاصة أن الصحيفة تتطلب مشاركة وجهد وتفرغ تام أثناء القراءة لاستيعاب أفكارها.

وبهذه القراءة الكمية والنوعية يتضح وجود فروق بين فئات الذكور والإناث من حيث الفترات المفضلة لديهما لقراءة الصحف، وتتأكد هذه العلاقة بحساب معامل الارتباط كا2 حيث نجد أن كا2 المحسوبة (=15.164) أكبر من كا2 الجدولية (=9.49).

8- علاقة المستوى التعليمي بالفترات التي تفضل فيها النخبة المثقفة قراءة الصحف:

جدول رقم (08): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة للقراءة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	52	57.78	76	57.14	62	69.66	190	60.90
الظهرية	04	4.44	02	1.50	02	2.25	08	2.56
المسائية	10	11.11	16	12.03	06	6.74	32	10.26
الليالية	06	6.67	08	6.02	06	6.74	20	6.41
غير محدد	18	20.00	31	23.31	13	14.61	62	19.87
المجموع	90	100	133	100	89	100	312	100
كا2 المحسوبة = 7.067					كا2 الجدولية = 15.51			

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه لا توجد فروق بين المستويات التعليمية في علاقتها بالفترات المفضلة لقراءة الصحف، حيث جاءت الفترة الصباحية في الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 57.78%، وبنسبة 57.14% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 69.66% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، كما جاءت قراءة الصحف في فترات غير محددة في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 20.00%، وبنسبة 23.31% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 14.61% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، وجاءت الفترة المسائية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 11.11%، وبنسبة 12.03% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 6.74% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، أما الفترة الليالية فاحتلت الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 6.67%، وبنسبة 6.02% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 6.74% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، في حين جاءت فترة الظهرية في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 4.44%، وبنسبة 1.50% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 2.25% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه.

وبتطبيق اختبار كا2 حيث أن كا2 المحسوبة (=7.067) أقل تماما من كا2 الجدولية (=15.51)، وبذلك يثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث الفترات المفضلة لقراءة الصحف.

9- الموضوعات المفضلة للقراءة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (09): يوضح الموضوعات المفضلة للقراءة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
السياسية	99	22.35	58	21.32	42	14.10	199	19.65	
الاقتصادية	38	8.58	33	12.13	13	4.36	84	8.29	
الثقافية	69	15.57	25	9.19	72	24.16	166	16.39	
الاجتماعية	62	13.99	30	11.03	54	18.12	146	14.41	
العلمية	89	20.09	29	10.66	38	12.75	156	15.40	
الدينية	45	10.16	53	19.49	22	7.38	120	11.85	
الرياضية	22	4.97	23	8.46	37	12.42	82	8.09	
الترفيهية	19	4.29	21	7.72	20	6.71	60	5.92	
المجموع	443	100	272	100	298	100	1013	100	
كا2 المحسوبة = 89.159				كا2 الجدولية = 23.68					

يتضح من بيانات الجدول أن الموضوعات السياسية جاءت في الترتيب الأول بنسبة 19.65%، تليها الموضوعات الثقافية في الترتيب الثاني بنسبة 16.39%، ثم الموضوعات العلمية بنسبة 15.40% في الترتيب الثالث، كما جاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الرابع بنسبة 14.41%، تليها الموضوعات الدينية في الترتيب الخامس بنسبة 11.85%، والموضوعات الاقتصادية في الترتيب السادس بنسبة 8.29%، ويرجع ذلك ربما لأن النخبة المثقفة تفضل الحصول على معلوماتها حول القضايا الاقتصادية بالاعتماد على الدراسات والأبحاث والاتصالات الشخصية، التي تتسم بالدقة والعمق أكثر، ثم الموضوعات الرياضية في الترتيب السابع بنسبة 8.09%، في حين جاءت الموضوعات الترفيهية في الترتيب الأخير بنسبة 5.92%.

ويعتبر ذلك مؤشرا يدل على أن النخبة المثقفة تفضل قراءة المواد الإخبارية والفكرية الجادة التي تؤدي إلى رفع مستواها المعرفي لأداء دورها القيادي في المجتمع الذي يتطلب قدرة كبيرة على النقاش والجدل والنقد تجعلها تصدر الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والفكرية. فرغم أن الصحيفة تتناول كل المواضيع حتى تستطيع أن تجذب أقصى الاهتمام من القراء باختلاف اهتماماتهم، لما تتوافر عليه من ميزة إمكانية نشر الحقائق والبيانات والمعلومات التفصيلية بدرجة عالية من الشمول، إلا أن

الموضوعات الجادة التي تهتم بشؤون المجتمع وقضاياها تثير اهتمام أفراد النخبة المثقفة على حساب المواضيع الترفيهية، فوظائفهم ومراكزهم الاجتماعية تحتم عليهم ضرورة أن يكون عندهم مستوى فكري عالي يساعدهم على اتخاذ القرارات السليمة، باطلاعهم المستمر على كل المعارف والمستجدات في مختلف المجالات، التي تعتبر الصحافة المكتوبة من أهم مصادرها. إلا أن الموضوعات السياسية تأتي في قمة اهتمامات عينة الدراسة ما يعكس الاهتمام الكبير بالشؤون السياسية المختلفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هشام عطية عبد المقصود التي أكدت أن أكثر المواد الصحفية تفضيلاً لدى النخبة المصرية هي المواد السياسية¹.

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة يتبين لنا وجود تباين بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف، حيث جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول من حيث الأفضلية بنسبة 22.35% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 21.32% بالنسبة للنخبة المتخصصة، في حين جاءت في الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 14.10%، وجاءت الموضوعات العلمية في الترتيب الثاني بنسبة 20.09% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وهذا ما يعكس اهتمام هذه الفئة بالبحث العلمي لأنه من المهام الأساسية للمثقف الأكاديمي بتعدد اختصاصاته التي تكسبه مكانة علمية ومعرفية هامة، تؤهله للمشاركة بفعالية في المشاريع التنموية الوطنية وكافة مناحي الحياة، وفي الترتيب الخامس بنسبة 10.66% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الرابع بنسبة 12.75% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما الموضوعات الثقافية فجاءت في الترتيب الثالث من حيث إقبال عينة النخبة الأكاديمية عليها واهتمامهم بها بنسبة 15.57%، وفي الترتيب السادس بنسبة 9.19% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الأول بنسبة 24.16% بالنسبة للنخبة المبدعة، وجاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بنسبة 13.99% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 11.03% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الثاني بنسبة 18.12% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما جاءت الموضوعات الدينية في الترتيب الخامس من حيث الأفضلية بنسبة 10.16% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الثاني بنسبة 19.49% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب السادس بنسبة 7.38% بالنسبة للنخبة المبدعة، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب السادس من حيث الأفضلية بنسبة 8.58% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الثالث بنسبة 12.13% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الأخير بنسبة 4.36% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين جاءت الموضوعات الرياضية في الترتيب السابع من حيث الأفضلية بنسبة 4.97% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 8.46% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الخامس بنسبة 12.42% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما الموضوعات الترفيهية فاحتلت المرتبة الأخيرة من حيث إقبال عينة النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة عليها واهتمامهم بها بنسبة 4.29% و 7.72% على التوالي، والمرتبة ما قبل الأخيرة –الترتيب السابع– بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 6.71%.

¹. هشام عطية عبد المقصود: علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة المصرية وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في

وبتطبيق اختبار كاي نحد أن كاي المحسوبة (=89.159) أكبر من كاي الجدولية (=23.68)، وبذلك يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف، وهذا لاختلاف طبيعة عملها وتخصصها.

10- علاقة الجنس بالموضوعات المفضلة للقراءة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (10): يوضح علاقة الجنس بالموضوعات المفضلة للقراءة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
السياسية	108	21.09	91	18.16	199	19.65
الاقتصادية	46	8.99	38	7.58	84	8.29
الثقافية	84	16.41	82	16.37	166	16.39
الاجتماعية	66	12.89	80	15.97	146	14.41
العلمية	72	14.06	84	16.77	156	15.40
الدينية	60	11.72	60	11.98	120	11.85
الرياضية	60	11.72	22	4.39	82	8.09
الترفيهية	16	3.12	44	8.78	60	5.92
المجموع	512	100	501	100	1013	100
	كاي المحسوبة= 35.065		كاي الجدولية= 14.07			

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه يوجد اختلاف بين الجنسين في علاقتهم بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف، حيث جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث من النخبة المثقفة بنسبتي 21.09% و 18.16% على التوالي، في حين جاءت الموضوعات الثقافية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 16.41%، وفي الترتيب الثالث بالنسبة لفئة الإناث بنسبة مقاربة بلغت 16.37%، وجاءت الموضوعات العلمية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 14.06%، وفي الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الإناث بنسبة مقاربة بلغت 16.77%، كما جاءت الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث من النخبة المثقفة بنسبتي 12.89% و 15.97% على التوالي، وجاءت الموضوعات الدينية في الترتيب الخامس من حيث إقبال كل من الذكور والإناث من النخبة المثقفة عليها واهتمامهم بها بنسبتي 11.72% و 11.98% على التوالي، أما الموضوعات الرياضية فجاءت في نفس الترتيب مع الموضوعات الدينية -الترتيب الخامس- بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 11.72%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 4.39%، ويعكس ذلك الاهتمام الضعيف بالموضوعات الرياضية وغياب الميول لدى المرأة المثقفة نحوها، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب السادس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 8.99%، وفي الترتيب السابع بالنسبة لفئة الإناث بنسبة مقاربة بلغت 7.58%، في حين جاءت الموضوعات الترفيهية في

الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 3.12%، وفي الترتيب السادس بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 8.78%.

ورغم وجود تباين بين الجنسين في ترتيب الموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف، إلا أن هناك تقارب بين المبحوثين من الذكور والإناث في ميولاتهم نحو الموضوعات التي يقرؤونها في الصحف، أي أن المرأة المثقفة على السواء مع الرجل المثقف تهتم بالمواضيع الجادة التي تساهم في إنماء الفكر وزيادة الوعي لأداء دور حقيقي وفعال لخدمة القضايا التي تمم المجتمع.

وبهذه القراءة الكمية والنوعية يتضح وجود فروق بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالموضوعات المفضلة لديهما للقراءة، وتؤكد هذه العلاقة بحساب معامل الارتباط كما 2 حيث أن كا2 المحسوبة (=35.065) أكبر من كا2 الجدولية (=14.07).

11- علاقة المستوى التعليمي بالموضوعات المفضلة للقراءة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (11): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالموضوعات المفضلة للقراءة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
السياسية	42	14.53	88	19.22	69	25.94	199	19.65	
الاقتصادية	16	5.54	46	10.04	22	8.27	84	8.29	
الثقافية	48	16.61	77	16.81	41	15.41	166	16.39	
الاجتماعية	52	17.99	60	13.10	34	12.78	146	14.41	
العلمية	42	14.53	83	18.12	31	11.66	156	15.40	
الدينية	40	13.84	41	8.95	39	14.66	120	11.85	
الرياضية	28	9.69	44	9.61	10	3.76	82	8.09	
الترفيهية	21	7.27	19	4.15	20	7.52	60	5.92	
المجموع	289	100	458	100	266	100	1013	100	
كا2 المحسوبة = 41.011				كا2 الجدولية = 23.68					

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه يوجد تباين بين المستويات التعليمية في علاقتها بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف، حيث جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 19.22%، وبنسبة 25.94% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، وجاءت في الترتيب الثالث بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 14.53%، كما جاءت الموضوعات الثقافية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 15.41%، وبنسبة 16.61% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وجاءت في الترتيب الثالث بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 16.61%، أما الموضوعات الاجتماعية

فجاءت في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 13.10%، وبنسبة 12.78% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، وفي الترتيب الأول بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 17.99%، في حين جاءت الموضوعات العلمية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 14.53%، وفي الترتيب الثاني بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 18.12%، وفي الترتيب الخامس بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 11.66%، أما الموضوعات الدينية فجاءت في الترتيب الخامس من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 13.84%، وفي الترتيب السابع بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 8.95%، وفي الترتيب الثالث بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 14.66%، كما جاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الخامس من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 10.04%، وفي الترتيب السادس بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 8.27%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 5.54%، أما الموضوعات الرياضية فجاءت في الترتيب السادس من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 9.61%، وبنسبة 9.69% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الأخير بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 3.76%، في حين جاءت الموضوعات الترفيهية في الترتيب السابع من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 7.27%، وبنسبة 7.52% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، وفي الترتيب الأخير بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 4.15%.

ويفسر هذا التباين بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه، من حيث الموضوعات المفضلة لديهم للقراءة في الصحف، إلى تنوع الحاجات واختلافها بين أفراد العينة باختلاف مستوياتها التعليمية، باعتبار النخبة المثقفة جمهور نشط وإيجابي له حاجات ودوافع مختلفة، على أساسها يختار وينتقي المحتويات الإعلامية التي يتعرض لها، وهذا ما يتفق مع فرض مدخل الاعتماد المتبادل.

وبتطبيق اختبار كاي نجد أن كاي المحسوبة (=41.011) أكبر من كاي الجدولية (=23.68)، وبذلك يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين المستويات التعليمية في علاقتها بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف.

12- هدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف:

جدول رقم (12): يوضح هدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
38.24	208	34.54	67	37.57	68	43.20	73	الأخبار و الإعلام	
27.57	150	28.35	55	29.28	53	24.85	42	التثقيف	
8.09	44	9.79	19	7.73	14	6.51	11	الترفيه و التسلية	
16.18	88	14.95	29	15.47	28	18.34	31	التوعية	
9.92	54	12.37	24	9.95	18	7.10	12	الشرح والتفسير	
100	544	100	194	100	181	100	169	المجموع	
كا2 الجدولية = 15.51				كا2 المحسوبة = 6.992					

يتضح من بيانات الجدول أن أكثر الباحثين يعتمدون على الصحف بغرض الحصول على الأخبار والمعلومات وهذا بنسبة 38.24%، يليها هدف التثقيف بنسبة مقاربة بلغت 27.57%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 16.18%، يليه الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بنسبة 9.92%، بينما يأتي في الأخير الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية وهذا بنسبة 8.09%. مما يعني أن اعتماد أفراد العينة على الصحف هو اعتماد يتركز أساسا على المحتويات الهادفة التي تجعل من الصحافة المكتوبة وسيلة هامة لتحقيق أهدافهم في الحصول على المعلومات والأخبار والتثقيف والتوعية وتحليل الأحداث وتفسيرها من خلال استخدام أشكال صحفية عديدة.

ويعتبر هدف الحصول على الأخبار والمعلومات الهدف الرئيسي من قراءة عينة الدراسة للصحف، ذلك أن الصحافة المكتوبة تقوم بتزويد جمهور القراء بمجموعة من المعطيات والحقائق التي تجعلهم في اتصال دائم بمحيطهم وأكثر اندماجا معه، حتى يستطيعوا المشاركة بفعالية في أنشطة الحياة العامة، ما يمكنهم من قيادة الرأي والتأثير على الأفكار والقيم والاتجاهات والسلوكيات. "فالأخبار تشكل الأساس الذي تبنى عليه أحكام الناس وآراؤهم حول العالم الذي يعيشون فيه وعلى ضوءه يجري تصريف شؤون حياتهم اليومية، لأن الخبر أساس المعرفة والمعرفة هي القوة"¹.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة نجد أنه لا توجد فروق بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالهدف من قراءة الصحف، حيث احتل الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والمعلومات المرتبة الأولى لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 43.20%، و 37.57% لدى النخبة المتخصصة، و 34.54% لدى النخبة المبدعة، يليه الهدف المتعلق بالتثقيف في المرتبة الثانية لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 24.85%، و 29.28% لدى النخبة المتخصصة، و 28.35% لدى النخبة المبدعة، ثم الهدف المتعلق بالتوعية

¹ خلاف بومخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة (دراسة في استخدامات و إشباعات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة -)، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، إشراف: فضيل دليو، 2006-2007، ص: 85.

في المرتبة الثالثة لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 18.34%، و15.47% لدى النخبة المتخصصة، و14.95% لدى النخبة المبدعة، يليه الهدف المتعلق بالشرح والتفسير في المرتبة الرابعة لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 7.10%، و9.95% لدى النخبة المتخصصة، و12.37% لدى النخبة المبدعة، في حين جاء الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية في المرتبة الأخيرة لدى النخبة الأكاديمية بنسبة 6.51%، و7.73% لدى النخبة المتخصصة، و9.79% لدى النخبة المبدعة.

وبتطبيق اختبار كاي نجد أن كاي المحسوبة (=6.992) أقل من كاي الجدولية (=15.51)، وبذلك

يثبت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالهدف من قراءة الصحف.

13- علاقة الجنس بهدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف:

جدول رقم (13): يوضح علاقة الجنس بهدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
38.24	208	33.91	98	43.14	110	الأخبار و الإعلام
27.57	150	29.76	86	25.10	64	التثقيف
8.09	44	7.61	22	8.63	22	الترفيه و التسلية
16.18	88	20.07	58	11.76	30	التوعوية
9.92	54	8.65	25	11.37	29	الشرح والتفسير
100	544	100	289	100	255	المجموع
كاي الجدولية= 9.49		كاي المحسوبة= 11.042				

تبرز لنا القراءة الجدولية أنه لا توجد فروق كبيرة بين فئات الذكور والإناث في علاقتها بالهدف من قراءة الصحف، حيث جاء الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والمعلومات في الترتيب الأول لدى كل من الذكور والإناث بنسبتي 43.14% و33.91%، وبفارق نسبة ضئيلة يأتي الهدف المتعلق بالتثقيف في الترتيب الثاني لدى كل من الذكور والإناث بنسبتي 25.10% و29.76%، يليه الهدف المتعلق بالتوعوية في الترتيب الثالث لدى كل من الذكور والإناث بنسبتي 11.76% و20.07%، ثم الهدف المتعلق بالشرح والتفسير في الترتيب الرابع لدى كل من الذكور والإناث بنسبتي 11.37% و8.65%، وفي الترتيب الأخير يأتي الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 8.63% و7.61% على التوالي.

ويعكس اهتمام فئات النخبة المثقفة من الذكور والإناث على السواء بتلبية حاجاتهم للمعلومات والثقافة والاطلاع على تحاليل وتفسيرات القضايا المختلفة لزيادة الوعي بها، إدراكها التام بأن ثقة الجمهور بها كقادة رأي في المجتمع لا تتعزز إلا بتوافرها على المعلومات عن الأحداث الجارية، وتطوراتها وتداعياتها، وهذا لا يتحقق إلا عندما تتاح لها فرص الاطلاع على المضامين الإعلامية خاصة في الصحافة المكتوبة، "حيث يشير لازرسفيلد إلى أن قادة الرأي في المجتمع هم الأكثر احتياجا للمعلومات

والأكثر اعتمادا واتصالا بوسائل الإعلام¹، لأنهم كلما كانوا على دراية ومعرفة بمجريات الأحداث ويمتلكون القدرة الجيدة على التنبؤ بالأحداث المستقبلية، كلما زادت الثقة بهم.
وبحساب معامل الارتباط كا2 نجد أن كا2 المحسوبة (=11.042) أكبر من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين الهدف من قراءة الصحف ومتغير الجنس.

14- علاقة المستوى التعليمي بهدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف:

جدول رقم (14): يوضح علاقة المستوى التعليمي بهدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار و الإعلام	66	37.29	80	40.82	62	36.26	208	38.24
التثقيف	52	29.38	54	27.55	44	25.73	150	27.57
الترفيه و التسلية	18	10.17	18	9.18	08	4.68	44	8.09
التوعية	25	14.12	27	13.78	36	21.05	88	16.18
الشرح والتفسير	16	9.04	17	8.67	21	12.28	54	9.92
المجموع	177	100	196	100	171	100	544	100
	كا2 المحسوبة = 9.752				كا2 الجدولية = 15.51			

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه لا يوجد اختلاف كبير بين المستويات التعليمية في علاقتها بالهدف من قراءة الصحف، حيث جاء الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والمعلومات في الترتيب الأول بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 37.29%، وبنسبة 40.82% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 36.26% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، كما جاء الهدف المتعلق بالتثقيف في الترتيب الثاني بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 29.38%، وبنسبة 27.55% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 25.73% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، وجاء الهدف المتعلق بالتوعية في الترتيب الثالث بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 14.12%، وبنسبة 13.78% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 21.05% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، في حين جاء الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية في الترتيب الرابع بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 10.17%، و بنسبة 9.18% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الأخير بنسبة 4.68% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه، أما الهدف المتعلق بالشرح والتفسير فجاء في الترتيب الأخير بالنسبة لل حاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 9.04%، وبنسبة 8.67% بالنسبة لل حاصلين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الرابع بنسبة 12.28% بالنسبة لل حاصلين على درجة الدكتوراه.

¹. حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد: المرجع السابق، ص: 253.

وبحساب معامل الارتباط كما نجد أن ك₂ المحسوبة (=9.752) أقل تماما من ك₂ الجدولية (=15.51)، وبذلك نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين الهدف من قراءة الصحف ومتغير المستوى التعليمي.

15- الصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (15): يوضح الصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصحف اليومية الجزائرية	91	45.96	78	44.83	67	47.18	236	45.92
الصحف اليومية العربية	33	16.67	21	12.07	18	12.67	72	14.01
الصحف اليومية الأجنبية	20	10.10	26	14.94	14	9.86	60	11.67
الصحف الأسبوعية الجزائرية	23	11.62	27	15.52	28	19.72	78	15.18
الصحف الأسبوعية العربية	16	8.08	09	5.17	11	7.75	36	7.00
الصحف الأسبوعية الأجنبية	15	7.57	13	7.47	04	2.82	32	6.22
المجموع	198	100	174	100	142	100	514	100
	ك ₂ المحسوبة = 12.688				ك ₂ الجدولية = 18.31			

يتضح من خلال الجدول أن الصحف اليومية الجزائرية تحتل الترتيب الأول من حيث الاعتماد، وهذا بنسبة 45.92%، وبفارق كبير تليها الأنواع الأخرى من الصحف، حيث جاءت الصحف الأسبوعية الجزائرية في الترتيب الثاني بنسبة 15.18%، وجاءت الصحف اليومية العربية في الترتيب الثالث بنسبة 14.01%، وجاءت الصحف اليومية الأجنبية في الترتيب الرابع بنسبة 11.67%، ثم الصحف الأسبوعية العربية في الترتيب الخامس بنسبة 7.00%، تليها بفارق ضئيل الصحف الأسبوعية الأجنبية في الترتيب الأخير بنسبة 6.22%.

نلاحظ أن معظم أفراد العينة يفضلون الصحف اليومية من حيث الصدور والصحف الوطنية من حيث المجال الجغرافي.

ويمكن إرجاع تفضيل عينة النخبة المثقفة لليوميات على حساب الأسبوعيات، رغم أن هذه الأخيرة أكثر إحاطة بالجوانب المختلفة للأخبار والأحداث، حيث تقوم بتحليل هذه الأحداث وتفسيرها، ويساعدها في ذلك الوقت الذي يتيح الإصدار الأسبوعي للتأمل وتجميع الأحداث والربط بينها، والخروج من ذلك بتحليل عميق لأبعادها ودلالاتها، لذلك فالجرائد الأسبوعية تتمتع بما تتميز به الجرائد اليومية من متابعة للأحداث الجارية، وبما تتميز به المجلات الأسبوعية من تحليل للأحداث وتفسيرها¹، إلى رغبة أفراد العينة في الحصول على الأخبار الجديدة بالدرجة الأولى، كما يتبين من الجدول رقم (12)، وهذا ما تتميز به الصحف اليومية التي تعتبر أكثر تقدما للمستجديات عن غيرها من خلال

¹. فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، مصر، ط2، 1998، ص:146.

المتابعة المتواصلة للأحداث الجارية، باعتبار أن حياة الأخبار لا تتجاوز ساعات، خاصة أمام الآنية التي تتميز بها الأخبار الإذاعية والتلفزيونية والأخبار الواردة على شبكة الانترنت. "كما أن الأبحاث التي أجريت على الخدمات، الإشباع والرغبات التي تلبها الصحيفة اليومية لقراءها بينت أنها أصبحت جزءا من نسيج الحياة اليومية للناس، فالصحيفة اليومية تقدم خدمات فريدة معينة وتشبع رغبات قرائها، وعندما تغيب الصحيفة عن قرائها فإنهم يفتقدونها بشدة، ومن الواضح أنها تلعب دورا في نظام الاتصال المعاصر".¹

ويمكن تفسير تفضيل عينة النخبة المثقفة للصحف الجزائرية على حساب الصحف العربية والأجنبية، لأنها تسلط الضوء على القضايا الراهنة المحلية والدولية، كما أنها تعنى بالقضايا الوطنية وتركز اهتمامها على تغطية ومعالجة قضايا وشؤون المواطن الجزائري في أعماق المجتمع أكثر من الصحف الأخرى، ما يعكس اهتمام العينة ببيئتها المحلية وبالأخبار والأحداث الوطنية، وهو ما يتسق مع طبيعة الأدوار والمهام التي تضطلع بها النخبة المثقفة. خاصة وأن الساحة الإعلامية الجزائرية تشهد اليوم عناوين صحفية مختلفة، من حيث الصدور والمضمون ومجال الانتشار، كما تشهد تنوعا في خطابها الصحفي وفقا لتنوع الإيديولوجيات والتوجهات، مما يجعل من الصحافة الجزائرية ساحة لعرض مختلف الرؤى بشأن الأحداث وهو الأمر الذي يزيد من تفعيل دورها السياسي لدى أفراد النخبة المثقفة خاصة كمصدر هام للحصول على معلومات تحليلية متعمقة عن الأحداث التي تختلف حولها الآراء والمواقف، فهناك حاليا في الساحة الإعلامية أكثر من (80) جريدة يومية ودورية تصدر في الجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية، عمومية أو خاصة خدمة للقارئ الجزائري، ومنها التي تنافس كبرى الجرائد في البلدان العربية والإفريقية سواء من حيث عدد السحب أو عدد القراء الذين يتصفحون هذه الجرائد، ما يدل على المصداقية التي أصبحت تغلب على مضامين هذه الجرائد، بالإضافة إلى التغطية الخبيرة التحليلية المتعمقة للأحداث واستكتاب هذه الصحف لمجموعة من أشهر الكتاب والمحللين والنقاد في مختلف الشؤون، وبفضل تمتعها بقدر مهم من الحرية ساهمت في نقد الأوضاع السائدة وإثارة عدد من القضايا التي تهم الرأي العام الوطني وكشف العديد من جوانب الانحراف والفساد. وفي هذا الصدد "يشير عبد النور بوخمخم إلى أن الصحافة المكتوبة الجزائرية تطورت معنويا من حيث أنها أصبحت فاعلا وطنيا هاما في توجيه الأحداث والتأثير على الخيارات الكبرى، ولم يكذب أي ملف مغلق لم تفتحه الصحافة".²

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة نجد أنه لا يوجد اختلاف كبير بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بنوع الصحف المفضل قراءتها، حيث احتلت الصحف اليومية الجزائرية المرتبة الأولى من حيث الاعتماد بنسبة 45.96% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 44.83% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وبنسبة 47.18% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما احتلت الصحف الأسبوعية الجزائرية المرتبة الثانية من حيث الاعتماد بنسبة 15.52% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وبنسبة 19.72% بالنسبة

¹ . ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش (ترجمة: كمال عبد الرؤوف): المرجع السابق، ص: 102.

² . حجاج الجمعي: المرجع السابق، ص: 160.

للنخبة المبدعة، في حين جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 11.62% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، أما الصحف اليومية العربية فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة 16.67% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي المرتبة الرابعة بنسبة 12.07% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 12.67% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين جاءت الصحف اليومية الأجنبية في المرتبة الرابعة بنسبة 10.10% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، ونسبة 9.86% بالنسبة للنخبة المبدعة، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 14.94% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وجاءت الصحف الأسبوعية العربية في المرتبة الخامسة بنسبة 8.08% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، ونسبة 7.75% بالنسبة للنخبة المبدعة، وفي المرتبة الأخيرة بنسبة 5.17% بالنسبة للنخبة المتخصصة، أما الصحف الأسبوعية الأجنبية فجاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.57% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، ونسبة 2.82% بالنسبة للنخبة المبدعة، وفي المرتبة الخامسة بنسبة 7.47% بالنسبة للنخبة المتخصصة.

وبحساب معامل الارتباط كما نجد أن K_2 المحسوبة (=12.688) أقل من K_2 الجدولية (=18.31)، وبذلك يثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين الفئتين.

ونشير إلى أنه هناك اختلاف بين الباحثين، حيث يفضل بعضهم الصحف العربية على حساب الصحف الأجنبية في حين نجد العكس عند البعض الآخر، ويرجع ذلك إلى أن النخبة المثقفة تتنوع بين المجيدين للغة العربية، والمجيدين للغة الفرنسية (الفرنكفونيين)، والمجيدين للغة الإنجليزية (الأنجلوساكسون)، ما يجعل هذه النتائج أمراً عادياً، فالمجتمع الجزائري عموماً والمثقف الجزائري خصوصاً الذي عايش فترة الاستعمار وتأثر بمخلفاته والتي من بينها اللغة الفرنسية، التي تجذرت في أصول الثقافة الجزائرية وفي شتى مجالات الحياة اليومية في مجتمعنا، ولاسيما في لغة خطاب النخبة المثقفة، أثر كثيراً في الاختيار بين البدائل المختلفة من الصحف.

16- علاقة الجنس بالصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (16): يوضح علاقة الجنس بالصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
45.92	236	38.41	106	54.62	130	الصحف اليومية الجزائرية
14.01	72	15.94	44	11.77	28	الصحف اليومية العربية
11.67	60	10.87	30	12.61	30	الصحف اليومية الأجنبية
15.18	78	19.57	54	10.08	24	الصحف الأسبوعية الجزائرية
7.00	36	8.69	24	5.04	12	الصحف الأسبوعية العربية
6.22	32	6.52	18	5.88	14	الصحف الأسبوعية الأجنبية
100	514	100	276	100	238	المجموع
ك ₂ الجدولية = 11.07			ك ₂ المحسوبة = 19.331			

يتبين من الجدول أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بنوع الصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة، حيث جاءت الصحف اليومية الجزائرية في الترتيب الأول بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 54.62% و 38.41% على التوالي، في حين جاءت الصحف الأسبوعية الجزائرية في الترتيب الثاني بالنسبة للإناث بنسبة 19.57%، وفي الترتيب الرابع بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 10.08%، كما جاءت الصحف اليومية العربية في الترتيب الثالث بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 11.77% و 15.94% على التوالي، أما الصحف اليومية الأجنبية فجاءت في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 12.61%، وفي الترتيب الرابع بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 10.87%، في حين جاءت الصحف الأسبوعية العربية في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 5.04%، وفي الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 8.69%، وجاءت الصحف الأسبوعية الأجنبية في الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 5.88%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 6.52%.

وبذلك فهناك علاقة بين فئات الذكور والإناث ونوع الصحف المفضل قراءته، وتؤكد هذه العلاقة من خلال حساب معامل الارتباط كما أرين نجد أن K_2 المحسوبة (=19.331) أكبر من K_2 الجدولية (=11.07)، وبذلك يثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين الفئتين. ورغم التباين في ترتيب الصحف من حيث المقروئية لدى كل من الذكور والإناث والذي يمكن إرجاعه إلى اللغة التي تجيدها كل فئة، إلا أنه يلاحظ من القراءة الجدولية تفضيل عينة النخبة المثقفة من الذكور والإناث معا لليوميات على حساب الأسبوعيات، ويمكن إرجاع الأمر إلى أن الصحف اليومية تتميز بتقديم تفاصيل المستجديات اليومية، خاصة أنها وسيلة إخبارية بالدرجة الأولى.

17- علاقة المستوى التعليمي بالصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (17): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالصحف المفضل قراءتها لدى النخبة

المثقفة.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
45.92	236	40.00	52	44.22	111	54.89	73	الصحف اليومية الجزائرية	
14.01	72	18.46	24	13.55	34	10.53	14	الصحف اليومية العربية	
11.67	60	12.31	16	12.75	32	9.02	12	الصحف اليومية الأجنبية	
15.18	78	16.92	22	14.34	36	15.04	20	الصحف الأسبوعية الجزائرية	
7.00	36	7.69	10	6.37	16	7.52	10	الصحف الأسبوعية العربية	
6.22	32	4.62	06	8.77	22	3.00	04	الصحف الأسبوعية الأجنبية	
100	514	100	130	100	251	100	133	المجموع	
كا2 الجدولية = 18.31				كا2 المحسوبة = 13.615					

نلاحظ من خلال الجدول وجود اتفاق كبير بين الباحثين بمختلف مستوياتهم التعليمية من حيث تفضيلهم للصحف التي يقرؤونها، حيث جاءت الصحف اليومية الجزائرية في الترتيب الأول بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس بنسبة 54.89%، وبنسبة 44.22% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، وبنسبة 40.00% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه، كما جاءت الصحف الأسبوعية الجزائرية في الترتيب الثاني بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس بنسبة 15.04%، وبنسبة 14.34% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الثالث بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه بنسبة 16.92%، أما الصحف اليومية العربية فجاءت في الترتيب الثالث بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس بنسبة 10.53%، وبنسبة 13.55% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الثاني بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه بنسبة 18.46%، في حين جاءت الصحف اليومية الأجنبية في الترتيب الرابع بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس بنسبة 9.02%، وبنسبة 12.75% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، وبنسبة 12.31% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه، كما جاءت الصحف الأسبوعية العربية في الترتيب الخامس بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس بنسبة 7.52%، وبنسبة 7.69% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه، وفي الترتيب الأخير بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير بنسبة 6.37%، أما الصحف الأسبوعية الأجنبية فجاءت في الترتيب الأخير بنسبة 3.00% بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس، وبنسبة 4.62% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه، في حين جاءت في الترتيب الخامس بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير بنسبة 8.77%.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول لاحظنا عدم وجود اختلاف بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث الصحف المفضلة للقراءة، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك₂ حيث نجد أن ك₂ المحسوبة (=13.615) أقل تماما من ك₂ الجدولية (=18.31)، وبذلك نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين نوع الصحف المفضلة للقراءة ومتغير المستوى التعليمي.

ونستنتج في الأخير أن عينة النخبة المثقفة باختلاف مستوياتها التعليمية تحرص على قراءة كل أنواع الصحف الجزائرية منها والعربية والأجنبية، اليومية والأسبوعية، وهذا يعكس الاهتمام الكبير بالصحافة المكتوبة كمصدر هام للمعلومات، خاصة أنها تتميز بالتنوع والتعدد مما يجعل تغطيتها للأحداث متنوعة وثرية، إلا أنها تهتم أكثر بالصحافة الوطنية وهذا راجع لأن محتوياتها تسلط الضوء في الغالب على قضايا المجتمع الجزائري.

18- رأي النخبة المثقفة في الصحافة المكتوبة من حيث مناقشتها ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهتمها:

جدول رقم (18): يوضح مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهتم النخبة المثقفة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	16	16.00	09	9.00	33	33.00	58	19.33
إلى حد ما	83	83.00	88	88.00	65	65.00	236	78.67
لا يعالجها	01	1.00	03	3.00	02	2.00	06	2.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
					ك ₂ المحسوبة = 20.479		ك ₂ الجدولية = 9.49	

يتبين من الجدول أن الأغلبية الساحقة من الباحثين يرون أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهتمهم لكن مع تفاوت كبير في الدرجات، حيث يرى معظم أفراد العينة أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهتمها إلى حد ما بنسبة 78.67%، وهي أعلى نسبة، في حين ترى نسبة 19.33% فقط من عينة النخبة المثقفة أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهتمها إلى حد كبير، وهي نسبة تأتي في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الأخير وبنسبة ضعيفة جدا بلغت 2.00% يرى الباحثون أن الصحافة المكتوبة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهتمهم على الإطلاق.

وتعكس هذه القراءة الجدولية الأهمية التي لا تزال الصحافة المكتوبة تحظى بها لدى عينة النخبة المثقفة رغم المنافسة القوية التي واجهتها من الوسائل الإعلامية الإلكترونية، حيث استطاعت أن تحافظ على مكانتها

في الساحة الإعلامية، من خلال مواكبة اهتمامات الشرائح المتعلمة وإشباع رغباتها، وذلك لخصائصها التي تميزها عن باقي وسائل الإعلام، حيث يقول أحد الباحثين "إبراهيم الشامي" "أن الصحافة المكتوبة تتميز بميزات فريدة تعطيها القدرة على الاستمرار في ظل مجابهة الوسائل الحديثة، فالإنسان يستطيع قراءة الصحيفة مرات بيسر وسهولة، كما تتيح للمتلقي القدرة على امتلاك المعلومات وبالتالي إمكانية تحليل الكلمات بشكل أكثر دقة وتفصيلاً، فضلاً عن التعمق في تناولها للموضوعات، وهذا ما يجعلها أكثر تأثيراً في الرأي العام، كما تعد وسيلة ساخنة لأنها تثير نوعاً من التفاعل بين الجماهير والمسؤولين، فهي بمثابة الرقيب الذي يبحث عن الحقائق من مصدرها الرئيسي لخدمة الجمهور، كما تزود وسائل الإعلام الأخرى بكثير من المعلومات"¹. وهذا ما ينفي ما تنبأ به الكثيرون في بدايات ظهور الراديو ثم التلفزيون ثم الانترنت، حيث أن المتتبع لتطور وسائل الإعلام والاتصال عبر المراحل التاريخية المختلفة يؤكد فرضية أن ظهور وسيلة اتصالية أو إعلامية جديدة لم ينف أو يقض على الوسيلة التي سبقته بالظهور، وإنما يكون ذلك دعماً وتطويراً للوسيلة التقليدية. إلا أن عينة النخبة المثقفة لا يمكنها في ظل التدفق المعلوماتي الكبير أن تؤدي دورها الحقيقي، وأن تواكب كل الأحداث والتطورات الحاصلة بالاعتماد على الصحافة المكتوبة فقط، فهي لوحدها لن تستطيع أن تلي كل حاجياتها ورغباتها لذلك ترى أنها لا تعالج كل القضايا والموضوعات التي تهمها بالطريقة التي ترغب بها.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يرون أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما بنسبة 83.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 88.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وبنسبة 65.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما نسبة الذين يرون أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير فبلغت 16.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و9.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، ونسبة معتبرة بلغت 33.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين جاءت نسبة الذين يرون أن الصحافة المكتوبة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم ضعيفة جداً بالنسبة لكل نوع من أنواع النخبة المثقفة، حيث بلغت 1.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و3.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و2.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

كما نلاحظ أن فئة النخبة المبدعة ترى أكثر من الفئات الأخرى بأن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمها إلى حد كبير.

¹ عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005،

وبحساب معامل الارتباط كا2 نجد أن كا2 المحسوبة (=20.479) أكبر تماما من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك يثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين المتغيرين.

19- علاقة الجنس برأي النخبة المثقفة في الصحافة المكتوبة من حيث مناقشتها ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها:

جدول رقم (19): يوضح علاقة الجنس بمدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهم النخبة المثقفة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
19.33	58	27.78	40	11.54	18	إلى حد كبير
78.67	236	70.83	102	85.90	134	إلى حد ما
2.00	06	1.39	02	2.56	04	لا يعالجها
100	300	100	144	100	156	المجموع
كا2 الجدولية = 5.99			كا2 المحسوبة = 12.891			

يتضح من الجدول أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بآرائهما حول مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمهما، حيث أن معظم أفراد العينة يرون أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 85.90% و 70.83% على التوالي، وبفارق كبير ترى عينة النخبة المثقفة أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمها إلى حد كبير بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 11.54% و 27.78% على التوالي، في حين يأتي المبحوثون الذين يرون أن الصحافة المكتوبة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم في الترتيب الأخير، وبنسبتين ضعيفتين جدا بلغتا 2.56% و 1.39% بالنسبة لكل من الذكور والإناث على التوالي.

وبحساب معامل الارتباط كا2 يثبت وجود علاقة بين الجنسين وآرائهما حول مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمهما، حيث نجد كا2 المحسوبة (=12.891) أكبر من كا2 الجدولية (=5.99).

20- علاقة المستوى التعليمي برأي النخبة المثقفة في الصحافة المكتوبة من حيث مناقشتها

ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها:

جدول رقم (20): يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها

للقضايا والموضوعات التي تهم النخبة المثقفة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	21	25.00	23	17.97	14	15.91	58	19.33
إلى حد ما	60	71.43	103	80.47	73	82.95	236	78.67
لا يعالجها	03	3.57	02	1.56	01	1.14	06	2.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
كا2 المحسوبة = 4.358					كا2 الجدولية = 9.49			

نلاحظ من الجدول أنه لا توجد فروق بين المستويات التعليمية وآرائها حول مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها، حيث أجاب معظم الباحثين بأن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما بنسبة 71.43% بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس، وبنسبة 80.47% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، وبنسبة 82.95% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه، أما نسبة الذين أجابوا بأن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير فقد بلغت 25.00% بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس، و17.97% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، و15.91% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه، في حين أجابت نسبة ضعيفة من الباحثين بأن الصحافة المكتوبة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم على الإطلاق بـ 3.57% بالنسبة للباحثين على شهادة الليسانس، و1.56% بالنسبة للباحثين على درجة الماجستير، و1.14% بالنسبة للباحثين على درجة الدكتوراه.

وبحساب معامل الارتباط كا2 يثبت عدم وجود علاقة بين الباحثين على شهادة الليسانس والباحثين على درجة الماجستير والباحثين على درجة الدكتوراه وآرائهم حول مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمهم، حيث نجد كا2 المحسوبة (=4.358) أقل تماماً من كا2 الجدولية (=9.49).

21- درجة الاستماع إلى الإذاعة:

جدول رقم (21): يوضح مدى استماع النخبة المثقفة للإذاعة.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
18.00	54	22.00	22	11.00	11	21.00	21	دائما	
60.67	182	57.00	57	66.00	66	59.00	59	أحيانا	
19.33	58	21.00	21	22.00	22	15.00	15	نادرا	
2.00	06	0.00	00	1.00	01	5.00	05	أبدا	
100	300	100	100	100	100	100	100	المجموع	
كا الجدولية = 12.59				كا المحسوبة = 13.330					

يتضح من بيانات الجدول أن معظم أفراد العينة يستمعون إلى الإذاعة بشكل غير دائم حيث أن نسبة 60.67% من المبحوثين يستمعون لها أحيانا، وأن نسبة 19.33% من المبحوثين يستمعون لها نادرا، كونهم لا يفضلون الإذاعة كوسيلة إعلامية، بل يستمعون إليها بمحض الصدفة لا غير، بينما نجد نسبة 18.00% من أفراد العينة يستمعون للإذاعة بشكل دائم، أما الذين لا يستمعون للإذاعة أبدا فلا يمثلون سوى 2.00% من مجموع المبحوثين. ويمكن تفسير ارتفاع نسبة المستمعين بطريقة غير منتظمة للإذاعة -أحيانا- بتعدد الوسائل الإعلامية وتنوعها، حيث أن المثقف بحكم دوره في المجتمع الذي يميزه عن الإنسان العامي، لا يفضل قضاء معظم وقته في متابعة وسيلة إعلامية واحدة، فهو ينوع في اختياراته أثناء تعرضه لوسائل الإعلام كما ينوع أيضا على مستوى الوسيلة الواحدة، كما أن انشغال المبحوثين وارتباطهم بوظائفهم قد يحول سببا في عدم المواظبة على برامج الإذاعة، أما الذين يتعرضون للإذاعة بصفة دائمة فيجدون في استخدام جهاز الراديو وسيلة سهلة تناسب مع اهتماماتهم وأوقات فراغهم، إذ تعتبر فترة السياقة حسب ما صرح به بعض المبحوثون هي الفترة التي يستمعون فيها للإذاعة بشكل كبير، خاصة أنه في هذه الفترة لا يستطيعون متابعة وسيلة إعلامية أخرى إلا نادرا، كما أن الراديو خفيف الوزن ويدخل في تركيبة العديد من الأجهزة التكنولوجية الحديثة خاصة الهواتف النقالة مما يسهل استخدام الجمهور له.

وبنتائج مقارنة توصلت الباحثة سهام بدبودي إلى أن معظم أفراد النخبة المثقفة يستمعون للإذاعة بطريقة غير منتظمة.¹

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة راجح حسين فرحان بادي التي أشارت إلى تراجع استماع النخبة اليمينية للراديو حيث بلغت نسبة من لا يستمعون للإذاعة على الإطلاق 44.00%، ويبرر الباحث ذلك بوجود العديد من الفضائيات وشبكة المعلومات العالمية (الانترنت) وما تمتلكه تلك الوسائل من مميزات خاصة.²

¹. سهام بدبودي: المرجع السابق، ص: 183.

². راجح حسين فرحان بادي: المرجع السابق، ص: 164.

وبمقارنة نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (03) الخاص بنمط القراءة يتضح أنه يوجد فرق بين مدى قراءة الصحف ومدى الاستماع للإذاعة، حيث تحظى الصحف بالقراءة المستمرة والدائمة أكثر من الإذاعة.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة من فئات النخبة المثقفة، لا نجد فروق كبيرة بينها من حيث درجة الاستماع للإذاعة، حيث أن الغالبية من أفراد العينة يستمعون للإذاعة بشكل غير دائم - أحيانا- بنسبة 59.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 66.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وبنسبة 57.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، يليهم الذين يستمعون للإذاعة بشكل دائم في الترتيب الثاني بنسبة 21.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 22.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين يحتل الذين يستمعون للإذاعة بشكل دائم الترتيب الثالث بنسبة 11.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، ثم يأتي المبحوثون الذين يستمعون للإذاعة بصفة نادرة في الترتيب الثالث بنسبة 15.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 21.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، وفي الترتيب الثاني بنسبة 22.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وبنسبة ضعيفة جدا يأتي المبحوثون الذين لا يستمعون للإذاعة على الإطلاق في الترتيب الأخير بنسبة 5.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 1.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وبنسبة 0.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ومنه نستنتج أن مبحوثي فئة النخبة المبدعة هم الأكثر متابعة للإذاعة، لأن الإذاعة كثيرا ما تتناول كل ما يتعلق بنشر الثقافة والتعليم والأعمال الفنية بهدف المحافظة على التراث وإشباع حاجات الفرد الجمالية وقدرته على الإبداع، يليهم مبحوثي فئة النخبة المتخصصة، ويأتي في الأخير مبحوثي فئة النخبة الأكاديمية، ويعود ذلك إلى خصوصية كل فئة واحتياجاتها، واختلاف أوقات الفراغ لديها أو ربما حسب تواجدها في الأماكن التي يتواجد فيها جهاز الراديو.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=13.330) أكبر من كا2 الجدولية (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ودرجة الاستماع للإذاعة.

22- علاقة الجنس بدرجة الاستماع إلى الإذاعة:

جدول رقم (22): يوضح علاقة الجنس بمدى استماع النخبة المثقفة للإذاعة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	14	8.97	40	27.78	54	18.00
أحيانا	104	66.67	78	54.17	182	60.67
نادرا	36	23.08	22	15.27	58	19.33
أبدا	02	1.28	04	2.78	06	2.00
المجموع	156	100	144	100	300	100
كا2 المحسوبة = 19.831			كا2 الجدولية = 7.81			

يتضح من الجدول أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بمدى الاستماع للإذاعة، رغم أن أكثر الباحثين من الجنسين يميلون للاستماع إلى الإذاعة بصفة غير منتظمة، إلا أن معظم أفراد العينة يستمعون للإذاعة بنسبة 66.67% بالنسبة للذكور، و54.17% بالنسبة للإناث، في حين تأخذ درجة أحيانا لدى الذكور أعلى نسبة بـ 23.08% مقارنة بنسبتها لدى الإناث بـ 15.27%، بينما تميل الإناث أكثر من الذكور للاستماع إلى الإذاعة بشكل دائم، حيث بلغت نسبة الإناث المداومات على متابعة الإذاعة 27.78%، في حين بلغت نسبة الذكور المداومين على متابعة الإذاعة 8.97% فقط، أما الذين لا يستمعون للإذاعة مطلقا فيمثلون أدنى نسبة بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 1.28% و2.78% على التوالي.

ويمكن تفسير مداومة استماع فئة الإناث إلى الإذاعة أكثر من فئة الذكور حسب ما صرحت به فئة الإناث إلى أن الإذاعة تحظى بمكانة هامة لدى المرأة، ذلك أنها سهلة الاستخدام، وأن الاستماع إليها يكون بطريقة بسيطة ومفهومة، حيث ترافقها أثناء القيام بالأعمال المنزلية أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى فلا تحول بين المستمع وأداء عمله، خاصة أن المرأة تتواجد في البيت لفترة أطول مقارنة بالرجل.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نلاحظ وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين من حيث درجة الاستماع للإذاعة، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 حيث نجد أن ك2 المحسوبة (=19.831) أكبر تماما من ك2 المستخرجة من الجدول الإحصائي (=7.81)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين الجنسين ودرجة متابعتهم للإذاعة.

23- علاقة المستوى التعليمي بدرجة الاستماع إلى الإذاعة:

جدول رقم (23): يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى استماع النخبة المثقفة للإذاعة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	19	22.62	24	18.75	11	12.5	54	18.00
أحيانا	44	52.38	82	64.06	56	63.64	182	60.67
نادرا	19	22.62	20	15.63	19	21.59	58	19.33
أبدا	02	2.38	02	1.56	02	2.27	06	2.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
ك2 المحسوبة = 5.664					ك2 الجدولية = 12.59			

من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول نلاحظ أنه لا يوجد تباين كبير بين المستويات التعليمية في علاقتها بمدى الاستماع للإذاعة على العموم، حيث يميل أكثر الباحثين من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه للاستماع إلى الإذاعة بصفة غير منتظمة -أحيانا- بنسب متقاربة بلغت 52.38% و64.06% و63.64% على التوالي، كما جاءت نسبة الذين لا يستمعون أبدا للإذاعة في الترتيب الأخير بالنسبة لمبعض كل مستوى من

المستويات التعليمية، حيث بلغت 2.38% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و1.56% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و2.27% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

بينما نلاحظ من خلال توزيع النسب المتعلقة بدرجات الاستماع الأخرى لدى أفراد العينة، وجود اختلاف بينهم، حيث تتساوى الدرجتين دائما ونادرا بـ 22.62% لكل منهما، وهذا بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الليسانس.

أما فئة الحاصلين على درجة الماجستير فترتفع فيها قليلا درجة الاستماع بشكل دائم 18.75% عن درجة الاستماع بصفة نادرة 15.63%.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه فتشكل درجة نادرا أعلى نسبة 21.59% مقارنة بدرجة دائما، التي بلغت نسبتها 12.50% من مجموع الفئة.

وبحساب معامل الارتباط كما نجد أن ك2 المحسوبة (=5.664) أقل من ك2 المستخرجة من الجدول الإحصائي (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة ارتباط بين المستويات التعليمية ودرجة متابعتها للإذاعة.

24- الفترات التي تفضل النخبة المثقفة الاستماع فيها إلى الإذاعة:

جدول رقم (24): يوضح الفترات المفضلة للاستماع إلى الإذاعة لدى أفراد العينة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	41	30.83	26	25.00	21	20.00	88	25.73
الظهرية	01	0.75	06	5.77	03	2.86	10	2.92
المسائية	32	24.06	26	25.00	26	24.76	84	24.56
الليالية	29	21.80	19	18.27	18	17.14	66	19.3
غير محدد	30	22.56	27	25.96	37	35.24	94	27.49
المجموع	133	100	104	100	105	100	342	100
	ك2 المحسوبة = 12.057				ك2 الجدولية = 15.51			

نلاحظ من الجدول أن أكثر أفراد العينة ليست لهم أوقات محددة يفضلون فيها متابعة الإذاعة بنسبة 27.49%، تليها الفترة الصباحية ثم المسائية بنسب متقاربة جدا بلغت 25.73% و24.56% على التوالي، وبفارق صغير جاءت الفترة الليلية في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بنسبة 19.30%، وفي الترتيب الأخير تأتي فترة الظهرية بنسبة ضعيفة بلغت 2.92%، فهي عادة تكون وقت عمل بالنسبة للمبشرين.

وتعكس هذه النتائج أن أكثر المبشرين يستمعون للإذاعة حسب الظروف الخاصة بهم وحسب وقت بث البرامج التي تثير اهتمامهم، فجمهور المستمعين ليست له القدرة على التحكم في وقت

التعرض للاستماع للإذاعة، لأنه مقيد دائما بموعد البرامج الإذاعية المحدد الذي لا يمكن تعديله أو تغييره، فإذا فاتته البرنامج ولم يستمع إليه في مواعده لا يمكنه الاستماع إليه مرة أخرى، وهذا جانب سلبي لا يصادفه الجمهور في تعامله مع الكتاب أو الصحيفة حيث يستطيع القارئ الرجوع إليهما وقت ما شاء.

كما تعتبر الفترة الصباحية من أهم الفترات المفضلة للاستماع لدى الباحثين، حيث تمثل وقت الخروج إلى العمل الذي يعد وقت الذروة للاستماع في العادة، وربما يرجع ذلك للعادة، فالكثير من الأفراد عندما يستيقظون يشغلون جهاز الراديو لأن البرامج الصباحية تهيء للناس اليقظة للعمل والتفائل، كما أن معظم الناس يرغبون في معرفة المستجدات اليومية من الأخبار صباحا قبل توجههم للعمل، خاصة أن الاستماع للبرامج الإذاعية لا يتطلب التفرغ له تماما، وهذا ما يميزها عن وسائل الإعلام الأخرى.

ويفضل عدد هام من الباحثين الفترة المسائية للاستماع للبرامج الإذاعية، لأنها في الغالب تمثل فترة الاستراحة والعودة من العمل بالنسبة لهم، أين يكون الفرد في حالة نفسية متعبة يحتاج فيها للاسترخاء والراحة من خلال الاستماع إلى وسيلة الإذاعة، التي تتميز بالاستعانة بالمؤثرات الصوتية التي تحترق أذن المستمع وتشد انتباهه وتحرك عواطفه لخفتها، فالصوت الإذاعي صوت مؤنس وإيقاع مريح، فضلا عن أن له دور تأثيري كبير.

كما تفضل نسبة معتبرة من الباحثين الفترة الليلية للاستماع كونها تتميز بالهدوء والسكينة مما يخلق درجة عالية من التركيز والانتباه والاندماج مع البرامج التي تبث، وجو من الاسترخاء والاستسلام للنوم، لاستقبال يوم جديد مفعم بالنشاط والحيوية.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة من فئات النخبة المثقفة نجد اختلافا ضئيلا بينها في علاقتها بالفترات المفضلة للاستماع للإذاعة، حيث نجد أن أكثر أفراد العينة ليست لهم أوقات محددة لمتابعة الإذاعة بنسبة 25.96% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و35.24% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما فئة النخبة الأكاديمية فتشكل نسبة الاستماع للإذاعة في وقت غير محدد 22.56% من مجموع الفئة.

كما تمثل الفترة الصباحية أعلى نسبة بـ 30.83% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، في حين تشكل نسبة 25.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و20.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

أما بالنسبة للفترة المسائية فنجد النسب تتقارب بين فئات النخبة المثقفة، بحيث تشكل 24.06% بالنسبة للنخبة الأكاديمية من مجموع الفئة، في حين تمثل نسبة 25.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و24.76% بالنسبة للنخبة المبدعة.

وبفارق ضئيل تأتي الفترة الليلية في الترتيب الخامس من حيث الأفضلية بالنسبة لكل فئات النخبة المثقفة، بحيث تشكل 21.80% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و18.27% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و17.14% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ونشير في الأخير إلى أن فترة الظهيرة لا تحظى بالأفضلية لدى الباحثين من حيث الاستماع للإذاعة، بحيث تمثل نسبة 0.75% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و5.77% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و2.86% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لم نجد اختلافا كبيرا بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالفترات المفضلة للاستماع، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 حيث نجد ك2 المحسوبة (=12.057) أقل من ك2 المستخرجة من الجدول الإحصائي (=15.51)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة ارتباط بين المتغيرين.

25- علاقة الجنس بالفترات التي تفضل النخبة المثقفة الاستماع فيها إلى الإذاعة:

جدول رقم (25): يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضلة للاستماع إلى الإذاعة لدى أفراد

العينة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	36	20.93	52	30.59	88	25.73
الظهرية	08	4.65	02	1.18	10	2.92
المسائية	40	23.25	44	25.88	84	24.56
الليلية	40	23.25	26	15.29	66	19.3
غير محدد	48	27.91	46	27.06	94	27.49
المجموع	172	100	170	100	342	100
ك2 المحسوبة = 9.700			ك2 الجدولية = 9.49			

يتضح من الجدول أنه توجد فروق بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالفترات المفضلة للاستماع للإذاعة، حيث يفضل أكثر الباحثين من الذكور متابعة الإذاعة في أوقات غير محددة بنسبة 27.91%، والتي تتقارب كثيرا مع نسبة الإناث 27.06%، أما الفترة الصباحية فتتمثل أعلى نسبة من حيث الأفضلية بـ 30.59% بالنسبة للإناث من مجموع الفئة، في حين تشكل نسبة 20.93% بالنسبة لفئة الذكور، وجاءت النسب متقاربة أيضا بالنسبة للفترة المسائية من حيث أفضليتها لدى كل من الذكور والإناث، والتي بلغت 23.25% و 25.88% على التوالي، كما جاء ترتيب الفترة الليلية عند فئة الذكور متقدما عن ترتيبها لدى فئة الإناث، حيث تشكل نسبة أفضليتها لدى الذكور 23.25%، في حين تشكل نسبة أفضليتها 15.29% فقط لدى الإناث، أما فترة الظهرية فتأتي في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 4.65% و 1.18% على التوالي.

وتعكس هذه الاختلافات في إجابات الباحثين من الذكور والإناث أن لكل فئة ظروفها الخاصة وأوقات فراغ مختلفة، حيث نجد المرأة الجزائرية على العموم أكثر انشغالا بمسؤوليات البيت وتربية الأولاد.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية نلاحظ وجود اختلاف بين الجنسين في علاقتها بالفترات المفضلة للاستماع، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 حيث نجد ك2 المحسوبة

(=9.700) أكبر من ك2 المستخرجة من الجدول الإحصائي (=9.49)، وبذلك فإننا نثبت الفرض

القائل بوجود علاقة ارتباط بين الذكور والإناث والفترات المفضلة للاستماع للإذاعة.

26- علاقة المستوى التعليمي بالفترات التي تفضل النخبة المثقفة الاستماع إليها إلى الإذاعة:

جدول رقم (26): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة للاستماع إلى الإذاعة لدى

أفراد العينة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	34	29.56	31	23.66	23	23.96	88	25.73
الظهرية	06	5.22	02	1.53	02	2.08	10	2.92
المسائية	24	20.87	33	25.19	27	28.13	84	24.56
الليلية	21	18.26	19	14.5	26	27.08	66	19.3
غير محدد	30	26.09	46	35.12	18	18.75	94	27.49
المجموع	115	100	131	100	96	100	342	100
	ك2 المحسوبة = 15.483				ك2 الجدولية = 15.51			

نلاحظ من خلال الجدول عدم وجود فروق كبيرة بين المستويات التعليمية في علاقتها بالفترات المفضلة للاستماع للإذاعة، حيث يفضل أكثر الباحثين من الحاصلين على شهادة الليسانس الفترة الصباحية لمتابعة الإذاعة بنسبة 29.56%، يليها الذين يتابعون الإذاعة في أوقات غير محددة، وذلك حسب ظروفهم الخاصة بنسبة 26.09%، ثم الفترة المسائية تليها الفترة الليلية بنسب متقاربة بلغت 20.87% و 18.26% على التوالي، وفي الترتيب الأخير تأتي فترة الظهرية بنسبة 5.22%.

أما بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير فيتابع أكثرهم الإذاعة في أوقات غير محددة بنسبة 35.12%، يليهم الذين يفضلون الاستماع للإذاعة في الفترة المسائية بنسبة 25.19%، ثم الفترة الصباحية بنسبة مقاربة بلغت 23.66%، تليها الفترة الليلية من حيث الأفضلية بنسبة 14.50%، في حين جاءت فترة الظهرية في الترتيب الأخير من حيث أفضليتها لدى عينة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة ضعيفة بلغت 1.53%.

بينما تمثل الفترة المسائية أعلى نسبة من حيث الأفضلية لدى فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بلغت 28.13%، تليها الفترة الليلية بنسبة مقاربة بلغت 27.08%، ثم الفترة الصباحية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بنسبة بلغت 23.96%، يليهم الذين أحابوا بعدم وجود وقت محدد لمتابعة الإذاعة بنسبة 18.75% من مجموع فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وفي الترتيب الأخير تأتي فترة الظهرية بنسبة ضعيفة من حيث أفضليتها لدى هذه الفئة بلغت 1.53%.

لكن بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين يتضح أن هذه الفروق ظاهرية فقط، حيث أن كا2 المحسوبة (=15.483) أقل من كا2 الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة ارتباط بين المستويات التعليمية والفترات المفضلة للاستماع للإذاعة.

27- البرامج الإذاعية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (27): يوضح البرامج الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
البرامج السياسية	52	18.71	43	16.29	17	6.25	112	13.76
البرامج الدينية	31	11.15	37	14.02	32	11.77	100	12.29
البرامج الرياضية	24	8.63	22	8.33	20	7.35	66	8.11
البرامج الإخبارية	59	21.22	48	18.18	41	15.07	148	18.18
البرامج الفنية	09	3.24	06	2.27	33	12.13	48	5.89
البرامج الثقافية	49	17.63	40	15.15	61	22.43	150	18.43
البرامج الاجتماعية	32	11.51	39	14.77	55	20.22	126	15.48
البرامج الاقتصادية	22	7.91	29	10.99	13	4.78	64	7.86
المجموع	278	100	264	100	272	100	814	100
	كا2 المحسوبة = 66.043				كا2 الجدولية = 23.68			

يتبين من خلال الجدول أن ترتيب البرامج الإذاعية من حيث الأفضلية قد جاء على النحو

التالي:

- في المرتبة الأولى: البرامج الثقافية بنسبة 18.43 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة الثانية: البرامج الإخبارية بنسبة 18.18 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة الثالثة: البرامج الاجتماعية بنسبة 15.48 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة الرابعة: البرامج السياسية بنسبة 13.76 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة الخامسة: البرامج الدينية بنسبة 12.29 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة السادسة: البرامج الرياضية بنسبة 8.11 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة السابعة: البرامج الاقتصادية بنسبة 7.86 % من مجموع الباحثين.
- في المرتبة الثامنة: البرامج الفنية بنسبة 5.89 % من مجموع الباحثين.

ومنه نستنتج أن البرامج الثقافية والبرامج الإخبارية في الإذاعة تحظى بمتابعة أكبر من البرامج الأخرى، نظراً لأهمية البرامج الثقافية في نشر الثقافة والأعمال الفنية وإشباع حاجات الفرد الجمالية وقدرته على الإبداع، "فالإذاعة تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، وذلك بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار، وبالشكل الذي يمكن

من استيعابها والوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا¹. كما أن البرامج الإخبارية لها دور فعال في زيادة درجة الوعي لدى الأفراد بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، من خلال تقديم المعلومات والحقائق والأخبار، للاطلاع على الأحداث في مختلف المجالات ومستجداتها في البيئة المحلية والدولية، ما يعكس الدور الهام للإذاعة كأحد أهم مؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية في تكوين الثقافة السياسية لأفراد النخبة المثقفة، خاصة مع التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تنوعها وتنوع برامجها وموضوعاتها وطرق أدائها، فلم تعد وسيلة للترفيه فقط بل صار بإمكانها معالجة المواضيع المختلفة باستخدام أساليب جذابة وتقنيات متطورة للتأثير في اتجاهات وقيم وسلوكات المستمعين.

إلا أن البرامج الفنية - الترفيهية - التي لا تزال تحظى باهتمام كبير في البرمجة الإذاعية بأغلب المحطات الإذاعية عموما، "ذلك أن معظم البرامج الإذاعية يغلب عليها الطابع الترفيهي والموسيقي"²، قد جاءت في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية لدى عينة النخبة المثقفة، وربما يكون ذلك هو سبب عدم الاستمرارية والمداومة في متابعة الإذاعة لدى معظم أفراد العينة كما بينته بيانات الجدول رقم (21).

ومن خلال القراءة الجزئية في البيانات الواردة في الجدول يتبين لنا وجود تباين بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالبرامج الإذاعية المفضلة الاستماع لها في الإذاعة، حيث يفضل أكثر الباحثين من فئة النخبة الأكاديمية البرامج الإخبارية بنسبة 21.22%، تليها البرامج السياسية بنسبة 18.71%، ثم البرامج الثقافية بنسبة 17.63%، تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 11.51%، ثم البرامج الدينية بنسبة 11.15%، وتأتي بعدها من حيث الترتيب البرامج الرياضية بنسبة 8.63%، ثم البرامج الاقتصادية بنسبة 7.91%، في حين جاءت البرامج الفنية في الترتيب الأخير بنسبة 3.24%.

أما فئة النخبة المتخصصة فتميل أكثر إلى متابعة البرامج الإخبارية بنسبة 18.18%، ثم البرامج السياسية والثقافية والاجتماعية بنسب متقاربة بلغت 16.29% و 15.15% و 14.77% على التوالي، تليها البرامج الدينية بنسبة 14.02%، ثم البرامج الاقتصادية بنسبة 10.99%، وتأتي في الترتيب الموالي من حيث الأفضلية البرامج الرياضية بنسبة 8.33%، أما البرامج الفنية فجاءت في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بنسبة 2.27% من مجموع هذه الفئة.

بينما يفضل أكثر مبحوثي النخبة المبدعة متابعة البرامج الثقافية بنسبة 22.43%، وبفارق ضئيل تأتي البرامج الاجتماعية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بنسبة 20.22%، ثم البرامج الإخبارية بنسبة 15.07%، تليها البرامج الفنية والدينية بنسب متقاربة بلغت 12.13% و 11.77% على التوالي، وفي الترتيب الموالي جاءت البرامج الرياضية والسياسية بنسب متقاربة بلغت 7.35% و 6.25% على التوالي، في حين تأتي البرامج الاقتصادية في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بنسبة 4.78% من مجموع هذه الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية نلاحظ وجود اختلاف بين النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتهم بالبرامج المفضلة للمتابعة في الإذاعة، ويتأكد الأمر أكثر بحساب

¹. عدلي سيد محمد رضا: المرجع السابق، ص: 26.

². نوال محمد عمر: الإذاعات الإقليمية (دراسة نظرية مقارنة)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص: 164.

معامل الارتباط كا2 حيث نجد أن كا2 المحسوبة (=66.043) أكبر من كا2 الجدولية (=23.68)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين نوع النخبة المثقفة والبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة.

28- علاقة الجنس بالبرامج الإذاعية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (28): يوضح علاقة الجنس بالبرامج الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
البرامج السياسية	60	16.13	52	11.76	112	13.76
البرامج الدينية	44	11.83	56	12.67	100	12.29
البرامج الرياضية	48	12.9	18	4.07	66	8.11
البرامج الإخبارية	62	16.67	86	19.46	148	18.18
البرامج الفنية	08	2.15	40	9.05	48	5.89
البرامج الثقافية	58	15.59	92	20.81	150	18.43
البرامج الاجتماعية	48	12.9	78	17.65	126	15.48
البرامج الاقتصادية	44	11.83	20	4.53	64	7.86
المجموع	372	100	442	100	814	100
	كا2 المحسوبة = 59.140		كا2 الجدولية = 14.07			

يتضح من الجدول أنه توجد فروق بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بالبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة، حيث يفضل أكثر الباحثين من الذكور متابعة البرامج الإخبارية بنسبة 16.67%، والتي تتقارب كثيرا مع نسبي البرامج السياسية والثقافية التي بلغت 16.13% و 15.59% على التوالي، في حين جاءت النسب متساوية بالنسبة لكل من البرامج الاجتماعية والرياضية من حيث الأفضلية لدى فئة الذكور بلغت 12.90% لكل منهما، كما جاءت وبفارق ضئيل البرامج الدينية والاقتصادية أيضا بنسب متساوية من حيث إقبال فئة الذكور عليها، حيث بلغت 11.83% لكل منهما، بينما تمثل البرامج الفنية أدنى نسبة من حيث أفضليتها لدى فئة الذكور بـ 2.15% فقط.

أما بالنسبة لفئة الإناث فتفضل أكثرهن البرامج الثقافية بنسبة 20.81%، والتي تتقارب مع نسبة البرامج الإخبارية بـ 19.46% في الترتيب الثاني، تليها البرامج الاجتماعية من حيث إقبال المرأة المثقفة عليها بنسبة 17.65%، ثم البرامج الدينية بنسبة 12.67%، والتي تتقارب كثيرا مع نسبة البرامج السياسية التي بلغت 11.76% في الترتيب الموالي، تليها البرامج الفنية بنسبة 9.05%، ثم البرامج الاقتصادية التي جاءت بنسبة ضعيفة 4.53%، ونسبة مقارنة جدا تأتي البرامج الرياضية في الترتيب

الأخير من حيث الأفضلية بـ 4.07% من مجموع الفئة، وهذا يعكس قلة اهتمام الإناث بالمواضيع الرياضية التي تتناولها الإذاعة عكس الذكور.

ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف في اهتمامات وتفضيلات كل من الذكور والإناث لمحتويات ومضامين معينة في الإذاعة، وهذا راجع لاختلاف طبيعة وخصائص الجنسين النفسية والاجتماعية واختلاف الظروف التي تتحكم في السلوك الإتصالي لكل منهما، مما ينعكس على الرغبات والميولات والحاجات والدوافع لديهما من متابعة البرامج الإذاعية المختلفة.

وبحساب معامل الارتباط كما حيث نجد كما المحسوبة (=59.140) أكبر تماما من كما الجدولية (=14.07)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين متغير الجنس والبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة.

29- علاقة المستوى التعليمي بالبرامج الإذاعية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (29): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالبرامج الإذاعية المفضلة لدى أفراد العينة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
البرامج السياسية	30	10.95	54	15.17	28	15.22	112	13.76
البرامج الدينية	38	13.87	41	11.52	21	11.41	100	12.29
البرامج الرياضية	32	11.68	30	8.43	04	2.17	66	8.11
البرامج الإخبارية	28	10.22	78	21.91	42	22.83	148	18.18
البرامج الفنية	28	10.22	16	4.50	04	2.17	48	5.89
البرامج الثقافية	42	15.33	71	19.94	37	20.11	150	18.43
البرامج الاجتماعية	52	18.98	40	11.23	34	18.48	126	15.48
البرامج الاقتصادية	24	8.75	26	7.30	14	7.61	64	7.86
المجموع	274	100	356	100	184	100	814	100
	كما المحسوبة = 54.181				كما الجدولية = 23.68			

تبرز لنا القراءة الجدولية أنه يوجد تباين في إجابات المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة حول أفضليتها للبرامج الإذاعية، حيث تحتل البرامج الإخبارية الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 21.91% و 22.83% على التوالي، في حين تأتي في الترتيب السادس بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 10.22%.

وجاءت البرامج الثقافية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 19.94%، وبنسبة 20.11% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، وبنسبة 15.33% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس.

أما البرامج الاجتماعية فتأتي في الترتيب الأول من حيث إقبال مبحوثي فئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 18.98%، وفي الترتيب الخامس بنسبة 11.23% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الثالث بنسبة 18.48% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه. أما البرامج السياسية فجاءت في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 15.17%، وبنسبة مقاربة جدا مثلت 15.22% جاءت في الترتيب الرابع بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين تأتي في الترتيب الخامس بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 10.95%.

بينما جاءت البرامج الدينية في الترتيب الرابع من حيث إقبال المبحوثين من فئتي الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 11.52% و 11.41% على التوالي، في حين جاءت في الترتيب الثالث بنسبة 13.87% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس.

كما جاءت البرامج الرياضية في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 11.68%، وفي الترتيب السادس بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 8.43%، وفي الترتيب الأخير -الثامن- بنسبة 2.17% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين جاءت البرامج الاقتصادية في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بنسبة 8.75% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب السابع بنسبة 7.30% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، وفي الترتيب السادس بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 7.61% من مجموع الفئة.

أما البرامج الفنية فتأتي في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 4.50% و 2.17% على التوالي، في حين تأتي في الترتيب السادس بنسبة 10.22% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس.

هذا، وما يلاحظ من خلال نتائج الجدول التقارب الكبير في الاهتمامات والتفضيلات بين المبحوثين من فئتي الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه للبرامج الإذاعية، والتي تختلف مع نظيرتها لدى عينة الحاصلين على شهادة الليسانس.

أما بالنسبة للعلاقة بين المستويات التعليمية والبرامج الإذاعية المفضل الاستماع إليها فنجد أن كاتل المحسوبة (=54.181) أكبر من كاتل الجدولية (=23.68)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين متغير المستوى التعليمي والبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة.

30- هدف النخبة المثقفة من الاستماع إلى البرامج الإذاعية:

جدول رقم (30): يوضح الهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار و الإعلام	71	34.14	53	30.63	62	36.69	186	33.82
التثقيف	82	39.42	55	31.80	43	25.44	180	32.73
الترفيه و التسلية	13	6.25	29	16.76	24	14.20	66	12.00
التوعية	25	12.02	21	12.14	30	17.75	76	13.82
الشرح والتفسير	17	8.17	15	8.67	10	5.92	42	7.63
المجموع	208	100	173	100	169	100	550	100
	كأ المتحسوبة = 19.961				كأ الجدولية = 15.51			

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر الباحثين يتابعون البرامج الإذاعية بغرض الحصول على الأخبار والإعلام وهذا بنسبة 33.82%، يليه الهدف المتعلق بالتثقيف بنسبة مقاربة بلغت 32.73%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 13.82%، يليه بنسبة مقاربة الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بلغت 12.00%، بينما يأتي في الأخير الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بـ 7.63% من مجموع الباحثين.

مما يعني أن متابعة الباحثين للبرامج الإذاعية ترتبط أساساً بالمضامين الهادفة، التي تجعل من الإذاعة وسيلة هامة لرفع المستوى الثقافي والمعرفي لديهم، خصوصاً مع ظهور العديد من المحطات الإذاعية التي تتنافس من أجل تحسين خدماتها الإعلامية وتنوع برامجها ومضامينها خدمة للجمهور، الذي أصبح من السهل عليه التقاطها بفضل التكنولوجيات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال. فالإذاعة كوسيلة إعلامية تتميز بالحركة والخفة والحيوية التي تنبض في الصوت الإنساني وفي الموسيقى، جعلها تلعب دوراً هاماً في تنشيط فكر المستمع وتثقيفه.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة سهام بدودي التي أشارت إلى أن أهم أهداف عينة النخبة المثقفة من الاستماع للبرامج الإذاعية هما الحصول على الأخبار والمعلومات ثم التثقيف.¹

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ بعض الاختلافات بينها في علاقتها بالهدف من الاستماع للإذاعة، حيث نجد أن فئتي النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة يميل الباحثون فيهما أكثر إلى الاستماع للبرامج الإذاعية بهدف التثقيف بنسبتي 39.42% و 31.80% على التوالي، في حين يأتي الهدف التثقيفي في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة النخبة المبدعة بنسبة 25.44%. بينما يأتي الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والإعلام في الترتيب الثاني بالنسبة لفئتي النخبة الأكاديمية والمتخصصة بنسبتي 34.14% و 30.63% على التوالي، في حين يمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئة النخبة المبدعة بـ 36.69% من مجموع الفئة.

¹. سهام بدودي: المرجع السابق، ص: 186.

أما الهدف المتعلق بالتوعية فاحتل الترتيب الثالث بالنسبة لفئتي النخبة الأكاديمية والمبدعة بنسبتي 12.02% و 17.75% على التوالي، في حين جاء في الترتيب الرابع بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة بنسبة 12.14% من مجموع الفئة.

كما جاء الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية في الترتيب الأخير بالنسبة للنخبة الأكاديمية بنسبة 6.25%، وجاء في الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 16.76%، وفي الترتيب الرابع بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 14.20%.

أما الهدف المتعلق بالشرح والتفسير فيأتي في الترتيب الرابع بنسبة 8.17% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، في حين يمثل أدنى نسبة بالنسبة لكل من فئة النخبة المتخصصة والنخبة المبدعة بـ 8.67% و 5.92% على التوالي.

أما بالنسبة للعلاقة بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة والهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية، فنجد أن كإ المحسوبة (=19.961) أكبر من كإ الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين متغير نوع النخبة والهدف من الاستماع إلى الإذاعة.

31- علاقة الجنس بهدف النخبة المثقفة من الاستماع إلى البرامج الإذاعية:

جدول رقم (31): يوضح علاقة الجنس بالهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار و الإعلام	96	38.55	90	29.9	186	33.82
التثقيف	80	32.13	100	33.22	180	32.73
الترفيه و التسلية	32	12.85	34	11.30	66	12.00
التوعية	22	8.84	54	17.94	76	13.82
الشرح والتفسير	19	7.63	23	7.64	42	7.63
المجموع	249	100	301	100	550	100
	كإ المحسوبة = 11.518		كإ الجدولية = 9.49			

يتضح من الجدول وجود تباين بين المبحوثين من الذكور والإناث من حيث أهدافهم من الإستماع للبرامج الإذاعية، إلا فيما يتعلق بهدف الحصول على الشرح والتفسير الذي يمثل أدنى نسبة بالنسبة لكل من فئة الذكور وفئة الإناث بـ 7.63% و 7.64% على التوالي.

فنجد أن أكثر مبحوثي فئة الذكور يستمعون للبرامج الإذاعية بهدف الحصول على الأخبار والإعلام بنسبة 38.55%، يليه الهدف المتعلق بالتثقيف بنسبة 32.13%، ثم الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 12.85%، وفي الترتيب الموالي يأتي الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 8.84%.

أما فيما يخص فئة الإناث فيمثل الهدف المتعلق بالتثقيف أعلى نسبة بـ 33.22% من مجموع الفئة، تليه نسبة اللواتي يستمعن للإذاعة بغرض الحصول على الأخبار والإعلام بـ 29.90%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 17.94%، وفي الترتيب الموالي يأتي الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 11.30% من مجموع الفئة.

وبحساب معامل الارتباط كما بين المتغيرين، نجد أن ك₂ المحسوبة (=11.518) أكبر من ك₁ الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس والهدف من الاستماع للإذاعة.

32- علاقة المستوى التعليمي بهدف النخبة المثقفة من الاستماع إلى البرامج الإذاعية:

جدول رقم (32): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار و الإعلام	69	33.02	91	37.6	26	26.27	186	33.82
التثقيف	71	33.97	82	33.88	27	27.27	180	32.73
الترفيه و التسلية	32	15.31	23	9.51	11	11.11	66	12.00
التوعية	24	11.48	30	12.4	22	22.22	76	13.82
الشرح والتفسير	13	6.22	16	6.61	13	13.13	42	7.63
المجموع	209	100	242	100	99	100	550	100
	ك ₂ المحسوبة = 18.100				ك ₁ الجدولية = 15.51			

يتضح من الجدول وجود تباين بين الباحثين من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث أهدافهم من الإستماع للبرامج الإذاعية. حيث يشكل الهدف المتعلق بالتثقيف أعلى نسبة بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بـ 33.97%، وبنسبة مقارنة جدا بلغت 33.02% يأتي الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والإعلام في الترتيب الثاني، ثم الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 15.31% من مجموع الفئة، يليه الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 11.48%، وفي الترتيب الأخير جاء الهدف المتعلق بالحصول على الشرح والتفسير بنسبة 6.22% من مجموع فئة الحاصلين على شهادة الليسانس.

أما بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير فيستمع أكثرهم للبرامج الإذاعية بغرض الحصول على الأخبار والإعلام بنسبة 37.6%، تليه نسبة الذين يستمعون للإذاعة بهدف التثقيف بـ 33.88%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 12.4%، يليه الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 9.51%، وفي الترتيب الأخير يأتي الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بنسبة 6.61% من مجموع الفئة.

بينما يميل أكثر الباحثين من فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه إلى الاستماع للإذاعة بغرض التثقيف بنسبة 27.27%، والتي تتقارب كثيرا مع نسبة الذين يستمعون للإذاعة بهدف الحصول على الأخبار والإعلام بـ 26.27%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 22.22%، يليه الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بنسبة 13.13%، وفي الترتيب الأخير يأتي الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 11.11% من مجموع الفئة.

وبحساب معامل الارتباط كما بين المتغيرين، نجد أن ك₂ المحسوبة (=18.100) أكبر من ك₁ الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين المستويات التعليمية والهدف من الاستماع للإذاعة.

33- المحطات الإذاعية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (33): يوضح المحطات الإذاعية المفضل الاستماع إليها.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%		
المحطات الجزائرية الإذاعية	92	69.7	83	65.36	63	51.22	238	
المحطات الإذاعية العربية	21	15.91	19	14.96	38	30.89	78	
المحطات الإذاعية الأجنبية	19	14.39	25	19.68	22	17.89	66	
المجموع	132	100	127	100	123	100	382	
ك2 المحسوبة= 14.639				ك2 الجدولية= 9.49				

نستشف من خلال الأرقام الواردة بالجدول أن أغلب أفراد العينة يفضلون المحطات الإذاعية الجزائرية وهذا بنسبة 62.30%، ثم المحطات الإذاعية العربية في الترتيب الثاني من حيث إقبال المبحوثين بنسبة 20.42%، وبنسبة مقاربة بلغت 17.28% تأتي المحطات الإذاعية الأجنبية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية.

ويمكن تفسير الإقبال الكبير على المحطات الإذاعية الجزائرية نظرا لسهولة التقاط تردددها، وطبيعتها التي تتميز بالتكيف مع أذواق الجمهور المحلي أكثر بكثير مما تستطيعه المحطات الإذاعية الأخرى، خاصة وأنها تتمتع بتنوع قنواتها ومحتوياتها ومضامينها الإعلامية، التي تعكس التنوع في اهتمامات أفراد الجمهور، خاصة في فترة ما بعد التعددية الإعلامية والسياسية التي عرفت انتشارا واسعا للإذاعات المحلية، التي لعبت دورا أساسيا في تجسيد قاعدة القرب من المواطن بالاعتماد على أفكار قادة الرأي، لمواجهة التحديات التي أفرزتها العولمة الثقافية والاتصالية، كونها تمثل انعكاسا حقيقيا للبيئة المحلية، للحفاظ على خصوصيتها وكيانها الثقافي، كما أن تميزها بعنصر المشاركة جعلها تقترب من المفهوم الإنساني للاتصال، حيث أتاحت فرص النقاش وإبداء الرأي وطرح الاهتمامات والمشاكل كمنبر هام يلتقي فيه المثقف بأفراد المجتمع المحلي للعمل على بث الحيوية في التراث الفكري والأدبي والفني وجعل ارتباطه بالثقافة الوطنية وثيقا، لإرساء قيم الانتماء الاجتماعي.

ويعتبر ذلك مؤشرا على التطور الذي أحرزته الإذاعة الجزائرية بصفة عامة سواء على مستوى المضمون الذي أصبح قريبا أكثر من واقع المستمعين أو من حيث الاتجاه نحو الموضوعات التي تستهدف إشباع رغبات جمهور معين كإذاعة القرآن الكريم والإذاعة الثقافية إضافة إلى الإذاعات المحلية والوطنية.

وفي المقابل تنخفض نسبة الاستماع للإذاعات العربية والأجنبية، لأنها تركز بشكل كبير على الشؤون الداخلية لبلداتها ويقل اهتمامها بالشؤون الجزائرية.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ وجود تباين ضئيل بينها في علاقتها بالمحطات الإذاعية من حيث الأفضلية، حيث يفضل معظم أفراد العينة المحطات الإذاعية الجزائرية بنسبة 69.70% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و65.36% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و51.22% بالنسبة للنخبة المبدعة.

أما المحطات الإذاعية العربية فتأتي في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من النخبة الأكاديمية والمبدعة بنسبتي 15.91% و30.89% على التوالي، وفي الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 14.96%. وما يلاحظ على هذه البيانات أن النخبة المبدعة هي الأكثر اعتمادا على المحطات الإذاعية العربية بفارق كبير مقارنة بباقي الفئات، ويعود ذلك ربما إلى أن هذه الفئة تميل إلى الاستفادة من خبرات وإبداعات وتجارب المبدعين التي تتناولها مختلف البرامج الإذاعية العربية، فالإذاعة من أهم وسائل الإعلام التي يغلب عليها الطابع الثقافي، خاصة أن الثقافة الجزائرية جزء من الثقافة العربية وتحمل خصائصها وتتخذها نموذجا في مسيرتها الإبداعية.

في حين جاءت المحطات الإذاعية الأجنبية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من النخبة الأكاديمية والمبدعة بنسبتي 14.39% و17.89% على التوالي، بينما تحتل الترتيب الثاني من حيث إقبال مبحوثي فئة النخبة المتخصصة بنسبة 19.68% من مجموع الفئة. ومن أهم الأسباب التي يتوقف على أساسها اعتماد النخبة المثقفة من عدمه على المحطات الإذاعية الأجنبية حسب ما صرح به بعض أفراد العينة درجة إتقانهم للغة الأجنبية، ذلك أن التعرض من مستلزماته فهم الرسالة التي تكون اللغة رموزها.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=14.639) أكبر من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ونوع المحطات الإذاعية من حيث الأفضلية.

34- علاقة الجنس بالمحطات الإذاعية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (34): يوضح علاقة الجنس بالمحطات الإذاعية المفضل الاستماع إليها.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
المحطات الإذاعية الجزائرية	122	64.22	116	60.42	238	62.3
المحطات الإذاعية العربية	38	20.00	40	20.83	78	20.42
المحطات الإذاعية الأجنبية	30	15.78	36	18.75	66	17.28
المجموع	190	100	192	100	382	100
	كا2 المحسوبة = 0.738			كا2 الجدولية = 5.99		

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أنه لا يوجد تباين بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالمحطات الإذاعية من حيث الأفضلية، إذ تحتل المحطات الإذاعية الجزائرية المرتبة الأولى بأعلى نسبة لدى كل من الذكور والإناث بـ 64.22% و60.42% على التوالي، في حين تأتي المحطات الإذاعية العربية في المرتبة الثانية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 20.00% و20.83% على التوالي، أما المحطات الإذاعية الأجنبية فجاءت في المرتبة الأخيرة بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 15.78% و18.75% على التوالي.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=0.738) أقل من كا2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين الجنسين في علاقتهما بالمحطات الإذاعية من حيث الأفضلية.

35- علاقة المستوى التعليمي بالمحطات الإذاعية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (35): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالمحطات الإذاعية المفضل الاستماع إليها.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المحطات الإذاعية الجزائرية	74	66.07	114	60.64	50	60.97	238	62.3
المحطات الإذاعية العربية	22	19.64	30	15.96	26	31.71	78	20.42
المحطات الإذاعية الأجنبية	16	14.29	44	23.40	06	7.32	66	17.28
المجموع	112	100	188	100	82	100	382	100
	كا2 المحسوبة = 16.718				كا2 الجدولية = 9.49			

تبرز لنا القراءة الجدولية أنه يوجد اختلاف بين إجابات الباحثين من المستويات التعليمية المختلفة من حيث أفضليتهم للمحطات الإذاعية، حيث تمثل المحطات الإذاعية الجزائرية أعلى نسبة بالنسبة لكل أفراد العينة من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه بـ 66.07% و60.64% و60.97% على التوالي.

بينما تأتي المحطات الإذاعية العربية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 19.64% و31.71% على التوالي، في حين جاءت في الترتيب الثالث بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 15.96% من مجموع الفئة.

أما المحطات الإذاعية الأجنبية فتحلت الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 14.29% و7.32% على التوالي، في حين جاءت في الترتيب الثاني بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 23.40% من مجموع الفئة.

ومن خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول يتبين أنه توجد فروق بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهن بالمحطات الإذاعية من حيث الأفضلية. ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، حيث نجد أن كا2 المحسوبة (=16.718) أكبر من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين المستوى التعليمي والمحطات الإذاعية من حيث الأفضلية.

36- رأي النخبة المثقفة في درجة مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمها:

جدول رقم (36): يوضح مدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهم النخبة

المثقفة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	13	13.68	11	11.11	14	14.00	38	12.93
إلى حد ما	74	77.90	82	82.83	84	84.00	240	81.63
لا يعالجها	08	8.42	06	6.06	02	2.00	16	5.44
المجموع	95	100	99	100	100	100	294	100
كا2 المحسوبة = 4.428					كا2 الجدولية = 9.49			

نلاحظ من الجدول أن الغالبية من أفراد العينة يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمها إلى حد ما بنسبة 81.63%، في حين بلغت نسبة الباحثين الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمها إلى حد كبير بنسبة 12.93%، وفي الترتيب الأخير يمثل الباحثون الذين يرون أن الإذاعة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهمها على الإطلاق أدنى نسبة بـ 5.44% من مجموع الفئة. وذلك بقيمة ضعيفة جدا تمثل الذين لا تستهويهم الإذاعة كوسيلة إعلامية بل يجدون في الوسائل الإعلامية الأخرى ما يشبع رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم المختلفة.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الإذاعة في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة عملت على أن توائم برامجها مع الوضع الجديد لتفرض مكانتها بين وسائل الإعلام الأخرى، مستفيدة من قدرتها على توجيه البرامج المتنوعة بتنوع وتعدد المحطات الإذاعية التي تعرضها لجمهورها العام والخاص في المنازل وخارجها، فقد حرصت الإذاعة على استغلال ما تتمتع به من مميزات خاصة لا تتوفر في الوسائل الإعلامية الأخرى، كقدرتها على التأثير الوجداني من خلال الكلمة المسموعة والإيقاع النفسي، لتساهم في التنشئة السياسية والاجتماعية للأفراد وتوجيه الرأي العام وتوعيته بمختلف نواحي الحياة السياسية، "حيث أن الإذاعة تعتبر حسب ما تؤكد الدراسات وسيلة اتصال متميزة بين عامة الشعب والجمهور المتخصص"¹. إلا أن الإذاعة رغم مميزاتها وثراء محتوياتها ومضامينها، لا تستطيع أن تلبى كل الحاجات النفسية والاجتماعية والاتصالية لأفراد العينة، ذلك أنهم يميلون بحكم مركزهم الاجتماعي وموقعهم الفعال في المجتمع إلى الاعتماد على أكثر من وسيلة واحدة وأكثر من محتوى خاصة مع تعدد البدائل الإعلامية وتنوعها بشكل رهيب، في ظل مجتمع المعلومات الذي يتميز بأهمية المعلومة وسرعة تقادمها وتدفقها الكبير، لذا فأغلبية النخبة المثقفة ترى بأن الإذاعة تعالج القضايا والموضوعات التي تهمها إلى حد ما فقط.

¹ . هاني رضا رامز عمار: الرأي العام والإعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 1998،

وبمقارنة هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (18) الخاص بمدى مناقشة الصحف ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تم عينة النخبة المثقفة، يتضح أن أفراد العينة يرون أن الصحف تشبع حاجاتهم ودوافعهم أكثر من الإذاعة لأنها تعالج وتناقش القضايا والموضوعات التي تهمهم أكثر.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسب لكل فئة من فئات النخبة المثقفة، نلاحظ عدم وجود فروق بينها في علاقتها بمدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها، حيث يمثل المبحوثون الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما أعلى نسبة بـ 77.90% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و82.83% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و84.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، تليها نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير بـ 13.68% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و11.11% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و14.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين يمثل المبحوثون الذين يرون أن الإذاعة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم أدنى نسبة بـ 8.42% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و6.06% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و2.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

وما يلاحظ من بيانات الجدول أن النخبة المبدعة هي التي ترى بأن وسيلة الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمها أكثر من الفئات الأخرى.

وبحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، نجد أن ك₂ المحسوبة (=4.428) أقل من ك₂ الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود فروق بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بمدى مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمها.

37- علاقة الجنس برأي النخبة المثقفة في درجة مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمها:

جدول رقم (37): يوضح علاقة الجنس بمدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهم النخبة المثقفة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	16	10.39	22	15.71	38	12.93
إلى حد ما	126	81.82	114	81.43	240	81.63
لا يعالجها	12	7.79	04	2.86	16	5.44
المجموع	154	100	140	100	294	100
	ك ₂ المحسوبة = 4.892			ك ₂ الجدولية = 5.99		

من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول يتبين عدم وجود اختلاف في آراء المبحوثين من الذكور والإناث في مدى مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمهم، حيث يمثل المبحوثون الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما أعلى نسبة بـ 81.82% بالنسبة لفئة الذكور، و81.43% بالنسبة لفئة الإناث، تليها نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير بـ 10.39% بالنسبة لفئة الذكور،

و15.71% بالنسبة لفئة الإناث، في حين يمثل المبحوثون الذين يرون أن الإذاعة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم أدنى نسبة بـ 7.79% بالنسبة لفئة الذكور، و2.86% بالنسبة لفئة الإناث.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نلاحظ أيضا أن فئة الإناث تعتقد أكثر من فئة الذكور بأن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمها، ذلك أن المرأة المثقفة تجد في الإذاعة ما يشبع حاجاتها إلى تحسين مستواها في مناحي مختلفة من الحياة كامرأة من جهة ومثقفة من جهة أخرى، حيث تهتم المحتويات الإذاعية بالمرأة وقضايا الأسرة، إضافة إلى الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية التي تساهم في التوعية والتربية المستديمة، التي تشكل أساس عملية التنشئة السياسية والاجتماعية، وذلك باستخدام مؤثرات صوتية وموسيقية تشد انتباهها وتحرك عواطفها وتخلق نوع من الألفة تجعل من الإذاعة ذات أثر نفسي كبير، خاصة أن المرأة بحكم انشغالها بمسؤوليات عديدة أكثر من الرجل، فهي بحاجة إلى وسيلة إعلامية كالإذاعة تتميز بالخفة والحيوية وسهولة الاستخدام، ترافقها أثناء العمل أو القيام بالأعمال المنزلية.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=4.892) أقل من كا2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود فروق بين الجنسين في علاقتهما بمدى مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمهما.

38- علاقة المستوى التعليمي برأي النخبة المثقفة في درجة مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمها:

جدول رقم (38): يوضح علاقة المستوى التعليمي بمدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا

والموضوعات التي تهم النخبة المثقفة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	12	14.64	14	11.11	12	13.95	38	12.93
إلى حد ما	64	78.04	110	87.30	66	76.75	240	81.63
لا يعالجها	06	7.32	02	1.59	08	9.30	16	5.44
المجموع	82	100	126	100	86	100	294	100
كا2 المحسوبة = 7.778					كا2 الجدولية = 9.49			

تبرز لنا القراءة الجدولية أنه لا توجد فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقته بمدى مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تهمهم، حيث يمثل أفراد العينة الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما أعلى نسبة بـ 78.04% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و87.30% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و76.75% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير بـ 14.64% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و11.11% بالنسبة للحاصلين على

درجة الماجستير، و13.95% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين يمثل المبحوثون الذين يرون أن الإذاعة لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات التي تمهم أدنى نسبة بـ 7.32% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و1.59% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و9.30% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

وبحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، نجد أن ك₂ المحسوبة (=7.778) أقل من ك₂ الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود فروق بين المستويات التعليمية في علاقتها بمدى مناقشة ومعالجة الإذاعة للقضايا والموضوعات التي تمهمها.

39- نمط مشاهدة النخبة المثقفة للتلفزيون:

جدول رقم (39): يوضح نمط المشاهدة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	60	60.00	55	55.00	61	61.00	176	58.67
أحيانا	32	32.00	36	36.00	36	36.00	104	34.67
نادرا	08	8.00	09	9.00	03	3.00	20	6.66
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
					ك ₂ المحسوبة = 3.670		ك ₂ الجدولية = 9.49	

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول أن أغلب أفراد العينة يتابعون التلفزيون بشكل دائم بنسبة 58.67%، تليها نسبة معتبرة من أفراد العينة الذين يتابعون التلفزيون بصفة غير منتظمة - أحيانا- بـ 34.67%، بينما نجد أن نسبة 6.66% من أفراد العينة فقط يتابعون التلفزيون نادرا، وأن الذين لا يتابعون التلفزيون أبدا فيمثلون نسبة 0% من مجموع المبحوثين.

ويمكن إرجاع الأمر إلى الارتباط القوي لعينة النخبة المثقفة باختلاف فئاتها بوسيلة التلفزيون كأحد البدائل الإعلامية الأساسية التي تمدّها بالمعلومات المتنوعة في شكل حي أقرب للواقع، من خلال نقل الأحداث بالصوت والصورة والحركة واللون، وهي عوامل أساسية في إضفاء المصدقية وجذب الانتباه، مما يمكنه إحداث التغيير المطلوب على مستوى الاتجاهات والقيم وأنماط السلوك لدى جمهور المشاهدين، إذ أصبح التلفزيون في ظل التطور التكنولوجي جزء لا يتجزأ من العملية التي تستهدف الفرد في تشكيل وجدانه وبلورة اتجاهاته ومعارفه السياسية.

وبمقارنة هذه النتائج بنتائج الجدول رقم (03) الخاص بنمط القراءة، ونتائج الجدول رقم (21) الخاص بنمط الاستماع، يتبين أن أفراد العينة يفضلون التلفزيون والصحافة المكتوبة بنسب متقاربة جدا أكثر من الإذاعة.

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة يتبين لنا عدم وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة في نمط المشاهدة، حيث بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون بشكل منتظم -دائما- 60.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و55.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و61.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما بلغت

نسبة مشاهدة التلفزيون بشكل غير منتظم -أحيانا- 32.00 % بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و36.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و36.00 % بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون بصفة نادرة 8.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و9.00 % بالنسبة للنخبة المتخصصة، و3.00 % بالنسبة للنخبة المبدعة، أما نسبة الذين لا يشاهدون التلفزيون أبدا فبلغت 0.00% بالنسبة لكل فئات النخبة المثقفة على السواء.

وبحساب معامل الارتباط (كا2) نجد أن (كا2) المحسوبة (=3.670) أقل تماما من (كا2) الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ونمط مشاهدة التلفزيون.

40- علاقة الجنس بنمط مشاهدة النخبة المثقفة للتلفزيون:

جدول رقم (40): يوضح علاقة الجنس بنمط المشاهدة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	84	53.85	92	63.89	176	58.67
أحيانا	62	39.74	42	29.17	104	34.67
نادرا	10	6.41	10	6.94	20	6.66
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	156	100	144	100	300	100
كا2 المحسوبة = 3.736			كا2 الجدولية = 5.99			

نلاحظ من خلال الجدول أنه لا يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بنمط المشاهدة، حيث تمثل نسبة المبحوثين الذين يتابعون التلفزيون بصفة دائمة أعلى نسبة بـ 53.85 % بالنسبة لفئة الذكور، و63.89% بالنسبة لفئة الإناث، تليها نسبة المبحوثين الذين يتابعون التلفزيون بصفة غير منتظمة -أحيانا- بـ 39.74% بالنسبة لفئة الذكور، و29.17% بالنسبة لفئة الإناث، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون التلفزيون بصفة نادرة 6.41% بالنسبة لفئة الذكور، و6.94% بالنسبة لفئة الإناث، أما نسبة الذين لا يشاهدون التلفزيون أبدا فبلغت 0.00% بالنسبة لكل من الذكور والإناث.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين أن التلفزيون يعتبر من المصادر الأساسية التي لا تستغني عنها عينة النخبة المثقفة في استقاء المعلومات والمعارف المختلفة سواء بالنسبة للذكور أو الإناث، ذلك أن التلفزيون أصبح سمة من سمات العصر الحالي، ليس لسعة انتشاره في مناطق مختلفة من العالم بل لعمق أثره على حياة الفرد والمجتمع.

وتتأكد عدم وجود فروق بين الجنسين بتطبيق اختبار كا2، حيث بلغت (كا2) المحسوبة (=3.736) وهي قيمة أقل تماما من (كا2) الجدولية (=5.99)، وبذلك يثبت الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين نمط المشاهدة والجنس، أي لا توجد فروق بين نمط المشاهدة لدى كل من الإناث والذكور من النخبة المثقفة.

41- علاقة المستوى التعليمي بنمط مشاهدة النخبة المثقفة للتلفزيون:

جدول رقم (41): يوضح علاقة المستوى التعليمي بنمط المشاهدة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	56	66.67	60	46.87	60	68.18	176	58.67
أحيانا	24	28.57	54	42.19	26	29.55	104	34.67
نادرا	04	4.76	14	10.94	02	2.27	20	6.66
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
ك2 المحسوبة = 15.470					ك2 الجدولية = 9.49			

يتضح من خلال الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في نمط المشاهدة، حيث بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون بصفة دائمة بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 66.67%، و 46.87% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و 68.18% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون بصفة غير منتظمة -أحيانا- بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 28.57%، و 42.19% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و 29.55% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون بصفة نادرة بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس 4.76%، و 10.94% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و 2.27% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، أما نسبة الذين لا يشاهدون التلفزيون أبدا فقد بلغت 0.00% بالنسبة لكل الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه على السواء.

وما يلاحظ أيضا من القراءة الكمية للجدول أن الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الدكتوراه يشاهدون التلفزيون أكثر من فئة الحاصلين على درجة الماجستير، ويمكن إرجاع الأمر إلى انشغال هذه الفئة بالعمل أو بالبحث العلمي ومواصلة الدراسة، أو اهتمامها بوسائل الإعلام الأخرى كالانترنت.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول وجدنا اختلاف ضئيل بين فئات النخبة المثقفة من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتها بنمط مشاهدة التلفزيون، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 حيث نجد ك2 المحسوبة (=15.470) أكبر تماما من ك2 الجدولية (=9.49)، وبذلك ثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين نمط المشاهدة والمستوى التعليمي، أي توجد فروق بين نمط المشاهدة لدى كل من الحاصلين على شهادة الليسانس ودرجة الماجستير والدكتوراه من النخبة المثقفة.

42- الفترات المفضلة لدى النخبة المثقفة لمشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (42): يوضح الفترات المفضل فيها مشاهدة التلفزيون.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
5.26	18	7.50	09	4.24	05	3.85	04	الصباحية	
4.68	16	5.83	07	5.08	06	2.88	03	الظهرية	
33.92	116	30.83	37	33.05	39	38.46	40	المسائية	
39.77	136	40.00	48	38.98	46	40.39	42	الليلية	
16.37	56	15.84	19	18.65	22	14.42	15	غير محدد	
100	342	100	120	100	118	100	104	المجموع	
كافة الجدولية = 15.51				كافة المحسوبة = 4.533					

يتضح من الجدول أن مشاهدة برامج التلفزيون في الفترة الليلية جاءت في المقدمة بنسبة 39.77 %، ونسبة مقارنة بلغت 33.92% جاءت مشاهدة التلفزيون في الفترة المسائية في الترتيب الثاني، ثم مشاهدة التلفزيون في فترات غير محددة بنسبة 16.37%، تليها الفترة الصباحية التي تعتبر وقت الخروج للعمل بنسبة ضعيفة بلغت 5.26%، وجاءت فترة الظهيرة أقل الفترات كثافة في المشاهدة، حيث حظيت بنسبة 4.68%، ويرجع ذلك أساساً إلى انشغال عينة النخبة المثقفة باستراحة الغذاء في هذا الوقت.

ويمكن تفسير تفضيل أفراد العينة للفترة الليلية والمسائية بالدرجة الأولى لمتابعة البرامج التلفزيونية، ذلك أن هذا الوقت يعتبر وقت العودة من العمل ووقت فراغ يخلدون فيه إلى الراحة واستغلال الوقت المتاح للمشاهدة، خاصة أن متابعة التلفزيون تتطلب التفرغ والانتباه التام، حيث يكون المثقف بحاجة لمعرفة المستجدات والاطلاع على تحليلات وشروحات حول الأخبار التي قد يكون تعرض لها صباحاً بصفة مختصرة، أو لتلبية الحاجات النفسية أو الاجتماعية الأخرى وهو مستلقي في استرخاء تام، يختار ويتنقى من القنوات والمحتويات ما يشاء بسهولة بمجرد الضغط على زر من أزرار آلة التحكم.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة نلاحظ عدم وجود فروق على العموم بينها في علاقتها بالفترات المفضلة لمتابعة التلفزيون، حيث تمثل الفترة الليلية أعلى نسبة من حيث الأفضلية بـ 40.39% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و38.98% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و40.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، تليها الفترة المسائية من حيث الأفضلية بنسبة 38.46% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و33.05% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و30.83% بالنسبة للنخبة المبدعة، ثم أفراد العينة الذين ليس لهم وقت محدد لمشاهدة التلفزيون، وذلك حسب ظروفهم الخاصة بنسبة 14.42% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و18.65% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و15.84% بالنسبة للنخبة المبدعة، بينما تأتي الفترة الصباحية في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بنسبة 3.85% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و7.50% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين تأتي في الترتيب الأخير بنسبة 4.24% بالنسبة للنخبة المتخصصة، أما فترة الظهيرة فتمثل أدنى نسبة من حيث الأفضلية بـ 2.88% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و5.83%

بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين جاءت فترة الظهيرة في الترتيب الرابع بنسبة 5.08% بالنسبة للنخبة المتخصصة. وتجدر الإشارة إلى أن الفترة الصباحية وفترة الظهيرة حسب توزيع النسب المتقاربة جدا بالنسبة لكل فئة على حده، لا تمثل الفترات المفضلة لمتابعة التلفزيون إلا بالنسبة لعدد قليل جدا من المبحوثين، حيث يكون التعرض بالصدفة، أو في فترات العطل، حسب ما صرحوا به.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول لم نجد اختلاف بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كما حيث نجد كما المحسوبة (=4.533) أقل تماما من كما الجدولية (=15.51)، وبذلك نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة والفترات المفضلة لمتابعة البرامج التلفزيونية.

43- علاقة الجنس بالفترات المفضلة لدى النخبة المثقفة لمشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (43): يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضلة لدى أفراد العينة لمشاهدة التلفزيون.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	12	6.59	06	3.75	18	5.26
الظهيرة	10	5.50	06	3.75	16	4.68
المسائية	64	35.17	52	32.50	116	33.92
الليلية	82	45.05	54	33.75	136	39.77
غير محدد	14	7.69	42	26.25	56	16.37
المجموع	182	100	160	100	342	100
	كما المحسوبة = 22.685		كما الجدولية = 9.49			

من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول يتبين أنه توجد فروق بين الذكور والإناث في علاقتها بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون، حيث تحتل الفترة الليلية الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 45.05% و 33.75% على التوالي، كما جاءت الفترة المسائية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 35.17% و 32.50% على التوالي، في حين يحتل أفراد العينة الذين يشاهدون البرامج التلفزيونية في وقت غير محدد الترتيب الثالث بنسبة 7.69% بالنسبة للذكور و 26.25% بالنسبة للإناث، إلا أن الفارق كبير جدا بين النسبتين، وهذا مرده فيما نعتقد أن المرأة الجزائرية عموما والمثقفة خصوصا تتحمل عادة أعباء العمل والأشغال المنزلية أكثر من الرجل، لذا فهي تتابع التلفزيون في أي وقت متى سمحت لها الفرصة بذلك، وهو أمر منطقي إذا اعتبرنا أن هؤلاء يرتبطون في أغلب أوقاتهم بالأعمال المنزلية والعمل، مما يجعل حجم المشاهدة تتوقف على أوقات الفراغ لديهم.

وبالنسبة لفئة الذكور جاءت الفترة الصباحية في الترتيب الرابع من حيث الأفضلية بنسبة 6.59%، وبنسبة مقارنة جدا جاءت فترة الظهيرة في الترتيب الأخير بنسبة 5.50%، أما بالنسبة لفئة الإناث فتحتل كل من الفترة الصباحية وفترة الظهيرة الترتيب الرابع بـ 3.75% لكل منهما.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كما حيث نجد كـ2 المحسوبة (=22.685) أكبر تماما من كـ2 الجدولية (=9.49)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين الجنسين والفترات المفضلة لمتابعة البرامج التلفزيونية.

44- علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة لدى النخبة المثقفة لمشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (44): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضل فيها مشاهدة التلفزيون.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	06	4.41	04	2.99	08	11.11	18	5.26
الظهيرة	06	4.41	04	2.99	06	8.34	16	4.68
المسائية	48	35.29	44	32.83	24	33.33	116	33.92
الليلية	54	39.71	56	41.79	26	36.11	136	39.77
غير محدد	22	16.18	26	19.40	08	11.11	56	16.37
المجموع	136	100	134	100	72	100	342	100
	كـ2 المحسوبة = 11.566				كـ2 الجدولية = 15.51			

نلاحظ من الجدول أنه لا توجد فروق بين المستويات التعليمية في علاقتها بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون، حيث تحتل الفترة الليلية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية بـ 39.71% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و 41.79% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و 36.11% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه. وجاءت الفترة المسائية في المرتبة الثانية من حيث الأفضلية بـ 35.29% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و 32.83% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و 33.33% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه. بينما جاء المبحوثون الذين يميلون إلى متابعة التلفزيون في وقت غير محدد في المرتبة الثالثة من حيث الأفضلية بـ 16.18% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و 19.40% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و 11.11% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين جاءت كل من الفترة الصباحية وفترة الظهيرة في المرتبة الرابعة من حيث الأفضلية بنسبة 4.41% لكل منهما بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و 2.99% لكل منهما بالنسبة

للحاصلين على درجة الماجستير، أما بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه فجاءت الفترة الصباحية في المرتبة الثالثة من حيث الأفضلية بنسبة 11.11%، تليها فترة الظهر في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.34% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين عدم وجود اختلاف بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 حيث نجد كا2 المحسوبة (=11.566) أقل تماماً من كا2 الجدولية (=15.51)، وبذلك نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين المستوى التعليمي والفترات المفضلة لمتابعة البرامج التلفزيونية.

45- البرامج التلفزيونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (45): يوضح البرامج التلفزيونية المفضل مشاهدتها.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
17.26	154	13.99	41	17.23	51	20.47	62	البرامج السياسية	
13.00	116	12.97	38	14.53	43	11.55	35	البرامج الدينية	
9.42	84	11.95	35	8.78	26	7.59	23	البرامج الرياضية	
18.16	162	10.58	31	19.59	58	24.09	73	البرامج الإخبارية	
12.56	112	15.70	46	14.53	43	7.59	23	برامج الخيال "أفلام-مسلسلات"	
17.49	156	21.50	63	13.85	41	17.16	52	البرامج الثقافية	
12.11	108	13.31	39	11.49	34	11.55	35	البرامج الاجتماعية	
100	892	100	293	100	296	100	303	المجموع	
كا2 الجدولية= 21.03				كا2 المحسوبة= 37.944					

تبين من خلال الجدول أن ترتيب البرامج التلفزيونية من حيث الأفضلية قد جاء على النحو

الآتي:

- في المرتبة الأولى: البرامج الإخبارية بنسبة 18.16% من مجموع المبحوثين.
- في المرتبة الثانية: البرامج الثقافية بنسبة 17.49% من مجموع المبحوثين.
- في المرتبة الثالثة: البرامج السياسية بنسبة 17.26% من مجموع المبحوثين.
- في المرتبة الرابعة: البرامج الدينية بنسبة 13.00% من مجموع المبحوثين.
- في المرتبة الخامسة: برامج الخيال (أفلام - مسلسلات) بنسبة 12.56% من مجموع المبحوثين.
- في المرتبة السادسة: البرامج الاجتماعية بنسبة 12.11% من مجموع المبحوثين.
- في المرتبة السابعة: البرامج الرياضية بنسبة 9.42% من مجموع المبحوثين.

تعكس القراءة الجدولية التنوع في اهتمامات عينة النخبة المثقفة، حيث حظيت البرامج التلفزيونية بنسب متفاوتة ومتقاربة، وهذا ما يدل على الأهمية الكبيرة للتلفزيون لدى أفراد العينة من

حيث الاعتماد عليه لمعرفة وفهم مختلف القضايا والموضوعات، إلا أن البرامج الإخبارية تأتي في مقدمة البرامج التلفزيونية المفضلة نظرا لقدرتها على تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات المتنوعة عن الأحداث والوقائع المحلية والدولية، في مشاهد متكاملة تعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون، تليها البرامج الثقافية لدورها في نشر المعرفة وتنمية الأذواق وتهذيبها، وتنمية الطاقات البشرية وتوسيع آفاقها، التي بإمكانها المساهمة في تزويد الأفراد بمنظومة من القيم الهادفة لتحقيق التنمية الشاملة، ثم البرامج السياسية كمثل أهم البرامج التلفزيونية التي جاءت في قمة اهتمامات عينة النخبة المثقفة، ما يؤكد الاهتمام الكبير لأفراد العينة بالموضوعات السياسية والأمور العامة التي تجعلهم على دراية بما يجري داخل وخارج الوطن، وهذا ما يساهم في تشكيل الاتجاهات والمواقف سياسيا واجتماعيا.

وبمقارنة بيانات هذا الجدول مع بيانات الجدول رقم (09) الخاص بالموضوعات المفضلة للقراءة والجدول رقم (27) الخاص بالبرامج الإذاعية المفضلة للاستماع، يتبين أن البرامج الترفيهية في التلفزيون تأتي في ترتيب متقدم مقارنة بالصحف والإذاعة، وهذا ما يعكس ربما تفضيل عينة الدراسة للتلفزيون لتحقيق الحاجة للاسترخاء والراحة النفسية، "حيث عادة ما تكون البرامج التلفزيونية ترفيهية يستفيد منها الجمهور لإيجاد جو يستطيع من خلاله التعبير عن اهتماماته سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو سياسية"¹.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة نلاحظ وجود تباين في ترتيب البرامج التلفزيونية بين عينة النخبة الأكاديمية وعينة النخبة المتخصصة وعينة النخبة المبدعة.

حيث أن أكثر الباحثين من فئة النخبة الأكاديمية يميلون لمتابعة البرامج الإخبارية بنسبة 24.09%، فالبرامج السياسية بنسبة 20.47%، ثم البرامج الثقافية بنسبة 17.16%، تليها البرامج الاجتماعية والدينية بنسبة 11.55% لكل منهما، وفي الترتيب الأخير جاءت برامج الخيال (أفلام - مسلسلات) والبرامج الرياضية بنسبة 7.59% لكل منهما.

أما فئة النخبة المتخصصة فيفضل أكثرهم كذلك البرامج الإخبارية بنسبة 19.59%، فالبرامج السياسية بنسبة 17.23%، تليها برامج الخيال (أفلام -مسلسلات) والبرامج الدينية بنسبة 14.53% لكل منهما، ثم البرامج الثقافية بنسبة 13.85%، تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 11.49%، وفي الترتيب الأخير جاءت البرامج الرياضية بنسبة 8.78% من مجموع الفئة.

في حين تمثل البرامج الثقافية أعلى نسبة بالنسبة لمبجوثي فئة النخبة المبدعة ب 21.50%، وذلك لدورها الهام في تحقيق التنمية الفكرية واكتساب المعارف والآداب والفنون وترقية القدرة على التذوق والمعرفة الشاملة التي تنمي الحس النقدي، وتساهم في توسيع الآفاق وتعميق ورفع مستوى الذوق لدى مشاهديها، تليها برامج الخيال (أفلام - مسلسلات) بنسبة 15.70%، ثم البرامج السياسية بنسبة 13.99%، فالبرامج الاجتماعية بنسبة 13.31%، ثم البرامج الدينية بنسبة 12.97%، تليها البرامج الرياضية بنسبة 11.95%، وفي الترتيب الأخير جاءت البرامج الإخبارية بنسبة 10.58% من مجموع الفئة.

¹. إبراهيم عباسي: المرجع السابق، ص:34.

ويمكن إرجاع هذه الاختلافات في ترتيب البرامج التلفزيونية من حيث أفضليتها لدى فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة إلى طبيعة العمل أو التخصص الذي يفرض الاهتمام بمحتوى أكثر من الآخر.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالبرامج التلفزيونية المفضلة، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك₂ حيث نجد ك₂ المحسوبة (=37.944) أكبر تماما من ك₂ الجدولية (=21.03)، وبذلك تثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة والبرامج المفضل متابعتها في التلفزيون.

46- علاقة الجنس بالبرامج التلفزيونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (46): يوضح علاقة الجنس بالبرامج التلفزيونية المفضل مشاهدتها.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
17.26	154	10.81	48	23.66	106	البرامج السياسية
13.00	116	14.42	64	11.61	52	البرامج الدينية
9.42	84	4.96	22	13.84	62	البرامج الرياضية
18.16	162	19.37	86	16.96	76	البرامج الإخبارية
12.56	112	15.76	70	9.38	42	برامج الخيال "أفلام-مسلسلات"
17.49	156	18.92	84	16.07	72	البرامج الثقافية
12.11	108	15.76	70	8.48	38	البرامج الاجتماعية
100	892	100	444	100	448	المجموع
ك ₂ الجدولية = 12.59		ك ₂ المحسوبة = 60.138				

تبين لنا القراءة الجدولية أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهم بالبرامج المفضل مشاهدتها في التلفزيون، حيث تمثل البرامج السياسية أعلى نسبة من حيث الأفضلية بـ 23.66% بالنسبة لفئة الذكور، في حين تأتي في الترتيب ما قبل الأخير-السادس- بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 10.81%، وهذا ما يعكس اهتمام الذكور بالسياسة أكثر من الإناث رغم الجهود الأخيرة للدولة الجزائرية التي استهدفت إقحام المرأة في العمل السياسي، كما جاءت البرامج الإخبارية في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 16.96%، وفي الترتيب الأول بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 19.37%، فهذا النوع من البرامج التلفزيونية يأخذ أهمية لدى الذكور والإناث معا لأنه ينقل الأخبار والأحداث والوقائع بالصورة والصوت معا، "حيث تشكل الأخبار حاليا المادة البراجمية الرئيسية للقنوات التلفزيونية العامة والمتخصصة في الأخبار، ونتيجة لتوفر وسائل إيضاح متعددة ومؤثرة، بشكل يجعلها متميزة عن بقية المواد الإخبارية المقدمة في أجهزة الاتصال الأخرى، يعتبر الخبر التلفزيوني، فضلا عن كونه يشبع فضول

الجمهور بدرجة أكبر، قادرا على وضع المشاهدين بصورة شبه كلية في قلب الأحداث¹، أما البرامج الثقافية فجاءت في الترتيب الثالث بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 16.07%، وفي الترتيب الثاني بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 18.92%، كما تأتي البرامج الرياضية في الترتيب الرابع بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 13.84%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 4.95%، وهذا ما يدل على أن الذكور أكثر اهتماما بالمواضيع الرياضية من الإناث، في حين جاءت البرامج الدينية في الترتيب الخامس بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 11.61% و14.42% على التوالي، أما برامج الخيال (أفلام - مسلسلات) فتحتل الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بنسبة 9.38% بالنسبة لفئة الذكور، في حين تحتل الترتيب الثالث بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 15.76%، وهذا مؤشر على أن الإناث أكثر إقبالا على البرامج الدرامية في التلفزيون، التي تتمثل وظيفتها الأساسية في الترفيه والترويح عن النفس للتخفيف عن أعبائهن اليومية، كما تمثل البرامج الاجتماعية أدنى نسبة من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 8.48%، بينما تأتي في الترتيب الثالث بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 15.76% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالبرامج التلفزيونية المفضلة، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كما نجد كما المحسوبة (=60.138) أكبر تماما من كما الجدولية (=12.59)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين الجنسين والبرامج المفضل متابعتها في التلفزيون.

47- علاقة المستوى التعليمي بالبرامج التلفزيونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (47): يوضح علاقة المستوى بالبرامج التلفزيونية المفضل مشاهدتها.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
البرامج السياسية	48	15.85	68	17.39	38	19.19	154	17.26
البرامج الدينية	42	13.86	50	12.79	24	12.12	116	13.00
البرامج الرياضية	28	9.24	44	11.25	12	6.06	84	9.42
البرامج الإخبارية	30	9.90	88	22.51	44	22.23	162	18.16
برامج الخيال "أفلام-مسلسلات"	53	17.49	41	10.48	18	9.09	112	12.56
البرامج الثقافية	50	16.50	64	16.37	42	21.21	156	17.49
البرامج الاجتماعية	52	17.16	36	9.21	20	10.10	108	12.11
المجموع	303	100	391	100	198	100	892	100
	كما المحسوبة = 43.007				كما الجدولية = 21.03			

¹. محمد فلحي: المرجع السابق، ص ص: 99-100.

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالبرامج التلفزيونية المفضل مشاهدة. حيث يميل أكثر مبحوثي فئة الحاصلين على شهادة الليسانس إلى مشاهدة برامج الخيال (أفلام- مسلسلات) بنسبة 17.49%، تليها البرامج الاجتماعية في المرتبة الثانية من حيث الأفضلية بنسبة 17.16%، ثم البرامج الثقافية بنسبة 16.50%، فالبرامج السياسية بنسبة 15.85%، تليها البرامج الدينية بنسبة 13.86%، ثم البرامج الإخبارية بنسبة 9.90%، في حين تمثل البرامج الرياضية أدنى نسبة بـ 9.24% من مجموع الفئة. ويدل ذلك على أن التلفزيون يعتبر وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى بالنسبة لهذه الفئة.

أما بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير فتمثل البرامج الإخبارية أعلى نسبة بـ 52.91%، تليها البرامج السياسية بنسبة 17.39%، ثم البرامج الثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة 16.37%، فالبرامج الدينية بنسبة 12.79%، تليها البرامج الرياضية بنسبة 11.25%، ثم برامج الخيال (أفلام- مسلسلات) من حيث إقبال مبحوثي فئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 10.48%، في حين تأتي البرامج الاجتماعية في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بنسبة 9.21% من مجموع الفئة.

بينما يفضل أكثر مبحوثي فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه مشاهدة البرامج الإخبارية بنسبة 22.23%، تليها البرامج الثقافية من حيث الأفضلية بنسبة 21.21%، ثم البرامج السياسية بنسبة 19.19%، فالبرامج الدينية بنسبة 12.12%، تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 10.10%، ثم برامج الخيال (أفلام- مسلسلات) من حيث إقبال مبحوثي فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 9.09%، في حين تمثل البرامج الرياضية أدنى نسبة من حيث الأفضلية بـ 6.06% من مجموع الفئة.

ومن خلال القراءة الجدولية نستنتج أن فئة الحاصلين على شهادة الليسانس هم الأقل اهتماما بالبرامج السياسية والإخبارية، على خلاف فئات الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه، وهذا يدل على أنه كلما زاد المستوى التعليمي كلما زاد اهتمام عينة النخبة المثقفة بالبرامج التلفزيونية الفكرية الجادة، التي تساهم أكثر في إنماء الوعي بقضايا المجتمع وزيادة الإحساس بالضمير الجمعي، الذي يعتبر مكونا أساسيا في مفهوم المثقف وعاملا هاما في أدائه لدوره.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين المستويات التعليمية في علاقتها بالبرامج التلفزيونية المفضلة، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 حيث نجد كا2 المحسوبة (=43.007) أكبر تماما من كا2 الجدولية (=21.03)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين المستوى التعليمي والبرامج المفضل متابعتها في التلفزيون.

48- هدف النخبة المثقفة من مشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (48): يوضح الهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
26.38	196	24.79	58	28.27	67	26.10	71	الأخبار و الإعلام	
26.92	200	25.21	59	27.85	66	27.57	75	التثقيف	
14.13	105	13.25	31	17.72	42	11.77	32	الترفيه و التسلية	
19.11	142	19.23	45	17.72	42	20.22	55	التوعية	
13.46	100	17.52	41	8.44	20	14.34	39	الشرح و التفسير	
100	743	100	234	100	237	100	272	المجموع	
كا2 الجدولية= 15.51				كا2 المحسوبة= 12.175					

يتبين من خلال الجدول أن أكثر الباحثين يشاهدون البرامج التلفزيونية بغرض التثقيف بنسبة 26.92%، يليه بنسبة مقاربة جدا بلغت 26.38% الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والإعلام، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 19.11%، فالهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 14.13%، يليه بنسبة مقاربة الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بـ 13.46% من مجموع الباحثين.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن متابعة جمهور المثقفين للبرامج التلفزيونية هي متابعة هادفة تتركز أساسا على المضامين الإخبارية والتثقيفية والتوعوية، التي تساهم في خلق رأي عام متبصر وواعي بالعديد من القضايا في مختلف المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وبلورة اتجاهات الأفراد ومواقفهم وقيمهم وسلوكياتهم سياسيا واجتماعيا، وذلك لما يتوفر عليه التلفزيون من خصائص تكاد تكون متفردة (كالصورة الحية المعبرة والصوت)، فالصورة الحية التي من خلالها ينقل التلفزيون الأخبار والأحداث والوقائع تكتسب أهميتها ليس من كونها تخلق أنماطا ثقافية أو سلوكية دعائية فقط، بل من كونها تحمل في مضمونها وفي شكلها معنى "المشاهدة العينية" للأحداث والأخبار والوقائع، التي تعتبر جزءا أساسيا أو شكلا أساسيا من أشكال التجربة الشخصية، وهذا الشكل يعد من أهم مصادر المعرفة وتشكيل الاتجاهات¹.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "راجح حسين فرحان بادي" التي أشارت إلى أن البرامج الترفيهية تأتي في آخر قائمة البرامج التي تتابعها النخبة المصرية في القنوات التلفزيونية الفضائية.² وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ أن فئتي النخبة الأكاديمية والنخبة المبدعة يميل الباحثون فيهما أكثر إلى مشاهدة البرامج التلفزيونية بهدف التثقيف بنسبة 27.57%

¹ . عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي (جدليات وتحديات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص:125.

² . وليد فتح الله بركات: تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد مزدوج، يناير/ديسمبر 2003، ص:70.

و25.21% على التوالي، في حين يأتي الهدف التثقيفي في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة بنسبة 27.85%.

بينما يأتي الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والإعلام في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة النخبة الأكاديمية والمبدعة بنسبتي 26.10% و24.79% على التوالي، في حين يمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة بـ 28.27% من مجموع الفئة.

أما الهدف المتعلق بالتوعية فاحتل الترتيب الثالث بنسبة 20.22% بالنسبة لفئة النخبة الأكاديمية، ونسبة 17.72% بالنسبة للنخبة المبدعة، ونسبة 19.23% بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة. كما جاء الهدف المتعلق بالشرح والتفسير في الترتيب الرابع بنسبة 14.34% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، ونسبة 17.52% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين يمثل أدنى نسبة بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 8.44%.

أما الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية فيأتي في الترتيب الأخير بنسبة 11.77% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و13.25% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين يأتي في الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة معتبرة بلغت 17.72%، ما يعكس ميل النخبة المتخصصة إلى متابعة البرامج التلفزيونية بهدف الترفيه أكثر من الفئات الأخرى، فالتلفزيون يقدم محتويات متنوعة في مشاهد متكاملة تعتمد على الصورة والصوت والألوان والحركة، ما يجعلها الوسيلة المفضلة للقضاء على القلق والتوتر والتخلص من الإرهاق دون ملل، الذي يسببه العمل اليومي المتعب خاصة لدى هذه الفئة لطبيعة عملها، وتعتبر البرامج الترفيهية ذات أهمية كبيرة في تمرير الكثير من القيم والتأثير على وجدانيات وأحاسيس الجمهور بسهولة، ومن هنا فهي تلعب دورا هاما في تكوين منظومة القيم السياسية لدى الأفراد.

أما بالنسبة للعلاقة بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة والهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية، فنجد أن كات المحسوبة (=12.175) أقل من كات الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة ارتباط بين متغير نوع النخبة والهدف من متابعة التلفزيون.

49- علاقة الجنس بهدف النخبة المثقفة من مشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (49): يوضح علاقة الجنس بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار و الإعلام	104	28.42	92	24.40	196	26.38
التثقيف	94	25.68	106	28.12	200	26.92
الترفيه و التسلية	60	16.39	45	11.94	105	14.13
التوعية	52	14.21	90	23.87	142	19.11
الشرح و التفسير	56	15.30	44	11.67	100	13.46
المجموع	366	100	377	100	743	100
	كات المحسوبة = 15.047		كات الجدولية = 9.49			

نلاحظ من خلال الأرقام الواردة في الجدول أنه يوجد اختلاف بين الجنسين من حيث الهدف من متابعة البرامج التلفزيونية، حيث يمثل هدف الحصول على الأخبار والإعلام أعلى نسبة بـ 28.42% بالنسبة لفئة الذكور، في حين يأتي في الترتيب الثاني بنسبة 24.40% بالنسبة لفئة الإناث.

أما الهدف المتعلق بالثقف فيمثل أعلى نسبة بـ 28.12% بالنسبة لفئة الإناث، في حين يحتل الترتيب الثاني بنسبة 25.68% بالنسبة للذكور.

والملاحظ على هذه النسب أنها متقاربة، وهذا يدل على أن أكثر أفراد العينة من الذكور والإناث يشاهدون التلفزيون بغرض الحصول على الأخبار والإعلام والثقف، لتوسيع معارفهم وفهم ما يحيط بهم من أحداث ووقائع والحصول على المعلومات التي تساعدهم على اتخاذ القرارات.

بينما يأتي الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية في الترتيب الثالث بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 16.39%، وفي الترتيب الرابع بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 11.94%.

كما جاء الهدف المتعلق بالشرح والتفسير في الترتيب الرابع - ما قبل الأخير - بنسبة 15.30% بالنسبة لفئة الذكور، في حين جاء في الترتيب الأخير بنسبة 11.67% بالنسبة لفئة الإناث.

في حين يمثل الهدف المتعلق بالتوعية أدنى نسبة بـ 14.21% بالنسبة لفئة الذكور، بينما جاء في الترتيب الثالث بنسبة 23.87% بالنسبة لفئة الإناث.

أما بالنسبة للعلاقة بين فئات الذكور والإناث والهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية، فنجد أن ك² المحسوبة (=15.047) أكبر من ك² الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين متغير الجنس والهدف من متابعة التلفزيون.

50- علاقة المستوى التعليمي بهدف النخبة المثقفة من مشاهدة البرامج التلفزيونية:

جدول رقم (50): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار و الإعلام	46	19.25	100	32.26	50	25.77	196	26.38
الثقف	62	25.94	89	28.71	49	25.26	200	26.92
الترفيه و التسلية	49	20.50	40	12.90	16	8.25	105	14.13
التوعية	48	20.08	50	16.13	44	22.68	142	19.11
الشرح و التفسير	34	14.23	31	10.00	35	18.04	100	13.46
المجموع	239	100	310	100	194	100	743	100
	ك ² المحسوبة = 30.773				ك ² الجدولية = 15.51			

يتضح من الجدول وجود تباين بين الباحثين من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث أهدافهم من مشاهدة البرامج التلفزيونية. حيث يشكل الهدف المتعلق بالتحقيق أعلى نسبة بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بـ 25.94%، ثم الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 20.50%، ونسبة مقاربة جدا بلغت 20.08% يأتي الهدف المتعلق بالتوعية، يليه الهدف المتعلق بالحصول على الأخبار والإعلام بنسبة 19.25%، وفي الترتيب الأخير جاء الهدف المتعلق بالحصول على الشرح والتفسير بنسبة 14.23% من مجموع فئة الحاصلين على شهادة الليسانس.

والملاحظ على فئة الحاصلين على شهادة الليسانس هو توزيع النسب بشكل متقارب بين الأهداف من متابعة التلفزيون.

أما بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير فيشاهد أكثرهم البرامج التلفزيونية بغرض الحصول على الأخبار والإعلام بنسبة 32.26%، تليه نسبة الذين يتابعون التلفزيون بهدف التحقيق بـ 28.71%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 16.13%، يليه الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة 12.90%، وفي الترتيب الأخير يأتي الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بنسبة 10.00% من مجموع الفئة.

بينما يميل أكثر الباحثين من فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه إلى مشاهدة البرامج التلفزيونية بغرض الحصول على الأخبار والإعلام بنسبة 25.77%، والتي تتقارب كثيرا مع نسبة الذين يشاهدون التلفزيون بهدف التحقيق بـ 25.26%، ثم الهدف المتعلق بالتوعية بنسبة 22.68%، يليه الهدف المتعلق بالشرح والتفسير بنسبة 18.04%، وفي الترتيب الأخير يأتي الهدف المتعلق بالترفيه والتسلية بنسبة ضعيفة بلغت 8.25% من مجموع الفئة.

وبمقارنة هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (14) الخاص بعلاقة المستوى التعليمي بهدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف، ونتائج الجدول رقم (32) الخاص بعلاقة المستوى التعليمي بهدف النخبة المثقفة من الاستماع للإذاعة، نلاحظ أن فئة الحاصلين على شهادة الليسانس هم الأكثر إقبالا على المحتويات الإعلامية بهدف الترفيه والتسلية من الفئات الأخرى، إلا أن ذلك يظهر في وسيلة التلفزيون والإذاعة أكثر من الصحف.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=30.773) أكبر من كا2 الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين المستويات التعليمية والهدف من مشاهدة التلفزيون.

51- القنوات التلفزيونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (51): يوضح القنوات التلفزيونية المفضل مشاهدة لها.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
25.67	134	46.90	68	20.11	37	15.03	29	قنوات التلفزيون الجزائري	
46.74	244	35.17	51	48.91	90	53.37	103	القنوات الفضائية العربية	
27.59	144	17.93	26	30.98	57	31.60	61	القنوات الفضائية الأجنبية	
100	522	100	145	100	184	100	193	المجموع	
كا2 الجدولية = 9.49				كا2 المحسوبة = 49.134					

تبرز لنا القراءة الجدولية أن أكثر الباحثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية العربية بنسبة 46.74%، تليها نسبة 27.59% من مجموع الباحثين الذين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، ونسبة مقاربة بلغت 25.67% يأتي الباحثون الذين يفضلون مشاهدة قنوات التلفزيون الجزائري في الترتيب الأخير.

ويمكن تفسير ذلك بالتفوق الواضح الذي تبوأته الفضائيات العربية، خصوصا مع ظهور القنوات العامة والمتخصصة في ظل التطور الكبير الذي تشهده تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي تتوفر على العديد من مقومات نجاح الأداء المهني وعلى مستوى عال من الاحترافية، إذ يصل بعضها إلى منافسة الفضائيات الأجنبية، كما أنها في ظل افتقاد معظم الشعوب العربية للتعددية الإعلامية الحقيقية، تمكنت الفضائيات العربية من توفير كم كبير من المعلومات التي تفيده المشاهدين في تتبع المواقف، والتي قد تحتاج إلى ردود أفعال سريعة وفورية سواء على المستويين المحلي أو الدولي، وبجربة كافية في طرح معالجتها الإعلامية، والتي مكنتها من كسب ثقة

الرأي العام وجذب اهتمامه، واستطاعت بذلك أن تساهم في دعم ديمقراطية الإعلام ورفع حجم المشاركة الجماهيرية، من خلال توظيف إمكانياتها المادية والتكنولوجية والفنية في تقديم برامج جادة تهتم بمشكلات وقضايا الواقع العربي والجزائري.

في حين لا تحظى الفضائيات الأجنبية بمتابعة كبيرة ربما بسبب عدم توفر إمكانية التحكم في اللغة، كما أن القنوات التلفزيونية الجزائرية العمومية منها والخاصة غير مفضلة كثيرا لدى عينة النخبة المثقفة، رغم التطور الذي تعرفه سواء على صعيد البث أو على صعيد التكنولوجيات المستخدمة أو على صعيد المحتويات والمضامين، حيث يمثل التلفزيون الوطني مؤسسة عمومية تابعة للدولة ما يؤثر على مصداقية وموضوعية مضامينه، وقد نبهت دراسات سابقة إلى ذلك. (انظر دراسة الباحث رمضان بلعمري)¹، كما أن التعددية الإعلامية في قطاع السمعي البصري في الجزائر لا تزال تجربة جديدة تعاني

¹. رمضان بلعمري: القطاع السمعي البصري في الجزائر (إشكالات الانفتاح)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف:

من بعض النقائص كضعف تكوين الإعلاميين وضعف المعالجة الإعلامية، حسب رأي أفراد العينة خاصة وأن الجمهور حاليا أصبحت له إمكانية الانتقاء والاختيار والقدرة على المقارنة بين عدة بدائل، والذي ينعكس سلبا على الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه القنوات التلفزيونية الجزائرية في تنشئة جمهور المشاهدين سياسيا إما بعزوفهم عن متابعة برامجها، أو بمشاهدتها دون المبالاة بفحواها. "حيث أن وفرة برامج الفضائيات قد جعلت المشاهد العربي يكتشف طاقاته في الانتقاء والاختيار، وفي رفض بعض البرامج، وهذا ما شحذ إمكانياته في المقارنة بين البرامج التي تقترحها التلفزيونات الوطنية، وبين برامج الفضائيات الأخرى"¹. وتتفق هذه النتائج مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة بدبودي سهام، حيث حظيت القنوات الفضائية العربية بأعلى نسبة مشاهدة (47.5%).²

وفي هذا الإطار تؤكد دراسة إيمان فاروق محمد الصياد أن الصفوة المصرية أكثر اعتمادا على قنوات التلفزيون الدولية -وفي مقدمتها CNN والجزيرة- في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات والكوارث مقارنة بالقنوات المحلية (المصرية) وذلك لتميزها بسرعة التصوير والبث والمتابعة الفورية للأحداث.³

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ أن إجابات الباحثين من فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة تتفق في ترتيب القنوات التلفزيونية من حيث الأفضلية، في حين تختلف في ذلك مع إجابات مبحوثي فئة النخبة المبدعة.

حيث تمثل القنوات الفضائية العربية أعلى نسبة بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة بـ 53.37% و 48.91% على التوالي، في حين تأتي في الترتيب الثاني بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 35.17% من مجموع الفئة.

أما القنوات الفضائية الأجنبية فجاءت في الترتيب الثاني بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة بـ 31.60% و 30.98% على التوالي، في حين تمثل أدنى نسبة بالنسبة للنخبة المبدعة بـ 17.93% من مجموع الفئة.

بينما تمثل قنوات التلفزيون الجزائري أدنى نسبة بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة بـ 15.03% و 20.11% على التوالي، في حين تمثل أعلى نسبة بالنسبة للنخبة المبدعة بـ 46.90% من مجموع الفئة.

ومنه نستنتج أن فئة النخبة المبدعة هي الأكثر إقبالا على قنوات التلفزيون الجزائري مقارنة بالفئات الأخرى. ويمكن إرجاع الأمر حسب ما صرحوا به إلى أن البرمجة التلفزيونية الجزائرية تولى أهمية كبيرة للفنان والمبدع الجزائري في مناسبات ومواعيد وطنية مختلفة (مهرجانات وأيام سينمائية، معارض وتظاهرات ثقافية فنية وعلمية)، والتي تعكس فعالية وديناميكية المثقف الجزائري محليا، وتسلب الضوء على مسيرته المهنية أكثر مما تتيحها القنوات الفضائية العربية والأجنبية الأخرى.

¹. نصر الدين لعباضي: التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1998، ص: 10.

². سهام بدبودي: المرجع السابق، ص: 194.

³. إيمان فاروق محمد الصياد: المرجع السابق، ص: 101.

أما بالنسبة للعلاقة بين نوع النخبة المثقفة والقنوات التليفزيونية المفضلة فنجد أن كات المحسوبة (=49.134) أكبر من كات الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة والقنوات التليفزيونية المفضلة.

52- علاقة الجنس بالقنوات التليفزيونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (52): يوضح علاقة الجنس بالقنوات التليفزيونية المفضل مشاهدتها.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
25.67	134	28.23	70	23.36	64	قنوات التلفزيون الجزائري
46.74	244	49.19	122	44.52	122	القنوات الفضائية العربية
27.59	144	22.58	56	32.12	88	القنوات الفضائية الأجنبية
100	522	100	248	100	274	المجموع
كات الجدولية= 5.99			كات المحسوبة= 06.100			

توضح لنا القراءة الجدولية أنه لا يوجد فرق كبير في ترتيب القنوات التليفزيونية من حيث الأفضلية بين عينة الذكور وعينة الإناث، حيث جاءت القنوات الفضائية العربية في قمة اهتمامات كل من الذكور والإناث بنسبتي 44.52% و 49.19% على التوالي. وقد يعزى ذلك إلى وجود رؤية محددة لدى النخبة المثقفة من الجنسين تحكم وتحدد عملية متابعة القنوات الفضائية العربية تتمثل في الاطلاع على بعض التحليلات أو الآراء أو المعلومات التي لا يتم بثها في قنوات التلفزيون الجزائرية، سواء لوجود عوائق تحول دون نشرها أو القصور في معالجتها للأحداث، وهذا ما يعكس القوة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية في تشكيل إدراك وتصورات الرأي العام بشأن نظام الحكم والسلطة، وفي تصعيد وجهات النظر حول الأحداث الجارية وتفسيرها، مما يساهم في تكوين أفكار واتجاهات وقيم الأفراد الاجتماعية والثقافية والسياسية.

أما القنوات الفضائية الأجنبية فجاءت في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 32.12%، في حين جاءت في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 22.58%. كما جاءت قنوات التلفزيون الجزائري في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 23.36%، في حين جاءت في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 28.23%، وهذا ما يدل على أن الإناث من عينة النخبة المثقفة هن الأكثر اهتماما بالقنوات التليفزيونية الجزائرية مقارنة بالذكور، ويرجع ذلك ربما لتركيز الشبكات البرمجية في القنوات التليفزيونية الجزائرية على قضايا المرأة والأسرة الجزائرية بأبعادها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية التي تثير اهتمام المرأة عموما والمثقفة خصوصا.

وبعد هذه القراءة الكمية والنوعية نلاحظ أنه لا يوجد فرق كبير بين الجنسين في علاقتهما بالقنوات التليفزيونية المفضلة، عدا أن الإناث يفضلن قنوات التلفزيون الجزائري أكثر من القنوات الفضائية الأجنبية على خلاف فئة الذكور. مما يدعو إلى القول بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير

القنوات التلفزيونية المفضلة، وهذا ما تؤكدته نتائج كا2، إذ أن كا2 المحسوبة (=06.100) أكبر من كا2 الجدولية (=5.99).

53- علاقة المستوى التعليمي بالقنوات التلفزيونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (53): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالقنوات التلفزيونية المفضل مشاهدة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قنوات التلفزيون الجزائري	33	23.08	56	28.86	45	24.32	134	25.67
القنوات الفضائية العربية	74	51.75	99	51.03	71	38.38	244	46.74
القنوات الفضائية الأجنبية	36	25.17	39	20.11	69	37.30	144	27.59
المجموع	143	100	194	100	185	100	522	100
كا2 المحسوبة= 13.241					كا2 الجدولية= 9.49			

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة من الحاصلين على شهادة الليسانس، والحاصلين على درجة الماجستير، والحاصلين على درجة الدكتوراه، من حيث القنوات التلفزيونية المفضلة، حيث تمثل القنوات الفضائية العربية أعلى نسبة بـ 51.75% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 51.03% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة أقل بلغت 38.38% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين احتلت القنوات الفضائية الأجنبية المرتبة الثانية بنسبة 25.17% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة معتبرة بلغت 37.30% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 20.11% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير.

أما قنوات التلفزيون الجزائري فاحتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 23.08% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 24.32% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 28.86% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير.

ومنه نستنتج أن الحاصلين على درجة الدكتوراه يتابعون الفضائيات العربية والفضائيات الأجنبية بنسبتين متقاربتين جدا، ربما لارتباط مستواهم التعليمي المرتفع بإتقان اللغة الأجنبية، ما يجعلهم يتابعون الفضائيات الأجنبية أكثر من الفئات الأخرى، إضافة إلى الثقة فيها لعمق تحليلاتها وتقاريرها التي تفيدهم في عملهم واتخاذ قراراتهم.

أما بالنسبة للعلاقة بين المستويات التعليمية والقنوات التلفزيونية المفضلة فنجد أن كا2 المحسوبة (=13.241) أكبر من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي والقنوات التلفزيونية المفضلة.

54- رأي النخبة المثقفة في درجة مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والمواضيع التي تهمها:

جدول رقم (54): يوضح مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهم

أفراد العينة.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
31.33	94	36.00	36	25.00	25	33.00	33	إلى حد كبير	
62.67	188	57.00	57	67.00	67	64.00	64	إلى حد ما	
6.00	18	7.00	07	8.00	08	3.00	03	لا يعالجها	
100	300	100	100	100	100	100	100	المجموع	
كأ الجدولية = 9.49				كأ المحسوبة = 05.238					

نلاحظ من الجدول أن الغالبية من أفراد العينة يرون أن التلفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما بنسبة 62.67%، في حين بلغت نسبة الباحثين الذين يرون أن التلفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير 31.33%، وفي الترتيب الأخير يمثل الباحثون الذين يرون أن التلفزيون لا يناقش ولا يعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم على الإطلاق أدنى نسبة بـ 6.00% من مجموع الفئة. وذلك بقيمة ضعيفة جدا تمثل الذين لا يجدون في التلفزيون كوسيلة إعلامية ما يلبي رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم المختلفة، بل يجدونها في وسائل الإعلام الأخرى كالانترنت التي ظهرت مؤخرا مع الموجة الرقمية.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالدور الهام الذي يلعبه التلفزيون في الوقت الحاضر وقدرته الهائلة على إشباع الرغبات والحاجات المختلفة لجمهور النخبة المثقفة، حيث يجمع بين الصورة والصوت واللون والحركة التي تضيف الحيوية على مشاهدته، فتتحول عملية التلقي إلى مشاركة وجدانية عميقة، تكون فيها الصورة الحية أكثر الوسائل إقناعا وتأثيرا.

لكن جمهور المثقفين بحكم موقعهم الاجتماعي وتعدد حاجاتهم ودوافعهم لا يكفيهم الاعتماد على محتوى محدد أو وسيلة إعلامية واحدة لإشباع رغباتهم، بل يتطلعون إلى معرفة كل ما يحدث على الساحة الوطنية والدولية في مختلف المجالات، بالاعتماد على كل مصادر المعلومات لتأكيد دورهم في المجتمع بقوة، خاصة في ظل التغيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية والإعلامية والتكنولوجية التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بتطور وسائل الإعلام والاتصال، حيث أصبح من يملك المعلومة يملك السلطة، فالمعلومة قوة اقتصادية ومحرك ثقافي ومورد تربوي وأداة سياسية تساهم في تحقيق وعي الأفراد والارتقاء بقدراتهم السياسية من جهة، وتكثيف حجم الجهود اللازمة لتحقيق النضج في قدرات النظام السياسي ووظائفه من جهة أخرى.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة يتبين عدم وجود فروق بينها من حيث رأيها في مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمها، حيث يمثل الباحثين الذين يرون أن التلفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما أعلى نسبة بـ 64.00% بالنسبة

للنخبة الأكاديمية، و67.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و57.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين يأتي المبحوثون الذين يرون أن التليفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير في الترتيب الثاني بنسبة 33.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و25.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و36.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما أفراد العينة الذين يرون أن التليفزيون لا يناقش ولا يعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم أبدا فيمثلون أدنى نسبة بـ 3.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و8.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و7.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

وبعد هذه القراءة الكمية والنوعية نلاحظ أنه لا توجد فروق بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتها بمدى مناقشة ومعالجة التليفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمها، وهذا ما تؤكدته نتائج كاي²، إذ أن كاي² المحسوبة (=05.238) أقل من كاي² الجدولية (=9.49) وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين المتغيرين.

55- علاقة الجنس برأي النخبة المثقفة في درجة مناقشة ومعالجة التليفزيون للقضايا والمواضيع التي تهمها:

جدول رقم (55): يوضح مدى مناقشة ومعالجة التليفزيون للقضايا والموضوعات التي تهم أفراد النخبة المثقفة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	32	20.51	62	43.05	94	31.33
إلى حد ما	110	70.52	78	54.17	188	62.67
لا يعالجها	14	8.97	04	2.78	18	6.00
المجموع	156	100	144	100	300	100
	كاي ² المحسوبة = 20.129		كاي ² الجدولية = 5.99			

من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف في آراء المبحوثين من الذكور والإناث في مدى مناقشة ومعالجة التليفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمها، حيث يمثل المبحوثون الذين يرون أن التليفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما أعلى نسبة بـ 70.52% بالنسبة لفئة الذكور، و54.17% بالنسبة لفئة الإناث، تليها نسبة أفراد العينة الذين يرون أن التليفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير بـ 20.51% بالنسبة لفئة الذكور، و43.05% بالنسبة لفئة الإناث، في حين يمثل المبحوثون الذين يرون أن التليفزيون لا يناقش ولا يعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم أدنى نسبة بـ 8.97% بالنسبة لفئة الذكور، و2.78% بالنسبة لفئة الإناث.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نلاحظ أيضا أن فئة الإناث تعتقد أكثر من فئة الذكور بأن التليفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمها، ذلك أن المرأة المثقفة تجد في التليفزيون ما يثير اهتمامها ويشبع حاجاتها إلى تحسين مستواها في مناحي مختلفة من الحياة، خاصة وأن

التلفزيون أصبح أداة بالغة التنوع وقادرة على إتاحة الفرصة لتبادل الآراء والمناقشات حول القضايا المختلفة.

أما بالنسبة للعلاقة بين فئات الذكور وفئات الإناث وآرائهما حول مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمهما فنجد أن ك₂ المحسوبة (=20.129) أكبر من ك₂ الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين الجنسين ودرجة مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمهما.

56- علاقة المستوى التعليمي برأي النخبة المثقفة في درجة مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والمواضيع التي تهمها:

جدول رقم (56): يوضح علاقة المستوى التعليمي برأي أفراد العينة في درجة مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والمواضيع التي تهمهم.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	29	34.52	33	25.78	32	36.36	94	31.33
إلى حد ما	48	57.15	93	72.66	47	53.41	188	62.67
لا يعالجها	7	8.33	02	1.56	09	10.23	18	6.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
	ك ₂ المحسوبة = 13.478				ك ₂ الجدولية = 9.49			

تبرز لنا القراءة الجدولية أنه لا توجد فروق كبيرة بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بمدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمهم، حيث يمثل أفراد العينة الذين يرون أن التلفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما أعلى نسبة بـ 57.15% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و72.66% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و53.41% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، تليها نسبة الباحثين الذين يرون أن التلفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد كبير بـ 34.52% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و25.78% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و36.36% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين يمثل الباحثون الذين يرون أن التلفزيون لا يناقش ولا يعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم أدنى نسبة بـ 8.33% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، و1.56% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و10.23% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

وبحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، نجد أن ك₂ المحسوبة (=13.478) أكبر من ك₂ الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود فروق بين المستويات التعليمية في علاقتها بمدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والمواضيع التي تهمها.

57- نمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت:

جدول رقم (57): يوضح نمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
65.33	196	62.00	62	60.00	60	74.00	74	دائما	
30.67	92	33.00	33	34.00	34	25.00	25	أحيانا	
4.00	12	5.00	05	6.00	06	1.00	01	نادرا	
0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	أبدا	
100	300	100	100	100	100	100	100	المجموع	
ك2 الجدولية= 9.49				ك2 المحسوبة= 06.842					

يتضح من بيانات الجدول أن أغلب الباحثين يستخدمون الانترنت بشكل دائم بنسبة 65.33%، تليها نسبة الباحثين الذين يستخدمون الانترنت بصفة غير منتظمة -أحيانا- ب 30.67%، ثم الباحثون الذين يستخدمون الانترنت بصفة نادرة والتي تمثل أدنى نسبة ب 4.00%، وفي الأخير يأتي الذين لا يستخدمون الانترنت أبدا بنسبة 0.00%. وهذا يدل على أن النخبة المثقفة تواكب التطورات التكنولوجية، خاصة أن الانترنت أصبحت في الآونة الأخيرة تعرف استعمالها توسعا وانتشارا، لأنها متاحة لمعظم الباحثين في المنازل، التي توفر إمكانية اختيار الوقت المناسب والظروف الملائمة للإبحار عليها.

كما يرجع هذا الاهتمام بشبكة الإنترنت إلى طبيعة هذه الوسيلة الإعلامية التي تجمع بين مختلف وسائل الإعلام، واحتوائها على كم هائل من المعلومات، وعدد لا حصر له من المواقع الإلكترونية في كل المجالات والتخصصات، بالإضافة إلى انخفاض أسعار الولوج إلى هذه الشبكة التي أصبحت الآن في متناول الجميع.

إلا أن نسبة معتبرة من عينة الدراسة تستخدم الانترنت بصفة غير منتظمة -أحيانا- ويرجع ذلك إلى رغبة الباحثين في التعرف على وجهات النظر المختلفة، أو الرغبة في المعرفة المتعمقة، بالاعتماد على مصادر متعددة خاصة أن لكل وسيلة إعلامية خصائصها التي تميزها عن الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث تشير الدراسات إلى أنه لا توجد وسيلة واحدة يمكنها أن تغني عن باقي الوسائل الأخرى، وأن لكل وسيلة من وسائل الإعلام وظيفتها التي لا يمكن لغيرها من الوسائل أن تؤديها بنفس الكفاءة، فالتنوع في استخدام وسائل الإعلام يسمح بإرضاء مختلف التوجهات السياسية والفكرية، وإشباع شتى الحاجات والدوافع. في حين تستخدم نسبة ضعيفة من الباحثين الانترنت بصفة نادرة ربما لاعتمادهم على وسائل الإعلام الأخرى المتاحة بشكل أسهل من الانترنت، حيث لا يجوزون على خدمة الانترنت في منازلهم للتكلفة المادية المرتفعة، أو لعدم إتاحتها بشكل كاف في أماكن العمل، مما يضطرهم للاشتراك من خلال مقاهي الانترنت في فترات متباعدة عند الحاجة لذلك فقط، والتي تكون غير كافية للاستفادة من إمكانيات الشبكة واستغلالها بشكل جيد.

وبمقارنة هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (03) الخاص بنمط قراءة الصحف، ونتائج الجدول رقم (21) الخاص بنمط الاستماع للإذاعة، ونتائج الجدول رقم (39) الخاص بنمط مشاهدة التلفزيون، نلاحظ أن أفراد النخبة المثقفة يعتمدون على الانترنت أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة على حده، نلاحظ عدم وجود تباين بين الباحثين من حيث نمط استخدام الانترنت، حيث يعتمد معظم أفراد العينة على الانترنت بصفة دائمة بنسبة 74.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و60.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و62.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، ثم يأتي الباحثون الذين يعتمدون على الانترنت أحيانا في الترتيب الثاني بنسبة 25.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و34.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و33.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، يليهم في الترتيب الثالث أفراد العينة الذين يعتمدون على الانترنت نادرا بنسبة 1.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و6.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و5.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين يأتي في الأخير الباحثون الذين لا يستخدمون الانترنت على الإطلاق بنسبة 0.00% بالنسبة لكل فئات النخبة المثقفة.

ومن خلال القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين عدم وجود فروق بين أنواع النخبة المثقفة من حيث نمط استخدامها للانترنت، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كاي بين المتغيرين، حيث أن كاي المحسوبة (=06.842) أقل من كاي الجدولية (=9.49).

58- علاقة الجنس بنمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت:

جدول رقم (58): يوضح علاقة الجنس بنمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	110	70.51	86	59.72	196	65.33
أحيانا	40	25.64	52	36.11	92	30.67
نادرا	06	3.85	06	4.17	12	4.00
أبدا	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	156	100	144	156	300	100
	كاي المحسوبة = 04.030		كاي الجدولية = 5.99			

يتضح من خلال الجدول أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في نمط استخدام الانترنت على العموم، حيث بلغت نسبة استخدام الانترنت بصفة دائمة بالنسبة لعينة الذكور 70.51%، مقابل 59.72% بالنسبة للإناث، وبلغت نسبة استخدام الانترنت بصفة غير منتظمة - أحيانا - عند الذكور والإناث من أفراد العينة

25.64% و36.11% على التوالي، كما بلغت نسبة استخدام الانترنت بصفة نادرة عند الذكور والإناث من أفراد العينة 3.85% و4.17% على التوالي، في حين بلغت نسبة الذين لا يعتمدون على الانترنت أبدا 0.00% بالنسبة للذكور والإناث معا. ويعتبر ذلك مؤشرا هاما يدل على العلاقة القوية

التي تربط أفراد العينة بوسيلة الانترنت، والتي تعكس مواكبة كل من المرأة والرجل من عينة النخبة المثقفة للتطورات التكنولوجية ومحاولة الاستفادة منها، حيث أصبحت الانترنت سمة من سمات العصر حالياً، ليس لسعة انتشارها في مناطق مختلفة من العالم، وتعدد وظائفها وخدماتها التي تقدم عبر مواقعها، بل لعمق أثرها على حياة الفرد والمجتمع، من خلال قدرتها على تعديل وتغيير المفاهيم والقيم وتنمية القدرات الثقافية والمعرفية للمستخدمين.

ويتأكد عدم وجود فروق بين الجنسين بتطبيق اختبار كا²، حيث بلغت (كا²) المحسوبة (=04.030) وهي قيمة أقل تماماً من (كا²) الجدولية (=5.99)، وبذلك يثبت الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين نمط استخدام الانترنت والجنس، أي لا توجد فروق بين نمط استخدام الانترنت لدى كل من الإناث والذكور من النخبة المثقفة.

59- علاقة المستوى التعليمي بنمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت:

جدول رقم (59): يوضح علاقة المستوى التعليمي بنمط استخدام النخبة المثقفة للانترنت.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	44	52.38	89	69.53	63	71.59	196	65.33
أحياناً	36	42.86	33	25.78	23	26.14	92	30.67
نادراً	04	4.76	06	4.69	02	2.27	12	4.00
أبداً	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
كا ² المحسوبة=09.715					كا ² الجدولية=9.49			

يتضح من خلال الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في نمط استخدام الانترنت على العموم، حيث بلغت نسبة استخدام الانترنت بصفة دائمة بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 52.38%، و69.53% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و71.59% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما بلغت نسبة استخدام الانترنت بصفة غير منتظمة -أحياناً- بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 42.86%، و25.78% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و26.14% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين تمثل نسبة الذين يستخدمون الانترنت بصفة نادرة قيمة ضعيفة جداً بـ 4.76% بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس، و4.69% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و2.27% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، أما نسبة الذين لا يستخدمون الانترنت أبداً فقد بلغت 0.00% بالنسبة لكل أفراد العينة من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه على السواء.

كما نلاحظ أن الحاصلين على شهادة الليسانس هم الأقل استخداماً لشبكة الانترنت، وربما يرجع ذلك إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الأخرى كمصادر أساسية لتلبية مختلف حاجاتهم

ورغبتهم، رغم المنافسة القوية التي تطرحها الشبكة العنكبوتية، وهذا يدل على أن الانترنت ليست خطراً على وسائل الإعلام الأخرى ولا تهدد وجودها، لأن لكل وسيلة إعلامية خصائص تميزها عن الأخرى. ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد اختلافاً ضئيلاً بين فئات النخبة المثقفة من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنمط استخدام الانترنت، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك₂ حيث نجد ك₂ المحسوبة (=09.715) أكبر من ك₂ الجدولية (=9.49)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين نمط استخدام الانترنت والمستوى التعليمي.

60- الفترات المفضلة لاستخدام الانترنت لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (60): يوضح الفترات المفضل استخدام الانترنت فيها.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	27	15.79	32	16.00	33	20.12	92	17.20
الظهرية	10	5.85	22	11.00	26	15.85	58	10.84
المسائية	66	38.60	61	30.50	53	32.32	180	33.65
الليلية	37	21.64	38	19.00	21	12.81	96	17.94
غير محدد	31	18.12	47	23.50	31	18.90	109	20.37
المجموع	171	100	200	100	164	100	535	100
	ك ₂ المحسوبة = 16.232				ك ₂ الجدولية = 15.51			

يتضح من بيانات الجدول أن أكثر أفراد العينة يفضلون استخدام الانترنت في الفترة المسائية بنسبة 33.65%، تليهم فئة الذين ليس لهم وقت محدد لاستخدام الانترنت بنسبة 20.37%، ثم الذين يفضلون استخدام الانترنت في الفترة الليلية بنسبة 17.94%، والتي تتقارب كثيراً مع نسبة الذين يفضلون استخدام الانترنت في الفترة الصباحية بـ 17.20%، بينما نجد أن 10.84% من أفراد العينة فقط يفضلون استخدام الانترنت في فترة الظهرية. ذلك أن هذا الوقت يكون في العادة وقت استراحة وتناول وجبة الغداء.

ويمكن تفسير تفضيل أفراد العينة الفترة المسائية لاستخدام الانترنت إلى أنها فترة الخروج من العمل والتخلص من ارتباطاته على العموم، ولذلك فهم متفرغون للولوج إلى مواقعها لتحقيق أهدافهم المتعددة، كما تعتبر نسبة معتبرة من أفراد العينة أنه لا توجد أوقات محددة لديهم لاستخدام الانترنت، وذلك لانشغالهم بالعمل وبعض الواجبات العائلية في بعض الأحيان، مما يجعلهم يستخدمون الانترنت حسب الظروف الخاصة بهم، وحسب حاجتهم الملحة للاستفادة من محتوياتها، خاصة أن هذه الخدمة أصبحت متاحة في كل الأوقات عموماً لدى العديد من أفراد عينة النخبة المثقفة، من خلال الربط بشبكة الانترنت في حواسيبهم الشخصية أو في منازلهم، وليسوا مرتبطين بالتنقل إلى مقاهي الانترنت أو الانتظار طويلاً للاستفادة منها في أماكن العمل، ولذلك لا يمكن ضبط الاستخدام لديهم بوقت محدد.

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة يتبين لنا وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة في الفترات المفضلة لاستخدام الانترنت، إلا من حيث الترتيب الأول الذي تحتله الفترة المسائية بالنسبة لكل أنواع النخبة المثقفة.

فبالنسبة للنخبة الأكاديمية تمثل الفترة المسائية أعلى نسبة من حيث الأفضلية لاستخدام الانترنت بـ 38.60 %، ثم الفترة الليلية بنسبة 21.64 %، يليها عدم وجود فترة محددة مفضلة لاستخدام الانترنت بنسبة 18.12 %، فالفترة الصباحية بنسبة 15.79 %، بينما تمثل فترة الظهيرة أدنى نسبة من حيث الأفضلية لاستخدام الانترنت بـ 5.85 % من مجموع الفئة.

أما بالنسبة للنخبة المتخصصة فتشكل الفترة المسائية أعلى نسبة من حيث الأفضلية لاستخدام الانترنت بـ 30.50 %، يليها عدم وجود فترة محددة مفضلة لاستخدام الانترنت بنسبة 23.50 %، ثم الفترة الليلية بنسبة 19.00 %، فالفترة الصباحية بنسبة 16.00 %، بينما تمثل فترة الظهيرة أدنى نسبة من حيث الأفضلية لاستخدام الانترنت بـ 11.00 % من مجموع الفئة.

في حين يفضل أكثر مبحوثي فئة النخبة المبدعة استخدام الانترنت في الفترة المسائية بنسبة 32.32 %، ثم الفترة الصباحية بنسبة 20.12 %، يليها عدم وجود فترة محددة مفضلة لاستخدام الانترنت بنسبة 18.90 %، ثم فترة الظهيرة بنسبة 15.85 %، بينما تمثل الفترة الليلية أدنى نسبة من حيث الأفضلية لاستخدام الانترنت بـ 12.81 % من مجموع الفئة.

ومن خلال القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتضح وجود اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقاتها بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت. ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كما نجد كما المحسوبة (=16.232) أكبر تماما من كما الجدولية (=15.51)، وبذلك نثبت الفرض القائل بوجود علاقة تأثيرية بين نوع النخبة المثقفة والفترات المفضلة لاستخدام الانترنت.

61- علاقة الجنس بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (61): يوضح علاقة الجنس بالفترات المفضل استخدام الانترنت فيها.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصباحية	52	19.19	40	15.15	92	17.20
الظهيرة	30	11.07	28	10.61	58	10.84
المسائية	94	34.69	86	32.57	180	33.65
الليلية	54	19.93	42	15.91	96	17.94
غير محدد	41	15.12	68	25.76	109	20.37
المجموع	271	100	264	100	535	100
	كما المحسوبة = 10.088		كما الجدولية = 9.49			

يتضح من الجدول أنه توجد فروق بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقاتها بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت، إلا من حيث الفترة المسائية التي يفضلها أكثر المبحوثين من

الذكور والإناث على السواء لاستخدام الانترنت بنسبتي 34.69% و 32.57% على التوالي، وكذا فترة الظهيرة التي تأتي في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 11.07% و 10.61% على التوالي، في حين تختلف الفئتان في ترتيب الفترات الأخرى من حيث الأفضلية.

فبالنسبة لفئة الذكور تأتي الفترة الليلية بعد الفترة المسائية في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية لاستخدام الانترنت بنسبة 19.93%، ثم الفترة الصباحية بنسبة 19.19%، تليها نسبة الباحثين الذين يستخدمون الانترنت في أوقات غير محددة في الترتيب ما قبل الأخير -الرابع- ب 15.12% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الإناث فتأتي عينة الدراسة التي تستخدم الانترنت في أوقات غير محددة في الترتيب الثاني بعد الفترة المسائية بنسبة 25.76%، ثم الفترة الليلية بنسبة 15.91%، تليها الفترة الصباحية في الترتيب ما قبل الأخير -الرابع- بنسبة مقاربة بلغت 15.15% من مجموع الفئة.

ويمكن إرجاع هذا التباين في الفترات المفضلة لاستخدام الانترنت بين فئات الذكور والإناث إلى أن لكل فئة ظروفها الخاصة وأوقات فراغ مختلفة، كما أن عينة النخبة المثقفة يعتمدون على وسائل الإعلام الأخرى، التي تبث محتويات ومضامين إعلامية تلي حاجات ودوافع أساسية لديها، والتي يتعذر إعادة مشاهدتها أو الاستماع إليها إذا لم يتم التقيد بمواعيدها الثابتة، على خلاف الانترنت التي يمكن تأجيل استخدامها إلى مواعيد يحددها المستخدم لا الوسيلة الإعلامية بما يتلاءم مع ظروفه، خاصة أن المثقف كما بينت النتائج السابقة يميل إلى الاعتماد والاستفادة من كل وسائل الإعلام.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية يتبين وجود اختلاف بين الجنسين في علاقتهما بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك₂ حيث نجد ك₂ المحسوبة (=10.088) أكبر من ك₂ المستخرجة من الجدول الإحصائي (=9.49)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين الذكور والإناث والفترات المفضلة لاستخدام الانترنت.

62- علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (62): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالفترات المفضل استخدام الانترنت فيها.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الصباحية	22	14.67	31	15.66	39	20.85	92	17.20	
الظهرية	12	8.00	18	9.09	28	14.97	58	10.84	
المسائية	49	32.67	79	39.90	52	27.81	180	33.65	
الليلية	32	21.33	27	13.64	37	19.79	96	17.94	
غير محدد	35	23.33	43	21.71	31	16.58	109	20.37	
المجموع	150	100	198	100	187	100	535	100	
كافة المحسوبة = 16.652				كافة الجدولية = 15.51					

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أنه توجد بعض الاختلافات بين المستويات التعليمية في علاقتها بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت، حيث جاءت الفترة المسائية في الترتيب الأول من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 32.67%، وبنسبة 39.90% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 27.81% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

كما جاء استخدام الانترنت في فترات غير محددة في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 23.33%، وبنسبة 21.71% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، في حين احتل أفراد العينة الذين يستخدمون الانترنت في فترات غير محددة من الحاصلين على درجة الدكتوراه الترتيب الرابع بنسبة 16.58% من مجموع الفئة.

وجاءت الفترة الليلية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 21.33% و 19.79% على التوالي، في حين جاءت في الترتيب الرابع بنسبة 13.64% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير.

أما الفترة الصباحية فتحتل الترتيب الرابع بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 14.67%، بينما جاءت في الترتيب الثالث بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 15.66%، وفي الترتيب الثاني بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 20.85% من مجموع الفئة.

في حين جاءت فترة الظهيرة في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 8.00%، وبنسبة 9.09% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 14.97% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

وبتطبيق اختبار كا2 حيث أن كا2 المحسوبة (=16.652) أكبر من كا2 الجدولية (=15.51)، يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في الفترات المفضلة لاستخدام الانترنت.

63- نوع المواقع الإلكترونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (63): يوضح نوع المواقع الإلكترونية المفضلة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المواقع العربية	33	33.00	22	22.00	33	33.00	88	29.33
المواقع الأجنبية	11	11.00	09	9.00	06	6.00	26	8.67
الاثنين معا	56	56.00	69	69.00	61	61.00	186	62.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
	كا2 المحسوبة = 05.599				كا2 الجدولية = 9.49			

نستشف من خلال الأرقام الواردة بالجدول أن أغلب أفراد العينة يفضلون المواقع العربية والأجنبية معاً، وهذا بنسبة 62.30%، وحصلت المواقع العربية على تفضيل كبير للاستخدام مقارنة بالمواقع الأجنبية بنسبة معتبرة قدرت بـ 29.33% مقابل 8.67% فقط للمواقع الأجنبية.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن عينة النخبة المثقفة يستعملون لغات مختلفة للاستفادة من شبكة الانترنت، ذلك أن المثقف يحتاج للإطلاع المستمر على ما تقدمه كل المواقع الإلكترونية العربية منها والأجنبية من تدفق معلوماتي كبير يساعده على رؤية الموضوعات والقضايا بطريقة واضحة ومعقدة وشاملة، فالانترنت وسيلة هامة وفاعلة تساعد على نشر المعرفة، وهو ما يؤهلها لتحقيق التنمية في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية.

كما أن الإقبال المعتبر على المواقع العربية على حساب المواقع الأجنبية مؤشر هام يدل على التطور الكبير الذي وصلت إليه المواقع العربية من حيث عددها وتنوعها ومستواها الجيد الذي يمكن أفراد العينة من تلبية الكثير من حاجاتهم، كما يساهم في تعزيز مشروعات التنمية في الدول العربية من خلال استغلال القوة الهائلة التي توفرها الانترنت في توزيع المعرفة وتطويرها. "حيث تسعى الدول العربية لتعزيز قدرات الإعلام

العربي عبر استخدام شبكة الانترنت وإثراء محتواه، وعلى رأسها دولة الإمارات العربية المتحدة، من خلال الدعم الفاعل والنشط في مجال توسيع دائرة انتشار الانترنت، وتطوير محتوى عربي عالي الجودة ونشره،

ليتسنى بذلك ردم الهوة الرقمية¹. إلا أن المواقع الإلكترونية العربية لا تزال على العموم محدودة، وغير كافية لتلبية كل حاجيات النخبة المثقفة المستخدمة للانترنت رغم كثرتها وتعدد اهتماماتها. كما تأتي المواقع الأجنبية بنسبة ضعيفة من حيث تعرض الباحثين لها، ويعزى ذلك ربما إلى أنها تصدر باللغة الأجنبية، وتنخفض نسبة النخبة المثقفة الجزائرية التي تجيد لغات أجنبية، "ذلك أن اللغات الأجنبية خاصة اللغة الإنجليزية تسيطر في المرتبة الأولى على ما نسبته 31% من إجمالي المواقع القائمة على شبكة الانترنت، حيث أن البنى التحتية للصناعات التكنولوجية بالأساس هي جزء من التقدم التكنولوجي الغربي"². وتتسق هذه النتيجة مع نتيجة الجدول رقم (15) الخاص بالصحف المفضل قراءتها لدى النخبة المثقفة ونتيجة الجدول رقم (33) الخاص بالمحطات الإذاعية المفضل الاستماع إليها لدى النخبة المثقفة، ونتيجة الجدول رقم (51) الخاص بالقنوات التلفزيونية المفضل مشاهدتها لدى النخبة المثقفة، التي تبين الاعتماد الضعيف لعينة الدراسة على وسائل الإعلام الأجنبية المقروءة والمسموعة والمرئية.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ عدم وجود فروق بينها في علاقتها بالمواقع الإلكترونية من حيث الأفضلية، حيث يفضل معظم أفراد العينة المواقع العربية والأجنبية معا بنسبة 56.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و69.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و61.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

أما المواقع الإلكترونية العربية فتأتي في الترتيب الثاني من حيث الأفضلية بنسبة 33.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و22.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و33.00% بالنسبة للنخبة المبدعة. في حين جاءت المواقع الإلكترونية الأجنبية في الترتيب الثالث من حيث الأفضلية بنسبة 11.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و9.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و6.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية يتبين عدم وجود اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالمواقع الإلكترونية المفضلة، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=05.599) أقل من ك₂ الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ونوع المواقع الإلكترونية من حيث الأفضلية.

¹. أحمد جلفار: الإعلام العربي في عصر المعلومات (تعزيز الإعلام العربي عبر الانترنت)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2006، ص:214.

². عزام أبو الحمام: المرجع السابق، ص:155.

64- علاقة الجنس بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (64): يوضح علاقة الجنس بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك		
29.33	88	40.28	58	19.23	30	المواقع العربية	
8.67	26	8.33	12	8.97	14	المواقع الأجنبية	
62.00	186	51.39	74	71.80	112	الاثنين معا	
100	300	100	144	100	156	المجموع	
ك2 الجدولية = 5.99				ك2 المحسوبة = 16.373			

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أنه يوجد تباين بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالمواقع الإلكترونية من حيث الأفضلية، إذ يحتل استخدام المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية معا المرتبة الأولى بأعلى نسبة لدى كل من الذكور والإناث بـ 71.80% و 51.39% على التوالي، في حين تأتي المواقع الإلكترونية العربية في المرتبة الثانية بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 19.23% و 40.28% على التوالي، أما المواقع الإلكترونية الأجنبية فجاءت في المرتبة الأخيرة بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 8.97% و 8.33% على التوالي.

كما يتبين من خلال توزيع النسب أن فئة الإناث أكثر تفضيلاً للمواقع الإلكترونية العربية من فئة الذكور، ويرجع ذلك إلى اعتقاد الإناث بأن المواقع العربية تتوفر على كم هائل من المعلومات والصور عن الواقع العربي وتعالج مواضيع تتعلق بالمرأة والمجتمع من زاوية ورؤيا عربية إسلامية محافظة.

وبحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، نجد أن ك2 المحسوبة (= 16.373) أكبر من ك2 الجدولية (= 5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين الجنسين في علاقتهما بالمواقع الإلكترونية المترادة.

65- علاقة المستوى التعليمي بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (65): يوضح علاقة المستوى التعليمي بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
29.33	88	7.95	07	33.59	43	45.24	38	المواقع العربية
8.67	26	13.64	12	7.81	10	4.76	04	المواقع الأجنبية
62.00	186	78.41	69	58.60	75	50.00	42	الاثنين معا
100	300	100	88	100	128	100	84	المجموع
ك2 الجدولية = 9.49				ك2 المحسوبة = 31.853				

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة من الحاصلين على شهادة الليسانس، والحاصلين على درجة الماجستير، والحاصلين على درجة الدكتوراه، من حيث المواقع الإلكترونية المفضلة، حيث تمثل نسبة أفراد العينة الذين يفضلون ارتياد المواقع العربية والأجنبية معا أعلى قيمة بـ 50.00% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 58.60% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة أكبر بلغت 78.41% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين احتلت المواقع الإلكترونية العربية المرتبة الثانية بنسبة معتبرة بلغت 45.24% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة مقاربة بلغت 37.30% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.95% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

أما المواقع الإلكترونية الأجنبية فاحتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 4.76% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 7.81% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، في حين جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 13.64% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه.

ومنه نستنتج أن فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه تفضل ارتياد المواقع الإلكترونية الأجنبية أكثر من فئات الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على شهادة الليسانس، ربما يرجع ذلك إلى أنها تتحكم أكثر في اللغات الأجنبية، التي تدخل ضمن المؤهلات والقدرات الواجب توفرها لفهم الرسالة ومعانيها ودلالاتها، والتي تم اكتسابها بسبب المستوى العالي من التعليم والخبرات الواسعة المكتسبة.

أما بالنسبة للعلاقة بين المستويات التعليمية والمواقع الإلكترونية من حيث الأفضلية فنجد أن ك² المحسوبة (=31.853) أكبر من ك² الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نثبت الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ونوع المواقع الإلكترونية المفضلة.

66- دوافع استخدام النخبة المثقفة للانترنت:

جدول رقم (66): يوضح دوافع استخدام الانترنت.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
معرفة الأخبار المحلية	18	4.07	16	4.82	29	8.29	63	5.61	
معرفة الأخبار الدولية	46	10.40	36	10.84	42	12.00	124	11.03	
اكتساب معارف ومهارات جديدة	59	13.35	55	16.57	44	12.57	158	14.06	
البحث العلمي	100	22.62	65	19.58	41	11.71	206	18.33	
البحث عن فرص عمل	06	1.36	04	1.20	26	7.43	36	3.20	
المتعة و الترفيه	14	3.17	16	4.82	24	6.86	54	4.81	
المشاركة و التعبير عن آرائك	33	7.47	27	8.13	30	8.57	90	8.01	
إقامة علاقات اجتماعية افتراضية	19	4.30	11	3.32	22	6.28	52	4.63	
الشراء و التسوق	14	3.17	09	2.71	07	2.00	30	2.67	
مواكبة التطور التكنولوجي	31	7.01	33	9.94	35	10.00	99	8.80	
الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين	43	9.73	29	8.73	10	2.86	82	7.29	
الاطلاع على المعلومات في كل المجالات	59	13.35	31	9.34	40	11.43	130	11.56	
المجموع	442	100	332	100	350	100	1124	100	
كا2 المحسوبة= 80.359				كا2 الجدولية= 33.92					

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أن أكثر أفراد العينة يستخدمون الانترنت بدافع البحث العلمي بنسبة 18.33%، يليه دافع اكتساب معارف ومهارات جديدة بنسبة 14.06%، ثم دافع الاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 11.56%، يأتي بعده الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار الدولية بنسبة 11.03%، ثم الدافع المتعلق بمواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 8.80%، يليه دافع المشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 8.01%، ثم دافع الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 7.29%، يأتي بعده الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية بنسبة 5.61%، ثم دافع المتعة والترفيه بنسبة 4.81%، يليه الدافع المتعلق بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 4.63%، ثم دافع البحث عن فرص عمل بنسبة 3.20%، وفي الترتيب الأخير يأتي الدافع المتعلق بالشراء والتسوق بنسبة 2.67% من مجموع الباحثين.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الانترنت تستطيع إشباع العديد من الدوافع، وهذا أمر منطقي بالنظر إلى إمكانات الانترنت كمصدر أساسي للمعرفة والمعلومات سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو صوتية، خاصة أنها أصبحت من أبرز الإنجازات البشرية حالياً، التي ساهمت في تحقيق سهولة البحث والاتصال والتواصل مع الآخرين، وإثراء الرصيد المعرفي والمعلوماتي للنخبة المثقفة في المجالات المختلفة، وإتاحة فرص متعددة لاستغلال أوقات الفراغ، مما يحقق للمتصلين المتفاعلين كفاءة عالية في تحقيق

أهداف الاتصال بتوفير فرص هائلة للاختيار والانتقاء. إلا أن دافع البحث العلمي يأتي في قمة اهتمامات عينة النخبة المثقفة، ذلك أن معظمهم يقومون بإعداد دراسات علمية من أجل استكمال أو مواصلة الدراسة أو لحاجة مهنية، فالمثقف مهما كان ميدان عمله بحاجة للاطلاع على آخر الدراسات ونتائجها، ومن جهة أخرى القيام بدراسات تفيد المجتمع وتسلب الضوء على أهم الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فيه، كل من منطلق تخصصه. كما يعتبر الهدف المتعلق باكتساب معارف ومهارات جديدة من أهم أهداف النخبة المثقفة من استخدام الانترنت، ذلك أن الشبكة العنكبوتية حالياً أصبحت وسيلة أساسية وضرورية للحصول على المعرفة والمعلومات الجديدة بأقل التكاليف المادية والزمنية، من خلال ما توفره خدماتها الحديثة.

وتتنفق هذه النتيجة مع دراسة نبيل الطهراوي التي توصلت إلى أن الانترنت تحظى باستخدام مرتفع لدى أفراد النخبة الفلسطينية في ظروف الأزمات وفي الظروف العادية وأن مواقع الانترنت جاءت كأولى الوسائل في دوافع المعرفة.¹

والملاحظ من خلال نتائج هذا الجدول، ومقارنة بنتائج الجدول رقم (12) الخاص بهدف النخبة المثقفة من قراءة الصحف، والجدول رقم (30) الخاص بالهدف من الاستماع للبرامج الإذاعية، والجدول رقم (48) الخاص بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية، أن دافع المتعة والترفيه جاء بنسب منخفضة بالنسبة لكل الوسائل الإعلامية (الصحف، الإذاعة، التلفزيون، الانترنت) لدى عينة الدراسة، ذلك أن أفراد النخبة المثقفة غالباً ما تكون مشاغلمهم كثيرة، لذا فهم يقضون معظم أوقاتهم المخصصة لاستخدام وسائل الإعلام في متابعة المحتويات القيمة التي تقدم لهم منفعة وفائدة معرفية في حياتهم.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة على حده، نلاحظ وجود فروق بينها في علاقتها بدوافع استخدام الانترنت، إذ بالنسبة للنخبة الأكاديمية يمثل دافع البحث العلمي أعلى نسبة بـ 22.62%، ذلك أن اهتمامات الأستاذ الجامعي في حياته العلمية والأكاديمية قائمة أساساً على مواكبة المستجدات العلمية، ودراسة أهم القضايا والمشكلات التي تواجه المجتمع في رهنه، يليه دافع اكتساب معارف ومهارات جديدة ودافع الاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 13.35% لكل منهما بالتساوي، ثم الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار الدولية بنسبة 10.41%، يأتي بعده الدافع المتعلق بالحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 9.73%، ثم دافع المشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 7.47%، يليه الدافع المتعلق بمواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 7.01%، فالدافع المتعلق بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 4.30%، ثم الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية بنسبة 4.07%، يليه دافع المتعة والترفيه ودافع الشراء والتسوق بنسبة 3.17% لكل منهما بالتساوي، بينما يمثل دافع البحث عن فرص عمل أدنى نسبة بـ 1.36% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة للنخبة المتخصصة فيمثل كذلك دافع البحث العلمي أعلى نسبة بـ 19.58%، فالأطباء والقانونيون والمديرون والمهنيون عموماً بحاجة دائمة للبحث والإطلاع على نتائج الدراسات التي تجرى في البلدان الأخرى خاصة المتقدمة، للاستفادة منها في حل المشكلات المهنية التي تصادفهم في

¹. نبيل حسن الطهراوي: المرجع السابق، ص ص: 141-142.

العمل، يليه دافع اكتساب معارف ومهارات جديدة بنسبة 16.57%، ثم الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار الدولية بنسبة 10.40%، ثم الدافع المتعلق بمواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 9.94%، فالدافع المتعلق بالاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 9.34%، يليه دافع الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 8.73%، ثم دافع المشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 8.13%، وفي الترتيب الموالي يأتي الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية ودافع المتعة والترفيه بنسبة 4.82% لكل منهما بالتساوي، ثم الدافع المتعلق بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 3.32%، يليه دافع الشراء والتسوق بنسبة 2.71%، في حين يمثل دافع البحث عن فرص عمل أدنى نسبة بـ 1.20% من مجموع الفئة.

وبالنسبة للنخبة المبدعة يمثل دافع اكتساب معارف ومهارات جديدة أعلى نسبة بـ 12.57%، ذلك أن المبدع بحاجة دائمة للاطلاع على تجارب الآخرين في المجال الثقافي والإبداعي، للاستفادة منها في تحسين الإنتاج الفكري والفني والثقافي، يليه الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار الدولية بنسبة 12.00%، ثم دافع البحث العلمي بنسبة 11.71%، فالدافع المتعلق بالاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 11.43%، يليه دافع مواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 10.00%، ثم دافع المشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 8.57%، يأتي بعده الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية بنسبة 8.29%، فالدافع المتعلق بالبحث عن فرص عمل بنسبة 7.43%، ثم دافع المتعة والترفيه بنسبة 6.86%، يليه الدافع المتعلق بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 6.28%، فالدافع المتعلق بالحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 2.86%، في حين يمثل دافع الشراء والتسوق أدنى نسبة بـ 2.00% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية يتبين وجود اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بدوافع استخدام الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك α_2 بين المتغيرين، فنجد أن ك α_2 المحسوبة (=80.359) أكبر من ك α_2 الجدولية (=33.92)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ودوافع استخدام الانترنت.

67- علاقة الجنس بدوافع استخدام النخبة المثقفة للانترنت:

جدول رقم (67): يوضح علاقة الجنس بدوافع استخدام الانترنت.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك		
5.61	63	5.23	29	5.98	34	معرفة الأخبار المحلية	
11.03	124	11.17	62	10.90	62	معرفة الأخبار الدولية	
14.06	158	15.49	86	12.65	72	اكتساب معارف ومهارات جديدة	
18.33	206	18.74	104	17.93	102	البحث العلمي	
3.20	36	4.68	26	1.76	10	البحث عن فرص عمل	
4.81	54	5.41	30	4.22	24	المتعة و الترفيه	
8.01	90	6.13	34	9.84	56	المشاركة و التعبير عن آرائك	
4.63	52	3.60	20	5.62	32	إقامة علاقات اجتماعية افتراضية	
2.67	30	2.52	14	2.81	16	الشراء و التسوق	
8.80	99	9.01	50	8.61	49	مواكبة التطور التكنولوجي	
7.29	82	6.49	36	8.08	46	الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين	
11.56	130	11.53	64	11.60	66	الاطلاع على المعلومات في كل المجالات	
100	1124	100	555	100	569	المجموع	
كا2 الجدولية = 19.68				كا2 المحسوبة = 18.804			

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بدوافع استخدام الانترنت. حيث أن الباحثين من الجنسين يتفقون في ترتيبهم لبعض دوافعهم من استخدام الانترنت، فنجد دافع البحث العلمي يحتل الترتيب الأول بالنسبة للذكور والإناث بنسبتي 17.93% و 18.74% على التوالي، كما جاء دافع اكتساب معارف ومهارات جديدة في الترتيب الثاني بالنسبة للذكور والإناث بنسبتي 12.65% و 15.49% على التوالي، وفي الترتيب الثالث يأتي الدافع المتعلق بالاطلاع على المعلومات في كل المجالات بالنسبة للذكور والإناث بنسبتي 11.60% و 11.53% على التوالي، كما احتل الترتيب الرابع الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار الدولية بالنسبة للذكور والإناث بنسبتي 10.90% و 11.17% على التوالي، وفي الترتيب الثامن يأتي الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية بالنسبة للذكور والإناث بنسبتي 5.98% و 5.23% على التوالي.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب الجنسين لبعض الآخر من دوافع استخدام الانترنت، حيث جاء دافع المشاركة والتعبير عن الآراء في الترتيب الخامس بالنسبة لفقئة الذكور بنسبة 9.84%، بينما جاء في الترتيب السابع بالنسبة لفقئة الإناث بنسبة 6.13%، كما جاء دافع مواكبة التطور التكنولوجي في الترتيب السادس بالنسبة لفقئة الذكور بنسبة 6.13%، بينما جاء في الترتيب الخامس بالنسبة لفقئة الإناث بنسبة 9.01%، ويأتي الدافع المتعلق بالحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين

في الترتيب السابع بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 8.08%، في حين جاء في الترتيب السادس بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 6.49%، وفي الترتيب التاسع يأتي الدافع المتعلق بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 5.62%، بينما جاء في الترتيب ما قبل الأخير -الترتيب الحادي عشرة- بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 3.60%، أما الدافع المتعلق بالمتعة والترفيه فجاء في الترتيب العاشر بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 4.22%، في حين جاء في الترتيب الثامن بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 5.41%، كما يأتي دافع الشراء والتسوق في الترتيب ما قبل الأخير -الترتيب الحادي عشرة- بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 2.81%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 2.52%، أما الدافع المتعلق بالبحث عن فرص عمل فاحتل المرتبة الأخيرة بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 1.76%، في حين احتل الترتيب العاشر بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 4.68% من مجموع الفئة.

لكن بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين يتضح أن هذه الفروق ظاهرية فقط، حيث أن ك₂ المحسوبة (=18.804) أقل من ك₂ الجدولية (=19.68)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير الدوافع من استخدام الانترنت.

68- علاقة المستوى التعليمي بدوافع استخدام النخبة المثقفة للانترنت:

جدول رقم (68): يوضح علاقة المستوى التعليمي بدوافع استخدام الانترنت.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
معرفة الأخبار المحلية	23	6.95	29	6.58	11	3.13	63	5.61
معرفة الأخبار الدولية	45	13.59	33	7.48	46	13.07	124	11.03
اكتساب معارف ومهارات جديدة	53	16.01	54	12.25	51	14.49	158	14.06
البحث العلمي	29	8.76	108	24.49	69	19.60	206	18.33
البحث عن فرص عمل	21	6.35	09	2.04	06	1.70	36	3.20
المتعة و الترفيه	25	7.55	15	3.40	14	3.98	54	4.81
المشاركة و التعبير عن آرائك	22	6.65	36	8.16	32	9.09	90	8.01
إقامة علاقات اجتماعية افتراضية	19	5.74	24	5.44	09	2.56	52	4.63
الشراء و التسوق	12	3.63	09	2.04	09	2.56	30	2.67
مواكبة التطور التكنولوجي	29	8.76	38	8.61	32	9.09	99	8.80
الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين	20	6.04	29	6.58	33	9.37	82	7.29
الاطلاع على المعلومات في كل المجالات	33	9.97	57	12.93	40	11.36	130	11.56
المجموع	331	100	441	100	352	100	1124	100
	ك ₂ المحسوبة= 76.480				ك ₂ الجدولية= 33.92			

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالدوافع من استخدام الانترنت. حيث

نجد بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس أن أكثر مبحوثيها يستخدمون الانترنت بدافع اكتساب معارف ومهارات جديدة بنسبة 16.01%، يليه دافع معرفة الأخبار الدولية بنسبة 13.59%، ثم الدافع المتعلق بالاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 9.97%، يأتي بعده دافع مواكبة التطور التكنولوجي ودافع البحث العلمي بنسبة 8.76% لكل منهما بالتساوي، ثم دافع المتعة والترفيه بنسبة 7.55%، يليه الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية بنسبة 6.95%، فدافع المشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 6.65%، ثم الدافع المتعلق بالبحث عن فرص عمل بنسبة 6.35%، يليه دافع الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 6.04%، وفي الترتيب ما قبل الأخير يأتي دافع إقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 5.74%، في حين يمثل دافع الشراء والتسوق أدنى نسبة بـ 3.63% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير فيستخدم أكثرهم الانترنت بدافع البحث العلمي بنسبة 24.49%، لانشغال معظمهم بالتحضير لاستكمال دراسة الدكتوراه إضافة إلى بحوث أخرى تدخل في إطار السيرة العلمية، وبفارق كبير يأتي بعده الدافع المتعلق بالاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 12.93%، يليه بنسبة مقارنة دافع اكتساب معارف ومهارات جديدة بـ 12.25%، ثم دافع مواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 8.61%، فالدافع المتعلق بالمشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 8.16%، يليه دافع معرفة الأخبار الدولية بنسبة 7.48%، يأتي بعده دافع الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين ودافع معرفة الأخبار المحلية بنسبة 6.58% لكل منهما بالتساوي، ثم الدافع المتعلق بإقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 5.44%، يليه دافع المتعة والترفيه بنسبة 3.40%، في حين يحتل الترتيب الأخير دافع البحث عن فرص عمل ودافع الشراء والتسوق بنسبة 2.04% لكل منهما بالتساوي.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه يأتي دافع البحث العلمي في الترتيب الأول بنسبة 19.60%، يليه الدافع المتعلق باكتساب معارف ومهارات جديدة بنسبة 14.49%، ثم دافع معرفة الأخبار الدولية بنسبة 13.07%، فدافع الاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 11.36%، يليه دافع الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 9.37%، ثم دافع المشاركة والتعبير عن الآراء ودافع مواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 9.09% لكل منهما بالتساوي، يأتي بعده الدافع المتعلق بالمتعة والترفيه بنسبة 3.98%، ثم الدافع المتعلق بمعرفة الأخبار المحلية بنسبة 3.13%، وفي الترتيب ما قبل الأخير يأتي دافع الشراء والتسوق ودافع إقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 2.56% لكل منهما بالتساوي، في حين يمثل دافع البحث عن فرص عمل أدنى نسبة بـ 1.70% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية يتبين وجود اختلاف بين المستويات التعليمية في علاقتها بدوافع استخدام الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط كما بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=76.480) أكبر من ك₂ الجدولية (=33.92)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير الدوافع من استخدام الانترنت.

69- طبيعة المواقع التي تزورها النخبة المثقفة في الانترنت:

جدول رقم (69): يوضح طبيعة المواقع الإلكترونية التي يزورها أفراد العينة.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
11.00	108	6.33	20	16.15	47	10.93	41	مواقع التواصل الاجتماعي	
20.37	200	20.57	65	21.31	62	19.47	73	المواقع الثقافية	
8.35	82	12.66	40	6.53	19	6.13	23	المواقع الإخبارية	
16.40	161	11.71	37	15.81	46	20.80	78	مواقع الصحف الإلكترونية	
19.75	194	14.24	45	24.74	72	20.53	77	المواقع العلمية	
1.83	18	4.43	14	1.03	03	0.27	01	مواقع المحطات الإذاعية	
13.54	133	17.09	54	4.47	13	17.60	66	مواقع المجلات الإلكترونية	
0.51	05	0.95	03	0.34	01	0.27	01	المواقع الدينية	
4.07	40	7.28	23	3.09	09	2.13	08	مواقع القنوات التلفزيونية	
4.18	41	4.74	15	6.53	19	1.87	07	المواقع الترفيهية - الألعاب -	
100	982	100	316	100	291	100	375	المجموع	
كا2 الجدولية = 28.86				كا2 المحسوبة = 107.002					

يتضح من خلال الجدول أن كل الباحثين يستفيدون من كل الخدمات التي تقدمها الانترنت حيث لا تعدم النسبة في أي منها.

إلا أنه من خلال توزيع النسب المتعلقة بمجموع الباحثين نجد أن أكثر الباحثين يزورون المواقع الثقافية بنسبة 20.37%، تليها المواقع العلمية بنسبة متقاربة بلغت 19.75%، والتي تساهم في إثراء الرصيد المعرفي للمثقف وتوسيع خبراته، ثم مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة معتبرة بلغت 16.40%، ذلك أن من خلالها يتمكن المثقف من الإطلاع على الصحف العربية والأجنبية التي يتعذر الوصول لنسختها الورقية، ثم مواقع المجلات الإلكترونية بنسبة 13.54%، حيث يتمكن المثقف من خلال شبكة الانترنت الاستفادة من العديد من المجلات بسهولة، والتي في غالب الأحيان لا تتوفر عليها المكتبات التقليدية، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة معتبرة بلغت 11.00%، إذ يستطيع من خلالها المثقف التحاور مع العديد من الشخصيات البارزة بكل حرية، كما يمكنه مواكبة الأحداث حين وقوعها والحصول على كم هائل من الأخبار والمستجدات على الساحة الوطنية والدولية، تليها المواقع الإخبارية بنسبة 8.35%، التي تهتم بنشر الأخبار والتحليلات والتحقيقات، تأتي بعدها المواقع الترفيهية بنسبة 4.18%، والتي تعكس قلة اهتمام المثقف بالمحتويات الترفيهية في شبكة الانترنت على خلاف المحتويات الجادة التي تحظى باهتمامه، وبفارق ضعيف جدا تأتي مواقع القنوات التلفزيونية في الترتيب الموالي بنسبة 4.07%، ثم مواقع المحطات الإذاعية بنسبة ضعيفة بلغت 1.83%، في حين تمثل المواقع الدينية أدنى

نسبة من حيث إقبال أفراد العينة عليها بـ 0.51% من مجموع الباحثين، ربما يرجع ذلك إلى رغبة الباحثين في الإعتماد في هذه الأمور الحساسة على النخبة الدينية من خلال قنوات الاتصال الشخصي أو من خلال وسائل الإعلام الأخرى.

ومنه نستنتج أن تفضيل عينة النخبة المثقفة للمواقع الثقافية والعلمية بالدرجة الأولى دليل على الوعي الكبير بحسن استخدام شبكة الانترنت في تنمية القدرات المعرفية والثقافية كمؤهل أساسي لتعزيز مركزها ومكانتها الاجتماعية.

ومن خلال قراءة بيانات الجدول المتعلقة بكل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده نلاحظ وجود فروق بينها في علاقتها بنوع المواقع الإلكترونية المترادة.

إذ بالنسبة للنخبة الأكاديمية يقبل أكثر مبحوثيها على مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 20.80%، تليها المواقع العلمية بنسبة متقاربة كثيرا 20.53%، ويعتبر ذلك منطقيا نظرا لطبيعة عمل النخبة الأكاديمية، والتي تعنى بالدرجة الأولى بالبحث العلمي، ثم المواقع الثقافية بنسبة معتبرة بلغت 19.47%، ما يدل على أن الأستاذ الجامعي فرد ينتمي إلى مجتمع يهتم بثقافته كما يهتم بمعرفة الثقافات الأخرى والاحتكاك بها، وهذا ما توفره الانترنت بمجدا، يأتي بعدها مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 17.60%، فمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 10.93%، ثم المواقع الإخبارية بنسبة 6.13%، تليها مواقع القنوات التلفزيونية في الترتيب الموالي بنسبة 2.13%، تأتي بعدها المواقع الترفيهية بنسبة 1.87%، في حين تحتل الترتيب الأخير مواقع المحطات الإذاعية والمواقع الدينية بنسبة ضعيفة جدا بلغت 0.27% لكل منهما بالتساوي.

ومنه نستنتج أن مواقع الصحف الإلكترونية تأتي في قمة اهتمامات فئة النخبة الأكاديمية، ذلك أنها تتمتع إضافة إلى استخدام فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة باستخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقاء الأخبار الآنية وغير الآنية ومعالجتها ونشرها بسرعة عبر الفضاء الإلكتروني. وقد أكد الباحث عبد الواحد أمين رضا في دراسته أن معظم أفراد العينة من النخبة المصرية يقبلون على مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 70.75%، وهو ما يتفق مع كثير من الدراسات التي أثبتت أن مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر مواقع الإنترنت تفضيلا.¹

كما أظهرت دراسة ميدانية بعنوان "استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية المتابعة الأحداث الحارية والإشباع المتحققة منها" للباحث محمود خلوف، أن 77.70% من عينة الدراسة ممن يستخدمون الانترنت، يعتمدون على الصحافة الإلكترونية بصفة دائمة، في مقابل 1.8% فقط لا يعتمدون عليها، وأن نسبة 61.00% من مستخدمي الصحافة الإلكترونية يفضلون هذا النوع من

¹. رضا عبد الواحد أمين: المرجع السابق، ص: 262.

الصحافة لاعتبارات عدة تمثلت في اهتمامها بالتحديث المستمر والسبق الصحفي، وإعطاء المتلقي فرصة للتعليق والرد على المادة.¹

أما بالنسبة للنخبة المتخصصة فيتعتمد أكثر مبحوثيها على المواقع العلمية في الانترنت بنسبة 24.74%، لأنها تستفيد منها في إدارة مهامها المهنية، وحل بعض القضايا العالقة في العمل، تليها المواقع الثقافية بنسبة 21.31%، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 16.15%، فمواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 15.81%، تأتي بعدها المواقع الإخبارية والمواقع الترفيهية بنسبة 6.53% لكل منهما بالتساوي، ثم مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 4.47%، تليها مواقع القنوات التلفزيونية بنسبة 3.09%، وفي الترتيب الموالي تأتي مواقع المحطات الإذاعية بنسبة 1.03%، في حين تمثل المواقع الدينية أدنى نسبة بـ 0.34% من مجموع الفئة.

وبالنسبة للنخبة المبدعة تمثل المواقع الثقافية أعلى نسبة بـ 20.57%، لأنها تساعد المبدعين على اكتساب المعارف والآداب والفنون والإبداع في المجالات المختلفة، من خلال الإطلاع بشكل مستمر على الثقافات الأخرى ومساهماتها في تفعيل النشاط الفكري والإبداعي، تليها مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 17.09%، ثم المواقع العلمية بنسبة 14.24%، فالمواقع الإخبارية بنسبة 12.66%، تليها مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 11.71%، ثم مواقع القنوات التلفزيونية بنسبة 7.28%، تأتي بعدها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 6.33%، فالمواقع الترفيهية بنسبة 4.74%، تليها مواقع المحطات الإذاعية بنسبة 4.43%، في حين تحتل المواقع الدينية الترتيب الأخير بنسبة 0.95% من مجموع الفئة.

ويبرز من خلال الجدول أن كلاً المحسوبة (=107.002) أكبر من كلاً المستخرجة من الجدول الإحصائي (=28.86)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط بين نوع النخبة ونوع المواقع الإلكترونية المرتادة.

¹. خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية (الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح)، وكالة الصحافة العربية، مصر، ط1، 2010، ص:154.

70- علاقة الجنس بطبيعة المواقع التي تزورها النخبة المثقفة في الانترنت:

جدول رقم (70): يوضح علاقة الجنس بطبيعة المواقع الإلكترونية التي يزورها أفراد العينة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك		
11.00	108	8.37	40	13.49	68	مواقع التواصل الاجتماعي	
20.37	200	21.34	102	19.45	98	المواقع الثقافية	
8.35	82	11.30	54	5.56	28	المواقع الإخبارية	
16.40	161	14.85	71	17.86	90	مواقع صحف الكترونية	
19.75	194	18.62	89	20.83	105	المواقع العلمية	
1.83	18	1.67	08	1.99	10	مواقع المحطات الإذاعية	
13.54	133	13.39	64	13.69	69	مواقع مجلات الكترونية	
0.51	05	0.42	02	0.59	03	المواقع الدينية	
4.07	40	6.07	29	2.18	11	مواقع القنوات التلفزيونية	
4.18	41	3.97	19	4.36	22	مواقع ترفيهية - الألعاب -	
100	982	100	478	100	504	المجموع	
كا2 الجدولية = 16.92				كا2 المحسوبة = 27.406			

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول أنه توجد فروق بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بنوع المواقع المرتادة، إلا أن المبحوثين من الجنسين يتفقان في ترتيبهما لبعض المواقع الإلكترونية التي يعتمدون عليها في استخدام الانترنت، حيث نجد مواقع الصحف الإلكترونية تأتي في الترتيب الثالث بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 17.86% و 14.85% على التوالي، كما جاءت مواقع المجلات الإلكترونية في الترتيب الرابع من حيث إقبال المبحوثين من الذكور والإناث بنسبتي 13.69% و 13.39% على التوالي، أما مواقع المحطات الإذاعية فتأتي في الترتيب التاسع بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتين ضعيفتين بلغتا 1.99% و 1.67% على التوالي، كما جاءت المواقع الدينية في الترتيب الأخير من حيث إقبال المبحوثين من الذكور والإناث بنسبتي 0.59% و 0.42% على التوالي.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب الجنسين للبعض الآخر من المواقع الإلكترونية في استخدامهم للانترنت، حيث تمثل المواقع العلمية أعلى نسبة من حيث إقبال مبحوثي فئة الذكور بـ 20.83%، في حين جاءت في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 18.62%، كما جاءت المواقع الثقافية في الترتيب الثاني بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 19.45%، في حين تمثل أعلى نسبة من حيث إقبال مبحوثي فئة الإناث بنسبة 21.34%، أما مواقع التواصل الاجتماعي فاحتلت الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 13.49%، في حين جاءت في الترتيب السادس من حيث إقبال مبحوثي فئة الإناث

بنسبة 8.37%، وجاءت المواقع الإخبارية في الترتيب السادس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 5.56%، في حين جاءت في الترتيب الخامس من حيث إقبال مبحوثي فئة الإناث بنسبة 11.30%، كما جاءت المواقع الترفيهية في الترتيب السابع بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 4.36%، في حين جاءت في الترتيب الثامن من حيث إقبال مبحوثي فئة الإناث بنسبة 3.97%، وجاءت مواقع القنوات التلفزيونية في الترتيب الثامن بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 2.18%، في حين جاءت في الترتيب السابع بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 6.07%.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بنوع المواقع الإلكترونية التي يزورها في وسيلة الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط κ بين المتغيرين، فنجد أن κ المحسوبة (=27.406) أكبر من κ الجدولية (=16.92)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير نوع المواقع الإلكترونية المترتبة.

71- علاقة المستوى التعليمي بطبيعة المواقع التي تزورها النخبة المثقفة في الانترنت:

جدول رقم (71): يوضح علاقة المستوى التعليمي بطبيعة المواقع الإلكترونية التي يزورها أفراد العينة.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
11.00	108	7.41	24	13.39	51	11.91	33	مواقع التواصل الاجتماعي	
20.37	200	22.53	73	21.00	80	16.97	47	المواقع الثقافية	
8.35	82	3.70	12	7.61	29	14.80	41	المواقع الإخبارية	
16.40	161	25.62	83	12.86	49	10.47	29	مواقع الصحف الإلكترونية	
19.75	194	22.53	73	18.90	72	17.69	49	المواقع العلمية	
1.83	18	0.62	02	1.84	07	3.25	09	مواقع المحطات الإذاعية	
13.54	133	12.96	42	14.43	55	13.00	36	مواقع المجالات الإلكترونية	
0.51	05	0.00	00	0.26	01	1.44	04	المواقع الدينية	
4.07	40	3.40	11	4.20	16	4.69	13	مواقع القنوات التلفزيونية	
4.18	41	1.23	04	5.51	21	5.78	16	مواقع ترفيهية - الألعاب -	
100	982	100	324	100	381	100	277	المجموع	
ك κ الجدولية = 28.86				ك κ المحسوبة = 82.006					

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتها بالدوافع من استخدام الانترنت. حيث نجد بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس أن أكثر مبحوثيها يزورون المواقع العلمية في استخدامهم للانترنت بنسبة 17.69%، تليها المواقع الثقافية بنسبة 16.97%، ثم المواقع الإخبارية

بنسبة 14.80%، تليها مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 13.00%، فمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 11.91%، ثم مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 10.47%، تأتي بعدها المواقع الإلكترونية الأخرى بنسب ضعيفة ومتقاربة على التوالي، المواقع الترفيهية بنسبة 5.78%، ثم مواقع القنوات التلفزيونية بنسبة 4.69%، تليها مواقع المحطات الإذاعية بنسبة 3.25%، وفي الترتيب الأخير جاءت المواقع الدينية بنسبة 1.44% من مجموع الفئة.

وبالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير تمثل المواقع الثقافية أعلى نسبة بـ 21.00%، ثم المواقع العلمية بنسبة 18.90%، تليها مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 14.43%، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 13.39%، فمواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 12.86%، تأتي بعدها المواقع الإخبارية بنسبة 7.61%، ثم المواقع الإلكترونية الأخرى بنسب ضعيفة على التوالي، المواقع الترفيهية بنسبة 5.51%، فمواقع القنوات التلفزيونية بنسبة 4.20%، تليها مواقع المحطات الإذاعية بنسبة 1.84%، وفي الترتيب الأخير تأتي المواقع الدينية بنسبة 0.26% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه نجد أن أكثر مبحوثيها يزورون مواقع الصحف الإلكترونية في استخدامهم للانترنت بنسبة معتبرة مقارنة بالفئات الأخرى بلغت 25.62%، تليها المواقع العلمية والمواقع الثقافية بنسبة 22.53% لكل منهما بالتساوي، ثم مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 12.96%، فمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 7.41%، في حين يقل اهتمام الحاصلين على درجة الدكتوراه بالمواقع الإلكترونية الأخرى التي جاءت بنسب ضعيفة على التوالي، المواقع الإخبارية بنسبة 3.70%، ثم مواقع القنوات التلفزيونية بنسبة 3.40%، فالمواقع الترفيهية بنسبة 1.23%، ثم المواقع الدينية بنسبة 0.62%، كما تنعدم نسبة المقبلين على المواقع الدينية بـ 0.00% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين المستويات التعليمية في علاقتها بنوع المواقع الإلكترونية التي يزورها في وسيلة الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=82.006) أكبر من ك₂ الجدولية (=28.86)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير نوع المواقع الإلكترونية المرتادة.

72- أشكال التفاعلية التي شاركت من خلالها النخبة المثقفة على الانترنت:

جدول رقم (72): يوضح أشكال التفاعلية في الانترنت التي شارك من خلالها أفراد العينة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خدمة البريد الإلكتروني	95	31.36	83	37.73	94	32.19	272	33.37
خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي	15	4.95	12	5.45	13	4.45	40	4.91
خدمة القوائم البريدية	45	14.85	29	13.18	24	8.22	98	12.02
المشاركة في غرف الحوار	12	3.96	33	15.00	45	15.41	90	11.04
خدمة المراسل	18	5.94	15	6.82	28	9.59	61	7.49
التدوين	46	15.18	07	3.18	32	10.96	85	10.43
المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي	72	23.76	41	18.64	56	19.18	169	20.74
المجموع	303	100	220	100	292	100	815	100
كافة المحسوبة = 52.395					كافة الجدولية = 21.03			

نلاحظ من خلال الجدول أن خدمة البريد الإلكتروني تمثل أعلى نسبة كأهم أشكال التفاعلية التي شارك من خلالها الباحثون على الانترنت بـ 33.37%، تليها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 20.74%، ثم خدمة القوائم البريدية بنسبة 12.02%، تأتي بعدها المشاركة في غرف الحوار بنسبة 11.04%، فالتدوين بنسبة 10.43%، ثم خدمة المراسل بنسبة 7.49%، في حين تمثل خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي أدنى نسبة بـ 4.91% من مجموع الباحثين. ويتوقف ذلك على العموم على درجة التحكم في استخدام أشكال التفاعلية.

ويعتبر البريد الإلكتروني الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة من بين أشكال التفاعلية الأخرى، لاتسام هذه الخدمة بالفورية والتبادل السريع، كما تسهل الاتصال ونقل الملفات، وتبادل الكثير من المعلومات المفيدة، وهي مستعملة في مختلف الخدمات الأخرى.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ وجود فروق بينها في علاقتها بأشكال التفاعلية التي شاركت من خلالها على الانترنت، إلا أن أفراد عينة النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة تتفق في ترتيبها لبعض أشكال التفاعلية على الانترنت، حيث نجد أن أكثر الباحثين يتفاعلون من خلال خدمة البريد الإلكتروني بنسبة 31.36% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و37.73% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و32.19% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما تأتي المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة 23.76% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و18.64% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و19.18% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما خدمة المراسل فتحتل الترتيب الخامس بنسبة 5.94% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و6.82% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و9.59% بالنسبة للنخبة المبدعة.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب فئات النخبة المثقفة للبعض الآخر من أشكال التفاعلية على الانترنت، حيث جاءت خدمة التدوين في الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة الأكاديمية بنسبة 15.18%، وفي الترتيب الرابع بنسبة أقل 10.96% بالنسبة للنخبة المبدعة، وفي الترتيب الأخير بنسبة 3.18% بالنسبة للنخبة المتخصصة، ويدل ذلك على أن الأساتذة الجامعيين هم أكثر اهتماماً بالتدوين، لما يتمتع به من ديناميكية كبيرة في علاقة المدونين بالقراء، حيث تطرح من خلاله القضايا الحساسة والجادة والمصيرية، وتعرض على الرأي العام لمناقشتها من أجل إشراك الجميع للمساهمة واقتراح الحلول المناسبة، كما جاءت خدمة القوائم البريدية في الترتيب الرابع بنسبة 14.85% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و13.18% بالنسبة للنخبة المتخصصة، في حين جاءت في الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بنسبة 8.22% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي فتأتي في الترتيب السادس بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة بنسبتي 4.95% و5.45% على التوالي، بينما تأتي في الترتيب الأخير بنسبة مقاربة بلغت 4.45% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما جاءت خدمة المشاركة في غرف الحوار في الترتيب الأخير بنسبة 3.96% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة بنسبتي 15.00% و15.41% على التوالي، وهذا ما يعكس قلة اهتمام النخبة الأكاديمية بالردود على شبكة الانترنت على خلاف باقي الفئات.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بأشكال التفاعلية التي تشارك من خلالها على الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=52.395) أكبر من ك2 الجدولية (=21.03)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير أشكال التفاعلية على الانترنت.

73- علاقة الجنس بأشكال التفاعلية التي شاركت من خلالها النخبة المثقفة على الانترنت:

جدول رقم (73): يوضح علاقة الجنس بأشكال التفاعلية في الانترنت التي شارك من خلالها أفراد العينة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك		
33.37	272	32.72	124	33.95	148	خدمة البريد الإلكتروني	
4.91	40	6.33	24	3.67	16	خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي	
12.02	98	15.57	59	8.94	39	خدمة القوائم البريدية	
11.04	90	12.14	46	10.09	44	المشاركة في غرف الحوار	
7.49	61	7.92	30	7.11	31	خدمة المراسل	
10.43	85	7.65	29	12.84	56	التدوين	
20.74	169	17.67	67	23.40	102	المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي	
100	815	100	379	100	436	المجموع	
ك2 الجدولية = 12.59				ك2 المحسوبة = 19.795			

يتبين من خلال البيانات الواردة في الجدول أنه توجد فروق بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بأشكال التفاعلية التي شاركا من خلالها على الانترنت، إلا أن المبحوثين من الجنسين يتفقون في ترتيبهم لبعض أشكال التفاعلية، حيث نجد خدمة البريد الإلكتروني تمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بـ 33.95% و 32.72% على التوالي، كما جاءت المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 23.40% و 17.67% على التوالي، أما خدمة المشاركة في غرف الحوار فتأتي في الترتيب الرابع بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 10.09% و 12.14% على التوالي، كما جاءت خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي في الترتيب الأخير من حيث مشاركة المبحوثين من الذكور والإناث بنسبتي 3.67% و 6.33% على التوالي.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب الجنسين للبعض الآخر من أشكال التفاعلية على الانترنت، حيث جاءت خدمة التدوين في الترتيب الثالث من حيث مشاركة مبحوثي فئة الذكور فيها بنسبة 12.84%، في حين جاءت في الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 7.65%، وهذا ما يعكس اهتمام الذكور بالتدوين أكثر من الإناث، وقد ترتبط هذه المسألة بطبيعة المجتمع الجزائري وتنشئته، الذي يرى في الانترنت خطراً على المرأة، التي عليها توخي الحذر في التعامل مع بعض خدماتها، كما نلاحظ من خلال تصفح المدونات في الانترنت أن أصحابها من الرجال يحظون بالظهور أكثر من الإناث، وهذا ما تؤكدته دراسة زعيم نجد التي تشير إلى أن "مسألة تفوق الحضور الافتراضي للذكور مقابل الإناث تعد ظاهرة عالمية - إن جاز القول - وهو يعكس على عالم التدوين، بحيث نجد العديد من الدراسات في مجتمعات أخرى تثبت أن حجم المدونين أكبر من حجم المدونات على غرار دراسة الدكتور "أحمد حسين" بعنوان "ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية (دراسة للمضمون والقائم بالاتصال)"، ودراسة "بريس ابتلين" حول التدوين العربي، التي أكدت أن التدوين العربي في مجمله ذكوري، ودراسة "دان لي" حول دوافع التدوين لدى المدونين في الولايات المتحدة".¹

كما جاءت خدمة القوائم البريدية في الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 8.94%، في حين جاءت في الترتيب الثالث بنسبة أكبر بالنسبة لفئة الإناث بـ 15.57%، أما خدمة المراسل فاحتلت الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 7.11%، في حين جاءت في الترتيب الخامس من حيث مشاركة مبحوثي فئة الإناث فيها بنسبة مقاربة بلغت 7.92% من مجموع الفئة.

¹ زعيم نجد: التدوين الإلكتروني في الجزائر - الواقع والتحديات (دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين)، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم الإعلام والاتصال، إشراف: فضيل دليو، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص: 111.

حيث تشير كل من "كريستيان بيرنييه" (Christiane Bernier) و"سيمون لافلام" (Simon Laflamme) إلى "أن العديد من الدراسات أثبتت أن هناك تمايزا واضحا بين النساء والرجال سواء في الاتصال أو في طبيعة استخدام الانترنت، وهذا التمايز سببه التنشئة الاجتماعية المختلفة للجنسين، وتكريس تقسيم الأدوار الاجتماعية بينهما لاسيما في العمل، كما أن الذكور في المراحل العمرية الأولى تكون لهم الأسبقية عادة في مجال علوم الحاسوب والتكنولوجيا بشكل عام أكثر من الإناث".¹

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بأشكال التفاعلية التي شاركا من خلالها على الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=19.795) أكبر من ك₂ الجدولية (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير أشكال التفاعلية على الانترنت.

74- علاقة المستوى التعليمي بأشكال التفاعلية التي شاركت من خلالها النخبة المثقفة على الانترنت:

جدول رقم (74): يوضح علاقة المستوى التعليمي بأشكال التفاعلية في الانترنت التي شارك من خلالها أفراد العينة.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
33.37	272	34.24	88	38.96	113	26.49	71	خدمة البريد الالكتروني	
4.91	40	6.23	16	5.17	15	3.36	09	خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي	
12.02	98	14.01	36	11.38	33	10.82	29	خدمة القوائم البريدية	
11.04	90	4.28	11	10.00	29	18.66	50	المشاركة في غرف الحوار	
7.49	61	4.67	12	5.52	16	12.31	33	خدمة المراسل	
10.43	85	17.51	45	7.24	21	7.09	19	التدوين	
20.74	169	19.06	49	21.73	63	21.27	57	المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي	
100	815	100	257	100	290	100	268	المجموع	
ك ₂ الجدولية = 21.03				ك ₂ المحسوبة = 66.236					

¹. Bernier Christiane et Laflamme Simon : Femmes, hommes et usages d'Internet (ségrégation ou différentiation ?), in Actes des travaux du Groupe de Travail "Sociologie de la communication", XVIIe Congrès des sociologues de langue française, Tours.

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بأشكال التفاعلية التي شاركوا من خلالها على الانترنت. إلا أن المبحوثين من المستويات التعليمية الثلاث يتفوقون في ترتيبهم لبعض أشكال التفاعلية، حيث نجد أن خدمة البريد الإلكتروني تمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بـ 26.49%، و38.96% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، و34.24% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما جاءت المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة 21.27% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، و21.73% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، و19.06% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب المستويات التعليمية الثلاث للبعض الآخر من أشكال التفاعلية على الانترنت، حيث جاءت المشاركة في غرف الحوار في الترتيب الثالث بنسبة 18.66% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الرابع بنسبة 10.00% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الأخير بنسبة 4.28% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، والملاحظ أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لأفراد العينة كلما قلت مشاركتهم في غرف الحوار، كما جاءت خدمة المراسل في الترتيب الرابع بنسبة أكبر مقارنة بباقي الفئات بلغت 12.31% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس،

وفي الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 5.52% و4.67% على التوالي، وجاءت خدمة القوائم البريدية في الترتيب الخامس بنسبة 10.82% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الثالث بنسبة 11.38% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، وفي الترتيب الرابع بنسبة 14.01% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وجاء التدوين في الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بنسبة 7.09% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الخامس بنسبة مقاربة بلغت 7.24% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، في حين جاء في الترتيب الثالث بنسبة أكبر مقارنة بباقي الفئات بلغت 17.51% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وهذا مؤشر على أن هذه الفئة أكثر وعياً من الفئات الأخرى بأهمية المشاركة في تأسيس عمل تدويني جاد وملتمزم بقضايا المجتمع، كفضاء حيوي وحر قادر على استثمار الإمكانيات الفعلية التي يتيحها، في تنشئة وتوعية أفراد المجتمع، أو الضغط على صانعي القرار باتجاه بلورة قرارات تعبر عن اهتمامات المواطن، بينما جاءت خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبتي 3.36% و5.17% على التوالي، في حين جاءت في الترتيب الخامس بنسبة 6.23% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين المستويات التعليمية في علاقتها بأشكال التفاعلية التي تشارك فيها على الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك α بين المتغيرين، فنجد أن ك α المحسوبة (=66.236) أكبر من ك α الجدولية (=21.03)،

وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير أشكال التفاعلية على الانترنت.

75- المميزات التي تتمتع بها الانترنت في رأي النخبة المثقفة:

جدول رقم (75): يوضح مميزات الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
25.00	255	23.22	75	27.17	91	24.59	89	التفاعلية	
16.27	166	16.72	54	14.92	50	17.13	62	الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث	
11.96	122	15.17	49	8.36	28	12.43	45	حرية التعبير وإبداء الرأي	
6.47	66	3.72	12	6.27	21	9.12	33	المصداقية	
19.41	198	18.89	61	21.49	72	17.95	65	سهولة الحصول على المعلومات	
3.63	37	4.95	16	3.58	12	2.49	09	الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى	
4.12	42	7.12	23	3.28	11	2.20	08	الموضوعية	
10.00	102	6.19	20	11.94	40	11.60	42	الاطلاع على مختلف وجهات النظر	
3.14	32	4.02	13	2.99	10	2.49	09	تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس	
100	1020	100	323	100	335	100	362	المجموع	
كا2 الجدولية = 26.30				كا2 المحسوبة = 38.943					

يتبين من خلال الجدول أن أكثر الباحثين يرون أن الانترنت تتميز بالتفاعلية بنسبة 25.00%، ثم ميزة سهولة الحصول على المعلومات بنسبة 19.41%، تليها ميزة الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث بنسبة 16.27%، تأتي بعدها ميزة حرية التعبير وإبداء الرأي بنسبة 11.96%، فميزة الاطلاع على مختلف وجهات النظر بنسبة 10.00%، ثم ميزة المصداقية بنسبة 6.47%، تليها ميزة الموضوعية بنسبة 4.12%، وبفارق ضئيل تأتي ميزة الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى في الترتيب الموالي بنسبة 3.63%، في حين تأتي ميزة تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس في الترتيب الأخير بنسبة 3.14% من مجموع الباحثين.

ومنه نستنتج أن الانترنت تمثل مظهرا حقيقيا لتكامل كل وسائل الإعلام، حيث قدمت خدمات جديدة شكلا ومضمونا تميزت بالتنوع والتعدد ما ساهم في إرساء المبادئ الخاصة بالمشاركة الديمقراطية وتفعيلها، كما أعطت فرصة كبيرة للاطلاع السريع على كم هائل من المعلومات في مجالات مختلفة، بطريقة سهلة وبأقل التكاليف، وفسحت المجال واسعا لحرية التعبير وتبادل الآراء في إطار فضاء إلكتروني غير محدود، لتشكيل جماعة ضغط تؤثر على الأنظمة السياسية وقراراتها، إلا أن ميزة التفاعلية هي الأهم

حسب رأي عينة النخبة المثقفة، وهذه النتيجة متوقعة ذلك أن الانترنت إضافة إلى توفير الخيارات المتعددة للمتلقى للانتقاء المطلق لمحتوياتها بما يلي حاجاته المتنوعة، فهي تتيح حيزا كبيرا للتفاعل مع محتواها، والمشاركة في صنع هذا المحتوى وبنائه.

كما تعتبر ميزة الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث، وميزة حرية تناول من المميزات الهامة التي تدفع عينة الدراسة إلى الاعتماد على الانترنت كمصدر إخباري ومعلوماتي إلكتروني أساسي، إلا أن ذلك من شأنه التأثير على مصداقية وموضوعية المضمون الإعلامي المقدم على مستوى الشبكة العنكبوتية لدى الجمهور، خاصة فئة النخبة المثقفة التي تتوافر على قدر عال من الوعي والخبرة. حيث نلاحظ أن ميزتا المصداقية والموضوعية جاءتا بنسب ضعيفة ما يعكس افتقاد معظم أفراد عينة الدراسة إلى الثقة التامة في محتويات الانترنت، فإشكالية المصداقية تمخضت عن تعدد مصادر المعلومات والكم المعلوماتي الهائل الذي تحويه الانترنت دون التأكد من مصداقية مصدره، أو من صدق الخبر في حد ذاته. "ولكون شبكة الإنترنت متاحة للجميع فإن كثيرا من المواقع الثقافية والاجتماعية هي في حقيقة الأمر بؤر حقيقية، لتسويق الأفكار والآراء الهدامة والمغرضة، مما يجعل أمر تمحيصها وتجنبها عسيرا على الإنسان ذي المؤهلات الفكرية المتواضعة، لكن سهولة تصفح المواقع الإلكترونية يضاعف الخطر، ونجاة تلك المواقع من المقص الرقيب يجعل القائمين عليها أحرارا في طرح آرائهم ومعالجتها، وتلك قضية خطيرة تستهدف الثوابت والمبادئ والقيم، إذ أن بعض تلك المواقع التي تعمل على توجيه الآراء والمعتقدات تفتقر إلى المصداقية في معظم الأحيان"¹.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ وجود تباين بينها في درجة الأهمية التي تمثلها مميزات الانترنت بالنسبة لها، إلا أنها لا تختلف في ترتيبها لبعض المميزات التي ترى أن الانترنت تتمتع بها، حيث تشكل ميزة التفاعلية حسب رأي عينة الدراسة أعلى نسبة ب 24.59% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 27.17% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 23.22% بالنسبة للنخبة المبدعة، وجاءت ميزة سهولة الحصول على المعلومات في الترتيب الثاني من وجهة نظر الباحثين بنسبة 17.95% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 21.49% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 18.89% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما جاءت ميزة الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث في الترتيب الثالث من وجهة نظر أفراد العينة بنسبة 17.13% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 14.92% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 16.72% بالنسبة للنخبة المبدعة، وجاءت ميزة الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى في الترتيب السابع بنسبة 2.49% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 3.58% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 4.95% بالنسبة للنخبة المبدعة.

¹. ماجد بوشبيلي ويوسف عيداني: ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب، الشارقة، وزارة الثقافة والإعلام، ط1، 2006،

ويكمن الاختلاف بين فئات النخبة المثقفة في أن ميزة حرية التعبير وإبداء الرأي تأتي في الترتيب الرابع بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المبدعة بنسبتي 12.43% و15.17% على التوالي، في حين جاءت في الترتيب الخامس بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 8.36%، أما ميزة الاطلاع على مختلف وجهات النظر فجاءت في الترتيب الخامس بنسبة 11.60% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الرابع بنسبة 11.94% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب السادس بنسبة 6.19% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما جاءت المصدقية في الترتيب السادس بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة بنسبتي 9.12% و6.27% على التوالي، بينما جاءت في الترتيب الأخير بنسبة 3.72% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما ميزة تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس فتأتي في الترتيب السابع بنسبة 2.49% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الأخير بنسبة 2.99% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الثامن بنسبة 4.02% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين تأتي ميزة الموضوعية في الترتيب الأخير بنسبة 2.20% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الثامن بنسبة 3.28% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي الترتيب الخامس بنسبة 7.12% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بأشكال التفاعلية التي تشارك فيها على الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=38.943) أكبر من ك2 الجدولية (=26.30) وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ومتغير أشكال التفاعلية على الانترنت.

76- علاقة الجنس بالميزات التي تتمتع بها الانترنت في رأي النخبة المثقفة:

جدول رقم (76): يوضح علاقة الجنس بمميزات الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
التفاعلية	124	24.27	131	25.74	255	25.00
الآنية و السرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث	80	15.66	86	16.89	166	16.27
حرية التعبير وإبداء الرأي	74	14.48	48	9.43	122	11.96
المصدقية	36	7.05	30	5.89	66	6.47
سهولة الحصول على المعلومات	100	19.57	98	19.26	198	19.41
الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى	19	3.72	18	3.54	37	3.63
الموضوعية	08	1.56	34	6.68	42	4.12
الاطلاع على مختلف وجهات النظر	52	10.17	50	9.82	102	10.00
تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس	18	3.52	14	2.75	32	3.14
المجموع	511	100	509	100	1020	100
	ك2 المحسوبة = 23.173		ك2 الجدولية = 15.51			

يتبين من خلال البيانات الواردة في الجدول أنه توجد فروق بين فئات الذكور والإناث من حيث وجهة نظرهما في المميزات التي تتمتع بها الانترنت، إلا أن هناك توافقاً بين آراء أفراد العينة من الجنسين في ترتيب بعض مميزات الانترنت، حيث نجد التفاعلية تمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بـ 24.27% و 25.74% على التوالي، كما جاءت ميزة سهولة الحصول على المعلومات في الترتيب الثاني بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 19.57% و 19.26% على التوالي، أما ميزة الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث فتأتي في الترتيب الثالث بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 15.66% و 16.89% على التوالي.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب الجنسين للبعض الآخر من مميزات الانترنت، حيث جاءت ميزة حرية التعبير وإبداء الرأي في الترتيب الرابع حسب رأي مبحوثي فئة الذكور بـ 14.48%، في حين جاءت في الترتيب الخامس بنسبة أقل بالنسبة لفئة الإناث بـ 9.43%، كما جاءت ميزة الاطلاع على مختلف وجهات النظر في الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 10.17%، في حين جاءت في الترتيب الرابع بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 9.82%، أما ميزة المصداقية فاحتلت الترتيب السادس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 7.05%، في حين جاءت في الترتيب السابع في رأي مبحوثي فئة الإناث بنسبة 5.89%، بينما جاءت ميزة الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى في الترتيب السابع بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 3.72%، وفي الترتيب الثامن بالنسبة لفئة الإناث بنسبة مقاربة بلغت 3.54%، في حين تأتي ميزة تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس في الترتيب الثامن من وجهة نظر فئة الذكور بنسبة 3.52%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 2.75%، أما ميزة الموضوعية فتأتي في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 1.56%، وفي الترتيب السادس بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 6.68% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين فئات الذكور والإناث في آرائهما في المميزات التي تتمتع بها الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك κ 2 بين المتغيرين، فنجد أن ك κ 2 المحسوبة (=23.173) أكبر من ك κ 2 الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير وجهات النظر في مميزات الانترنت.

77- علاقة المستوى التعليمي بالميزات التي تتمتع بها الانترنت في رأي النخبة المثقفة:

جدول رقم (77): يوضح علاقة المستوى التعليمي بمميزات الانترنت من وجهة نظر أفراد

العينة.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
25.00	255	24.92	80	27.15	98	22.78	77	التفاعلية	
16.27	166	12.77	41	19.94	72	15.68	53	الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث	
11.96	122	12.46	40	11.91	43	11.54	39	حرية التعبير وإبداء الرأي	
6.47	66	9.97	32	3.05	11	6.81	23	المصدقية	
19.41	198	21.81	70	16.90	61	19.82	67	سهولة الحصول على المعلومات	
3.63	37	4.36	14	2.77	10	3.85	13	الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى	
4.12	42	5.30	17	3.60	13	3.55	12	الموضوعية	
10.00	102	6.85	22	12.19	44	10.65	36	الاطلاع على مختلف وجهات النظر	
3.14	32	1.56	05	2.49	09	5.32	18	تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس	
100	1020	100	321	100	36	100	338	المجموع	
					1				
ك2 الجدولية = 26.30				ك2 المحسوبة = 37.824					

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث آرائهم في المميزات التي تتمتع بها الانترنت. إلا من حيث ميزة التفاعلية التي تمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بـ 22.78%، وبنسبة 27.15% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 24.92% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وميزة الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى التي تأتي في الترتيب الثامن بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 3.85%، وبنسبة 2.77% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة 4.36% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب المستويات التعليمية الثلاث لباقي مميزات الانترنت، حيث جاءت ميزة سهولة الحصول على المعلومات في الترتيب الثاني بنسبة 19.82% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 21.81% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، بينما جاءت في الترتيب الثالث بنسبة 16.90% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، كما جاءت ميزة الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث في الترتيب الثالث بنسبة 15.68% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 12.77% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وفي الترتيب

الثاني بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 19.94%، وجاءت ميزة حرية التعبير وإبداء الرأي في الترتيب الرابع بنسبة 11.54% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وبنسبة 12.46% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وفي الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 11.91%، وجاءت ميزة الاطلاع على مختلف وجهات النظر في الترتيب الخامس بنسبة 10.65% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الرابع بنسبة 12.19% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، في حين جاء في الترتيب السادس بنسبة أقل مقارنة بباقي الفئات بلغت 6.85% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، بينما جاءت ميزة المصداقية في الترتيب السادس بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 6.81%، وفي الترتيب السابع بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 3.05%، في حين جاءت في الترتيب الخامس بنسبة أكبر مقارنة بباقي الفئات بلغت 9.97% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، أما ميزة تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس فتأتي في الترتيب السابع بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 5.32%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 2.49%، وبنسبة 1.56% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين المستويات التعليمية في آرائها حول المميزات التي تتمتع بها الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، حيث نجد أن ك₂ المحسوبة (=37.824) أكبر من ك₂ الجدولية (=26.30)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير وجهات النظر في مميزات الانترنت.

78- عيوب الانترنت في رأي النخبة المثقفة:

جدول رقم (78): يوضح عيوب الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تضييع الوقت	16	6.11	29	11.28	27	11.90	72	9.65
مكلفة	08	3.05	19	7.39	21	9.25	48	6.43
ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ	55	20.99	41	15.95	24	10.57	120	16.08
إضعاف الاتصال الاجتماعي	32	12.22	27	10.51	39	17.18	98	13.14
وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم	42	16.03	48	18.68	38	16.74	128	17.16
ضعف المصداقية و الموضوعية	19	7.25	20	7.78	25	11.01	64	8.58
عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام	90	34.35	73	28.41	53	23.35	216	28.96
المجموع	262	100	257	100	227	100	746	100
	ك ₂ المحسوبة = 33.672				ك ₂ الجدولية = 21.03			

يتبين من خلال الجدول أن أكثر الباحثين يرون أن من أهم عيوب الانترنت هو عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام، وعبروا عن ذلك بنسبة 28.96%، وبفارق كبير يرى أفراد العينة في الترتيب الموالي أن الانترنت وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم بنسبة 17.16%، يليه عيب ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ بنسبة 16.08%، ثم عيب إضعاف الاتصال الاجتماعي بنسبة 13.14%، يأتي بعده عيب تضيق الوقت بنسبة 9.65%، ثم عيب ضعف المصداقية والموضوعية بنسبة 8.58%، في حين يأتي في الترتيب الأخير عيب التكلفة المادية، التي مازالت مرتفعة نوعا ما فيما يخص الإشتراك أو ارتياد مقاهي الانترنت حسب رأي بعض أفراد العينة بنسبة 6.43% من مجموع الباحثين.

ومنه نستنتج أن الانترنت كوسيط اتصالي له طبيعة تختلف عن طبيعة الوسائط الأخرى، لأنها تحوي العديد من المواقع الإلكترونية الضارة والنافعة، التي تأتي من ملايين المصادر، ويتعامل معها المستخدم بشكل فردي وشديد الخصوصية، دون وجود قوانين تضبط هذه العملية، مما يوجب الحذر في التعامل مع هذه الوسيلة الهامة، التي قد تؤثر سلبا على الأفراد والمجتمعات، رغم إيجابياتها ومميزاتها المتعددة التي تتميز بها. حيث يشير أفراد العينة إلى خطورة الانترنت على قيم الأفراد وأخلاقهم، وظهور المواقع الإباحية بشكل مفاجئ التي يستغلها مروجي الجنس والعنف والأفكار الشاذة من أجل الاستثمار دون المبالاة بالتأثيرات الخطيرة على قيم الفرد والمجتمع، إضافة إلى إضعاف الاتصال الاجتماعي وخلق العزلة الاجتماعية كأبرز العيوب التي تتسم بها الانترنت.

إلا أن عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام يأتي في مقدمة هذه العيوب في رأي عينة الدراسة، حيث لا يمكن السيطرة على الانترنت بقوانين من قبل الدول، كما أنه من الصعب وضع قانون دولي للتحكم في الممارسات على شبكة الانترنت لاختلاف المعايير الثقافية والقانونية الخاصة بنقل المعلومات بين الدول المختلفة، مما يهدد الأمانة العلمية والملكية الفكرية، ويهدد حرية الإنسان وخصوصيته الفردية، ويثير النزعات العرقية والطائفية باستخدامها كسلاح إيديولوجي، فغياب وسائل الرقابة التي تضبط عملية نشر المعلومات وبثها على الشبكة العنكبوتية، خاصة وأن الأفراد يتعرضون لها بشكل شخصي وبحرية أكبر من الوسائل الإعلامية الأخرى، أدى إلى ظهور العديد من الجرائم المعلوماتية، لذلك تعتبر الرقابة الذاتية وتنمية القيم الأخلاقية لدى الأفراد أحسن الوسائل الوقائية لتقوية روح المسؤولية في المجتمع.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ وجود تباين في وجهات نظرها حول عيوب الانترنت، إلا من حيث العيب المتعلق بعدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام الذي يشكل أعلى نسبة بـ 34.35% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 28.41% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 23.35% بالنسبة للنخبة المبدعة، والعيب المتمثل في أن الانترنت مكلفة، الذي يمثل أدنى نسبة بـ 3.05% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 7.39% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 9.25% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ويكمن الاختلاف بين فئات النخبة المثقفة في أن العيب المتعلق بظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ يأتي في الترتيب الثاني بنسبة 20.99% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 15.95%، في حين جاء في الترتيب السادس بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة

10.57%، أما العيب المتمثل في أن الانترنت وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم فجاء في الترتيب الثالث بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المبدعة بنسبتي 16.03% و16.74% على التوالي، وفي الترتيب الثاني بنسبة 18.68% بالنسبة للنخبة المتخصصة، كما جاء عيب إضعاف الاتصال الاجتماعي في الترتيب الرابع بالنسبة للنخبة الأكاديمية بنسبة 12.22%، وفي الترتيب الخامس بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 10.51%، بينما جاء في الترتيب الثاني بنسبة 17.18% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما عيب ضعف المصادقية والموضوعية فيأتي في الترتيب الخامس بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المبدعة بنسبتي 7.25% و11.01% على التوالي، وفي الترتيب السادس بنسبة 7.78% بالنسبة للنخبة المتخصصة، في حين يأتي عيب تضييع الوقت في الترتيب السادس بنسبة 6.11% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي الترتيب الرابع بالنسبة للنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة بنسبتي 11.28% و11.90% على التوالي.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين وجود اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في آرائها حول عيوب الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=33.672) أكبر من ك2 الجدولية (=21.03)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة ومتغير وجهات النظر حول عيوب الانترنت.

79- علاقة الجنس بعيوب الانترنت في رأي النخبة المثقفة:

جدول رقم (79): يوضح علاقة الجنس بعيوب الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
تضييع الوقت	40	10.64	32	8.65	72	9.65
مكلفة	28	7.45	20	5.41	48	6.43
ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ	58	15.42	62	16.76	120	16.08
إضعاف الاتصال الاجتماعي	42	11.17	56	15.13	98	13.14
وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم	64	17.02	64	17.30	128	17.16
ضعف المصادقية و الموضوعية	30	7.98	34	9.19	64	8.58
عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام	114	30.32	102	27.56	216	28.96
المجموع	376	100	370	100	746	100
	ك2 المحسوبة = 05.224		ك2 الجدولية = 12.59			

يتبين من خلال البيانات الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين فئات الذكور والإناث من حيث وجهة نظرهما في عيوب الانترنت، إذ نجد أن هناك التوافق أكثر من الاختلاف بين آراء أفراد العينة من الجنسين في ترتيب عيوب الانترنت، حيث يمثل العيب المتعلق بعدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام أعلى نسبة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بـ 30.32% و27.56% على التوالي، وبفارق واضح جاء العيب المتمثل في أن الانترنت وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم في الترتيب

الثاني بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 17.02% و 17.30% على التوالي، أما العيب المتعلق بظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ فيأتي في الترتيب الثالث بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 15.42% و 16.76% على التوالي، كما جاء العيب المتعلق بإضعاف الاتصال الاجتماعي في الترتيب الرابع بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 11.17% و 15.13% على التوالي، أما العيب المتمثل في أن الانترنت مكلفة فيمثل أدنى نسبة حسب رأي مبحوثي فئات الذكور والإناث بنسبتي 7.45% و 5.41% على التوالي.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب الجنسين لبعض عيوب الانترنت، حيث جاء العيب المتعلق بتضييع الوقت في الترتيب الخامس حسب رأي مبحوثي فئة الذكور بـ 10.64%، في حين جاء في الترتيب السادس بنسبة أقل بالنسبة لفئة الإناث بـ 8.65%، كما جاء العيب المتعلق بضعف المصادقية والموضوعية في الترتيب السادس بالنسبة لفئة الذكور بنسبة 7.98%، في حين جاء في الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 9.19% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين عدم وجود اختلاف كبير بين فئات الذكور والإناث في آرائهما حول عيوب الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط كـ 2 بين المتغيرين، فنجد أن كـ 2 المحسوبة (=05.224) أقل من كـ 2 الجدولية (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير وجهات النظر في عيوب الانترنت.

80- علاقة المستوى التعليمي بعيوب الانترنت في رأي النخبة المثقفة:

جدول رقم (80): يوضح علاقة المستوى التعليمي بعيوب الانترنت من وجهة نظر أفراد العينة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
تضييع الوقت	32	12.17	21	7.81	19	8.88	72	9.65	
مكلفة	25	9.51	18	6.69	05	2.34	48	6.43	
ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ	55	20.91	46	17.10	19	8.88	120	16.08	
إضعاف الاتصال الاجتماعي	31	11.79	41	15.24	26	12.15	98	13.14	
وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم	27	10.26	56	20.82	45	21.03	128	17.16	
ضعف المصادقية والموضوعية	16	6.08	19	7.06	29	13.55	64	8.58	
عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام	77	29.28	68	25.28	71	33.17	216	28.96	
المجموع	263	100	269	100	214	100	746	100	
		كـ 2 المحسوبة = 47.225				كـ 2 الجدولية = 21.03			

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث آرائهم في عيوب الانترنت. إلا من حيث العيب المتعلق بعدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام الذي يمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بـ 29.28%، ونسبة 25.28% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، ونسبة أكبر بلغت 33.17% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وجاء العيب المتعلق بإضعاف الاتصال الاجتماعي في الترتيب الرابع بنسبة 11.79% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، ونسبة 15.24% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، ونسبة 12.15% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

في حين نجد أن هناك تبايناً في ترتيب المستويات التعليمية الثلاث لباقي عيوب الانترنت، حيث جاء العيب المتعلق بظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ في الترتيب الثاني بنسبة 20.91% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الثالث بنسبة 17.10% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، بينما جاء في الترتيب الخامس بنسبة أقل بلغت 8.88% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما جاء العيب المتعلق بتضييع الوقت في الترتيب الثالث بنسبة 12.17% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، وفي الترتيب الخامس بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 7.81%، ونسبة 8.88% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، وجاء العيب المتمثل في أن الانترنت وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم في الترتيب الخامس بنسبة 10.26% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، ويأتي في الترتيب الثاني بفارق كبير بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 20.82% و 21.03% على التوالي، بينما جاء العيب المتمثل في أن الانترنت مكلفة في الترتيب السادس بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 9.51%، وفي الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 6.69% و 2.34% على التوالي، أما العيب المتعلق بضعف المصداقية والموضوعية فيأتي في الترتيب الأخير بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 6.08%، وفي الترتيب السادس - ما قبل الأخير - بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة 7.06%، وفي الترتيب الثالث بنسبة أكبر بلغت 13.55% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين المستويات التعليمية في آرائها حول العيوب الموجودة في وسيلة الانترنت، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=47.225) أكبر من ك₂ الجدولية (=21.03)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير وجهات النظر حول عيوب الانترنت.

ثالثا - تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام:

يعد الإعلام مقوما أساسيا من مقومات تشكيل الإدراك أو الوعي السياسي للأفراد، وقد خلصت الدراسات السابقة في مجال تأثيرات الإعلام إلى أن تفاعل التعرض لوسائل الإعلام مع الخبرات الشخصية من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة يؤدي إلى تشكيل مجموعة التفضيلات والتوجهات ويعكس القيم والمعايير والرموز التي تتعلق بالحياة السياسية، كما يعكس نظرة الجمهور للعملية السياسية وتصوراته بشأن نظام الحكم والسلطة، حيث ترتبط عملية تكوين القيم السياسية ارتباطا موجبا بحجم المعلومات المتوفرة لدى الفرد، فكلما زادت المعلومات أصبح الفرد أكثر اهتماما وإدراكا للأمور السياسية، وبالتالي أكثر ارتباطا بقيم سياسية معينة، متكررة بطريقة ضمنية أو صريحة في المضامين الإعلامية. وحين تؤدي وسائل الإعلام هذا الدور تصبح عاملا مؤثرا في تشكيل الثقافة السياسية للجمهور، كما تسهم في تكوين وتنمية وتدعيم استعداداته للمشاركة المجتمعية من خلال تزويده بالأخبار، ومن خلال استخدامها كقنوات للتعبير السياسي، ونشر الأفكار المتعلقة بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية في المجتمع، ويتحقق ذلك بالإعتماد على آراء وأفكار النخبة المثقفة، كأحد الروافد الأساسية لإثراء الوسائل الإعلامية فكريا، التي ترى دائما بحكم مستواها التعليمي العالي فيما تقدمه وسائل الإعلام من مادة قابلة للنقاش والحوار، وتحتمل القراءة من عدة أوجه، وخاصة في ظل التنامي السريع لدورها ومسؤولياتها في المجتمع المعاصر في المشاركة في صنع القرار، ورسم السياسات، وتأثيرها المزوج في كل من وسائل الإعلام من جهة والجمهور العام من جهة أخرى، باعتبارها مصدرا رئيسيا لثقافته السياسية وتكوين وتدعيم اتجاهاته نحو المشاركة في الشؤون العامة للمجتمع، حيث تعتمد وسائل الإعلام في أداء وظائفها في الشرح والتفسير والتحليل والتوجيه والتثقيف على آراء وأفكار النخبة المثقفة التي تمتاز بقدرتها على التواصل مع المصادر المتعددة للمعلومات، ما يعزز ثقة الجمهور بها، في الحصول على المعلومات عن الأحداث وتطوراتها وتداعياتها.

فوسائل الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة أصبحت من أهم قنوات التعبير لدى أفراد النخبة المثقفة، حيث تتيح للأغلبية الصامتة أن تطرح أولوياتها، وأن تعبر عن آرائها التي تمثل استفتاءا مستمرا على سياسات نظام الحكم، وتعبيرا صادقا عن الإرادة الشعبية.

وبذلك تصبح دراسة علاقة النخبة المثقفة بوسائل الإعلام باعتبارها مصدرا مهما للمعلومات والأخبار والتحليلات والرؤى والتفسيرات للعديد من القضايا التي تمثل مجالا أساسيا للنقاش والتحاور في الوسائل الإعلامية بين أفراد النخبة المثقفة، أحد أبرز الإشكاليات البحثية التي تتعاضد أهميتها، خاصة أن البحث في طبيعة علاقة النخبة المثقفة بوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والحديثة سيتخذ بعدا اتصاليا، وذلك من خلال معرفة القنوات الاتصالية المتاحة للنخبة المثقفة لتمرير خطاباتها الفكرية، ومدى مساهمة هذه القنوات في بلورة وتفعيل اتصال اجتماعي فكري حقيقي بين المثقف والمجتمع. ومعرفة وجهات نظرها حول ما إذا وفرت لها فضاءات تعبيرية حقيقية لدعم التعبير الحر عن مواقفها وآراءها والأفكار الموجودة في المجتمع بصفة عامة. ومعرفة الوسائل الإعلامية المفضلة لإيصال أفكارها إلى أفراد المجتمع. ومعرفة مدى مشاركة النخبة المثقفة في حوارات ومناقشات حول المضامين الإعلامية مع مختلف أفراد المجتمع الذي يعكس درجة اهتمام النخبة المثقفة بشؤون المجتمع وقضاياها.

81- الوسيلة الإعلامية المفضلة لدى النخبة المثقفة لإيصال أفكارها:

جدول رقم (81): يوضح الوسيلة الإعلامية التي يفضلها أفراد العينة لإيصال أفكارهم.

الترتيب	6	5	4	3	2	1	الرتبة
الصحف	23	27	50	80	52	68	
الإذاعة	14	62	64	52	80	28	
التلفزيون	--	20	46	59	61	114	
المجلة	80	74	47	31	35	33	
الانترنت	08	61	75	34	44	78	
الكتاب	61	88	57	51	30	13	

يتبين من الجدول أن التلفزيون يحتل المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام المفضلة لدى عينة النخبة المثقفة لإيصال أفكارها، في حين تحتل الإذاعة المرتبة الثانية، وتحتل الصحف المرتبة الثالثة، بينما تحتل الانترنت المرتبة الرابعة، أما الكتاب فيحتل المرتبة الخامسة، في حين تحتل المجلة المرتبة السادسة والأخيرة. وهذا ما يعكس تفضيل أفراد العينة لوسائل الإعلام الإلكترونية على حساب المكتوبة أو المطبوعة، وذلك لأنها تستهدف أكبر عدد ممكن من الجماهير وتضمن انتشاراً أوسع وأسرع للمعلومات والأفكار سواء في الزمان أو المكان، عكس المطبوع الذي يخاطب جمهوراً محدداً. والملاحظ أن التلفزيون يحتل قمة اهتمامات أفراد العينة، وهذا يشير إلى "أهمية التلفزيون في ضوء ما يتميز به كوسيلة اتصال تجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون وجمعه بين خصائص وسائل الاتصال الأخرى مثل الراديو والسينما والمسرح"¹. كما يؤكد علماء اجتماع الاتصال على أن التلفزيون هو أقوى وسيلة إعلامية، أخذاً في الاعتبار نسب استهلاك المضامين وسرعة تأثيرها في السلوك العام والخاص.² مما يجعله تحت الرقابة حتى في البلدان الأكثر ديمقراطية.

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة سهام بدودي التي تشير إلى أن التلفزيون يعد الأداة الجماهيرية الأكثر تفضيلاً لدى عينة النخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وأفكارها.³ في حين تختلف مع النتيجة التي توصل إليها الباحث حجاج الجمعي بأن المثقف يولي اهتماماً أكبر

¹. ماجي الحلواني: مدخل إلى الإعلام الإذاعي والتلفزيوني (مقدمة في وسائل الاتصال)، مكتبة الصباح، جدة، 1979، ص: 157.

². المنصف الوناس: التلفزة وتحديات التنشئة الاجتماعية، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2000، ص ص: 9-10.

³. سهام بدودي: المرجع السابق، ص: 220.

بالفضاءات التعبيرية الخطية، أو الاتصال عن طريق المطبوع وعلى رأسها الكتاب، وذلك على حساب الاتصال بوسائل الإعلام الالكترونية وعلى رأسها الإذاعة والتلفزيون.¹

82- الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (82): يوضح الاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة لدى أفراد العينة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من حيث شكل الوسيلة الإعلامية	الجاذبية	33	6.59	25	5.58	40	8.11	98	6.80
	سهولة الحفظ والاسترجاع	25	4.99	36	8.04	21	4.26	82	5.69
	سهولة الاستخدام	66	13.17	54	12.05	58	11.77	178	12.34
	استخدام الوسائط المتعددة	48	9.58	37	8.26	26	5.27	111	7.70
	الشيوع	43	8.58	33	7.37	45	9.13	121	8.39
	المجموع	215	42.91	185	41.30	190	38.54	590	40.92
من حيث مضمون الوسيلة الإعلامية	المصدقية	42	8.38	41	9.15	43	8.72	126	8.73
	الدقة والموضوعية	39	7.79	40	8.93	50	10.14	129	8.95
	الحرية الإعلامية	33	6.59	37	8.26	40	8.11	110	7.63
	العمق والشمول	37	7.39	39	8.70	22	4.46	98	6.80
	التفاعلية	42	8.38	29	6.47	56	11.36	127	8.81
	الجودة في المضامين الإعلامية	51	10.18	47	10.49	47	9.54	145	10.05
	الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية	42	8.38	30	6.70	45	9.13	117	8.11
المجموع	286	57.09	263	58.70	303	61.46	852	59.08	
المجموع العام	501	100	448	100	493	100	1442	100	
ك2 المحسوبة= 02.006				ك2 الجدولية= 5.99					

نلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لديهم هي المتعلقة بمضمونها بـ 59.08%، في مقابل 40.92% من الباحثين يرون أن الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لديهم هي المتعلقة بشكلها، كما نلاحظ أنه لا توجد فروق بين عينة النخبة الأكاديمية وعينة النخبة المتخصصة وعينة النخبة المبدعة. ويعتبر ذلك أمراً عادياً بالنظر إلى خصائص عينة الدراسة التي تتميز بعمق النظر والوعي الكبير، الذي يجعلها تهتم في عرضها واختيارها للوسيلة الإعلامية على نوع المحتوى والمضمون الذي تقدمه ومستوى أدائه أكثر من شكل

¹. حجاص الجمعي: المرجع السابق، ص: 228.

الرسالة بالوسيلة الإعلامية، والذي يعتبر كذلك ذو أهمية في جذب جمهور المثقفين وفي إضفاء الحيوية على محتواها، إلا أنه لا يفوق أهمية جوهر الرسالة الإعلامية وفحواها ومحتواها، "ذلك أن الإعلام هو إقامة علاقة اتصال بين المرسل والمتلقي عن طريق تجميع المعاني في شكل رموز ثم قولبتها في نسق لغوي وفكري معين، وتعليقها في إطار وسيلة ما وبشها، وبهذا الاعتبار فإن فعالية العملية الإعلامية ونجاحها يتعلق بكل عناصرها، إلا أنه متوقف بالدرجة الأولى على أهمية الرسالة الإعلامية"¹، وهذا ربما ما يتعارض مع مقولة ماكلوهان بأن الرسالة هي الوسيلة.

وبالنظر إلى الاعتبارات ذات العلاقة بجانب الشكل المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام يتبين من الجدول أن سهولة استخدام الوسيلة الإعلامية تعتبر أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بشكل وسائل الإعلام التي تؤثر في اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام، وذلك بنسبة 12.34%، تليها خاصية الشيوع بنسبة 8.39%، ثم خاصية استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، مؤثرات) بنسبة مقاربة بلغت 7.70%، ثم خاصية الجاذبية بنسبة 6.80%، في حين تمثل خاصية سهولة الحفظ والاسترجاع أدنى نسبة بـ 5.69% من مجموع الباحثين.

حيث أشار "ولبور شرام" إلى أن اختيار الجمهور لإحدى وسائل الإعلام يتوقف على مدى سهولة استخدام هذه الوسيلة.²

وإذا ما ربطنا هذه النتيجة بالنتيجة المحصل عليها من خلال الجدول رقم (81) التي تبين أن التلفزيون هو الوسيلة المفضلة لدى عينة النخبة المثقفة لإيصال أفكارها، ذلك لأنه يتميز بسهولة الاستخدام والشيوع وتعدد الوسائط فيه من صوت وصورة ومؤثرات شكلية أخرى تجعله أكثر الوسائل الإعلامية جاذبية وجمهورية.

وفي هذا الإطار تؤكد أمل جابر أن التلفزيون لما له من ميزة الصورة المصاحبة للصوت والفورية في نقل الأحداث والثقة فهو يتفوق على باقي وسائل الإعلام.³

كما نلاحظ من خلال الجدول عدم وجود تباين كبير بين فئات النخبة المثقفة في الاعتبارات المرتبطة بشكل الوسيلة الإعلامية التي تتحدد على أساسها أفضلية استخدام وسائل الإعلام، حيث تمثل خاصية سهولة استخدام الوسيلة الإعلامية أعلى نسبة بالنسبة للنخبة الأكاديمية بـ 13.17%، و12.05% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و11.77% بالنسبة للنخبة المبدعة.

في حين تأتي خاصية استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، مؤثرات) في المرتبة الثانية بنسبة 13.17% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وبنسبة 8.26% بالنسبة للنخبة المتخصصة، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 5.27% من مجموع الفئة.

¹. هند عزوز: الخصائص القيميّة الإعلامية (الأهمية، المبررات، والمقتضيات)، إعداد: بوعلي نصير (قراءات في نظرية الخصميّة القيميّة في الإعلام)، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص ص: 83-84.

². ويليام ريفرز وآخرون (ترجمة: أحمد طلعت البشبيشي): الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005، ص: 295.

³. أمل جابر صالح: دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية (دراسة في إطار نظرية فجوة المعرفة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996، ص: 98.

كما تأتي خاصية الشيع في المرتبة الثالثة بنسبة 8.58% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 7.37%، بينما جاءت في المرتبة الثانية بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 9.13% من مجموع الفئة.

أما خاصية الجاذبية فتأتي في المرتبة الرابعة بنسبة 6.59% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 7.37%، بينما جاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة للنخبة المبدعة بنسبة 8.11% من مجموع الفئة.

وجاءت خاصية سهولة الحفظ والاسترجاع في المرتبة الخامسة والأخيرة بالنسبة للنخبة الأكاديمية والنخبة المبدعة بنسبتي 4.99% و 4.26% على التوالي، بينما جاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة للنخبة المتخصصة بنسبة 8.04% من مجموع الفئة.

وبالنظر إلى الاعتبارات ذات العلاقة بجانب المضمون المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام، يتبين من الجدول أن الجودة في المضامين الإعلامية تعتبر أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام التي تؤثر في اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام، وذلك بنسبة 10.05%، تليها خاصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 8.95%، ثم خاصية التفاعلية بنسبة مقاربة بلغت 8.81%، ثم خاصية المصداقية بنسبة 8.73%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 8.11%، فخاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 7.63%، في حين تمثل خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 6.80% من مجموع الباحثين.

وهو ما يدل على وعي عينة النخبة المثقفة واهتمامها بجودة موضوعات المفردات الإعلامية، التي ترتبط بمدى تعدديتها في المحتوى والآراء، ومدى احترام المعايير الأخلاقية والمهنية كالصدق والدقة في استقاء الأخبار من مصادرها، للرفع من المستوى الفكري للأفراد وتنمية طاقاتهم، ليصبحوا قادرين على استيعاب مقومات التطور والنهضة. وهذا ما يفسر حرص أفراد العينة على اختيار المضامين والمحتويات الجادة في كل وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية التي تحاطب العقل وترقى بالذوق في نفس الوقت.

فبالنسبة لوسيلة التلفزيون مثلا، توصلت دراسة سوزان القليني إلى أن أهم أسباب تفضيل الجمهور المصري والمغربي للبرامج التلفزيونية في الفضائيات هو احترامها لعقلية المشاهد، وحين تجمع موادها بين الإفادة والمتعة.¹

كما نلاحظ من خلال الجدول عدم وجود تباين كبير بين فئات النخبة المثقفة في الاعتبارات المرتبطة بمضمون الوسيلة الإعلامية التي تتحدد على أساسها أفضلية استخدام وسائل الإعلام.

فبالنسبة للنخبة الأكاديمية تمثل خاصية الجودة في المضامين الإعلامية أعلى نسبة من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام، التي تؤثر في اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام بـ 10.18%، ثم خاصية المصداقية وخاصية التفاعلية وخاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 8.38% لكل خاصية، تليها خاصية الدقة والموضوعية بنسبة 7.79%، ثم خاصية العمق والشمول

¹ سوزان القليني: استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، مجلة البحوث والدراسات العربية،

بنسبة 7.39%، في حين تمثل خاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 6.59% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة للنخبة المتخصصة تمثل خاصية الجودة في المضامين الإعلامية أعلى نسبة من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام، التي تؤثر في اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام بـ 10.49%، ثم خاصية المصداقية بنسبة 9.15%، تليها خاصية الدقة والموضوعية بنسبة 8.93%، فخاصية العمق والشمول بنسبة 8.70%، ثم خاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 8.26%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 6.70%، في حين تمثل خاصية التفاعلية أدنى نسبة بـ 6.47% من مجموع الفئة.

وبالنسبة للنخبة المبدعة تمثل خاصية التفاعلية أعلى نسبة من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام التي تؤثر في اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام بـ 11.36%، ثم خاصية الدقة والموضوعية بنسبة 10.14%، تليها خاصية الجودة في المضامين الإعلامية بنسبة 9.54%، فخاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 9.13%، ثم خاصية المصداقية بنسبة 8.72%، تليها خاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 8.11%، في حين تمثل خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 4.46% من مجموع الفئة.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=02.006) أقل من كا2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير الاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة.

83- علاقة الجنس بالاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لدى النخبة المثقفة:

جدول رقم (83): يوضح علاقة الجنس بالاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة لدى أفراد العينة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك		
6.80	98	8.51	62	5.05	36	الجاذبية	من حيث شكل الوسيلة الإعلامية
5.69	82	6.31	46	5.05	36	سهولة الحفظ والاسترجاع	
12.34	178	13.17	96	11.50	82	سهولة الاستخدام	
7.70	111	7.13	52	8.28	59	استخدام الوسائط المتعددة	
8.39	121	8.09	59	8.69	62	الشيوع	
40.92	590	43.21	315	38.57	275	المجموع	
8.73	126	8.92	65	8.55	61	المصداقية	من حيث مضمون الوسيلة الإعلامية
8.95	129	8.64	63	9.26	66	الدقة والموضوعية	
7.63	110	6.86	50	8.42	60	الحرية الإعلامية	
6.80	98	7.68	56	5.89	42	العمق والشمول	
8.81	127	8.64	63	8.98	64	التفاعلية	
10.05	145	7.27	53	12.90	92	الجودة في المضامين الإعلامية	
8.11	117	8.78	64	7.43	53	الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية	
59.08	852	56.79	414	61.43	438	المجموع	
100	1442	100	729	100	713	المجموع العام	
كا2 الجدولية = 3.84				كا2 المحسوبة = 03.211			

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق بين الجنسين حيث يرى أغلب أفراد العينة من فئات الذكور والإناث أن الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لديهم هي المتعلقة بمضمونها بنسبتي 61.43% و 56.79% على التوالي، وذلك أكثر من الاعتبارات المتعلقة بشكلها بنسبتي 38.57% و 43.21% على التوالي، إلا أن فئة الإناث تهتم بشكل الوسيلة الإعلامية بنسبة أكبر من فئة الذكور.

وبالنظر إلى الاعتبارات ذات العلاقة بجانب الشكل المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام، يتبين من الجدول عدم وجود فروق كبيرة بين فئات الذكور والإناث في ترتيب الاعتبارات المرتبطة بشكل الوسيلة الإعلامية التي تتحدد على أساسها أفضلية استخدام وسائل الإعلام، حيث تمثل خاصية سهولة استخدام الوسيلة الإعلامية أعلى نسبة بالنسبة للذكور والإناث بـ 11.50% و 13.17% على التوالي.

في حين تأتي خاصية الشيع في المرتبة الثانية بنسبة 8.69% بالنسبة لفئة الذكور، وفي المرتبة الثالثة بنسبة مقارنة بالنسبة لفئة الإناث بـ 8.09%، كما تأتي خاصية استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، مؤثرات) في المرتبة الثالثة بنسبة 8.28% بالنسبة لفئة الذكور، وفي المرتبة الرابعة بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 7.13%، أما خاصية الجاذبية فتأتي في المرتبة الرابعة بنسبة 5.05% بالنسبة لفئة الذكور، وفي المرتبة الثانية بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 8.51%، وجاءت خاصية سهولة الحفظ والاسترجاع في المرتبة الرابعة بنسبة 5.05% بالنسبة لفئة الذكور، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 6.31% من مجموع الفئة.

وبالنظر إلى الاعتبارات ذات العلاقة بجانب المضمون المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام يتبين من الجدول عدم وجود فروق كبيرة بين فئات الذكور والإناث في ترتيب الاعتبارات المرتبطة بمحتوى الوسيلة الإعلامية التي تجعل وسائل الإعلام مفضلة لديها.

فبالنسبة لفئة الذكور تشكل خاصية الجودة في المضامين الإعلامية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام التي تؤثر في اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام، وذلك بنسبة 12.90%، تليها خاصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 9.26%، ثم خاصية التفاعلية بنسبة مقارنة بلغت 8.98%، ثم خاصية المصادقية بنسبة 8.55%، فخاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 8.42%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 7.43%، في حين تمثل خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 5.89% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الإناث تمثل خاصية المصادقية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام، التي تؤثر في اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام وذلك بنسبة 8.92%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 8.78%، تليها خاصية التفاعلية و خاصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 8.64% لكل منهما، ثم خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية بنسبة 7.68%، ثم خاصية الجودة في المضامين الإعلامية بنسبة 7.27%، في حين تمثل خاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 6.86% من مجموع الفئة.

والملاحظ من خلال توزيع النسب المتعلقة بالاعتبارات ذات العلاقة بجانب المضمون المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام وجود تقارب كبير بينها خاصة بالنسبة لفئة الإناث، ما يعكس أنها كلها معايير أساسية ومهمة في تفضيل وسيلة إعلامية عن أخرى.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=03.211) أقل من كا2 الجدولية (=3.84)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير الاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة.

84- علاقة المستوى التعليمي بالاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لدى النخبة

المثقفة:

جدول رقم (84): يوضح علاقة المستوى التعليمي بالاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة لدى أفراد العينة.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
6.80	98	7.00	38	6.70	31	6.65	29	الجاذبية	من حيث شكل الوسيلة الإعلام
5.69	82	4.97	27	6.26	29	5.97	26	سهولة الحفظ والاسترجاع	
12.34	178	11.97	65	11.88	55	13.30	58	سهولة الاستخدام	
7.70	111	7.00	38	8.85	41	7.34	32	استخدام الوسائط المتعددة	
8.39	121	5.89	32	10.15	47	9.63	42	الشيوع	
40.92	590	36.83	200	43.84	203	42.89	187	المجموع	
8.73	126	10.31	56	7.99	37	7.57	33	المصدقية	من حيث مضمون الوسيلة الإعلام
8.95	129	10.31	56	9.07	42	7.11	31	الدقة والموضوعية	
7.63	110	6.63	36	7.78	36	8.72	38	الحرية الإعلامية	
6.80	98	9.03	49	5.62	26	5.28	23	العمق والشمول	
8.81	127	6.26	34	10.37	48	10.32	45	التفاعلية	
10.05	145	11.97	65	8.85	41	8.94	39	الجودة في المضامين الإعلامية	الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية
8.11	117	8.66	47	6.48	30	9.17	40		
59.08	852	63.17	343	56.16	260	57.11	249	المجموع	
100	1442	100	543	100	463	100	436	المجموع العام	
كا2 الجدولية = 5.99				كا2 المحسوبة = 06.091					

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه لا يوجد اختلاف كبير بين المستويات التعليمية، حيث ترى أكبر نسبة من أفراد العينة من فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه أن الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة لديهم هي المتعلقة بمضمونها بـ 57.11% و 56.16% و 63.17% على التوالي، وذلك أكثر من الاعتبارات المتعلقة بشكلها بـ 42.89% و 43.84% و 36.83% على التوالي، إلا أن فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه تهتم بمضمون الوسائل الإعلامية بنسبة أكبر من باقي الفئات الأخرى.

وبالنظر إلى الاعتبارات ذات العلاقة بجانب الشكل المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام يتبين من الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة

الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في ترتيب الاعتبارات المرتبطة بشكل الوسيلة الإعلامية، التي تتحدد على أساسها أفضلية استخدام وسائل الإعلام، إلا من حيث خاصية سهولة استخدام الوسيلة الإعلامية التي تمثل أعلى نسبة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بـ 13.30% و 11.88% و 11.97% على التوالي، بالإضافة إلى خاصية سهولة الحفظ والاسترجاع التي تمثل أدنى نسبة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بـ 5.97% و 6.26% و 4.97% على التوالي.

في حين تأتي خاصية الشيعوع في المرتبة الثانية بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبتي 9.63% و 10.15% على التوالي، بينما تأتي في المرتبة الرابعة بنسبة 5.89% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما تأتي خاصية استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، مؤثرات) في المرتبة الثالثة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبتي 7.34% و 8.85% على التوالي، وفي المرتبة الثانية بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة مقارنة قدرت بـ 7.00%، أما خاصية الجاذبية فتأتي في المرتبة الرابعة بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير بنسبتي 6.65% و 6.70% على التوالي، بينما جاءت في المرتبة الثانية بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة 7.00% من مجموع الفئة.

كما يتضح من الجدول أنه لا يوجد تباين بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير من حيث الاعتبارات ذات العلاقة بجانب الشكل المؤثرة في اعتمادها على وسائل الإعلام.

وبالنظر إلى الاعتبارات ذات العلاقة بجانب المضمون المؤثرة في اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام، يتبين من الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في ترتيب الاعتبارات المرتبطة بمحتوى الوسيلة الإعلامية التي تجعل وسائل الإعلام مفضلة لديها.

فبالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس تشكل خاصية التفاعلية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام التي تؤثر في اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام، وذلك بنسبة 10.32%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 9.17%، ثم خاصية الجودة في المضامين الإعلامية بنسبة 8.94%، فخاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 8.72%، ثم خاصية المصدقية بنسبة 7.57%، تليها خاصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 7.11%، في حين تمثل خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 5.28% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير تمثل التفاعلية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام التي تؤثر في اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام، وذلك بنسبة 10.37%، تليها خاصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 9.07%، ثم خاصية

الجودة في المضامين الإعلامية بنسبة 8.85%، تليها خاصية المصدقية بنسبة 7.99%، ثم خاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 7.78%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 6.48%، في حين تمثل خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية أدنى نسبة بـ 5.62% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه فتعتبر الجودة في المضامين الإعلامية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام، التي تؤثر في اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام وذلك بنسبة 11.97%، تليها خاصية المصدقية وخصوصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 10.31% لكل منهما، ثم خاصية العمق والشمول بنسبة 9.03%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 8.66%، ثم خاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 6.63%، في حين تمثل خاصية التفاعلية أدنى نسبة بـ 6.26% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه توجد فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالاعتبارات المرتبطة بشكل ومضمون الوسيلة الإعلامية التي يتحدد على أساسها تفضيل وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=06.091) أكبر من ك2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير الاعتبارات التي تجعل وسيلة الإعلام مفضلة.

85- إبداء النخبة المثقفة لكل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية:

جدول رقم (85): يوضح إبداء أفراد العينة لكل آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	53	53.00	51	51.00	58	58.00	162	54.00
لا	14	14.00	07	7.00	19	19.00	40	13.33
أحيانا	33	33.00	42	42.00	23	23.00	98	32.67
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
	ك2 المحسوبة = 11.462				ك2 الجدولية = 9.49			

يتضح من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية بنسبة 54.00%، يليهم أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية في بعض الأحيان فقط بنسبة 32.67%، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين لا يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية 13.33% من مجموع الباحثين.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الذين يجدون دوما قنوات لإيصال أفكارهم وبكل حرية إلى المجتمع، باستغلال الفرص التي أتاحتها التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الإعلام والاتصال، وما أفرزته من إيجابيات عديدة كالتفاعلية وحرية التعبير نتيجة ظهور وسائل الإعلام الجديدة، التي وسعت القدرة على الاتصال وأتاحت فرص جديدة لتوصيل الآراء والأفكار، فأضحت وسيلة هامة للتفيس والترويج

والتعبير، ساهمت في تطوير العملية الديمقراطية، في ظل الكبت والقهر النفسي الذي سببه احتكار أطراف معينة كالحكومات ورجال الأعمال لوسائل الإعلام التقليدية التي تروج لأفكارهم وأجنداتهم على حساب القضايا الفعلية للمجتمع. وفي هذا السياق "يقول الكاتب "يوشاي بنكلر" (Yochai Benkler) إن انغلاق وسائل الإعلام التقليدية، وعدم سماحها ب بروز الرأي المخالف من جهة، وظهور البيئة الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة من جهة أخرى، جعلت الأفراد يتحولون من متلقين سلبيين إلى مشاركين نشطين في الفضاء العمومي"¹.

ذلك أن حرية التعبير كدعامة أساسية لتكريس الممارسة الديمقراطية شرط ضروري لتحقيق وجود المثقف واستقلاله، من أجل تجسيد فكرة تحييد العقل والممارسات الفكرية وإخراجها من لعبة المصالح والحسابات السياسية والتأسيس لسلطة فكرية لا تخضع إلا لسلطة الضمير. فالبيئة الثقافية التي ينتمي إليها المثقف خاصة في جوانبها الإعلامية والفكرية عامل أساسي للإبداع والابتكار، وفي نفس الوقت قد تكون عامل سكون، خضوع وتبعية في ظل وجود رقابة على حرية الفكر والإبداع، فطبيعة الفرص المتاحة للمثقف للتعبير عن آرائه وأفكاره والمشاركة في بناء مجتمعه وخدمة قضاياه، من أهم العوامل التي تشجع أو تكبح عمليات الإبداع والإنتاج الفكري، خاصة أن وسائل الإعلام حاليا تعتبر المنبر الأساسي والضروري للإنتاج الفكري والثقافي، حيث أن للفكر ظروف موضوعية تنتجه وتساهم في تغذية العمليات الذهنية وتشجيع السلوك الابتكاري داخل المجتمع.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل نوع من أنواع النخبة المثقفة على حده، نلاحظ عدم وجود فروق كبيرة بينها في إبداء كل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية، حيث تمثل نسبة أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أعلى قيمة ب 53.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 51.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 58.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، تليها نسبة أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أحيانا فقط ب 33.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 42.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 23.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين تمثل نسبة أفراد العينة الذين لا يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أدنى قيمة ب 14.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و 7.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و 19.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=11.462) أكبر من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية.

¹. إبراهيم بعزیز: المرجع السابق، ص: 182.

86- علاقة الجنس بإبداء النخبة المثقفة لكل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية:

جدول رقم (86): يوضح علاقة الجنس بإبداء أفراد العينة لكل آرائهم في وسائل الإعلام بكل

حرية.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
54.00	162	47.22	68	60.26	94	نعم
13.33	40	12.50	18	14.10	22	لا
32.67	98	40.28	58	25.64	40	أحيانا
100	300	100	144	100	156	المجموع
كا2 الجدولية = 5.99			كا2 المحسوبة = 07.411			

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول وجود تباين بين فئات الذكور والإناث في إبداء كل آرائهما في وسائل الإعلام بكل حرية، حيث تمثل نسبة أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أعلى قيمة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بـ 60.26% و 47.22% على التوالي، تليها نسبة أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أحيانا فقط بـ 25.64% بالنسبة لفئات الذكور والإناث بـ 25.64% و 40.28% على التوالي، في حين تمثل نسبة أفراد العينة الذين لا يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أدنى قيمة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بـ 14.10% و 12.50% على التوالي.

كما نلاحظ أن فئة الذكور من النخبة المثقفة تجرد دوما قنوات لإيصال أفكارها وبكل حرية إلى المجتمع أكثر من فئة الإناث.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث في إبداء كل آرائهما في وسائل الإعلام بكل حرية، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=07.411) أكبر من كا2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية.

87- علاقة المستوى التعليمي بإبداء النخبة المثقفة لكل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية:

جدول رقم (87): يوضح علاقة المستوى التعليمي بإبداء أفراد العينة لكل آرائهم في وسائل

الإعلام بكل حرية.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	44	52.38	62	48.44	56	63.64	162	54.00
لا	12	14.29	18	14.06	10	11.36	40	13.33
أحيانا	28	33.33	48	37.50	22	25.00	98	32.67
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
ك2 المحسوبة = 05.165					ك2 الجدولية = 9.49			

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول عدم وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في إبداء كل آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية، حيث تمثل نسبة أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أعلى قيمة بـ 52.38% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، و 48.44% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، و 63.64% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، تليها نسبة أفراد العينة الذين يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أحيانا فقط بـ 33.33% لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، و 37.50% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، و 25.00% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين تمثل نسبة أفراد العينة الذين لا يعبرون عن آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية أدنى قيمة بـ 14.29% لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، و 14.06% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، و 11.36% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

كما نلاحظ أن فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه من النخبة المثقفة تجد دوما قنوات لإيصال أفكارها وبكل حرية إلى المجتمع أكثر من باقي الفئات، ذلك أن هوامش الحرية في التعبير والاستقلالية في المواقف والدفاع عن الآراء، ومنه التشبث الحقيقي بالمجتمع والدفاع عن قضاياه، يتدعم أكثر بالوجاهة والمحترمية المحصل عليها بفضل الرتبة في السلم المعرفي والعلمي، واللذان تساهمان بقوة في التحرر من الرقابة الذاتية، والتي تتحدد هوامشها بدورها بمعدلات الاستقلال الاقتصادي ومدى الارتباط بمراكز القرار.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه لا يوجد اختلاف بين المستويات التعليمية في إبداء كل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية، ويتأكد الأمر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=05.165) أقل من ك2 الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية.

88- أسباب عدم إبداء النخبة المثقفة لكل آرائها بكل حرية:

جدول رقم (88): يوضح أسباب عدم إبداء أفراد العينة لكل آرائهم بكل حرية.

المجموع	المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
	%	ك	%	ك	%	ك		
12.50	05	5.27	01	28.57	02	14.29	02	الرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة
12.50	05	21.05	04	0.00	00	7.14	01	غياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي
12.50	05	21.05	04	14.29	01	0.00	00	عدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة
25.00	10	21.05	04	28.57	02	28.57	04	عدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي
37.50	15	31.58	06	28.57	02	50.00	07	غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع
100	40	100	19	100	07	100	14	المجموع
كا2 الجدولية = 15.51			كا2 المحسوبة = 08.602					

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أن أكثر الباحثين لا يبدون آراءهم بكل حرية في وسائل الإعلام بسبب غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع بنسبة 37.50%، يليه السبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 25.00%، وفي الأخير يأتي السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة والسبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي والسبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنسبة 12.50% لكل منهم على حده.

وهذا راجع إلى بعض الإشكالات التي تعاني منها المنظومة الإعلامية خاصة في الجزائر، بسبب احتكار أنساق التعبير ومؤسسات النشر الثقافي واستمرار هيمنة الطرح السياسي على حساب الطرح الثقافي.

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده نلاحظ عدم وجود تباين بينها من حيث أسباب عدم تمكنهم من إبداء كل آراءهم بكل حرية في وسائل الإعلام، إذ بالنسبة لفئة النخبة الأكاديمية يرى أغلب مبحوثيها أن سبب عدم إبدائهم لكل آرائهم بكل حرية في وسائل الإعلام يتمثل في غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع بنسبة 50.00%، يليه السبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 28.57%، ثم السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 14.29%، وفي الأخير السبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي بنسبة 7.14%، في حين

تتعدم نسبة الذين يرون أن سبب عدم إبدائهم لكل آرائهم بكل حرية في وسائل الإعلام هو عدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بـ 0.00%.

أما بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة يرى أكثر مبحوثيها أن أسباب عدم إبداءهم لكل آرائهم بكل حرية في وسائل الإعلام يتمثل في غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع وعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي والرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 28.57% لكل منهم على حده، ثم عدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنسبة 14.29%، فقد يكون خطابها موجه إلى جمهور خاص، في حين تتعدم نسبة الذين يرون أن سبب عدم إبدائهم لكل آرائهم بكل حرية في وسائل الإعلام هو غياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي بـ 0.00%.

وبالنسبة لفئة النخبة المبدعة يرى أكثر مبحوثيها أن سبب عدم إبدائهم لكل آرائهم بكل حرية في وسائل الإعلام يتمثل في غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع بنسبة 31.58%، يليه السبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي والسبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة والسبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 21.05% لكل منهم على حده، وفي الأخير يأتي السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 5.27% من مجموع الفئة.

ومنه نستنتج أن السبب المتعلق بغياب المضامين الإعلامية التي تفعل الإتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع يعتبر أهم سبب بالنسبة لكل أنواع النخبة المثقفة، التي ترى بأنها لا تعبر عن كل آرائها بكل حرية في وسائل الإعلام، وهذا دليل على وعي المثقف الجزائري بدوره ومكانته الاجتماعية، ليس كمنتج للأفكار وأنساق التعبير فقط، وإنما كحامل لانشغالات وهموم مجتمعه، وكقائد فكر يشارك في عمليات التغيير وطرح البدائل، من خلال المضامين الإعلامية التي تركز قيم العدالة والتضامن والتعاون والديمقراطية، لخلق الانسجام داخل المجتمع وتمتين الضمير الجمعي.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=08.602) أقل من كا2 الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير أسباب عدم إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية.

89- علاقة الجنس بأسباب عدم إبداء النخبة المثقفة لكل آرائها بكل حرية:

جدول رقم (89): يوضح علاقة الجنس بأسباب عدم إبداء أفراد العينة لكل آرائهم بكل حرية.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
12.50	05	22.22	04	4.55	01	الرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة
12.50	05	16.67	03	9.09	02	غياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي
12.50	05	11.11	02	13.64	03	عدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة
25.00	10	33.33	06	18.18	04	عدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي
37.50	15	16.67	03	54.54	12	غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع
100	40	100	18	100	22	المجموع
كا2 الجدولية = 9.49			كا2 المحسوبة = 07.677			

نلاحظ من خلال الجدول عدم وجود فروق كبيرة بين الجنسين من حيث أسباب عدم تمكنهما من إبداء كل آراءهما بكل حرية في وسائل الإعلام، حيث يرى أغلب مبحوثي فئة الذكور أن سبب عدم إبدائهم لكل آرائهم بكل حرية في وسائل الإعلام يتمثل في غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع بنسبة 54.54%، يليه السبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 18.18%، ثم السبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنسبة 13.64%، يليه السبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي بنسبة 9.09%، وفي الأخير السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 4.55% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الإناث فيمثل السبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي أعلى نسبة بـ 33.33%، يليه السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 22.22%، ثم السبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي والسبب المتعلق بغياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع بنسبة 16.67% لكل منهما، وفي الأخير السبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنسبة 11.11% من مجموع الفئة.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (= 07.677) أقل من كا2 الجدولية (= 9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير أسباب عدم إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية.

90- علاقة المستوى التعليمي بأسباب عدم إبداء النخبة المثقفة لآرائها بكل حرية:

جدول رقم (90): يوضح علاقة المستوى التعليمي بأسباب عدم إبداء أفراد العينة لكل آرائها بكل حرية.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
12.50	05	10.00	01	11.11	02	16.67	02	الرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة	
12.50	05	10.00	01	16.67	03	8.33	01	غياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي	
12.50	05	10.00	01	5.55	01	25.00	03	عدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة	
25.00	10	10.00	01	27.78	05	33.33	04	عدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي	
37.50	15	60.00	06	38.89	07	16.67	02	غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع	
100	40	100	10	100	18	100	12	المجموع	
ك2 الجدولية = 15.51				ك2 المحسوبة = 06.993					

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول عدم وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه، التي ترى أنها لا تبدي بكل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية من حيث الأسباب وراء ذلك، حيث بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس يرى أكثر مبحوثيها أن سبب عدم إبدائها لكل آرائها بكل حرية في وسائل الإعلام يتمثل في عدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 33.33%، يليه السبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنسبة 25.00%، ثم السبب المتعلق بغياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع والسبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 16.67%، في حين يمثل السبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي أدنى نسبة بـ 8.33% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير فيمثل السبب المتعلق بغياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع أعلى نسبة بـ 38.89%، يليه السبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 27.78%، ثم السبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي بنسبة 16.67%، يليه السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 11.11%، وفي الأخير السبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنسبة 5.55% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه يرى أغلب مبحوثيها أن سبب عدم إبدائها لكل آرائها بكل حرية في وسائل الإعلام يتمثل في غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع بنسبة 60.00%، ثم السبب المتعلق بعدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي والسبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي والسبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة والسبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة بنسبة 10.00% لكل منهم على حده.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه لا يوجد اختلاف بين المستويات التعليمية من حيث أسباب عدم تمكنها من إبداء كل آراءها بكل حرية في وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=06.993) أقل تماما من ك₂ الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير أسباب عدم إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية.

91- مشاركة النخبة المثقفة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها:

جدول رقم (91): يوضح مشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	84	84.00	83	83.00	91	91.00	258	86.00
لا	16	16.00	17	17.00	09	9.00	42	14.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
ك ₂ المحسوبة = 03.156					ك ₂ الجدولية = 5.99			

يتضح من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يشاركون في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مع القائمين عليها بنسبة 86.00%، وبنسبة ضعيفة أحاب أفراد العينة بأنهم لا يشاركون في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مع القائمين عليها بـ 14.00% من مجموع المبحوثين.

ويمكن تفسير الارتفاع الكبير في نسبة المبحوثين الذين يشاركون في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مع القائمين عليها، بأن النخبة المثقفة على وعي بالأهمية البالغة لوسائل الإعلام في الوقت الحالي في التغيير السياسي والاجتماعي، والذي يعتبر المثقف من أهم عوامله، خاصة أن التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الإعلام والاتصال منحتة فرص جديدة وقنوات عديدة للتعبير عن الأفكار والثقافات والآراء حول مختلف القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية، للمساهمة في صناعة الرأي العام وتوجيهه، وأصبح الإعلام فضاءً واسعاً تتزاحج خلاله مختلف التوجهات الفكرية عبر النقاش والحوار والتبادل للأفكار والرؤى، وبذلك مكن من زيادة قوة وسلطة المثقف وزاد من هيمنته على المادة والرسالة الإعلامية، ومكن الأصوات المهمشة من التعبير عن انشغالاتها واحتياجاتها وانتقاداتها، فأصبحت النخبة المثقفة أكثر نشاطاً في التعبير عن آرائها التي توضح توجهاتها بشفافية.

إلا أن وجود نسبة ضئيلة من عينة الدراسة لم تشارك في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام، ربما بسبب عدم توفر الفرصة للمشاركة في الوسائل والمضامين المرغوبة والمفضلة لديها، أو أنها تفضل قنوات الاتصال الشخصي وتتفادى التواصل من خلال قنوات الاتصال الجماهيري.

ونلاحظ أيضا عدم وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة في علاقتها بالمشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام، حيث أن معظم أفراد العينة يشاركون في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام بنسبة 84.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و83.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و91.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين لم تشارك نسبة ضعيفة من أفراد العينة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام بنسبة 16.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و17.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و9.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه لا يوجد اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالمشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=03.156) أقل من كا2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير المشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام.

92- علاقة الجنس بمشاركة النخبة المثقفة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها:

جدول رقم (92): يوضح علاقة الجنس بمشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع

القائمين عليها.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	138	88.46	120	83.33	258	86.00
لا	18	11.54	24	16.67	42	14.00
المجموع	156	100	144	100	300	100
كا2 المحسوبة = 01.636			كا2 الجدولية = 3.84			

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول عدم وجود فروق بين فئات الذكور والإناث في علاقتهم بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها، حيث أن معظم أفراد العينة من الذكور والإناث يشاركون في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام بنسبتي 88.46% و83.33% على التوالي، في حين لم تشارك نسبة ضعيفة من أفراد العينة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام بالنسبة لكل من الذكور والإناث بنسبتي 11.54% و16.67% على التوالي. كما نلاحظ أن فئة الذكور هم أكثر مشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مقارنة بفئة الإناث، ولكن بفارق صغير.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه لا يوجد اختلاف بين الجنسين في علاقتهم بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=01.636) أقل من كا2 الجدولية (=3.84)،

وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير المشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام.

93- علاقة المستوى التعليمي بمشاركة النخبة المثقفة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام:

جدول رقم (93): يوضح علاقة المستوى التعليمي بمشاركة أفراد العينة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	63	75.00	109	85.16	86	97.73	258	86.00
لا	21	25.00	19	14.84	02	2.27	42	14.00
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
كا2 المحسوبة = 18.569					كا2 الجدولية = 5.99			

تبين البيانات المتضمنة في هذا الجدول وجود تباين بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها، حيث أن معظم أفراد العينة يشاركون في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام بنسبة 75.00% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، و85.16% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، و97.73% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين لم تشارك نسبة ضعيفة من أفراد العينة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام بنسبة 25.00% بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس، و14.84% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير، وبنسبة ضعيفة جدا بلغت 2.27% بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه.

كما نلاحظ أيضا أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي كلما زادت المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها، ويمكن تفسير ذلك بأن الرتبة العلمية تكسب صاحبها الواجهة وتحقق له السلطة المعنوية بالمنظور الإعلامي، لأن المؤسسة الإعلامية مهما كانت طبيعتها تسعى دوما إلى تحسين موقعها بحثا هي الأخرى عن سلطتها المعنوية لدى جماهيرها، هذا الأمر يطرح قضية العدالة في تمرير الرسائل والخطابات كتحد إضافي إلى التحدي الرئيسي الذي هو العمل على إنتاج هذه الخطابات.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه توجد فروق بين المستويات التعليمية في علاقتها بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=18.569) أكبر من كا2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير المشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام.

94- الوسائل الإعلامية التي شاركت فيها النخبة المثقفة لمناقشة مضامينها:

جدول رقم (94): يوضح وسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة في مناقشة مضامينها.

الترتيب	المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6	3.18	16	3.27	05	4.21	04	2.74	07	التلفزيون
3	19.88	100	20.26	31	29.47	28	16.08	41	المجلات
4	8.75	44	5.23	08	4.21	04	12.55	32	الصحافة المكتوبة
1	37.77	190	51.63	79	48.42	46	25.49	65	الانترنت
2	23.46	118	16.99	26	13.69	13	30.98	79	الإذاعة
5	6.96	35	2.62	04	0.00	00	12.16	31	الكتب
	100	503	100	153	100	95	100	255	المجموع
كا2 الجدولية = 18.31					كا2 المحسوبة = 69.576				

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أن وسيلة الانترنت احتلت المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي شاركت فيها عينة النخبة المثقفة لمناقشة مضامينها، وذلك بنسبة 37.77%، تليها الإذاعة في المرتبة الثانية بنسبة 23.46%، ثم المجلات في المرتبة الثالثة بنسبة معتبرة بلغت 19.88%، تأتي بعدها الصحافة المكتوبة في المرتبة الرابعة بنسبة 8.75%، ثم الكتب في المرتبة الخامسة بنسبة 6.96%، يليها التلفزيون في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 3.18% من مجموع الفئة.

وبمقارنة هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (81) نلاحظ أن هناك تباين في ترتيب الوسائل الإعلامية لدى عينة الدراسة بين الوسائل المفضلة للمشاركة والوسائل المتاحة للمشاركة، حيث يأتي التلفزيون في قمة اهتمامات النخبة المثقفة من حيث الأفضلية في حين يتراجع إلى المرتبة الأخيرة من بين وسائل الإعلام المتاحة للمشاركة على خلاف وسيلة الانترنت، وهذا ما يعكس أهمية التلفزيون ودوره في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى في رأي أفراد العينة، مما يجعله المفضل لديهم، إلا أن هذه الوسيلة لم تنفتح بالقدر الكافي الذي يسمح بإقحام الجميع في تفعيل الاتصال الفكري والنقد الاجتماعي، رغم تعدد القنوات التلفزيونية، وذلك على خلاف الانترنت التي جاءت في مقدمة الوسائل التي شاركت فيها عينة النخبة المثقفة لمناقشة المضامين الإعلامية، ويمكن إرجاع الأمر ربما إلى أن المثقف مازال ينظر إليها على أنها تلعب دورا هاما في الاتصالات الشخصية أكثر من الجماهيرية، إلا أن دورها في التواصل مع مختلف الجماهير في كل بقاع العالم بدأ في الظهور بقوة مؤخرا ما جعلها من أهم وسائل التغيير السياسي والاجتماعي، خاصة وأنها تتميز بخصائص كثيرة من أهمها حرية التعبير التي تعرف قيودا في وسائل الإعلام الأخرى، وفتح المجال واسعا أمام الجميع دون

استثناء للمشاركة من خلال تقنيات وتطبيقات إتصالية جديدة لكسر الاحتكار الذي تمارسه الحكومات والمؤسسات الإعلامية.

كما تمثل الإذاعة أهم الوسائل الإعلامية التي شاركت فيها عينة النخبة المثقفة لمناقشة مضامينها بعد الانترنت، وهذا راجع إلى التطورات الكبيرة التي عرفت من حيث المضامين، ومن حيث الإنعاش الحقيقي والفعلي في المجتمع، وذلك من خلال سعيها لتجسيد التعددية الحقيقية وإشراك مختلف الفاعلين الاجتماعيين خاصة قادة الفكر منهم في النقاشات العامة، نتيجة توسيع الشبكات الإذاعية بظهور الإذاعات المحلية، التي تعكس بصفة دائمة الحضور القوي للأساتذة والباحثين الجامعيين والمهنيين والمبدعين في مختلف برامجها، سواء كمقدمين لحصص ثقافية أو فكرية أو تربوية، أو كمشاركين في تنشيط النقاشات كمحللين وأصحاب رؤى واقتراحات، حيث تراعي التوازن الجغرافي بين مختلف مناطق الوطن لتكريس ثقافة الحوار. وفي هذا الصدد يقول محمد برفوق: "انطلاقاً من تجربتي في الإذاعة، بحكم أنني منتج لبرنامجين في القناة الأولى والثانية، أقول أنه هناك مجال حر ومطلق في تحليل محتوى البرنامج دون أية رقابة أو توجيه...، وأظن أن المشكلة تكمن على مستوى البصري أكثر، بحكم أن التلفزيون آلية من آليات توجيه وتأطير الرأي العام، كما أن لها هدف تعبوي أكثر من مالها هدف إعلامي توعوي"¹.

والملاحظ أيضاً أن الكتاب يعرف مشاركة ضعيفة من طرف أفراد العينة لإيصال أفكارهم، لأنه لا يمثل أفضلية كبيرة بالنسبة لهم حسب ما تعكسه بيانات الجدول رقم (81)، ويرجع ذلك في الأساس للعراقيل والصعوبات التي تتصف بها البيئة الثقافية الوطنية، حيث تلغي إمكانية المشاركة ولا تسمح إلا بهامش محدود، مما يجعل المثقف الجزائري يبحث عن وسائل أخرى أسهل في الوصول إليها للمشاركة وإبداء الآراء في مختلف القضايا. وفي هذا الإطار يشير "علي أومليل" إلى "أن الكاتب العربي نظراً إلى الحصار المحيط به قد يقبل أية وسيلة يأمل في أنها ستؤدي إلى تغيير ثوري لواقعه، فهو من جهة لا يجد أمامه قاعدة من القراء الذين يشكلون رأياً عاماً يسنده، ومن جهة ثانية هو موجود عادة داخل أنظمة لا تفسح المجال للتطور الديمقراطي، كما أن الدولة تستحوذ على المجال العام، فتنتفي بذلك كل حياة سياسية حقيقية، دولة تأكل مجتمعها المدني وتلغي كل إمكانية للمشاركة، أو هي لا تسمح إلا بهامش محاصر"².

وبالنظر إلى كل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ وجود تباين بينها في ترتيب وسائل الإعلام التي شاركت من خلالها في مناقشة مضامينها، حيث تحتل الإذاعة المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي شاركت فيها فئة النخبة الأكاديمية لمناقشة المضامين الإعلامية بنسبة 30.98%،

¹. حجّام الجمعي: المرجع السابق، ص: 229.

². علي أومليل: السلطة الثقافية والسلطة السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 1998، ص ص:

بينما تأتي الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة 25.49%، ثم المجالات في المرتبة الثالثة بنسبة 16.08%، ذلك أن المجلة بالنسبة للأستاذ الجامعي تعتبر وسيلة البحث العلمي والأكاديمي، التي يتناول فيها المثقف مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والإعلامية والثقافية والاقتصادية والدينية، التي تهم المجتمع بطريقة منهجية علمية، وتسليط الضوء على أبعادها وتحليلها وتفسيرها لإيجاد الحلول المناسبة وطرح البدائل الممكنة، التي تساهم في تحقيق التنمية للفرد والمجتمع والمساهمة في التنشئة السياسية والاجتماعية السليمة، تليها الصحافة المكتوبة في المرتبة الرابعة بنسبة 12.55%، تأتي بعدها الكتب في المرتبة الخامسة 12.15%، ثم التليفزيون في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة ضعيفة جدا بلغت 2.74% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة تحتل الانترنت المرتبة الأولى بنسبة كبيرة بلغت 48.42% مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى التي شاركت فيها مناقشة مضامينها، تليها المجالات في المرتبة الثانية بنسبة 29.47%، ثم الإذاعة في المرتبة الثالثة بنسبة 13.69%، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة تأتي وسيلتا التليفزيون والصحافة المكتوبة بنسبة 4.21% لكل منهما، في حين تنعدم نسبة أفراد العينة من فئة النخبة المتخصصة الذين شاركوا من خلال الكتب ب 0.00% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة النخبة المبدعة تحتل الانترنت المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي شاركت فيها لمناقشة المضامين الإعلامية بأعلى قيمة مقارنة بباقي الفئات ب 51.63%، تليها المجالات في المرتبة الثانية بنسبة 20.26%، ثم الإذاعة في المرتبة الثالثة بنسبة 16.99%، تأتي بعدها باقي الوسائل الإعلامية بنسب ضعيفة ومقاربة حيث تحتل الصحافة المكتوبة المرتبة الرابعة بنسبة 5.23%، يليها التليفزيون في المرتبة الخامسة بنسبة 3.27%، ثم الكتب في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 2.62% من مجموع الفئة. ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالوسائل الإعلامية التي شاركت فيها في مناقشة مضامينها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=69.576) أكبر من كا2 الجدولية (=18.31)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير وسائل الإعلام المشارك فيها في مناقشة مضامينها.

95- علاقة الجنس بالوسائل الإعلامية التي شاركت فيها النخبة المثقفة لمناقشة مضامينها:

جدول رقم (95): يوضح علاقة الجنس بوسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة في مناقشة

مضامينها.

الترتيب	المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
	%	ك	%	ك	%	ك	
6	3.18	16	1.79	04	4.28	12	التلفزيون
3	19.88	100	21.53	48	18.57	52	المجلات
4	8.75	44	5.38	12	11.43	32	الصحافة المكتوبة
1	37.77	190	42.15	94	34.29	96	الانترنت
2	23.46	118	25.11	56	22.14	62	الإذاعة
5	6.96	35	4.04	09	9.29	26	الكتب
	100	503	100	223	100	280	المجموع
	كا2 الجدولية = 11.07			كا2 المحسوبة = 15.575			

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول أنه يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث في ترتيب وسائل الإعلام التي شاركا من خلالها في مناقشة مضامينها، إلا أنه يوجد تفاوت ملحوظ في النسب حيث تحتل الانترنت المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة من الذكور والإناث في مناقشة المضامين الإعلامية بنسبتي 34.29% و 42.15% على التوالي، تليها المجلات في المرتبة الثانية بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 22.14% و 25.11% على التوالي، ثم الإذاعة في المرتبة الثالثة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 18.57% و 21.53% على التوالي، تأتي بعدها الصحافة المكتوبة في المرتبة الرابعة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 11.43% و 5.38% على التوالي، ثم الكتب في المرتبة الخامسة بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 9.29% و 4.04% على التوالي، في حين يحتل التلفزيون المرتبة السادسة والأخيرة من حيث مشاركة المبحوثين فيه لمناقشة مضامينه بالنسبة لفئات الذكور والإناث بنسبتي 4.28% و 1.79% على التوالي.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه توجد فروق دالة إحصائية بين الجنسين في علاقتهما بالوسائل الإعلامية التي شاركا فيها في مناقشة مضامينها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، فنجد أن كا2 المحسوبة (=15.575) أكبر من كا2 الجدولية (=11.07)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير وسائل الإعلام المشارك فيها لمناقشة مضامينها.

96- علاقة المستوى التعليمي بالوسائل الإعلامية التي شاركت فيها النخبة المثقفة لمناقشة

مضامينها:

جدول رقم (96): يوضح علاقة المستوى التعليمي بوسائل الإعلام التي شارك فيها أفراد العينة في مناقشة مضامينها.

الترتيب	المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6	3.18	16	2.79	06	3.59	06	3.31	04	التلفزيون
3	19.88	100	15.35	33	23.95	40	22.31	27	المجلات
4	8.75	44	9.30	20	10.78	18	4.96	06	الصحافة المكتوبة
1	37.77	190	33.03	71	35.33	59	49.59	60	الانترنت
2	23.46	118	28.37	61	19.76	33	19.83	24	الإذاعة
5	6.96	35	11.16	24	6.59	11	0.00	00	الكتب
	100	503	100	215	100	167	100	121	المجموع
كا2 الجدولية = 18.31					كا2 المحسوبة = 30.818				

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أنه وجود تباين بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث ترتيب وسائل الإعلام التي شاركوا من خلالها في مناقشة مضامينها، إذ بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس تحتل الانترنت المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي شاركت فيها لمناقشة المضامين الإعلامية بنسبة 49.59%، كما جاءت الإذاعة في المرتبة الثانية بنسبة 22.31%، ثم المجلات في المرتبة الثالثة بنسبة 19.83%، تأتي بعدها الوسائل الإعلامية الأخرى بنسب ضعيفة، حيث جاءت الصحافة المكتوبة في المرتبة الرابعة بنسبة 4.96%، يليها التلفزيون في المرتبة الخامسة بنسبة 3.31%، في حين تنعدم نسبة المبحوثين الذين شاركوا من خلال الكتب بنسبة 0.00% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير تأتي الانترنت في المقدمة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى التي شاركت فيها لمناقشة مضامينها، وذلك بنسبة 35.33%، تليها الإذاعة في المرتبة الثانية بنسبة 23.95%، ثم المجلات في المرتبة الثالثة بنسبة 19.76%، وفي المرتبة الرابعة تأتي الصحافة المكتوبة بنسبة 10.78%، تليها الكتب في المرتبة الخامسة بنسبة 6.59%، وفي المرتبة السادسة والأخيرة يأتي التلفزيون بنسبة 3.59% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه تحتل الانترنت المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي شاركت فيها لمناقشة المضامين الإعلامية بنسبة 33.03%، تليها المجلات في المرتبة الثانية بنسبة 28.37%، ثم الإذاعة في المرتبة الثالثة بنسبة 15.35%، تأتي بعدها الكتب في المرتبة الرابعة بنسبة معتبرة

مقارنة بباقي الفئات بلغت 11.16%، تليها الصحافة المكتوبة في المرتبة الخامسة بنسبة 9.30%، ثم التلفزيون في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 2.79% من مجموع الفئة. ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين المستويات التعليمية في علاقتها بالوسائل الإعلامية التي شاركت فيها في مناقشة مضامينها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=30.818) أكبر من ك2 الجدولية (=18.31)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين المتغيرين.

97- طبيعة المناقشة التي شاركت من خلالها النخبة المثقفة في وسائل الإعلام:

جدول رقم (97): يوضح طبيعة هذه المناقشة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اتصالات هاتفية	22	8.63	19	20.00	21	13.73	62	12.33
تعليقات عبر البريد الإلكتروني	05	1.96	05	5.26	02	1.31	12	2.39
مقالات في صحف ومجلات	102	40.00	22	23.16	34	22.22	158	31.41
حوار إذاعي	19	7.45	09	9.47	10	6.54	38	7.55
مقابلة تلفزيونية	06	2.35	01	1.05	03	1.96	10	1.99
تنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي	65	25.49	32	33.69	60	39.22	157	31.21
التدوين	03	1.18	00	0.00	18	11.76	21	4.17
إنشاء موقع إلكتروني خاص	02	0.78	07	7.37	01	0.65	10	1.99
مؤلفات	31	12.16	00	0.00	04	2.61	35	6.96
المجموع	255	100	95	100	153	100	503	100
	ك2 المحسوبة= 99.570				ك2 الجدولية= 26.30			

يتضح من خلال الجدول أن أكثر أفراد العينة يشاركون في مناقشة المضامين الإعلامية من خلال المقالات في الصحف والمجلات بنسبة 31.41%، يليها بنسبة مقاربة جدا التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 31.21%، ثم الاتصالات الهاتفية بنسبة 12.33%، وبفارق واضح تأتي باقي أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية في الترتيب الموالي، حيث يمثل الحوار الإذاعي نسبة 7.55%، ثم المؤلفات بنسبة 6.96%، والتدوين بنسبة 4.17%، تليه التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 2.39%، وفي الأخير تأتي المقابلة التلفزيونية وإنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 1.99% لكل منهما. ومنه نستنتج أن أفراد العينة يشاركون بمختلف أشكال المشاركة، لما يتمتعون به من مستوى ثقافي وتعليمي مرتفع ومهارات معرفية عالية، ما يسمح لهم بمناقشة مختلف القضايا التي تتطلب الكثير من الإطلاع والمعرفة، إلا أنها مشاركة متفاوتة، تتوقف أساسا على مدى وجود فرص كافية للتعبير عن الأفكار والآراء، حيث تأتي المقالات في الصحف والمجلات والتنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة، ما يعكس وعي عينة النخبة المثقفة بدورها في بلورة مواقف واتجاهات الجماهير تجاه الكثير من

الأحداث والموضوعات والقضايا، ففي ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الإعلام والاتصال وتجاوز القيود التقنية، أصبحت أكثر أهمية من خلال تسهيل عملية الاتصال وإتاحة تبادل المعلومات والآراء والحوارات بين الأفراد والمناقشة بشكل لحظي وآني بالصوت والصورة.

كما يتضح من الجدول انخفاض نسبة المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية من خلال المؤلفات، أي أن نسبة كبيرة من عينة النخبة المثقفة لم تطبع لها كتب، وهذا ما يعكس جفاء البيئة الثقافية والفكرية الوطنية، "حيث تعكس هذا الضعف في الإنتاج الفكري الإحصائيات العامة الخاصة بالبيبلوغرافيا الجزائرية من 1963 إلى 2002، التي بلغت 23162 وثيقة منها 10170 باللغة العربية و12992 باللغة الأجنبية، وتعتبر هذه النسبة ضعيفة جدا، وتعبر عن مأساة الكتاب والصناعات الثقافية المرتبطة به في الجزائر، إذا ما قارناها بفرنسا التي تنشر سنويا 45311 كتاب، أي أنها أنتجت في سنة ضعف ما تم إنتاجه في الجزائر خلال 40 سنة تقريبا، ويرجع ذلك إلى تهميش الكتاب كوعاء فكري وكحامل للذاكرة الجماعية، بسبب غياب سياسة واضحة بالكتاب، إنتاجا واستيرادا، فعملية إنتاج وتسويق الكتاب في الجزائر وكغيره من النشاطات الاقتصادية، تعاني من الغموض والتهرب الجبائي وانتهازية دور النشر وعدم تحمل الدولة لمسؤولياتها، وذلك بدعم سعره وإلغاء الضريبة الجمركية عليه التي تبقى دوما مرتفعة بما أنها تصل إلى 15%".¹

ويتبين أيضا انخفاض نسبة التدوين لدى عينة الدراسة، ربما لأن ظاهرة المدونات حديثة في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى، وعرفت انتشارا مؤخرا فقط، رغم أن المدونات تعتبر مجالا سهلا لنشر المقالات ولا تحتاج إلى أي جهد، كما أنها كشكل من أشكال النشر الإلكتروني تعتبر أداة هامة للتواصل الإنساني ومصدرا جديدا للمعلومات، ساهم في صناعة حرية إبداء الرأي، من خلال خلق فضاء حيوي قادر على استثمار الإمكانيات الفعلية التي يتيحها في تنشئة وتنوير المجتمع، والضغط على صانعي القرار باتجاه بلورة قرارات أكثر مصداقية.

وبالنظر إلى توزيع النسب بالنسبة لكل فئة من فئات النخبة المثقفة على حده، نلاحظ وجود اختلاف بينها في علاقتها بطبيعة المناقشة التي شاركت من خلالها في وسائل الإعلام، حيث بالنسبة لفئة النخبة الأكاديمية تمثل المقالات في الصحف والمجلات كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية أعلى نسبة بـ 40.00%، ثم التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 25.49%، تليه بفارق كبير المؤلفات بقيمة معتبرة مقارنة بباقي الفئات بلغت 12.16%، فالاتصالات الهاتفية بنسبة 8.63%، ثم الحوار الإذاعي بنسبة 7.45%، تأتي بعدها باقي أشكال المناقشة بنسب متقاربة وضعيفة، حيث تشكل المقابلة التليفزيونية نسبة 2.35%، تليها التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 1.96%، ثم التدوين بنسبة 1.18%، وفي الأخير يأتي إنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 0.78% من مجموع الفئة.

¹ حجام الجمعي: المرجع السابق، ص: 209.

أما بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة يمثل التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية أعلى نسبة بـ 33.69%، ثم المقالات في الصحف والمجلات بنسبة 23.16%، تليها الاتصالات الهاتفية بنسبة 20.00%، وبفارق واضح يأتي الحوار الإذاعي بنسبة 9.47%، ثم إنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 7.37%، تليه التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 5.26%، ثم المقابلة التلفزيونية بنسبة 1.05%، بينما تنعدم نسبة المشاركين من مبحوثي الفئة من خلال التدوين والمؤلفات بنسبة 0.00% لكل منهما.

وبالنسبة لفئة النخبة المبدعة يمثل التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية أعلى نسبة بـ 39.22%، ثم المقالات في الصحف والمجلات بنسبة 22.22%، وبفارق واضح تأتي الاتصالات الهاتفية بنسبة 13.73%، ثم التدوين بنسبة معتبرة مقارنة بباقي الفئات بلغت 11.76%، يليه الحوار الإذاعي بنسبة 6.54%، تأتي بعدها باقي أشكال المناقشة بنسب متقاربة وضعيفة، حيث تشكل المؤلفات نسبة 2.61%، تليها المقابلة التلفزيونية بنسبة 1.96%، ثم التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 1.31%، وفي الأخير جاء إنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 0.65% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه توجد فروق بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بطبيعة المناقشة التي شاركت من خلالها في وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك α بين المتغيرين، فنجد أن ك α المحسوبة (=99.570) أكبر من ك α الجدولية (=26.30)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير طبيعة المناقشة في وسائل الإعلام.

98- علاقة الجنس بطبيعة المناقشة التي شاركت من خلالها النخبة المثقفة في وسائل

الإعلام:

جدول رقم (98): يوضح علاقة الجنس بطبيعة هذه المناقشة.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
اتصالات هاتفية	27	9.64	35	15.70	62	12.33
تعليقات عبر البريد الإلكتروني	08	2.86	04	1.79	12	2.39
مقالات في صحف ومجلات	91	32.50	67	30.04	158	31.41
حوار إذاعي	25	8.93	13	5.83	38	7.55
مقابلة تليفزيونية	09	3.21	01	0.45	10	1.99
تنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي	71	25.36	86	38.56	157	31.21
التدوين	15	5.36	06	2.69	21	4.17
إنشاء موقع إلكتروني خاص	08	2.86	02	0.90	10	1.99
مؤلفات	26	9.28	09	4.04	35	6.96
المجموع	280	100	223	100	503	100
	كأ المتحسوبة = 27.239			كأ الجدولية = 15.51		

يتبين من خلال البيانات الواردة في الجدول وجود تباين بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بطبيعة المناقشة التي شاركا من خلالها في وسائل الإعلام، حيث بالنسبة لفئة الذكور تمثل المقالات في الصحف والمجلات كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية أعلى نسبة بـ 32.50%، يليها التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 25.36%، وبفارق واضح تأتي أشكال المناقشة الأخرى بنسب متفاوتة حيث تمثل الاتصالات الهاتفية نسبة 9.64%، ثم المؤلفات بنسبة 9.28%، يليها الحوار الإذاعي بنسبة 8.93%، فالتدوين بنسبة 5.36%، تليه المقابلة التليفزيونية بنسبة 3.21%، ثم التعليقات عبر البريد الإلكتروني وإنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 2.86% لكل منهما.

أما بالنسبة لفئة الإناث فيمثل التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية أعلى نسبة بـ 38.56%، تليه المقالات في الصحف والمجلات بنسبة 30.04%، وبفارق واضح جاءت الاتصالات الهاتفية بنسبة 15.70%، ثم بنسب ضعيفة جدا تأتي أشكال المناقشة الأخرى، حيث يمثل الحوار الإذاعي نسبة 5.83%، تليه المؤلفات بنسبة 4.04%، فالتدوين بنسبة 2.69%، ثم التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 1.79%، يليها إنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 0.90%، في حين تمثل المقابلة التليفزيونية أدنى نسبة بـ 0.45% من مجموع الفئة.

كما نلاحظ أن المرأة المثقفة تعتبر عنصرا فاعلا في المجتمع، ورغم اقتحامها المتأخر لميدان العمل والفعل الثقافي مقارنة بالرجال، ورغم انشغالها المتعددة استطاعت أن تلعب دورا في تفعيل حركة الإنتاج الفكري من خلال تفاعلاتها ومشاركتها بأشكال متنوعة في مناقشة محتويات وسائل الإعلام، وهذا ما

يعكس تحرر المرأة المثقفة الجزائرية على المستوى العقلي والنفسي وتخلصها من بعض رواسب الحواجز النفسية والاجتماعية (الطابوهات).

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه توجد فروق بين الجنسين في علاقتهما بطبيعة المناقشة التي شاركا من خلالها في وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 بين المتغيرين، فنجد أن ك2 المحسوبة (=27.239) أكبر من ك2 الجدولية (=15.51)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير طبيعة المناقشة في وسائل الإعلام.

99- علاقة المستوى التعليمي بطبيعة المناقشة التي شاركت من خلالها النخبة المثقفة في وسائل الإعلام:

جدول رقم (99): يوضح علاقة المستوى التعليمي بطبيعة هذه المناقشة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اتصالات هاتفية	25	20.66	37	22.16	00	0.00	62	12.33
تعليقات عبر البريد الإلكتروني	04	3.31	06	3.59	02	0.93	12	2.39
مقالات في صحف ومجلات	28	23.14	49	29.34	81	37.68	158	31.41
حوار إذاعي	02	1.65	03	1.80	33	15.35	38	7.55
مقابلة تلفزيونية	02	1.65	02	1.20	06	2.79	10	1.99
تنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي	50	41.32	48	28.74	59	27.44	157	31.21
التدوين	09	7.44	08	4.79	04	1.86	21	4.17
إنشاء موقع إلكتروني خاص	01	0.83	03	1.80	06	2.79	10	1.99
مؤلفات	00	0.00	11	6.58	24	11.16	35	6.96
المجموع	121	100	167	100	215	100	503	100
	ك2 المحسوبة= 113.533		ك2 الجدولية= 26.30					

نلاحظ من خلال القراءة الإحصائية لبيانات الجدول أنه يوجد تباين بين المستويات التعليمية في علاقتها بطبيعة المناقشة التي شاركت من خلالها في وسائل الإعلام، إذ بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس يشكل التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي أعلى قيمة كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية بنسبة كبيرة مقارنة بباقي الفئات بلغت 49.59%، تليه المقالات في الصحف والمجلات بنسبة 23.14%، ثم الاتصالات الهاتفية بنسبة 20.66%، وبفارق واضح جاء التدوين بنسبة 7.44%، تأتي بعده أشكال المشاركة الأخرى بنسب ضعيفة جدا حيث تمثل التعليقات عبر البريد الإلكتروني نسبة 3.31%، تليها المقابلة التلفزيونية والحوار الإذاعي بنسبة 1.65% لكل منهما، ثم إنشاء موقع إلكتروني خاص بنسبة 0.83%، في حين تنعدم نسبة المبحوثين الذين شاركوا من خلال المؤلفات بنسبة 0.00% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير تشكل المقالات في الصحف والمجلات أعلى قيمة كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية بنسبة 29.34%، يليها التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مقاربة بلغت 28.74%، ثم الاتصالات الهاتفية بنسبة 22.16%، وبفارق واضح جاءت المؤلفات بنسبة 6.58%، تأتي بعده أشكال المشاركة الأخرى بنسب ضعيفة، حيث يمثل التدوين نسبة 4.79%، تليه التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 3.59%، ثم إنشاء موقع إلكتروني خاص والحوار الإذاعي بنسبة 1.80% لكل منهما، وفي الأخير جاءت المقابلة التلفزيونية بنسبة 1.20% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه تشكل المقالات في الصحف والمجلات أعلى قيمة كشكل من أشكال المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية بنسبة 37.68%، يليها التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مقاربة بلغت 27.44%، ثم الحوار الإذاعي بنسبة معتبرة مقارنة بباقي الفئات بلغت 15.35%، تليه المؤلفات بنسبة أكبر من الفئات الأخرى بلغت 11.16%، وقد يرتبط هذا بالاحتكاك الجيد بمجال الكتابة بمختلف دوائرها العلمية والمعرفية والأدبية، كما تمليه أيضا ضرورات تحقيق الذات والارتقاء في مجال نظام الهيمنة العلمية والمعرفية المرتبط بعدة عوامل، أهمها عامل المستوى التعليمي الذي يعكس في الغالب حقيقة الخبرة المهنية والاحتكاك الفعلي بالمجتمع وبقضاياها، بعدها تأتي أشكال المشاركة الأخرى بنسب ضعيفة حيث تمثل المقابلة التلفزيونية وإنشاء موقع إلكتروني خاص نسبة 2.79% لكل منهما، ثم التدوين بنسبة 1.86%، وفي الأخير جاءت التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 0.93%، في حين تنعدم نسبة المبحوثين الذين شاركوا من خلال الاتصالات الهاتفية بنسبة 0.00% من مجموع الفئة على خلاف باقي الفئات التي شاركت هاتفيا في مناقشة المضامين الإعلامية بنسب معتبرة جدا.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=113.533) أكبر من كا2 الجدولية (=26.30)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير طبيعة المناقشة في وسائل الإعلام.

100- رغبة النخبة المثقفة في الظهور في وسائل الإعلام:

جدول رقم (100): يوضح رغبة أفراد العينة في الظهور في وسائل الإعلام.

المجموع		المبدعة		المتخصصة		النخبة الأكاديمية		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10.33	31	13.00	13	10.00	10	8.00	08	نعم	
6.00	18	5.00	05	6.00	06	7.00	07		
7.00	21	7.00	07	5.00	05	9.00	09		
14.34	43	14.00	14	15.00	15	14.00	14		
15.33	46	23.00	23	11.00	11	12.00	12		
9.67	29	17.00	17	6.00	06	6.00	06		
62.67	188	79.00	79	53.00	53	56.00	56	المجموع	
7.33	22	6.00	06	3.00	03	13.00	13	لا	
5.33	16	0.00	00	10.00	10	6.00	06		
9.00	27	0.00	00	11.00	11	16.00	16		
5.00	15	5.00	05	7.00	07	3.00	03		
5.33	16	3.00	03	11.00	11	2.00	02		
1.34	04	0.00	00	3.00	03	1.00	01		
4.00	12	7.00	07	2.00	02	3.00	03		
37.33	112	21.00	21	47.00	47	44.00	44		المجموع
100	300	100	100	100	100	100	100		المجموع العام
كا2 الجدولية = 5.99				كا2 المحسوبة = 17.297					

يتبين من خلال الجدول أن غالبية أفراد العينة يفضلون الظهور في وسائل الإعلام بنسبة 62.67%، في حين بلغت نسبة الباحثين الذين لا يفضلون الظهور في وسائل الإعلام 37.33%، وإذا ما ربطنا هذه النتيجة بالنتيجة المحصل عليها من خلال الجدول رقم (91) نستنتج أن عدم الرغبة في

الظهور على وسائل الإعلام يعتبر من بين أسباب عدم مشاركة النخبة المثقفة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها.

كما نلاحظ أنه لا توجد فروق كبيرة بين عينة النخبة الأكاديمية وعينة النخبة المتخصصة وعينة النخبة المبدعة من حيث تفضيلهم للظهور في وسائل الإعلام، حيث أجاب أغلبهم بنعم بنسبة 56.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و53.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، ونسبة أكبر بالنسبة للنخبة المبدعة بـ 79.00%، في المقابل صرح باقي المبحوثين بأنهم لا يفضلون الظهور في وسائل الإعلام بنسبة 44.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية و47.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة و21.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ويمكن تفسير ذلك بإدراك عينة النخبة المثقفة للأهمية البالغة لوسائل الإعلام حالياً في التعريف بشخصها وأفكارها لتدعيم مركزها ومكانتها الاجتماعية في المجتمع المحلي والعربي والعالمي، حيث بإمكانها تحسين مركز الأفراد والجماعات بإضفاء الشرعية عليهم، فيبرزون كقادة رأي في جماعاتهم، خاصة أن وسائل الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة تتميز بالجاهزية والتفاعلية، ما يتيح للمثقف الوصول من خلالها إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماهير، والتواصل معها بطريقة أسرع بفضل التقنيات الاتصالية الجديدة.

وبالنظر إلى أسباب رغبة النخبة المثقفة في الظهور على وسائل الإعلام يتبين من الجدول أن كون الوسائل الإعلامية وسيلة هامة لخدمة المسار المهني يعتبر أهم سبب بنسبة 15.33%، يليه أنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية بنسبة 14.34%، ثم أنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 10.33%، ثم السبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 9.67%، يليه السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 7.00%، في حين يمثل السبب المتعلق بأن لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب أدنى نسبة بـ 6.00% من مجموع المبحوثين.

وتعكس هذه النتيجة أن النخبة المثقفة ترغب في الظهور على وسائل الإعلام لدوافع ذاتية تُخدم المصلحة الشخصية لإثبات الذات أكثر من تحقيق مصلحة المجتمع، وهذا يعبر عن النرجسية التي تطبع هذه الفئة بصفحتها تتميز عن عامة المجتمع.

كما نلاحظ من خلال الجدول وجود تباين بين أنواع النخبة المثقفة في أسباب رغبتها في الظهور على وسائل الإعلام، حيث بالنسبة للنخبة الأكاديمية يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية أعلى نسبة بـ 14.00%، يليه بأنها وسيلة هامة لخدمة المسار المهني بنسبة 12.00%، ثم السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 9.00%، فالسبب المتعلق بأنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 8.00%، يليه السبب المتعلق بأن لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب بنسبة 7.00%، وفي الأخير جاء السبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 6.00% من مجموع الفئة.

وبالنسبة للنخبة المتخصصة يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية أعلى نسبة بـ 15.00%، يليه بأنها وسيلة هامة لخدمة المسار المهني بنسبة 11.00%، فالسبب المتعلق بأنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 10.00%، يليه السبب المتعلق بأن لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب والسبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 6.00% لكل منهما، وفي الأخير يأتي السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 5.00% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة للنخبة المبدعة يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية وسيلة هامة لخدمة المسار المهني بنسبة أكبر من باقي الفئات بلغت 23.00%، ثم السبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة كبيرة مقارنة بالفئات الأخرى بلغت 17.00%، يليه السبب المتعلق بأنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية بنسبة 14.00%، ثم السبب المتعلق بأنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 13.00%، وبفارق واضح يأتي بعده السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 7.00%، وفي الأخير يأتي السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب بنسبة ضعيفة بلغت 5.00% من مجموع الفئة.

ومنه نستنتج أن فئة النخبة المبدعة هي أكثر الفئات التي تفضل الظهور في وسائل الإعلام لأغراض ذاتية بالدرجة الأولى.

وبالنظر إلى أسباب عدم رغبة عينة النخبة المثقفة في الظهور على وسائل الإعلام يتبين من الجدول أن أكثر مبحوثيها يفضلون قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري بنسبة 9.00%، يليه السبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 7.33%، ثم السبب المتعلق بعدم توفر الجرأة والسبب المتعلق بأنها غير مهتمة بنسبة 5.33% لكل منهما، فالسبب المتعلق بامثلية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 5.00%، يليه السبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد حرية التعبير في وسائل الإعلام بنسبة 4.00%، في حين يمثل السبب المتعلق بتجنب الشهرة أدنى نسبة بـ 1.34% من مجموع المبحوثين.

ويعتبر هذا التقارب في النسب مؤشرا يدل على أن كل هذه الأسباب تعبر عن جملة المشاكل التي يعاني منها المثقف الجزائري في علاقته بالوسائل الإعلامية، ما يجعله يفضل الاتصال الشخصي لإيصال أفكاره والتعبير عن آرائه للمجتمع فردي أو جماعات، كأهم دافع من دوافع عدم الرغبة في الظهور على وسائل الإعلام المختلفة، حيث تتسم فيه الحوارات المتبادلة بنوع من الحرية والتلقائية في طرح الأفكار، ما يجعلها قادرة على تحقيق الانغراس الفعلي للمثقف في المجتمع من خلال الاحتكاك المباشر بأفراده وبقيضاها، للتعبير عن حقيقة اهتماماتهم وانشغالهم، وذلك بإنتاج خطابات حول المجتمع للمجتمع مباشرة. ويشير هذا إلى أن الاتصالات الشخصية التي ترتبط بأدوار النخبة وطبيعة المؤسسات الاجتماعية التي ينتمون إليها، لا تزال ذات أهمية لدى عينة الدراسة.

كما نلاحظ من خلال الجدول وجود تباين بين أنواع النخبة المثقفة في أسباب عدم رغبتها في الظهور على وسائل الإعلام، حيث بالنسبة للنخبة الأكاديمية يمثل السبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري أعلى نسبة بـ 16.00%، يليه السبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 13.00%، تأتي بعده الأسباب الأخرى بنسب ضعيفة، حيث جاء السبب المتعلق بعدم اهتمام عينة الدراسة بنسبة 6.00%، ثم السبب المتعلق بعامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار والسبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد الحرية التعبير في وسائل الإعلام بنسبة 3.00% لكل منهما، فالسبب المتعلق بعدم توفر الجرأة بنسبة 2.00%، وفي الأخير السبب المتعلق بتجنب الشهرة بنسبة 1.00% من مجموع الفئة.

وبالنسبة للنخبة المتخصصة يمثل السبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري والسبب المتعلق بعدم توفر الجرأة أعلى نسبة بـ 11.00% لكل منهما، يليه السبب المتعلق بعدم اهتمام عينة الدراسة بنسبة 10.00%، ثم السبب المتعلق بعامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 7.00%، فالسبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص والسبب المتعلق بتجنب الشهرة بنسبة 3.00% لكل منهما، وفي الأخير السبب المتعلق بأن هناك نوع من التوجيه وتحديد الحرية التعبير في وسائل الإعلام بنسبة 2.00% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة للنخبة المبدعة يمثل السبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد الحرية التعبير في وسائل الإعلام أعلى نسبة بـ 7.00%، يليه السبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 6.00%، ثم السبب المتعلق بعامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 5.00%، وفي الأخير جاء السبب المتعلق بعدم توفر الجرأة بنسبة 3.00%، في حين يمثل السبب المتعلق بتجنب الشهرة والسبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري والسبب المتعلق بعدم الاهتمام بالنسبة لمبحوثي هذه الفئة نسبة 0.00%.

ومنه نستنتج أن عينة النخبة المبدعة التي لا ترغب في الظهور في وسائل الإعلام تقل أسبابها مقارنة بالفئات الأخرى. ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها برغبتها في الظهور في وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، فنجد أن ك₂ المحسوبة (=17.297) أكبر من ك₂ الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير الرغبة في الظهور في وسائل الإعلام.

101- علاقة الجنس برغبة النخبة المثقفة في الظهور في وسائل الإعلام:

جدول رقم (101): يوضح علاقة الجنس برغبة أفراد العينة في الظهور في وسائل الإعلام.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات	
%	ك	%	ك	%	ك		
10.33	31	10.42	15	10.26	16	أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع و خدمة قضائيه	
6.00	18	3.47	05	8.33	13	لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب	
7.00	21	6.94	10	7.05	11	إبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة	
14.34	43	15.28	22	13.46	21	ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية	
15.33	46	11.81	17	18.59	29	وسيلة هامة لخدمة المسار المهني	
9.67	29	8.33	12	10.90	17	الشهرة	
62.67	188	56.25	81	68.59	107	المجموع	
7.33	22	11.81	17	3.21	05	الخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص	
5.33	16	9.72	14	1.28	02	لأنني غير مهتم	
9.00	27	7.64	11	10.26	16	أفضل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري	
5.00	15	2.78	04	7.05	11	هامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار	
5.33	16	9.72	14	1.28	02	عدم توفر الجراءة	
1.34	04	2.08	03	0.64	01	تجنب الشهرة	
4.00	12	0.00	00	7.69	12	هناك نوع من التوجيه وتحديد لحرية التعبير	
37.33	112	43.75	63	31.41	49	المجموع	
100	300	100	144	100	156	المجموع العام	
كا2 الجدولية = 3.84				كا2 المحسوبة = 04.874			

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين الجنسين حيث يرغب أغلب أفراد العينة من فئات الذكور والإناث في الظهور في وسائل الإعلام بنسبتي 68.59% و 56.25% على التوالي، وذلك أكثر من أفراد العينة الذين لا يرغبون في الظهور في وسائل الإعلام بنسبتي 38.57% و 43.21% بالنسبة للذكور والإناث على التوالي.

والملاحظ أيضاً أن فئة الذكور تهم بالظهور في الوسائل الإعلامية بنسبة أكبر من فئة الإناث، وهذا لا ينفي الحضور القوي والمتنامي للمرأة في المجتمع، ذلك أن الظهور في وسائل الإعلام يعود إلى خيارات وقناعات شخصية تتحدد أساساً بالالتزام والتحفظ بسبب الارتباطات العائلية.

كما نلاحظ من خلال الجدول وجود تباين بين فئات الذكور والإناث من حيث أسباب رغبتهما في الظهور على وسائل الإعلام، حيث بالنسبة لفئة الذكور يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية وسيلة هامة

لخدمة المسار المهني أعلى نسبة بـ 18.59%، يليه السبب المتعلق بأنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية بنسبة 13.46%، ثم السبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 10.90%، فالسبب المتعلق بأن وسائل الإعلام أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 10.26%، يليه السبب المتعلق بأن لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب بنسبة 8.33%، في حين يمثل السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة أدنى نسبة بـ 7.05% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الإناث فيمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية أعلى نسبة بـ 15.28%، يليه السبب المتعلق بأنها وسيلة هامة لخدمة المسار المهني بنسبة 11.81%، فالسبب المتعلق بأنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 10.42%، ثم السبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 8.33%، يليه السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 6.94%، في حين يمثل السبب المتعلق بأن لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب أدنى نسبة بـ 3.47% من مجموع الفئة.

وبالنظر إلى أسباب عدم رغبة الجنسين في الظهور على وسائل الإعلام يتبين من الجدول وجود فروق بين فئات الذكور والإناث، حيث بالنسبة لفئة الذكور يمثل السبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري أعلى نسبة بـ 10.26%، يليه السبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد حرية التعبير بنسبة 7.69%، ثم السبب المتعلق بعامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 7.05%، فالسبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 3.21%، ثم السبب المتعلق بعدم الاهتمام والسبب المتعلق بعدم توفر المرأة بنسبة 1.28% لكل منهما، في حين يمثل السبب المتعلق بتجنب الشهرة أدنى نسبة بـ 0.64% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الإناث فيمثل السبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص أعلى نسبة بـ 11.81%، ثم السبب المتعلق بعدم الاهتمام والسبب المتعلق بعدم توفر المرأة بنسبة 9.72% لكل منهما، ثم السبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري بنسبة أقل مقارنة بفئة الذكور بلغت 7.64%، ويرتبط ذلك بالتزامات المرأة العائلية خارج وظيفتها وبهوامش تحررها التي تبقى نسبية، يليه السبب المتعلق بعامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 2.78%، في حين يمثل السبب المتعلق بتجنب الشهرة أدنى نسبة بـ 2.02% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين الجنسين في علاقتهما برغبتهما في الظهور في وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كـ 2 بين

المتغيرين، فنجد أن كات المحسوبة (=04.874) أكبر تماما من كات الجدولية (=3.84)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير الرغبة في الظهور في وسائل الإعلام.

102- علاقة المستوى التعليمي برغبة النخبة المثقفة في الظهور في وسائل الإعلام:

جدول رقم (102): يوضح علاقة المستوى التعليمي برغبة أفراد العينة في الظهور في وسائل

الإعلام.

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ليسانس		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.33	31	12.50	11	7.81	10	11.90	10	أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها
6.00	18	7.95	07	8.59	11	0.00	00	لها دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب
7.00	21	10.23	09	5.47	07	5.95	05	إبداء الرأي وطرح الأفكار الخاصة للشعور بالمواطنة
14.34	43	14.77	13	14.85	19	13.09	11	ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية
15.33	46	21.59	19	10.94	14	15.48	13	وسيلة هامة لخدمة المسار المهني
9.67	29	6.82	06	8.59	11	14.29	12	الشهرة
62.67	188	73.86	65	56.25	72	60.71	51	المجموع
5.33	16	2.27	02	6.25	08	7.14	06	الخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص
7.33	22	3.41	03	7.81	10	10.72	09	لأنني غير مهتم
9.00	27	6.82	06	14.06	18	3.57	03	أفضل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري
5.00	15	9.09	08	5.47	07	0.00	00	هامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار
5.33	16	0.00	00	4.69	06	11.91	10	عدم توفر الجراحة
1.33	04	1.14	01	0.78	01	2.38	02	تجنب الشهرة
4.00	12	3.41	03	4.69	06	3.57	03	هناك نوع من التوجيه وتحديد لحرية التعبير
37.33	112	26.14	23	43.75	56	39.29	33	المجموع
100	300	100	88	100	128	100	84	المجموع العام
كات الجدولية = 5.99				كات المحسوبة = 07.105				

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين المستويات التعليمية حيث يرغب أغلب أفراد العينة من فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في الظهور في وسائل الإعلام ب 60.71% و 56.25% و 73.86% على التوالي، وذلك أكثر من أفراد العينة الذين لا يرغبون في الظهور في وسائل الإعلام ب 39.29% و 43.75% و 26.14% بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير

والحاصلين على درجة الدكتوراه على التوالي. إلا أن فئة الحاصلين على درجة الدكتوراه تهتم بالظهور في الوسائل الإعلامية بنسبة أكبر من باقي الفئات الأخرى.

كما نلاحظ من خلال الجدول وجود تباين بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث أسباب رغبتهم في الظهور على وسائل الإعلام، حيث بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية وسيلة هامة لخدمة المسار المهني أعلى نسبة بـ 15.48%، يليه السبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 14.29%، ثم السبب المتعلق بأنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية بنسبة 13.09%، فالسبب المتعلق بأن وسائل الإعلام أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 11.90%، يليه السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 5.95%، في حين يمثل السبب المتعلق بأن لوسائل الإعلام دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب بالنسبة لمبحوثي هذه الفئة نسبة 0.00%.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية أعلى نسبة بـ 14.85%، يليه السبب المتعلق بأنها وسيلة هامة لخدمة المسار المهني بنسبة 10.94%، ثم السبب المتعلق بأن لوسائل الإعلام دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب والسبب المتعلق بتحقيق الشهرة بنسبة 8.59% لكل منهما، فالسبب المتعلق بأنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 7.81%، في حين يمثل السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة أدنى نسبة بـ 5.47% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه يمثل السبب المتعلق بأن الوسائل الإعلامية وسيلة هامة لخدمة المسار المهني أعلى نسبة بـ 21.59%، يليه السبب المتعلق بأنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية بنسبة 14.77%، فالسبب المتعلق بأنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 12.50%، ثم السبب المتعلق بإبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 10.23%، ثم السبب المتعلق بأن لوسائل الإعلام دور فعال في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب بنسبة 7.95%، في حين يمثل السبب المتعلق بتحقيق الشهرة أدنى نسبة بـ 6.82% من مجموع الفئة.

وبالنظر إلى أسباب عدم رغبة المستويات التعليمية في الظهور على وسائل الإعلام، يتبين من الجدول وجود فروق بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه، حيث بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس يمثل السبب المتعلق بعدم توفر الجراءة أعلى نسبة بـ 11.91%، يليه السبب المتعلق بعدم الاهتمام بنسبة 10.72%، ثم السبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 7.14%، فالسبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري والسبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد حرية التعبير بنسبة 3.57% لكل منهما، ثم السبب المتعلق بتجنب الشهرة بنسبة 2.38%، في حين يمثل السبب المتعلق بامثنية النخبة المثقفة في صناعة القرار بالنسبة لمبحوثي هذه الفئة نسبة 0.00%.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير يمثل السبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري أعلى نسبة بـ 14.06%، يليه السبب المتعلق بعدم الاهتمام بنسبة 7.81%، ثم السبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 6.25%، فالسبب المتعلق بهامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 5.47%، يليه السبب المتعلق بعدم توفر الجرأة والسبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد حرية التعبير بنسبة 4.69% لكل منهما، في حين يمثل السبب المتعلق بتجنب الشهرة أدنى نسبة بـ 0.78% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه يمثل السبب المتعلق بهامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار أعلى نسبة بـ 9.09%، يليه السبب المتعلق بتفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري بنسبة 6.82%، ثم السبب المتعلق بعدم الاهتمام والسبب المتعلق بوجود نوع من التوجيه وتحديد حرية التعبير بنسبة 3.41% لكل منهما، فالسبب المتعلق بالخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 2.27%، يليه السبب المتعلق بتجنب الشهرة بنسبة 1.14%، في حين يمثل السبب المتعلق بعدم توفر الجرأة بالنسبة لمبحوثي هذه الفئة نسبة 0.00%.

وبحساب معامل الارتباط ك₂ بين المتغيرين، نجد أن ك₂ المحسوبة (=07.105) أكبر من ك₂ الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير الرغبة في الظهور في وسائل الإعلام.

103- مشاركة النخبة المثقفة في حوارات ومناقشات حول المضامين الإعلامية:

جدول رقم (103): يوضح مشاركة أفراد العينة في حوارات ومناقشات حول المضامين الإعلامية.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	100.00	100.00	100	100.00	100	100.00	300	100
لا	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100

يتبين من خلال الجدول أن كل أفراد العينة يشاركون في حوارات ومناقشات حول المحتويات والمضامين التي تعرضها وسائل الإعلام بنسبة 100%، وفي المقابل تنعدم نسبة الذين لا يشاركون في حوارات ومناقشات حول المحتويات والمضامين التي تعرضها وسائل الإعلام بنسبة 0.00%.

وهذا أمر عادي بالنسبة لكل أنواع النخبة المثقفة بالنظر إلى خصائصها ودورها القيادي المؤثر في الحياة الاجتماعية، كما أن هذا الاتصال ومشاركة عينة الدراسة في المناقشات والحوارات والاهتمام بشؤون المجتمع وقضاياها، يعد من أبرز مظاهر المشاركة السياسية ومن أهم عوامل التنشئة السياسية، التي تؤدي إلى اكتساب سريع للمفاهيم والقيم والمعتقدات، من خلال العلاقات والتفاعلات الاجتماعية المختلفة، التي تسهم في تشكيل فكر الأفراد وأنماط سلوكهم وتوجهاتهم وتزيد من الكفاءة السياسية.

"حيث تتولد الآراء والاتجاهات الظاهرة، أو تعاد صناعتها غالباً داخل جماعة صغيرة كالأُسرة، الأصدقاء، وزملاء العمل وتصبح الآراء أكثر ثباتاً حينما تكون مشتركة بين أعضاء الجماعة، ولذلك فإن

الأفراد يفضلون أن يغيروا آراءهم تحت وطأة الرسائل الإعلامية، وهم في اتصال مع زملائهم في الجماعة ولا يميلون إلى تعديل هذه الآراء فرادى¹. فالنقاش بين الأفراد حول المضامين الإعلامية يعتبر الخطوة الأولى للتأثير في السلوكيات.

104- الأطراف التي تتناقش معها النخبة المثقفة حول المضامين الإعلامية:

جدول رقم (104): يوضح أطراف النقاش حول المضامين الإعلامية.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الأصدقاء	54	20.77	57	25.91	73	32.02	184	25.99	
زملاء العمل	67	25.77	65	29.54	66	28.95	198	27.97	
أفراد الأسرة	63	24.23	54	24.55	55	24.12	172	24.29	
المختصين	76	29.23	44	20.00	34	14.91	154	21.75	
المجموع	260	100	220	100	228	100	708	100	
كا2 المحسوبة= 18.547				كا2 الجدولية= 12.59					

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر أفراد العينة يناقشون المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع زملاء العمل بنسبة 27.97%، ثم مع الأصدقاء بنسبة 25.99%، ثم مع أفراد الأسرة بنسبة 24.29%، وأخيراً مع المختصين بنسبة 21.75% من مجموع الباحثين.

ويتضح من خلال توزيع النسب وجود تقارب كبير بينها يعكس تعدد الأطراف التي يناقشها أفراد العينة حول المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام، وهذا دليل على اهتمام عينة النخبة المثقفة كفئة فاعلة في المجتمع بالحوار والنقاش في موضوعات وقضايا مختلفة مع كل مفردات المجتمع لتبادل المعلومات والأخبار وتحليلاتها.

كما نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالأطراف التي تتناقش معها حول المضامين الإعلامية، حيث يناقش أكثر الباحثين من فئة النخبة الأكاديمية المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع المختصين بنسبة 29.23%، ثم مع زملاء العمل بنسبة 25.77%، ثم مع أفراد الأسرة بنسبة 24.23%، وأخيراً مع الأصدقاء بنسبة 20.77% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة يناقش أكثر مبحوثيها المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع زملاء العمل بنسبة 29.54%، ثم مع الأصدقاء بنسبة 25.91%، ثم مع أفراد الأسرة بنسبة 24.55%، وأخيراً مع المختصين بنسبة 20.00% من مجموع الفئة.

¹. محمود عودة وخيري محمد السيد: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1988،

في حين يناقش أكثر المبحوثين من فئة النخبة المبدعة المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع الأصدقاء بنسبة 32.02%، ثم مع زملاء العمل بنسبة 28.95%، ثم مع أفراد الأسرة بنسبة 24.12%، وأخيرا مع المختصين بنسبة 14.91% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة في علاقتها بالأطراف التي تتناقش معها حول المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كالا بين المتغيرين، فنجد أن كالا المحسوبة (=18.547) أكبر من كالا الجدولية (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير الأطراف التي تتم معها المناقشة حول المضامين الإعلامية.

105- علاقة الجنس بالأطراف التي تتناقش معها النخبة المثقفة حول المضامين الإعلامية:

جدول رقم (105): يوضح علاقة الجنس بأطراف النقاش حول المضامين الإعلامية.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأصدقاء	120	27.40	64	23.70	184	25.99
زملاء العمل	126	28.77	72	26.67	198	27.97
أفراد الأسرة	82	18.72	90	33.33	172	24.29
المختصين	110	25.11	44	16.30	154	21.75
المجموع	438	100	270	100	708	100
		كالا المحسوبة = 21.791		كالا الجدولية = 7.81		

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه توجد فروق بين الجنسين في علاقتهم بالأطراف التي تتناقش معها حول المضامين الإعلامية، حيث بالنسبة لفئة الذكور يناقش أكثر مبحوثيها المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع زملاء العمل بنسبة 28.77%، ثم مع الأصدقاء بنسبة 27.40%، ثم مع المختصين بنسبة 25.11%، وأخيرا مع أفراد الأسرة بنسبة 18.72% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الإناث يناقش أكثر مبحوثيها المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع أفراد الأسرة بنسبة 33.33%، ثم مع زملاء العمل بنسبة 26.67%، ثم مع الأصدقاء بنسبة 23.70%، وأخيرا مع المختصين بنسبة 16.30% من مجموع الفئة.

ويمكن إرجاع هذا الاختلاف بين الجنسين إلى أن كل فئة تتناقش المضامين الإعلامية مع الأطراف التي تتواجد معها أكثر أو التي تهتم بتبادل الآراء معها أكثر. حيث يعتبر زملاء العمل أهم الأطراف التي تناقشها فئة

الذكور، بحكم تواجدها كثيرا في مكان العمل، ما يجعلها تتناقش معها أكثر من الأطراف الأخرى خاصة في الوقت المخصص للاستراحة، في حين يعتبر أفراد الأسرة أهم الأطراف التي تناقشها فئة الإناث لتواجدها في المنزل أكثر من فئة الذكور، وهذا يدل على الدور الذي تلعبه المرأة في خلق الوعي

الاجتماعي والسياسي في الأسرة، التي تعتبر من أقوى الجماعات الاجتماعية وأكثرها تأثيراً في تشكيل منظومة القيم والاتجاهات الاجتماعية والسياسية من خلال التوجيه والنقاش والتعبير عن الرؤى ووجهات النظر.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين الجنسين في علاقتهما بالأطراف التي تتناقش معها حول المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط $K=2$ بين المتغيرين، فنجد أن $K=2$ المحسوبة ($=21.791$) أكبر من K الجدولية ($=7.81$)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير الأطراف التي تتم معها المناقشة حول المضامين الإعلامية.

106- علاقة المستوى التعليمي بالأطراف التي تتناقش معها النخبة المثقفة حول المضامين الإعلامية:

جدول رقم (106): يوضح علاقة المستوى التعليمي بأطراف النقاش حول المضامين الإعلامية.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأصدقاء	61	27.98	67	24.19	56	26.29	184	25.99
زملاء العمل	59	27.06	82	29.60	57	26.76	198	27.97
أفراد الأسرة	56	25.69	65	23.47	51	23.94	172	24.29
المختصين	42	19.27	63	22.74	49	23.01	154	21.75
المجموع	218	100	277	100	213	100	708	100
					ك2 المحسوبة = 02.287			
					ك2 الجدولية = 12.59			

يتضح من الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالأطراف التي يتناقشون معها حول المضامين الإعلامية، حيث تتناقش فئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع زملاء العمل كأهم طرف بنسبتي 29.60% و 26.76% على التوالي، في حين يأتي كثاني طرف من حيث الترتيب بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس بنسبة 27.06% من مجموع الفئة.

في حين تتناقش فئة الحاصلين على شهادة الليسانس المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع الأصدقاء كأهم طرف بنسبة 27.98%، بينما يأتي كثاني طرف من حيث الترتيب بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبتي 24.19% و 26.29% على التوالي.

أما أفراد الأسرة فيشكلون ثالث طرف من حيث الترتيب بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بـ 25.69% و23.47% و23.94% على التوالي.

ويأتي المختصون كرابع طرف من حيث الترتيب بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه بـ 19.27% و22.74% و23.01% على التوالي.

كما يتبين من الجدول وجود توافق بين فئتي الحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث ترتيبهما للأطراف التي تتناقشان معها المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام، اللتان تختلفان قليلا مع فئة الحاصلين على شهادة الليسانس.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=02.287) أقل من كا2 الجدولية (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير الأطراف التي تتم معها المناقشة حول المضامين الإعلامية.

تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في تحقيق أكبر قدر من التكامل السياسي والاجتماعي بين وحدات المجتمع المختلفة، بخلق إطار قيم موحد يجمع كل أفرادها، بما يدعم مشاعر الولاء والانتماء الوطني وتهيئة الظروف لدرجة مناسبة من المشاركة السياسية، لأكثر قدر ممكن من الأفراد، مما يقتضي نشر ثقافة سياسية تشجع ذلك وتحث عليه، وتحفز على بناء المؤسسات السياسية الكفيلة بإتاحة الفرصة لمشاركة الأفراد والجماعات المختلفة والقادرة على استيعاب هذه المشاركة، من خلال تكوين مجموعة من الخبرات والقيم والاتجاهات والمبادئ الأساسية، التي تمثل إطارا مرجعيا يحدد مواقف الأفراد تجاه الحياة السياسية والاجتماعية.

ونسعى من خلال هذا المحور لمعرفة تأثيرات وسائل الإعلام على القيم السياسية للنخبة المثقفة في إطار العلاقة بينهما، التي تدور في دائرة يحكمها حاجة كل طرف إلى ما يمتلكه الطرف الآخر من معلومات تسهل له القيام بمهمته تجاه جمهوره.

وذلك وفق متغيرات الدراسة (نوع النخبة المثقفة والجنس والمستوى التعليمي)، لأن ظهور القيمة السياسية لدى أفراد العينة من عدمه، يمكن أن يرجع إلى عوامل نفسية كنمط الشخصية لكل فرد من الباحثين وعوامل اجتماعية، التي تؤثر على نمط ودوافع الاعتماد على وسائل الإعلام ومحتوياتها، وبالتالي على مدى ارتباط كل فرد بالقيم السياسية بفضله وسائل الإعلام، فجمهور النخبة المثقفة الذي اعتاد على النقاش والجدل والنقد والتحليل الوافي للمواقف بأبعادها وخلفياتها قبل تكوين آرائه، يستخدم وسائل الإعلام بصفة انتقائية للحصول على المعلومات التي تعتبر عنصرا ضروريا في أي نشاط إنساني سواء كان سياسيا أو اقتصاديا أو علميا أو ترفيهيا أو اجتماعيا، من أجل المعرفة التامة والفهم الكامل للأحداث والقضايا المختلفة، وتعتبر وسائل الإعلام قوة مؤثرة في مجال المعلومات وتكوين الآراء والاتجاهات والقيم.

حيث يشير الكثير من الباحثين إلى أن التأثيرات التي تحدث كثيرا ما يأخذ معظمها شكل تدعيم الاتجاهات و الآراء السابقة أكثر مما يعمل على تغييرها، وهي خلاصة تتفق مع الحقيقة القائلة بأن الناس تميل إلى رواية وسماع المضامين المفضلة، والتي تتفق مع اهتماماتهم، وأن التأثيرات تتباين وفقا لأهمية أو مكانة القائم بالاتصال وكلما زاد انتشار وسائل الإعلام والاتصال وتغلغلها بين الجمهور تزايدت

احتمالات تغيير الآراء في الاتجاه المرغوب، وأن انتقاء وتفسير الجمهور للمضمون الإعلامي يتأثر بالآراء والاهتمامات السائدة ومعايير الجماعة أيضا.¹

كما سنحاول باستخدام مقياس ليكرت لمعرفة اتجاهات عينة النخبة المثقفة نحو العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والارتباط بالقيم السياسية، وهذا بغرض إبراز نوع القيم السياسية التي يمكن أن تكون ذات دلالة في استخدام وسائل الإعلام من طرف عينة الدراسة.

وبذلك تصبح دراسة علاقة وسائل الإعلام بأفراد النخبة المثقفة ودورها في تشكيل قيمهم ومفاهيمهم والتأثير في اتجاهاتهم، أحد أبرز الإشكاليات البحثية التي تتعاضد أهميتها خاصة حين يتم دراستها في إطار علاقتها بالقيم السياسية، ومدى تنمية الاتجاهات نحو النظام السياسي والسلطة.

¹. مرفت الطرايش وعبد العزيز السيد: المرجع السابق، ص: 85.

107- موقف النخبة المثقفة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة

لديها:

جدول رقم (107): يوضح موقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
غالبا	74	74.00	63	63.00	66	66.00	203	67.67
أحيانا	25	25.00	28	28.00	30	30.00	83	27.66
نادرا	01	1.00	09	9.00	04	4.00	14	4.67
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
ك2 المحسوبة = 08.413					ك2 الجدولية = 9.49			

نلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة ترى أن وسائل الإعلام ساعدتها في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها غالبا بـ 50.00%، كما يمثل أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم في بعض الأحيان فقط نسبة معتبرة بلغت 45.33%، في حين يرى أفراد العينة أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بنسبة ضعيفة بلغت 4.67% من مجموع المبحوثين.

ويدل ذلك على أن وسائل الإعلام لها دور كبير وفعال في شرح وتفسير مختلف القضايا والأحداث السياسية، من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار ومعارف للأفراد، لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم وقيمهم، حيث أن توفر المعلومات يعتبر من أهم عوامل إحداث التغيير على مستوى قيم الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هشام عطية عبد المقصود التي أكدت تضاعف أهمية الوسائل الإتصالية بالنسبة للنخب في السنوات الأخيرة، بحكم تطور الوسائل نفسها وتنوع مصادر معلوماتها وسرعة وصولها للمعلومة والخبر من مصدره الأول قبل أن تعرفه النخب نفسها عن طريق وسائلها الخاصة.¹

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة، يتبين لنا أنه لا يوجد اختلاف بين فئات النخبة المثقفة من حيث موقفها من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها، حيث يرى أكثر مبحوثي فئة النخبة الأكاديمية وفئة النخبة المبدعة أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم غالبا بنسبتي 51.00% و 56.00% على التوالي، وبنسبة أقل بلغت 43.00% بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة.

في حين يرى أكثر مبحوثي فئة النخبة المتخصصة أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم أحيانا فقط بنسبة 48.00%، وبنسبتي 48.00% و 40.00% بالنسبة لفئتي النخبة الأكاديمية والنخبة المبدعة على التوالي.

¹ هشام عطية عبد المقصود: المرجع السابق، ص: 275.

بينما يرى أفراد العينة أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بنسبة ضعيفة بلغت 1.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و9.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و4.00% بالنسبة للنخبة المبدعة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين أنواع النخبة المثقفة من حيث موقفها من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كاسي بين المتغيرين، فنجد أن كاسي المحسوبة (=08.413) أقل من كاسي الجدولية (=9.49).

108- علاقة الجنس بموقف النخبة المثقفة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها:

جدول رقم (108): يوضح علاقة الجنس بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
غالبا	113	72.43	90	62.50	203	67.67
أحيانا	35	22.44	48	33.33	83	27.66
نادرا	08	5.13	06	4.17	14	4.67
المجموع	156	100	144	100	300	100
كاسي المحسوبة = 04.455			كاسي الجدولية = 5.99			

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه لا يوجد اختلاف كبير بين الجنسين من حيث موقفهما من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهما، حيث بالنسبة لفئة الذكور يرى أكثر مبحوثيها أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم غالبا بنسبة 65.38%، في حين يرى المبحوثون بنسبة 29.49% أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم أحيانا فقط، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بلغت 5.13% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الإناث يرى أكثر مبحوثيها أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم أحيانا بنسبة 62.50%، في حين يرى المبحوثون بنسبة 33.33% أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم غالبا، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بلغت 4.17% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الجنسين من حيث موقفهما من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهما،

ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كما2 بين المتغيرين، فنجد أن كما2 المحسوبة (=04.455) أقل من كما2 الجدولية (=5.99)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين المتغيرين.

109- علاقة المستوى التعليمي بموقف النخبة المثقفة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها:

جدول رقم (109): يوضح علاقة المستوى التعليمي بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
غالبا	51	60.72	88	68.75	64	72.73	203	67.67
أحيانا	27	32.14	34	26.56	22	25.00	83	27.66
نادرا	06	7.14	06	4.69	02	2.27	14	4.67
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100
كما2 المحسوبة= 04.031					كما2 الجدولية= 9.49			

نلاحظ من خلال الجدول أنه لا يوجد اختلاف كبير بين فئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث موقفهم من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم، حيث بالنسبة لفئة الحاصلين على شهادة الليسانس يرى أكثر مبحوثيها أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم غالبا بنسبة 61.91%، في حين يرى المبحوثون بنسبة 30.95% أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم أحيانا فقط، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بلغت 7.14% من مجموع الفئة.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير يرى أكثر مبحوثيها أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم أحيانا بنسبة 60.94%، في حين يرى المبحوثون بنسبة 34.37% أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم غالبا، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بلغت 4.69% من مجموع الفئة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه يرى أكثر مبحوثيها أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم غالبا بنسبة 61.36%، في حين يرى المبحوثون بنسبة 36.37% أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم أحيانا، أما

نسبة الباحثين الذين يرون أن وسائل الإعلام ساعدتهم في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم نادرا بلغت 2.27% من مجموع الفئة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين المستويات التعليمية من حيث موقفها من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كما بين المتغيرين، فنجد أن كات المحسوبة (=04.031) أقل من كات الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير المستوى التعليمي ومتغير الموقف من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة.

110- تحفيزات متابعة وسائل الإعلام للنخبة المثقفة:

جدول رقم (110): يوضح تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لأفراد العينة.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الاهتمام بالبيئة السياسية	42	20.00	41	22.40	53	23.87	136	22.11	
المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة	33	15.72	17	9.29	38	17.12	88	14.31	
إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن	29	13.81	22	12.02	47	21.17	98	15.94	
الانضمام لتنظيمات سياسية	19	9.04	04	2.19	05	2.25	28	4.55	
الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية	32	15.24	31	16.94	29	13.06	92	14.96	
توعية أفراد المجتمع	44	20.95	37	20.22	33	14.87	114	18.54	
لا رأي لي	11	5.24	31	16.94	17	7.66	59	9.59	
المجموع	210	100	183	100	222	100	615	100	
كات المحسوبة = 44.697				كات الجدولية = 21.03					

نلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة من أفراد العينة يرون أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية ب 22.17%، في حين تحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 18.54%، وتحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 15.94%، كما تحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 14.96%، وبنسبة مقاربة بلغت 14.31% تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة، بينما تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة ضعيفة بلغت 4.55%، أما نسبة 9.59% فامتنت عن الإجابة.

ويمكن إرجاع ذلك إلى أن المثقف يتميز عن الإنسان العادي بدوره الأساسي في توعية المجتمع والإحساس بقضاياها محاولا إيجاد الحلول والبدائل لما يخدم المصلحة العامة، وهذا ما يعكس درجة الوعي الذي يتميز به من منطلق اهتمامه بالحياة السياسية والأمور العامة ومناقشتها مع الآخرين، كمحاولة

للتأثير في اتخاذ القرارات، والتي تعتبر من أهم مظاهر المشاركة السياسية، كمبدأ ديمقراطي يقوم على المواطنة والمساواة في الحقوق والواجبات.

ويتحقق الدور الإيجابي للفرد في الحياة السياسية بفضل متابعة وسائل الإعلام، التي تلعب دورا فاعلا في إثارة القضايا وتسليط الضوء على خفاياها وتحليل أبعادها، وفتح المجال أمام المثقف لإبداء الرأي والتعبير عن الفكر، إلا أن وسائل الإعلام تلعب دورا أقل أهمية في تحفيز عينة النخبة المثقفة على الانضمام لتنظيمات سياسية، ربما بسبب ميل المثقف الجزائري إلى الحرية والتحرر من أي ضغوطات أو سلطة قد يفرضها الانتماء السياسي والحزبي ليمكن من أداء دوره الحقيقي، أو بسبب انشغاله الدائم بالعمل والبحث العلمي بغية تطوير الذات، وعدم وجود وقت لممارسة السياسة التي تتطلب التفرغ التام. ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة يتبين لنا أنه توجد فروق بين فئات النخبة المثقفة من حيث تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لها، حيث يرى أكثر مبحوثي فئة النخبة الأكاديمية أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 20.95%، وبنسبة مقارنة تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بـ 20.00%، كما تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 15.72%، وتحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 15.24%، بينما تحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 13.81%، وبفارق واضح تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 9.04%، في حين امتنعت نسبة ضعيفة بلغت 5.24% عن الإجابة.

أما بالنسبة لفئة النخبة المتخصصة فيرى أكثر مبحوثيها أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 22.40%، في حين تحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 20.22%، كما تحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 16.94%، وتحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 12.02%، كما تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 9.29%، وبنسبة ضعيفة بلغت 2.19% تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية، في حين امتنعت نسبة معتبرة بلغت 16.94% عن الإجابة.

وبالنسبة لفئة النخبة المبدعة يرى أكثر مبحوثيها أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 23.87%، وبنسبة مقارنة تحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بـ 21.17%، وتحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 17.12%، في حين تحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 14.87%، كما تحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 13.06%، وبنسبة ضعيفة تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 2.25%، في حين امتنعت نسبة 7.66% عن الإجابة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية والنوعية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين أنواع النخبة المثقفة من حيث رأيها في تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كـ 2 بين المتغيرين، فنجد أن كـ 2 المحسوبة (=44.697) أكبر من كـ 2 الجدولية (=21.03)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين متغير نوع النخبة المثقفة ومتغير تحفيزات متابعة وسائل الإعلام.

111- علاقة الجنس بتحفيزات متابعة وسائل الإعلام للنخبة المثقفة:

جدول رقم (111): يوضح علاقة الجنس بتحفيزات متابعة وسائل الإعلام لأفراد العينة.

المجموع		أنثى		ذكر		الفئات
%	ك	%	ك	%	ك	
22.11	136	21.71	66	22.51	70	الاهتمام بالبيئة السياسية
14.31	88	11.84	36	16.72	52	المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة
15.94	98	17.76	54	14.15	44	إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن
4.55	28	3.95	12	5.14	16	الانضمام لتنظيمات سياسية
14.96	92	15.79	48	14.15	44	الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية
18.54	114	18.42	56	18.65	58	توعية أفراد المجتمع
9.59	59	10.53	32	8.68	27	لا رأي لي
100	615	100	304	100	311	المجموع
12.59 = كآ الجدولية		05.172 = كآ المحسوبة				

نلاحظ من البيانات الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق كبيرة بين فئات الذكور والإناث من حيث تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لهما، حيث يرى أكثر مبحوثي فئة الذكور أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 22.51%، وتحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 18.65%، في حين تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 16.72%، كما تحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن وتحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 14.15% لكل منهما، وبنسبة ضعيفة تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 5.14%، في حين امتنعت نسبة 8.68% عن الإجابة.

أما بالنسبة لفئة الإناث فيرى أكثر مبحوثيها أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 21.71%، وتحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 18.42%، كما تحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 17.76%، وتحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 15.79%، في حين تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 11.84%، وبنسبة ضعيفة تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 3.95%، في حين امتنعت نسبة 10.53% عن الإجابة.

وبحساب معامل الارتباط كآ بين المتغيرين، نجد أن كآ المحسوبة (=05.172) أقل من كآ الجدولية (=12.59)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين متغير الجنس ومتغير تحفيزات متابعة وسائل الإعلام.

112- علاقة المستوى التعليمي بتحفيزات متابعة وسائل الإعلام للنخبة المثقفة:

جدول رقم (112): يوضح علاقة المستوى التعليمي بتحفيزات متابعة وسائل الإعلام لأفراد

العينة.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاهتمام بالبيئة السياسية	36	23.53	47	21.96	53	21.37	136	22.11
المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة	20	13.07	32	14.95	36	14.52	88	14.31
إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن	08	5.23	26	12.15	64	25.81	98	15.94
الانضمام لتنظيمات سياسية	09	5.88	11	5.14	08	3.23	28	4.55
الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية	32	20.92	34	15.89	26	10.48	92	14.96
توعية أفراد المجتمع	27	17.65	45	21.03	42	16.93	114	18.54
لا رأي لي	21	13.72	19	8.88	19	7.66	59	9.59
المجموع	153	100	214	100	248	100	615	100
	ك2 المحسوبة = 42.246				ك2 الجدولية = 21.03			

يتضح من خلال الجدول أنه توجد فروق بين فئة الحاصلين على شهادة الليسانس وفئة الحاصلين على درجة الماجستير وفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لهم، حيث يرى أكثر مبحوثي فئة الحاصلين على شهادة الليسانس أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 23.53%، وتحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 20.92%، كما تحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 17.65%، في حين تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 13.07%، وبفارق واضح تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 5.88%، كما تحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 5.23%، في حين امتنعت نسبة معتبرة بلغت 13.72% عن الإجابة.

وبالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الماجستير يرى أكثر مبحوثيها أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 21.96%، وتحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 21.03%، كما تحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 15.89%، في حين تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 14.95%، وتحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 12.15%، ونسبة ضعيفة تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 5.14%، في حين امتنعت نسبة 8.88% عن الإجابة.

أما بالنسبة لفئة الحاصلين على درجة الدكتوراه يرى أكثر مبحوثيها أن متابعة وسائل الإعلام تحفزهم على إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 25.81%، وتحفزهم على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 21.37%، كما تحفزهم على توعية أفراد المجتمع بنسبة 16.93%، في حين تحفزهم على المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 14.52%، وتحفزهم على الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 10.48%، وبفارق واضح تحفزهم على الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 3.23%، في حين امتنعت نسبة 7.66% عن الإجابة.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول نجد أنه يوجد اختلاف بين المستويات التعليمية من حيث رأيها في تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لها، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط كاتا بين المتغيرين، فنجد أن كاتا المحسوبة (=42.246) أكبر من كاتا الجدولية (=21.03)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين المتغيرين.

113- موقف النخبة المثقفة من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد:

جدول رقم (113): يوضح موقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

الفئات	النخبة الأكاديمية		المتخصصة		المبدعة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مهم جدا	60	60.00	59	59.00	61	61.00	180	60.00
مهم	32	32.00	32	32.00	36	36.00	100	33.33
قليل الأهمية	08	8.00	09	9.00	03	3.00	20	6.67
غير مهم	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	100	100	100	100	100	100	300	100
كاتا المحسوبة= 03.453					كاتا الجدولية= 9.49			

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول أن أغلب أفراد العينة يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم جدا في التنشئة السياسية للأفراد بنسبة 60.00%، تليها نسبة معتبرة من أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد ب 33.33%، بينما نجد أن 6.67% من أفراد العينة فقط يرون أن وسائل الإعلام لها دور قليل الأهمية في التنشئة السياسية للأفراد، وأن الذين يرون أن وسائل الإعلام ليس لها دور في التنشئة السياسية للأفراد فيمثلون نسبة 0.00% من مجموع المبحوثين.

وتعتبر هذه النتائج مؤشرا هاما يدل على الدور الفعال لوسائل الإعلام في تكوين مدركات وتصورات الأفراد بشأن الحياة السياسية ومكوناتها ورموزها، من خلال تقديم إطار مرجعي ومعلوماتي للأحداث المختلفة، يساهم في اكتساب الاتجاهات والمعايير والقيم، التي تؤثر على سلوكهم السياسي

إيجاباً أو سلباً. وفي هذا الشأن يقول "دانيال كوني": "لم تعد الوظيفة الوحيدة لوسائل الإعلام تقدم المعلومات، لكنها تقوم أيضاً بالترفيه وجذب الجمهور إلى مواضيع وتوجيه أحكامه وتحضير استعداداته وتكوين المعتقدات، والكشف عن الممارسات ونقد القرارات"¹.

إلا أن وجود نسبة ضعيفة تقلل من أهمية وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، ربما لاعتقادها بوجود مؤسسات أخرى للتنشئة السياسية أكثر أهمية، ذلك أن عملية تكوين القيم السياسية ترتبط بنمو الفرد، الذي يتلقى جملة من الخبرات والقيم والاتجاهات والمبادئ التي تحدد موقفه وسلوكه من خلال معاشته لمؤسسات عديدة، بعضها مفروض عليه كالأسرة والمدرسة، وبعضها الآخر إرادي ينضم إليه طوعاً.

ومن خلال القراءة الجزئية في نتائج الدراسة، يتبين لنا عدم وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة من حيث موقفها من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، حيث بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم جداً في التنشئة السياسية للأفراد 60.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و59.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و61.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، كما بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد 32.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و32.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و36.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور قليل الأهمية في التنشئة السياسية للأفراد 8.00% بالنسبة للنخبة الأكاديمية، و9.00% بالنسبة للنخبة المتخصصة، و3.00% بالنسبة للنخبة المبدعة، أما نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام ليس لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد فبلغت 0.00% بالنسبة لكل فئات النخبة المثقفة على السواء.

وبحساب معامل الارتباط كا2 بين المتغيرين، نجد أن كا2 المحسوبة (=03.453) أقل من كا2 الجدولية (=9.49)، وبذلك فإننا نقبل الفرض القائل بعدم وجود علاقة بين نوع النخبة المثقفة والموقف من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

¹.Daniel Cornu : Journalisme et Vérité (pour une éthique de L'information), Genève, Labor, et Fibre, 1994, p :251.

114- علاقة الجنس بموقف النخبة المثقفة من مساهمة وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

جدول رقم (114): يوضح علاقة الجنس بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

الفئات	ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مهم جدا	88	56.41	92	63.89	180	60.00
مهم	58	37.18	42	29.17	100	33.33
قليل الأهمية	10	6.41	10	6.94	20	6.67
غير مهم	00	0.00	00	0.00	00	0.00
المجموع	156	100	144	100	300	100
كا2 المحسوبة = 02.172			كا2 الجدولية = 5.99			

نلاحظ من خلال الجدول أنه لا يوجد اختلاف بين فئات الذكور والإناث من حيث موقفهما من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، حيث تمثل نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم جدا في التنشئة السياسية للأفراد أعلى نسبة بـ 56.41% بالنسبة لفئة الذكور، و63.89% بالنسبة لفئة الإناث، تليها نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد بـ 37.18% بالنسبة لفئة الذكور، و29.17% بالنسبة لفئة الإناث، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور قليل الأهمية في التنشئة السياسية للأفراد 6.41% بالنسبة لفئة الذكور، و6.94% بالنسبة لفئة الإناث، أما نسبة الذين يرون أن وسائل الإعلام ليس لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد فبلغت 0.00% بالنسبة لكل من الذكور والإناث. ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول، يتبين أن وسائل الإعلام تعتبر من مؤسسات التنشئة الأساسية التي لها دور فعال في تكوين القيم السياسية حسب رأي عينة النخبة المثقفة سواء بالنسبة للذكور أو الإناث، ذلك أن وسائل الإعلام تساهم في بناء الشخصية والتأثير على أنماط تفاعلاتها داخل النسق السياسي.

ويتأكد عدم وجود فروق بين الجنسين بتطبيق اختبار كا2، حيث بلغت (كا2) المحسوبة (=02.172) وهي قيمة أقل تماما من (كا2) الجدولية (=5.99)، وبذلك يثبت الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس والموقف من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، أي لا توجد فروق بين مواقف كل من الإناث والذكور من النخبة المثقفة.

115- علاقة المستوى التعليمي بموقف النخبة المثقفة من مساهمة وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

جدول رقم (115): يوضح علاقة المستوى التعليمي بموقف أفراد العينة من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

الفئات	ليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
مهم جدا	56	66.67	64	50.00	60	68.18	180	60.00	
مهم	24	28.57	50	39.06	26	29.55	100	33.33	
قليل الأهمية	04	4.76	14	10.94	02	2.27	20	6.67	
غير مهم	00	0.00	00	0.00	00	0.00	00	0.00	
المجموع	84	100	128	100	88	100	300	100	
ك2 المحسوبة=12.456				ك2 الجدولية=9.49					

يتضح من خلال الجدول أنه يوجد اختلاف بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث موقفهم من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، حيث بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم جدا في التنشئة السياسية للأفراد بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 66.67%، و50.00% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و68.18% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، كما بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد بالنسبة لعينة الحاصلين على شهادة الليسانس 28.57%، و39.06% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الماجستير، و29.55% بالنسبة لعينة الحاصلين على درجة الدكتوراه، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لها دور قليل الأهمية في التنشئة السياسية للأفراد بالنسبة للحاصلين على شهادة الليسانس 4.76%، و10.94% بالنسبة للحاصلين على درجة الماجستير، و2.27% بالنسبة للحاصلين على درجة الدكتوراه، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن وسائل الإعلام ليس لها دور مهم في التنشئة السياسية للأفراد فقد بلغت 0.00% بالنسبة لكل الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه على السواء.

ومن خلال هذه القراءة الكمية لبيانات الجدول يتبين وجود فروق بين فئات النخبة المثقفة من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث موقفهم من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، ويتأكد الأمر أكثر بحساب معامل الارتباط ك2 حيث نجد ك2 المحسوبة (=12.456) أكبر تماما من ك2 الجدولية (=9.49)، وبذلك ثبتت الفرض القائل بوجود علاقة بين المستوى التعليمي والموقف من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد، أي توجد فروق دالة إحصائية بين مواقف كل من الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من النخبة المثقفة.

116- اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام واتجاهها نحو العبارات التالية:

جدول رقم (116): يوضح اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام واتجاههم نحو هذه

العبارات.

متوسط شدة الاتجاه	المجموع			غير موافق			محايد			موافق			نوع الشدة العبارات	
	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار		
1.71	100	513	300	46.34	139	139	36.33	218	109	17.33	156	52	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	تساهم
2.28	100	686	300	16.33	49	49	28.67	172	86	55.00	495	165	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	وسائل الإعلام في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية
2.04	100	613	300	32.66	98	98	30.33	182	91	37.00	333	111	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.9	100	870	300	3.00	09	09	4.00	24	12	93.00	837	279	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.91	100	573	300	36.00	108	108	37.00	222	111	27.00	243	81	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	تساهم وسائل الإعلام في دعم إشراك
2.24	100	673	300	23.67	71	71	28.33	170	85	48.00	432	144	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	المواطن في اتخاذ القرارات
2.08	100	624	300	24.33	73	73	43.33	260	130	32.34	291	97	وسائل الإعلام	

													الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.70	100	812	300	7.67	23	23	14.00	84	42	78.33	705	235	وسائل الإعلام الحدیثة (الانترنت)	
1.20	100	361	300	83.00	249	249	13.67	82	41	3.33	30	10	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	تقوم وسائل الإعلام
1.99	100	599	300	34.33	103	103	31.67	190	95	34.00	306	102	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	بتمریر الرسائل وخطابات النخبة المتشقة
1.98	100	595	300	35.00	105	105	31.67	190	95	33.33	300	100	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها
3	100	900	300	0.00	00	00	0.00	00	00	100.0	900	300	وسائل الإعلام الحدیثة (الانترنت)	
1.50	100	452	300	61.33	184	184	26.67	160	80	12.00	108	36	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	وسائل الإعلام لا تقتصر
2.92	100	877	300	0.67	02	02	6.33	38	19	93.00	837	279	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف
2.43	100	731	300	13.33	40	40	29.67	178	89	57.00	513	171	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة،	وجهات النظر

													تليفزيون)	
2.97	100	891	300	0.00	00	00	3.00	18	09	97.00	873	291	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.32	100	396	300	68.67	206	206	30.66	184	92	0.67	06	02	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تليفزيون)	وسائل الإعلام
2.65	100	797	300	3.67	11	11	27.00	162	81	69.33	624	208	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تليفزيون)	تسهم في تغيير الأنظمة السياسية
2.82	100	847	300	2.33	07	07	13.00	78	39	84.67	762	254	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تليفزيون)	
2.99	100	898	300	0.00	00	00	0.67	04	02	99.33	894	298	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.99	100	598	300	37.00	111	111	26.67	160	80	36.33	327	109	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تليفزيون)	وسائل الإعلام تسهم في
2.06	100	620	300	31.33	94	94	30.67	184	92	38.00	342	114	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تليفزيون)	شرح ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير
2.15	100	645	300	25.00	75	75	35.00	210	105	40.00	360	120	وسائل الإعلام الأجنبية	

													(صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.16	100	647	300	25.67	77	77	33.00	198	99	41.33	372	124	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.42	100	428	300	17.67	159	53	7.33	44	22	75.00	225	225	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	وسائل الإعلام تهتم
1.55	100	465	300	25.33	228	76	4.34	26	13	70.33	211	211	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية
1.59	100	479	300	27.00	243	81	5.67	34	17	67.33	202	202	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.90	100	871	300	91.67	825	275	7.00	42	21	1.33	04	04	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.5	100	450	300	13.34	120	40	23.33	140	70	63.33	190	190	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	وسائل الإعلام لا
2.14	100	643	300	44.67	402	134	25.00	150	75	30.33	91	91	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن
2.3	100	690	300	58.34	525	175	13.33	80	40	28.33	85	85	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف،	آرائها وانتقاداتها

													إذاعة، (تلفزيون)	
2.52	100	756	300	68.34	615	205	15.33	92	46	16.33	49	49	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.00	100	300	300	0.00	00	00	0.00	00	00	100.0	300	300	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	هناك تحيز في طرح ومعالجة القضايا التي
1.00	100	300	300	0.00	00	00	0.00	00	00	100.0	300	300	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	تتناقض مع الخط الافتتاحي لوسائل الإعلام
1.00	100	300	300	0.00	00	00	0.00	00	00	100.0	300	300	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
3.00	100	900	300	0.00	900	300	0.00	00	00	0.00	00	00	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.47	100	443	300	11.00	99	33	25.67	154	77	63.33	190	190	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
1.53	100	461	300	12.00	108	36	29.67	178	89	58.33	175	175	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	تستهدف وسائل الإعلام عادة الريح على حساب
1.73	100	519	300	19.66	177	59	33.67	202	101	46.67	140	140	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	نشر الأفكار

1.83	100	549	300	23.00	207	69	37.00	222	111	40.00	120	120	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)
------	-----	-----	-----	-------	-----	----	-------	-----	-----	-------	-----	-----	----------------------------------

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن "وسائل الإعلام الوطنية تساهم في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية" بـ 46.34%، في حين بلغت نسبة المحايدین لهذه العبارة 36.33%، أما نسبة الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 17.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.71 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام العربية تساهم في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية" بـ 55.00%، في حين بلغت نسبة المحايدین لهذه العبارة 28.67%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 16.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.28 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الأجنبية تساهم في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية" بـ 37.00%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 32.66%، أما نسبة المحايدین لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 30.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.04 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة تساهم في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية" بقيمة كبيرة جداً مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى بلغت 93.00%، بينما بلغت نسبة المحايدین لهذه العبارة 4.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 3.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.90 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومن هنا نستنتج أن وسائل الإعلام العربية ووسائل الإعلام الأجنبية ووسائل الإعلام الحديثة تساهم في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية على خلاف وسائل الإعلام الوطنية، التي تبلورت فيها التعددية بشكل غير مقنع، فالتعددية الإعلامية الحقيقية مبنية على الانفتاح على كل التيارات الفكرية الفاعلة في الحياة الثقافية والسياسية، للوفاء بحق الجماهير في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة لحقائقها في المجتمع دون تغليب طرف على الآخر أو الانتصار لتيار على حساب آخر، مما يجعل المواجهة متكافئة، يقول "رولاند لوروي" (R.LEROY) "التعددية هي الحل الوحيد لضمان إقامة إعلام حقيقي، لأن التعددية تعني المواجهة والمواجهة عنصر أساسي في تكوين الأفكار والوعي لدى جميع الفئات"¹.

¹. إسماعيل مرازقة: المرجع السابق، ص: 15.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين محايدين لعبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية تساهم في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات" بـ 37.00%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 36.00%، أما نسبة الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 27.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.91 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام العربية تساهم في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات" بـ 48.00%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 28.33%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 23.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.24 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين محايدين لعبارة أن "وسائل الإعلام الأجنبية تساهم في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات" بـ 43.33%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 32.34%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 24.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.08 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة تساهم في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات" بـ 78.33%، بينما بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 14.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 7.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.70 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام العربية ووسائل الإعلام الأجنبية ووسائل الإعلام الحديثة تساهم في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات، من خلال اطلاعه على سير الشأن العام، وذلك على خلاف وسائل الإعلام الوطنية، التي لا تزال ضمن نظام الهيمنة السائد لوسائل الإعلام الرسمية خاصة، والتي تغلب عليها التغطيات التعبوية على التغطيات التوعوية، مما يقلل من فرص تفعيل المواطنة العضوية، الشيء الذي استبعد قيام أية محاولة جادة للتأسيس لحوار حقيقي تخوض فيه كل التيارات الفكرية، لردم تلك الفجوة التي تزيد في الاتساع بين المجتمع والدولة، بسبب الأحادية في اتخاذ القرار وتغييب النقاش والحوار الفكري والنقدي حول مختلف القضايا وضعف قنوات تفعيله، وذلك لقلّة القنوات الإعلامية التي تعبر عن قناعة فكرية بمضامين حيادية تعكس التعددية الحقّة للمجتمع وتطرح الانشغالات الحقيقية للمواطن بعيداً عن الحسابات المصلحية الشخصية والظرفية.

ويتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية تقوم بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها" بـ

83.00%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 13.67%، أما نسبة الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 3.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.20 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن "وسائل الإعلام العربية تقوم بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها" بـ 34.33%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 34.00%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 31.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.99 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن "وسائل الإعلام الأجنبية تقوم بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها" بـ 35.00%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 33.33%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 31.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.98 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

في حين نجد أن كل المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة تقوم بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها" بنسبة 100%، بينما تنعدم نسبة المحايدين وغير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 3.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الحديثة تقوم بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها، على خلاف وسائل الإعلام الوطنية ووسائل الإعلام العربية ووسائل الإعلام الأجنبية، ويمكن إرجاع الأمر إلى عوامل ترتبط بالوسيلة الإعلامية والقائمين عليها وأخرى ترتبط بالمتلقي في حد ذاته، حيث أن القائمين على وسائل الإعلام التقليدية (الوطنية والعربية والأجنبية) ينتقون من المادة الثقافية والفكرية الهائلة، التي ينتجها المثقفون التي تحمل أفكارا تخدم أو تسير توجهها وخطها الافتتاحي، وقد يكون ذلك على حساب المنظور النفعي العام للمجتمع، والذي يزيد من قوة توقعها في الساحة الإعلامية بالبحث عن جمهور جديد، والاحتفاظ بديمومة الجمهور القديم، كما أن تمرير الرسائل عبر وسائل الإعلام، تتحكم فيه درجة المحترمة والوجاهة اللتان يتمتع بهما المثقف أو صاحب الإنتاج، سواء كان علميا، ثقافيا، فكريا أو فنيا، فلو أخذنا مثلا متغير المستوى التعليمي يتبين لنا أنه كلما ارتقى الشخص في الرتبة العلمية وفي التحصيل المعرفي، تكون له حظوظ أوفر في تمرير أفكاره، وهو ما يؤهله لاكتساب سلطة معرفية تجعله في موقع قوة إعلاميا، وهو ما يضاعف من ظهوره في وسائل الإعلام أكثر من الآخرين، في حين تتميز وسائل الإعلام الحديثة بتدفق الرسائل الإعلامية

دون أن تتعرض لحراس البوابة، حيث تكون القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال متاحة لكل المثقفين على حد سواء في الوقت والمكان الذي يناسبهم وبالدرجة التي يرونها، واتسع بذلك مفهوم ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال، وأتيح لأفراد النخبة المثقفة مجال أوسع للإنتاج الثقافي والإبداع الفكري دون تحديد لطبيعة الإسهامات والهوامش المتاحة للتعبير والنقد، وساهم في تنمية المشاركة الديمقراطية التي أتاحت الفرصة لكل الفئات المثقفة خاصة المهمشة منها لممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال، بعيدا عن الاحتكارات وتأثيرات الخط الافتتاحي الذي تتحدد حسب طبيعة المضامين القابلة للنشر أو البث، من خلال تنوع وتعدد التقنيات والتطبيقات الاتصالية الجديدة على شبكة الانترنت التي تجسد ما يعرف بالإعلام البديل.

كما يتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية لا تقتصر على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر" بـ 61.33%، في حين بلغت نسبة المحايدون لهذه العبارة 26.67%، أما نسبة الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 12.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.50 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام العربية لا تقتصر على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر" بـ 93.00%، في حين بلغت نسبة المحايدون لهذه العبارة 6.33%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 0.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.92 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الأجنبية لا تقتصر على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر" بـ 57.00%، في حين بلغت نسبة المحايدون لهذه العبارة 29.67%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 13.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.43 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة لا تقتصر على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر" بـ 97.00%، في حين بلغت نسبة المحايدون لهذه العبارة 3.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.97 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة في رأي عينة النخبة المثقفة لا تقتصر على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر، على خلاف وسائل الإعلام

الوطنية التي تتسم في الغالب بالتبعية ومحدودية حرية التعبير فيها مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى (العربية، الأجنبية) التي تعرف انفتاحا وتعددا إعلاميا بصفة أكثر وضوحا، وإن كانت حرية الرأي والتعبير عن مختلف الرؤى في المجتمع خاصة في وسائل الإعلام العربية يرتبط أساسا بطبيعة النظم السياسية العربية وموقفها من الحريات الإعلامية، وذلك رغم بعض التطورات التي أحرزتها الوسائل الإعلامية الوطنية على المستوى التقني ومستوى المضامين، لأنها إذا لم تكن خاضعة للدولة فهي خاضعة لسلطة مراكز المال والأعمال، وإلى مجموعات الضغط الخفية والتي تؤثر في توجيه وتحديد المضامين الإعلامية (السياسيون، العسكريون، رؤساء مؤسسات)، حيث أن وسائل الإعلام الجزائرية الخاصة ساهمت في فك الاحتكار على حرية التعبير، ولكن ليس بالقدر الذي يعكس التعددية الموجودة في المجتمع الجزائري، في انتظار انفتاح أكثر على الرأي الآخر لتكريس الممارسة الديمقراطية وثقافة الحوار خاصة مع تحرر قطاع السمعي البصري من هيمنة الدولة كقطاع استراتيجي في الجزائر. إلا أن وسائل الإعلام الحديثة هي الأكثر انعكاسا لتعدد الرؤى ووجهات النظر المختلفة ذلك أنها تعتبر أهم الفضاءات التعبيرية التي تتميز بتمثيل مختلف الإتجاهات، لتحقيق هوية الأفراد وتداول الآراء والأفكار وإرساء مبادئ الديمقراطية والمواطنة في كل المجتمعات، فالانترنت تتميز باستقلاليتها وتحررها من الضغوط والمؤثرات من الأفراد والجماعات الحكومية والإدارية والسياسية والاقتصادية والمالية والاجتماعية والمهنية، التي كانت قبل ذلك تهدد حرية التعبير وتقف عائقا أمام التدفق الحر للمعلومات.

ويتضح من الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية تسهم في تغيير الأنظمة السياسية" بـ 68.67%، في حين بلغت نسبة المخايعين لهذه العبارة 30.66%، أما نسبة الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 0.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.32 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام العربية تسهم في تغيير الأنظمة السياسية" بـ 69.33%، في حين بلغت نسبة المخايعين لهذه العبارة 27.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 3.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.65 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الأجنبية تسهم في تغيير الأنظمة السياسية" بـ 84.67%، في حين بلغت نسبة المخايعين لهذه العبارة 13.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 2.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.82 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة تسهم في تغيير الأنظمة السياسية" بـ 99.33%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 0.67%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.99 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة تسهم في تغيير الأنظمة السياسية على خلاف وسائل الإعلام الوطنية، ذلك لأن الديمقراطية وحرية الإعلام أساس التعددية الإعلامية الحقة، التي تمارس في ظلها وسائل الإعلام الرقابة والاستقصاء والبحث عن الحقيقة كمنبر جماهيري لطرح المطالب الجديدة على النظام السياسي، وهذا كله من مستلزمات التغيير السياسي، الذي تساهم فيه بفعالية القوى الاجتماعية التي تعبر عن نفسها إعلامياً بحرية واستقلالية، من خلال فضاءات حرة للرأي ونقد ممارسات السلطة وتصحيح أخطائها، وتغييرها إن كانت المصلحة العامة تتطلب ذلك، والملاحظ على وسائل الإعلام الوطنية على العموم هو محدودية هامش الحرية بسبب التدخل والتوجيه والسيطرة والتحكم عبر وسائل وطرائق وآليات مختلفة ومتعددة بصفة كبيرة مقارنة بالنظام الإعلامي العربي، الذي يخضع هو كذلك لسيطرة التوجيه والتسييس لكن بصفة أقل، ويمكن القول بأن البلدان العربية على سبيل المثال عرفت في الفترة الأخيرة تغييرات وتطورات كثيرة في المجال السياسي بفعل الثورة المعلوماتية والاتصالية الحديثة، التي زادت من هيمنة الجمهور على المادة والرسالة الإعلامية المتداولة، وعلى كيفية تقديم القضايا ومعالجتها في وسائل الإعلام الجديدة وفي بعض وسائل الإعلام التقليدية.

كما يتضح من الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية تسهم في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير" بـ 37.00%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 36.33%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 26.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.99 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام العربية تسهم في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير" بـ 38.00%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 31.33%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 30.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.06 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الأجنبية تسهم في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير" بـ 40.00%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة

35.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 25.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.15 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة تسهم في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير" بـ 41.33%، بينما بلغت نسبة المحايدین لهذه العبارة 33.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 25.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.16 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة تسهم في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير في رأي عينة الدراسة، لوجود تنوع إعلامي كبير وتعددية إعلامية مبنية على ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال، التي تحقق المشاركة الإيجابية والنشطة في مختلف عمليات الاتصال، على خلاف وسائل الإعلام الوطنية التي تتناول القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية التي تهم المواطن، لكن بشكل غير كافي وفي آخر أو خارج أولوياتها، لعدم إشراك الجمهور في العملية الإعلامية، الذي يتجه إلى الإعلام الخارجي حيث يتعاطى مع طريقة مختلفة للطرح والتقديم والتحليل من جهة، ومن جهة أخرى لافتقارها من المحتويات والمضامين الإعلامية التي تسلط الضوء بالنقد والتحليل على الكثير من القضايا الفعلية والمهمة ضمن أولويات الجمهور، والتي تغيب إعلامياً تأثيراً بالمناخ العام السائد الذي تغيب فيه الحياة السياسية والنقابية الحقيقية، القائمة على الممارسة الديمقراطية، مما يجعل المثقف كمنتج للأفكار في المجتمع في ظل نقص أو غياب قنوات للاتصال الحقيقي والفعال، تربطه بقضايا وأفراد مجتمعه خارج ذات المجتمع ما قد يجد من إسهامه في تشكيل الضمير الجمعي، قصد إنتاج وعي بمواطنة عضوية حقيقية.

ونلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية تهتم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية" بـ 75.00%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 17.67%، أما نسبة المحايدین لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 7.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.42 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام العربية تهتم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية" بـ 70.33%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 25.33%، أما نسبة المحايدین لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 4.34%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.55 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الأجنبية تهم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية" بـ 67.33%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 27.00%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 5.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.59 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن "وسائل الإعلام الحديثة تهم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية" بـ 91.67%، بينما بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 7.00%، أما نسبة الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 1.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.90 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية تهم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، وقد يرتبط ذلك باعتبارات سياسية أو ميولات حزبية ضيقة، أو بجماعات الضغط والمصالح، مما يؤدي أحياناً إلى التحيز في معالجة وطرح القضايا والحياد عن الحقيقة والتخلي عن الموضوعية، وهذا ما لا نجد في وسائل الإعلام الحديثة التي تجمع المحتوى بأشكاله ووظائفه واتجاهاته المختلفة في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة للتعرض والنشر الإلكتروني، فالمعلومات الهائلة التي تقدمها المواقع على الشبكة العالمية لا تخضع إلى أية سلطة قد تحذف أو تغير من مضمونها أو تتحكم في ترتيب محتواها.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها" بـ 63.33%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 23.33%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 13.34%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.50 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام العربية لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها" بـ 44.67%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 30.33%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 25.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.14 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الأجنبية لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها" بـ 58.34%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 28.33%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 13.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.30 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الحديثة لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها" ب 68.34%، في حين بلغت نسبة الموافقين على هذه العبارة 16.33%، أما نسبة المحايدين لهذه العبارة فتمثل أدنى نسبة ب 15.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.52 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، بسبب عدم قدرة المنظومة الإعلامية في الجزائر إلى حد الآن التخلص من الآليات المختلفة والمتعددة، التي تستعملها السلطة للتحكم في مخرجات المؤسسات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة، وهذا ما يؤدي إلى ضعف الاحترافية والمهنية بدل الارتقاء بالمهارات الفنية والإبداعية، ويختلف الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة حسب رأي عينة الدراسة، إلا أن وسائل الإعلام الحديثة هي الأكثر قدرة على إتاحة الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، لأنها استطاعت أن تحقق مشاركة الجمهور في صناعة مادتها الإعلامية، من خلال التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه، فأصبح متفاعلا مشاركا في العملية الاتصالية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها، لتفعيل الاتصال الفكري والنقد الاجتماعي إلى أبعد مستوياته دون الخضوع لسلطة أو رقيب تحد من ذلك.

كما يتبين من الجدول أن كل المبحوثين موافقين على عبارة أن "هناك تحيز في وسائل الإعلام الوطنية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي" ب 100%، في حين تنعدم نسبة المحايدين وغير الموافقين على هذه العبارة ب 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

بينما نجد أن كل المبحوثين موافقين على عبارة أن "هناك تحيز في وسائل الإعلام العربية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي" ب 100%، في حين تنعدم نسبة المحايدين وغير الموافقين على هذه العبارة ب 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن كل المبحوثين موافقين على عبارة أن "هناك تحيز في وسائل الإعلام الأجنبية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي" ب 100%، في حين تنعدم نسبة المحايدين وغير الموافقين على هذه العبارة ب 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن كل المبحوثين غير موافقين على عبارة أن "هناك تحيز في وسائل الإعلام الحديثة في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي" ب 100%، بينما تنعدم نسبة المحايدين

والموافقين على هذه العبارة بـ 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 3.00 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن هناك تحيز في وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي في رأي عينة النخبة المثقفة، فهوامش حرية التعبير والتدخل فيها محدودة، يتحكم فيها أساسا الخط الافتتاحي لها رغم ما أتاحتها من اختيارات متعددة، ساهمت في توفير فضاءات للتعبير عن آراء مختلفة، فالخط الافتتاحي لأي وسيلة إعلامية قد يرسم حدودا للفكر، ويفرض حصارا على العديد من الممارسات والعمليات الذهنية، كما قد يعيق مبادرات التأسيس لثقافة الحوار الفعلي بين مختلف الاتجاهات الفكرية، مما يجعل المجتمع يجرم من تحقيق الإجماع على أهم قضاياها تحت ضغط منفعة سواء كانت سياسية أو مالية، ويختلف الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام الحديثة في رأي كل أفراد العينة، ذلك أن الانترنت تعتبر الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي ليس لها خط افتتاحي، حيث أعطت هوامش غير محدودة للحركة والفعل، ما جعلها تستوعب التعددية الموجودة في كل مجتمعات العالم من خلال التعبير عن مختلف التيارات الفكرية.

ونلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الوطنية تستهدف عادة الريح على حساب نشر الأفكار" بـ 63.33%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 25.67%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 11.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.47 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام العربية تستهدف عادة الريح على حساب نشر الأفكار" بـ 58.33%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 29.67%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 12.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.53 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الأجنبية تستهدف عادة الريح على حساب نشر الأفكار" بـ 46.67%، في حين بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة 33.67%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 19.66%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.73 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على عبارة أن "وسائل الإعلام الحديثة تستهدف عادة الريح على حساب نشر الأفكار" بـ 40.00%، بينما بلغت نسبة المحايدين لهذه العبارة

37.00%، أما نسبة غير الموافقين على هذه العبارة فتمثل أدنى نسبة بـ 23.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.83 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والحديثة تستهدف عادة الربح على حساب نشر الأفكار في رأي عينة الدراسة، لأنها تخصص مساحة ومدة زمنية معتبرتين للإشهار على حساب المادة الإعلامية سواء كانت أخباراً أو أفكاراً، إلا أن وظيفة وسائل الإعلام لا تنحصر فقط في التسويق التجاري الذي يهدف إلى كسب الدعم المادي، وإنما تمتد إلى نطاقات أكثر اتساعاً تتمثل في التسويق الاجتماعي، الذي يعتمد على الاتصالات الإقناعية في تقديم الآراء والأفكار لخدمة مصلحة الفرد والمجتمع، مما يتيح للإعلام كأهم وسائل التنشئة الاجتماعية والتأثير في الرأي العام فرصة لتوحيد الرؤى والتصورات وتبني الدفاع المشترك عن مشاريع التغيير الاجتماعي مع الانتصار للقيم المركزية للمجتمع.

بناءً على المعطيات السابقة يتبين أن عينة النخبة المثقفة ترى أن المحتويات والمضامين الإعلامية العربية والأجنبية في ظل التطور الكمي والنوعي الهائل والمتسارع في ميدان الاتصال، تعكس قيم سياسية إيجابية كحرية التعبير والديمقراطية والمواطنة والمشاركة السياسية، إلا أن وسائل الإعلام الحديثة تعكس هذه القيم بقوة إضافة إلى قيم العدالة والمساواة بفعل الثورة المعلوماتية والاتصالية الحديثة التي أحدثتها ظهور الإنترنت، في حين لا تزال وسائل الإعلام الوطنية في رأي عينة الدراسة تفتقد للقيم الديمقراطية الحقيقية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، رغم التطورات الحاصلة على مستواها، مما يستدعي التركيز أكثر على المصادقية والموضوعية في تناول مضامينها، خاصة الوطنية منها لتعميق الشعور لدى الأفراد بالانتماء والولاء الوجداني والفكري والسياسي للمجتمع، وزيادة تطلعاتهم إلى المشاركة السياسية، ويستلزم ذلك تقديم المحتويات التي تعكس قضايا المجتمع ومشكلاته الفعلية.

117- استخدام النخبة المثقفة لوسائل الإعلام والارتباط بالقيم السياسية:

جدول رقم (117): يوضح استخدام أفراد العينة لوسائل الإعلام والارتباط بالقيم السياسية.

متوسط شدة الاتجاه	المجموع			غير موافق			محايد			موافق			نوع الشدة	العبارات
	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار	%	التكرار المرجح للشدة	التكرار		
1.84	100	554	300	57.67	173	173	17.33	156	52	25.00	225	75	وسائل الإعلام الوطنية (صحف)	

													إذاعة، تليفزيون)	المساواة
2.05	100	615	300	35.00	105	105	25.00	150	75	40.00	360	120	وسائل الإعلام العربية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.36	100	709	300	16.00	48	48	31.67	190	95	52.33	471	157	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.88	100	865	300	0.00	00	00	11.67	70	35	88.33	795	265	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	الحرية
1.92	100	577	300	39.00	117	117	29.67	178	89	31.33	282	94	وسائل الإعلام الوطنية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.50	100	751	300	9.67	29	29	30.33	182	91	60.00	540	180	وسائل الإعلام العربية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.77	100	833	300	2.33	07	07	17.67	106	53	80.00	720	240	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.92	100	876	300	1.00	03	03	6.00	36	18	93.00	837	279	وسائل الإعلام الحديثة الانترنت	
1.81	100	545	300	46.00	138	138	26.33	158	79	27.67	249	83	وسائل الإعلام الوطنية	

													(صحف، إذاعة، تلفزيون)	الديمقراطية
2.20	100	661	300	27.00	81	81	25.67	154	77	47.33	426	142	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.65	100	795	300	3.34	10	10	28.33	170	85	68.33	615	205	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.80	100	842	300	6.33	19	19	6.67	40	20	87.00	783	261	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
1.90	100	571	300	43.33	130	130	23.00	138	69	33.67	303	101	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	المشاركة السياسية
2.63	100	791	300	8.00	24	24	20.33	122	61	71.67	645	215	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.47	100	742	300	23.33	70	70	6.00	36	18	70.67	636	212	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.97	100	891	300	0.00	00	00	3.00	18	09	97.00	873	291	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	

2.12	100	638	300	27.33	82	82	32.67	196	98	40.00	360	120	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	المواطنة
2.33	100	701	300	18.33	55	55	29.67	178	89	52.00	468	156	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.67	100	801	300	6.00	18	18	21.00	126	63	73.00	657	219	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
2.89	100	869	300	0.33	01	01	9.67	58	29	90.00	810	270	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	
2.48	100	744	300	9.00	27	27	34.00	204	102	57.00	513	171	وسائل الإعلام الوطنية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	الانتماء والولاء الوطني
2.07	100	621	300	28.00	84	84	37.00	222	111	35.00	315	105	وسائل الإعلام العربية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
1.58	100	475	300	55.67	167	167	30.33	182	91	14.00	126	42	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف، إذاعة، تلفزيون)	
1.99	100	597	300	36.33	109	109	28.33	170	85	35.34	318	106	وسائل الإعلام الحديثة	

													(الانترنت)	
2.53	100	760	300	6.67	20	20	33.33	200	100	60.00	540	180	وسائل الإعلام الوطنية (صحف إذاعة تليفزيون)	الأمن
2.003	100	601	300	32.67	98	98	34.33	206	103	33.00	297	99	وسائل الإعلام العربية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.02	100	608	300	27.67	83	83	42.00	252	126	30.33	273	91	وسائل الإعلام الأجنبية (صحف إذاعة، تليفزيون)	
2.04	100	612	300	30.34	91	91	35.33	212	106	34.33	309	103	وسائل الإعلام الحديثة (الانترنت)	

يتضح من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المساواة بـ 57.67%، في حين بلغت نسبة الموافقين 25.00%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 17.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المساواة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 1.84 وهو يعكس اتجاه سلبي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المساواة بـ 40.00%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 35.00%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 25.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المساواة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.50 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المساواة بـ 52.33%، في حين بلغت نسبة المحايدون 31.67%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 16.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المساواة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 2.36 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة المساواة بنسبة كبيرة جدا مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى بلغت 88.33%، أما نسبة المحايدين فبلغت 11.67%، بينما تنعدم نسبة غير الموافقين بـ 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المساواة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 2.90 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية لا تساعد عينة النخبة المثقفة على الارتباط بقيمة المساواة، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة التي تتميز بتنوع المضامين الإعلامية بها، والتي تتناول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، التي تتعلق بالعلاقات بين الأفراد والمجتمعات بالتحليل والتفسير لتنوير الرأي العام وتوعيته لفهم الحقوق والواجبات، وتعتبر وسائل الإعلام في ظل الثورة المعلوماتية من أهم مؤسسات التنشئة السياسية والاقتصادية والثقافية، التي رفعت الاحتكار عن الوصول إلى المعلومة، وساهمت في تمكين جميع أفراد الجمهور دون فوارق من الاستفادة من محتوياتها المتنوعة لتلبية مختلف حاجاتها.

كما يتضح من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الحرية بـ 39.00%، في حين بلغت نسبة الموافقين 31.33%، أما نسبة المحايدين فتمثل أدنى نسبة بـ 29.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الحرية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 1.92 وهو يعكس اتجاه سلبي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الحرية بـ 60.00%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 30.33%، أما نسبة المحايدين فتمثل أدنى نسبة بـ 9.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الحرية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.05 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الحرية بـ 80.00%، في حين بلغت نسبة المحايدين 17.67%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 2.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الحرية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 2.36 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة الحرية بنسبة كبيرة مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى بلغت 93.00%، أما نسبة المحايدين فبلغت 6.00%، بينما تنعدم نسبة غير الموافقين بـ 1.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة

النخبة المثقفة بقيمة الحرية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 2.92 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية لا تساعد عينة النخبة المثقفة على الارتباط بقيمة الحرية، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة، التي ترتبط بالتعددية الإعلامية التي تتأثر وتؤثر في بناء المجتمعات الديمقراطية، من خلال الحرية الإعلامية التي تنعكس في مضامينها وإن كان بدرجات متفاوتة تمثل فيها وسائل الإعلام الحديثة ثورة غير مسبوقه ساهمت في تجسيد حرية التعبير كأهم الحريات الأساسية بالنسبة للإنسان، كخطوة ضرورية لإرساء مبادئ الديمقراطية والمواطنة في كل المجتمعات.

ويتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الديمقراطية بـ 46.00%، في حين بلغت نسبة الموافقين 27.67%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 26.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الديمقراطية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 1.81 وهو يعكس اتجاه سلبي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الديمقراطية بـ 47.33%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 27.00%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 25.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الديمقراطية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.20 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الديمقراطية بـ 68.33%، في حين بلغت نسبة المحايدون 28.33%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 3.34%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الديمقراطية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 2.65 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة الديمقراطية بنسبة كبيرة مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى بلغت 87.00%، بينما بلغت نسبة المحايدون 6.67%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 6.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الديمقراطية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 2.80 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية لا تساعد عينة النخبة المثقفة على الارتباط بقيمة الديمقراطية، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية، ووسائل الإعلام الحديثة خاصة، التي تقوم على مبدأي المساواة بين الأفراد ومشاركتهم الحرة في صنع المضامين الإعلامية من خلال التطبيقات

الاتصالية الجديدة، حيث أصبحت وسائل الإعلام منابر للجمهور بمختلف فئاته للتعبير عن اتجاهاته وآرائه، لكن بعيدا عن الاحتكارات التي تتعرض لها بعض الوسائل الإعلامية، والتي تقلص من وظيفتها الديمقراطية، لذلك يعتبر تحرر وسائل الإعلام من السيطرة ضرورة أساسية لتكريس القيم الديمقراطية في المجتمع، والذي من شأنه تحفيز الأفراد على المشاركة الإيجابية في الحياة العامة، للمساهمة في صنع القرارات الوطنية وإيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن.

ويتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية بـ 43.33%، في حين بلغت نسبة الموافقين 33.67%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 23.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المشاركة السياسية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 1.90 وهو يعكس اتجاه سلبي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية بـ 71.67%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 20.33%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 8.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المشاركة السياسية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.63 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية بـ 70.67%، في حين بلغت نسبة غير الموافقين 23.33%، أما نسبة المحايدون فتمثل أدنى نسبة بـ 6.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المشاركة السياسية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 2.47 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية بنسبة كبيرة مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى بلغت 97.00%، أما نسبة المحايدون فبلغت 3.00%، بينما تنعدم نسبة غير الموافقين بـ 0.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المشاركة السياسية من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 2.97 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية لا تساعد عينة النخبة المثقفة على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة، التي تعكس التحولات الإعلامية العميقة في المجتمع بظهور الانترنت وتكريس التعددية الإعلامية، التي أدت إلى تحولات في وعي الأفراد لاسيما فيما يتعلق باهتمامهم بالقضايا الاجتماعية والسياسية، فانبعثت قيم جديدة ووعي جديد

عبر هذه التحولات الجديدة، التي تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفاعلة، فالثورة التقنية التي أحدثتها شبكة الانترنت كانت بمثابة النقلة النوعية التي انعكست إيجابا على وسائل الإعلام التقليدية فحاولت مسايرتها، كما خلقت على مستواها أشكالاً جديدة من الاتصالات وتبادل المعلومات على نطاق واسع، أدت إلى نتاج مواطنين عالميين أكثر تفاعلاً وتبادلاً للآراء جعلهم يكونون أكثر مشاركة في شؤون الحكومة وصنع السياسات باهتمام كبير.

ويتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المواطنة بـ 40.00%، في حين بلغت نسبة المحايدون 32.67%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 27.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المواطنة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 2.12 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المواطنة بـ 52.00%، في حين بلغت نسبة المحايدون 29.67%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 18.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المواطنة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.33 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة المواطنة بـ 73.00%، في حين بلغت نسبة المحايدون 21.00%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 6.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المواطنة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 2.67 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة المواطنة بنسبة كبيرة مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى بلغت 90.00%، أما نسبة المحايدون فبلغت 9.67%، بينما بلغت نسبة غير الموافقين بـ 0.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة المواطنة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 2.89 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والحديثة تساعد عينة النخبة المثقفة على الارتباط بقيمة المواطنة، حيث ساهمت المنظومة الإعلامية بكل عناصرها بسبب التطورات الراهنة في عملية إرسال المعلومات واستقبالها وظهور التكنولوجيا التفاعلية في تسهيل إنشاء شبكات واسعة للمجتمع المدني، وتفعيل دورها لتحويل الفرد إلى مواطن حقوقي، يمتلك جزءاً من السيادة السياسية، التي توفر له الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية مقابل أداء الواجبات المطلوبة، فالإعلام بعد

أن استفاد من التكنولوجيات الهائلة في تحقيق التفاعلية والتنوع الجماهيري وظهور الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة، أصبح قادرا على توسيع مجال الوعي الدولي وإخراج الأفراد من دائرة الاغتراب والعجز في علاقاتهم بالمؤسسات والمجتمع والنظام العام، من خلال تفعيل فكرة المواطنة الديمقراطية الحقوقية الواعية والفعالة والأخلاقية، وقد ساعد ذلك على ظهور أشكال جديدة من المواطنة تتخطى الدولة الواحدة، تتفق على وجود حقوق إنسانية عالمية ينبغي تحقيقها بغض النظر عن تنوع المجتمعات واختلاف الثقافات كالحق في السلام والحق في التنمية.

ويتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني بـ 57.00%، في حين بلغت نسبة المحايدين 34.00%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 9.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الانتماء والولاء الوطني من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 2.48 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين محايدين لعبارة أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني بـ 37.00%، في حين بلغت نسبة الموافقين 35.00%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 28.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الانتماء والولاء الوطني من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.07 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني بـ 55.67%، في حين بلغت نسبة المحايدين 30.33%، أما نسبة الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 14.00%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الانتماء والولاء الوطني من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 1.58 وهو يعكس اتجاه سلبي.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين غير موافقين على أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني بـ 36.33%، أما نسبة الموافقين فبلغت 35.34%، بينما بلغت نسبة المحايدين بـ 28.33%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الانتماء والولاء الوطني من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 1.99 وهو يعكس اتجاه سلبي. ومنه نستنتج أن وسائل الإعلام الوطنية والعربية تساعد عينة النخبة المثقفة على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني، بحكم انتمائها الجغرافي وطبيعة مضامينها، التي تتابع وتسلط الضوء على القضايا الوطنية والعربية أكثر من القضايا الأخرى، لأنها موجهة بالدرجة الأولى إلى الجمهور الجزائري والعربي

الذي يمثل اهتمامه بشؤون وطنه وقيمته الثقافية والحضارية أولى أولوياته، وتعمل هذه الوسائل الإعلامية على العموم خاصة الوطنية منها على تقوية الشعور لدى النخبة المثقفة نحو المشكلات والقضايا الوطنية والعربية لتوجيه طاقتها نحو المشاركة البناءة في العمل داخل المجتمع المحلي، لتحقيق الانسجام والارتباط الاجتماعي كل من موقعه، من خلال الحث على تكوين الشخصية الوطنية التي تشارك إيجابيا في أنشطة المجتمع، وتدفع عن مصالحه كعنصر أساسي من عناصر تكوين المواطن الصالح. ويختلف الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام الأجنبية ووسائل الإعلام الحديثة، التي تقل بها المواقع الإلكترونية التي تعمل على ترسيخ الثوابت الوطنية والارتباط بالجماعة المحلية وتمثل أهدافها، وهو ما يعكس التوظيف الضعيف لشبكة الانترنت في هذا الإطار. حيث أنه على الرغم من ارتفاع عدد المواقع في الجزائر إلى نحو 700 في نهاية عام 2002 (حسب CERIST)، وإلى 1113 في جويلية 2004، أي ما يقابل 0.04 مواقع لكل 1000 نسمة، فإن هذا الرقم لا يكاد يذكر مقارنة بالدول الأخرى، كما أن محتوى هذه المواقع يكشف عن أن المعلومات الموجودة فيها نادرا ما يتم تحديثها، وعن غياب إمكانيات التفاعل الممنوحة للمواطن للمشاركة والحوار، إذ تركز بشكل كبير على مواقع الويب كمستودعات معلومات ساكنة، وبذلك فهي تعبر عن تأخر واضح في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجانب السياسي.¹

ويتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن وسائل الإعلام الوطنية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الأمن بـ 60.00%، في حين بلغت نسبة المحايدين 33.33%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 6.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الأمن من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية 2.53 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

بينما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين محايدين لعبارة أن وسائل الإعلام العربية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الأمن بـ 34.33%، في حين بلغت نسبة الموافقين 33.00%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 32.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الأمن من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام العربية 2.003 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

كما نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين محايدين لعبارة أن وسائل الإعلام الأجنبية ساعدتهم على الارتباط بقيمة الأمن بـ 42.00%، في حين بلغت نسبة الموافقين 30.33%، أما نسبة غير الموافقين فتمثل أدنى نسبة بـ 27.67%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الأمن من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الأجنبية 2.02 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

¹ رمضان بن شعبان: الديمقراطية الإلكترونية كبديل لتفعيل المشاركة السياسية (النموذج الإستوني وإسقاطه على الجزائر)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: رياض بوريش، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة منتوري - قسنطينة-، 2010/2009، ص: 133.

في حين نجد أن أعلى نسبة من المبحوثين محايدين لعبارة أن وسائل الإعلام الحديثة ساعدتهم على الارتباط بقيمة الأمن بـ 35.33%، أما نسبة الموافقين فبلغت 34.33%، بينما بلغت نسبة غير الموافقين بـ 30.34%، وبلغ متوسط شدة الاتجاه نحو ارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الأمن من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة 2.04 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

والملاحظ بالنسبة لارتباط عينة النخبة المثقفة بقيمة الأمن من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والحديثة، وجود تقارب كبير في نسب الاتجاهات الثلاث (موافق - محايد - غير موافق)، وهذا راجع إلى أن وسائل الإعلام عموماً لها عدة وظائف تتراوح بين الترويح عن النفس للإحساس بالأمان وإثارة عدة قضايا مثل الحروب والكوارث والثورات التي تؤدي إلى الإحساس بالتوتر، إلا أن الاتجاه إيجابي وهذا يتوقف كذلك على نوع المحتوى الذي يتابعه المبحوثون.

الفصل السابع: نتائج الدراسة

أولاً- النتائج العامة للدراسة

ثانياً- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات



أولاً- النتائج العامة للدراسة:

كشفت الدراسة عموماً عن:

- قراءة الصحف بصفة دائمة بنسبة 51.33%، بينما تتم القراءة بصفة غير منتظمة -أحياناً- بنسبة 46.00%، ونادراً بنسبة 2.67%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بنمط قراءة الصحف.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بنمط قراءة الصحف.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنمط قراءة الصحف.
- تمثل الفترة الصباحية أكثر الفترات كثافة في القراءة بنسبة 60.90%، تليها قراءة الصحف في فترات غير محددة بنسبة 19.87%، ثم الفترة المسائية بنسبة 10.26%، تليها الفترة الليلية بنسبة 6.41%، وأخيراً فترة الظهيرة بنسبة 2.56%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالفترات المفضلة لقراءة الصحف.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالفترات المفضلة لقراءة الصحف.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالفترات المفضلة لقراءة الصحف.
- تحتل الموضوعات السياسية المرتبة الأولى من حيث القراءة بنسبة 19.65%، تليها الموضوعات الثقافية بنسبة 16.39%، ثم الموضوعات العلمية بنسبة 15.40%، فالموضوعات الاجتماعية بنسبة 14.41%، تليها الموضوعات الدينية بنسبة 11.85%، ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة 8.29%، ثم الموضوعات الرياضية بنسبة 8.09%، وأخيراً الموضوعات الترفيهية بنسبة 5.92%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالموضوعات المفضلة للقراءة في الصحف.

- يحتل الإخبار والإعلام المرتبة الأولى كهدف لقراءة الصحف بنسبة 38.24%، يليه هدف التثقيف بنسبة 27.57%، ثم التوعية بنسبة 16.18%، يليه الشرح والتفسير بنسبة 9.92%، وأخيرا الترفيه والتسلية بنسبة 8.09%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالهدف من قراءة الصحف.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالهدف من قراءة الصحف.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالهدف من قراءة الصحف.
- تحتل الصحف اليومية الجزائرية المرتبة الأولى من حيث القراءة بنسبة 45.92%، تليها الصحف الأسبوعية الجزائرية بنسبة 15.18%، ثم الصحف اليومية العربية بنسبة 14.01%، تليها الصحف اليومية الأجنبية بنسبة 11.67%، ثم الصحف الأسبوعية العربية بنسبة 7.00%، وأخيرا الصحف الأسبوعية الأجنبية بنسبة 6.22%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بنوع الصحف المفضلة للقراءة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بنوع الصحف المفضلة للقراءة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنوع الصحف المفضلة للقراءة.
- تناقش الصحافة المكتوبة وتعالج القضايا والموضوعات المهمة إلى حد ما بنسبة 78.67%، في حين تناقش الصحافة المكتوبة وتعالج القضايا والموضوعات المهمة إلى حد كبير بنسبة 19.33%، بينما لا تناقش الصحافة المكتوبة ولا تعالج القضايا والموضوعات المهمة على الإطلاق بنسبة 2.00%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث رأيها في مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث آرائهما في مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمهما.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث آرائهم في مدى مناقشة الصحافة المكتوبة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمهم.
- متابعة الإذاعة بصفة غير منتظمة -أحيانا- بنسبة 60.67%، ونادرا بنسبة 19.33%، بينما تتم متابعة الإذاعة بصفة منتظمة بنسبة 18.00%، في حين تمثل نسبة عدم الاستماع للإذاعة 2.00%.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بنمط الاستماع للإذاعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهم بنمط الاستماع للإذاعة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنمط الاستماع للإذاعة.
- تتم متابعة الإذاعة في فترات غير محددة بنسبة 27.49%، تليها الفترة الصباحية بنسبة 25.73%، ثم الفترة المسائية بنسبة 24.56%، ثم الفترة الليلية بنسبة 19.30%، وأخيرا فترة الظهيرة بنسبة 2.92%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالفترات المفضلة للاستماع للإذاعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهم بالفترات المفضلة للاستماع للإذاعة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالفترات المفضلة للاستماع للإذاعة.
- تحتل البرامج الثقافية المرتبة الأولى من حيث المتابعة بنسبة 18.43%، تليها البرامج الإخبارية بنسبة 18.18%، ثم البرامج الاجتماعية بنسبة 15.48%، فالبرامج السياسية بنسبة 13.76%، ثم البرامج الدينية بنسبة 12.29%، تليها البرامج الرياضية بنسبة 8.11%، ثم البرامج الاقتصادية بنسبة 7.86%، فالبرامج الفنية بنسبة 5.89%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتها بالبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهم بالبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالبرامج المفضل الاستماع إليها في الإذاعة.
- يحتل الإخبار والإعلام المرتبة الأولى كهدف لمتابعة الإذاعة بنسبة 33.82%، يليه التثقيف بنسبة 32.73%، ثم التوعية بنسبة 13.82%، يليه الترفيه والتسلية بنسبة 12.00%، وأخيرا الشرح والتفسير بنسبة 7.63%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتها بالهدف من الاستماع للإذاعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهم بالهدف من الاستماع للإذاعة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالهدف من الاستماع للإذاعة.
- تحتل المحطات الإذاعية الجزائرية المرتبة الأولى من حيث المتابعة بنسبة 62.30%، تليها المحطات الإذاعية العربية بنسبة 20.42%، ثم المحطات الإذاعية الأجنبية بنسبة 17.28%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتها بالمحطات الإذاعية المفضلة للمتابعة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث في علاقتهم بالمحطات الإذاعية المفضلة للمتابعة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالمحطات الإذاعية المفضلة للمتابعة.
- تناقش الإذاعة وتعالج القضايا والموضوعات المهمة إلى حد ما بنسبة 81.63%، بينما تناقش وتعالج القضايا والموضوعات المهمة إلى حد كبير بنسبة 12.93%، في حين لا تناقش ولا تعالج القضايا والموضوعات المهمة على الإطلاق بنسبة 5.44%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة من حيث رأيها في مدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث رأيها في مدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمها.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث رأيهم في مدى مناقشة الإذاعة ومعالجتها للقضايا والموضوعات التي تهمهم.
- تتم مشاهدة التلفزيون بصفة دائمة بنسبة 58.67%، بينما تتم مشاهدة بصفة غير منتظمة - أحيانا- بنسبة 34.67%، ونادرا بنسبة 6.66%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتها بنمط مشاهدة التلفزيون.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهم بنمط مشاهدة التلفزيون.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنمط مشاهدة التلفزيون.
- تمثل الفترة الليلية أكثر الفترات كثافة في المشاهدة بنسبة 39.77%، تليها الفترة المسائية بنسبة 33.92%، ثم المشاهدة في فترات غير محددة بنسبة 16.37%، تليها الفترة الصباحية بنسبة 5.26%، وأخيرا فترة الظهيرة بنسبة 4.68%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتها بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهما بالفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون.
- تحتل البرامج الإخبارية المرتبة الأولى من حيث المشاهدة بنسبة 18.16 %، تليها البرامج الثقافية بنسبة 17.49 %، ثم البرامج السياسية بنسبة 17.26 %، فالبرامج الدينية بنسبة 13.00 %، ثم برامج الخيال (أفلام- مسلسلات) بنسبة 12.56 %، تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 12.11 %، وأخيرا البرامج الرياضية بنسبة 9.42 %.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة الأكاديمية والنخبة المتخصصة والنخبة المبدعة في علاقتهما بالبرامج التلفزيونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بالبرامج التلفزيونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهما بالبرامج التلفزيونية المفضلة.
- يحتل التثقيف المرتبة الأولى كهدف لمشاهدة البرامج التلفزيونية بنسبة 26.92 %، يليه الإخبار والإعلام بنسبة 26.38 %، ثم التوعية بنسبة 19.11 %، فالترفيه والتسلية بنسبة 14.13 %، وأخيرا الشرح والتفسير بنسبة 13.46 %.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتهما بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث في علاقتهما بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهما بالهدف من مشاهدة البرامج التلفزيونية.
- تحتل القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى من حيث المشاهدة بنسبة 46.74 %، تليها القنوات الفضائية الأجنبية بنسبة 27.59 %، ثم قنوات التلفزيون الجزائري بنسبة 25.67 %.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتهما بالقنوات التلفزيونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بالقنوات التلفزيونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة من الحاصلين على شهادة الليسانس، والحاصلين على درجة الماجستير، والحاصلين على درجة الدكتوراه، من حيث القنوات التلفزيونية المفضلة.

- يناقش التلفزيون ويعالج القضايا والموضوعات المهمة إلى حد ما بنسبة 62.67%، في حين يناقش ويعالج القضايا والموضوعات المهمة إلى حد كبير بنسبة 31.33%، بينما لا يناقش ولا يعالج القضايا والموضوعات المهمة على الإطلاق بنسبة 6.00%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث رأيها في مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث رأيهما في مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمهما.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث رأيهم في مدى مناقشة ومعالجة التلفزيون للقضايا والموضوعات التي تهمهم.
- يتم استخدام الانترنت بصفة دائمة بنسبة 65.33%، بينما يتم استخدام الانترنت بصفة غير منتظمة -أحيانا- بنسبة 30.67%، ونادرا بنسبة 4.00%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بنمط استخدام الانترنت.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بنمط استخدام الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنمط استخدام الانترنت.
- تمثل الفترة المسائية أكثر الفترات كثافة في استخدام الانترنت بنسبة 33.65%، ثم الاستخدام في فترات غير محددة بنسبة 20.37%، ثم الفترة الليلية بنسبة 17.94%، تليها الفترة الصباحية بنسبة 17.20%، وأخيرا فترة الظهيرة بنسبة 10.84%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالفترات المفضلة لاستخدام الانترنت.
- تحتل المواقع العربية والأجنبية معا المرتبة الأولى من حيث أفضلية الاستخدام بنسبة 62.30%، تليها المواقع العربية بنسبة 29.33%، ثم المواقع الأجنبية بنسبة 8.67%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالمواقع الإلكترونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالمواقع الإلكترونية المفضلة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالمواقع الإلكترونية المفضلة.
- يحتل البحث العلمي المرتبة الأولى كدافع لاستخدام الانترنت بنسبة 18.33%، يليه اكتساب معارف ومهارات جديدة بنسبة 14.06%، ثم الاطلاع على المعلومات في كل المجالات بنسبة 11.56%، ثم معرفة الأخبار الدولية بنسبة 11.03%، ثم مواكبة التطور التكنولوجي بنسبة 8.80%، يليه المشاركة والتعبير عن الآراء بنسبة 8.01%، ثم الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين بنسبة 7.29%، يليه معرفة الأخبار المحلية بنسبة 5.61%، ثم المتعة والترفيه بنسبة 4.81%، يليه إقامة علاقات اجتماعية افتراضية بنسبة 4.63%، ثم البحث عن فرص عمل بنسبة 3.20%، وأخيرا الشراء والتسوق بنسبة 2.67%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بدوافع استخدام الانترنت.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بدوافع استخدام الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بدوافع استخدام الانترنت.
- تحتل المواقع الثقافية المرتبة الأولى في استخدام الانترنت بنسبة 20.37%، تليها المواقع العلمية بنسبة 19.75%، ثم مواقع الصحف الإلكترونية بنسبة 16.40%، ثم مواقع المجالات الإلكترونية بنسبة 13.54%، فمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 11.00%، تليها المواقع الإخبارية بنسبة 8.35%، ثم المواقع الترفيهية بنسبة 4.18%، فمواقع القنوات التلفزيونية بنسبة 4.07%، ثم مواقع المحطات الإذاعية بنسبة 1.83%، وأخيرا المواقع الدينية بنسبة 0.51%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بنوع المواقع الإلكترونية المفضلة.
- تمثل خدمة البريد الإلكتروني أهم أشكال التفاعلية على الانترنت بنسبة 33.37%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 20.74%، ثم خدمة القوائم البريدية بنسبة 12.02%، تليها غرف الحوار بنسبة 11.04%، فالتدوين بنسبة 10.43%، ثم خدمة المراسل بنسبة 7.49%، وأخيرا خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي بنسبة 4.91%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بأشكال التفاعلية التي شاركت من خلالها على الانترنت.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بأشكال التفاعلية التي شاركا من خلالها على الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بأشكال التفاعلية التي شاركوا من خلالها على الانترنت.
- تمثل التفاعلية أهم ميزة للانترنت بنسبة 25.00%، تليها ميزة سهولة الحصول على المعلومات بنسبة 19.41%، ثم ميزة الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث بنسبة 16.27%، ثم ميزة حرية التعبير وإبداء الرأي بنسبة 11.96%، فميزة الاطلاع على مختلف وجهات النظر بنسبة 10.00%، ثم ميزة المصدقية بنسبة 6.47%، تليها ميزة الموضوعية بنسبة 4.12%، ثم ميزة الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى بنسبة 3.63%، وأخيرا ميزة تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس بنسبة 3.14%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث آرائها في المميزات التي تتمتع بها الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث آرائهما في المميزات التي تتمتع بها الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث آرائهم في المميزات التي تتمتع بها الانترنت.
- يمثل عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام أهم عيوب الانترنت بنسبة 28.96%، يليه أن الانترنت وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم بنسبة 17.16%، ثم ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ بنسبة 16.08%، ثم إضعاف الاتصال الاجتماعي بنسبة 13.14%، يليه تضيق الوقت بنسبة 9.65%، ثم ضعف المصدقية والموضوعية بنسبة 8.58%، وأخيرا التكلفة المادية بنسبة 6.43%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث آرائها في عيوب الانترنت.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث آرائهما في عيوب الانترنت.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث آرائهم في عيوب الانترنت.
- يمثل التلفزيون الأكثر تفضيلا لإيصال الأفكار، تليه الإذاعة، ثم الصحف، تليه الانترنت، ثم الكتاب، وأخيرا المجلة.
- تمثل الإعبارات المتعلقة بمضمون الوسيلة الإعلامية الأكثر أهمية بنسبة 59.08%، مقارنة بالإعبارات المتعلقة بشكل الوسيلة الإعلامية بنسبة 40.92%.

- تمثل سهولة استخدام الوسيلة الإعلامية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بشكل وسائل الإعلام بنسبة 12.34%، تليها خاصية الشيع بنسبة 8.39%، ثم خاصية استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، مؤثرات) بنسبة 7.70%، ثم خاصية الجاذبية بنسبة 6.80%، وأخيرا خاصية سهولة الحفظ والاسترجاع بنسبة 5.69%.
- تمثل الجودة في المضامين الإعلامية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمحتوى وسائل الإعلام بنسبة 10.05%، تليها خاصية الدقة والموضوعية في عرض المضامين الإعلامية بنسبة 8.95%، ثم خاصية التفاعلية بنسبة 8.81%، ثم خاصية المصادقية بنسبة 8.73%، تليها خاصية الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية بنسبة 8.11%، فخاصية الحرية الإعلامية في تناول المضامين الإعلامية بنسبة 7.63%، وأخيرا خاصية العمق والشمول في تقديم المضامين الإعلامية بنسبة 6.80%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث آرائها في الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث آرائها في الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث آرائهم في الاعتبارات التي تجعل الوسيلة الإعلامية مفضلة.
- يتم التعبير عن الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية بنسبة 54.00%، ويتم التعبير عن الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية في بعض الأحيان فقط بنسبة 32.67%، في حين لا يتم التعبير عن الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية بنسبة 13.33%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث إبداء كل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث إبداء كل آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث إبداء كل آرائهم في وسائل الإعلام بكل حرية.
- يمثل غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع أهم أسباب عدم إبداء كل الآراء في وسائل الإعلام بكل حرية بنسبة 37.50%، يليه عدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي بنسبة 25.00%، وأخيرا السبب المتعلق بالرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة والسبب المتعلق بغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي والسبب المتعلق بعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة بنفس النسبة 12.50%.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث أسباب عدم تمكنها من إبداء كل الآراء بكل حرية في وسائل الإعلام.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث أسباب عدم تمكنهما من إبداء كل الآراء بكل حرية في وسائل الإعلام.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث أسباب عدم تمكنهم من إبداء كل الآراء بكل حرية في وسائل الإعلام.
- تتم المشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مع القائمين عليها بنسبة 86.00%، في حين لا تتم المشاركة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مع القائمين عليها بنسبة 14.00%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتها بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بالمشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها.
- تمثل الانترنت أهم وسيلة إعلامية تمت المشاركة فيها لمناقشة مضامينها بنسبة 37.77%، تليها الإذاعة بنسبة 23.46%، ثم الجلات بنسبة 19.88%، تليها الصحافة المكتوبة بنسبة 8.75%، ثم الكتب بنسبة 6.96%، وأخيرا التلفزيون بنسبة 3.18%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالوسائل الإعلامية التي شاركت فيها لمناقشة مضامينها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهم بوسائل الإعلام التي شاركوا من خلالها في مناقشة مضامينها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بوسائل الإعلام التي شاركوا من خلالها في مناقشة مضامينها.
- تتم المشاركة في مناقشة المضامين الإعلامية من خلال المقالات في الصحف والمجلات بنسبة 31.41%، يليها التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 31.21%، ثم الاتصالات الهاتفية بنسبة 12.33%، ثم الحوار الإذاعي بنسبة 7.55%، ثم المؤلفات بنسبة 6.96%، فالتدوين بنسبة 4.17%، تليه التعليقات عبر البريد الإلكتروني بنسبة 2.39%، وأخيرا المقابلة التلفزيونية وإنشاء موقع إلكتروني خاص بنفس النسبة 1.99%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بطبيعة المناقشة التي شاركوا من خلالها في وسائل الإعلام.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بطبيعة المناقشة التي شاركا من خلالها في وسائل الإعلام.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهما بطبيعة المناقشة التي شاركوا من خلالها في وسائل الإعلام.
- تمثل الرغبة في الظهور في وسائل الإعلام أعلى نسبة ب 62.67%، في حين تمثل نسبة من لا يفضلون الظهور في وسائل الإعلام 37.33%.
- يتمثل أهم سبب في رغبة النخبة المثقفة في الظهور على وسائل الإعلام في أن الوسائل الإعلامية وسيلة هامة لخدمة المسار المهني بنسبة 15.33%، يليه أنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية بنسبة 14.34%، ثم أنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها بنسبة 10.33%، ثم تحقيق الشهرة بنسبة 9.67%، يليه إبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة بنسبة 7.00%، وأخيرا أن لها دورا فعالا في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب بنسبة 6.00%.
- يمثل تفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري أهم سبب في عدم رغبة النخبة المثقفة في الظهور على وسائل الإعلام بنسبة 9.00%، يليه الخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص بنسبة 7.33%، ثم عدم توفر الجرأة وأنها غير مهتمة بنفس النسبة 5.33%، فهامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار بنسبة 5.00%، يليه وجود نوع من التوجيه وتحديد الحرية التعبير في وسائل الإعلام بنسبة 4.00%، وأخيرا تجنب الشهرة بنسبة 1.34%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بالرغبة في الظهور في وسائل الإعلام.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بالرغبة في الظهور في وسائل الإعلام.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهما بالرغبة في الظهور في وسائل الإعلام.
- تتم المشاركة في حوارات ومناقشات حول المحتويات والمضامين التي تعرضها وسائل الإعلام بنسبة 100%، وفي المقابل تنعدم نسبة الذين لا يشاركون في حوارات ومناقشات حول المحتويات والمضامين التي تعرضها وسائل الإعلام بنسبة 0.00%.
- يمثل زملاء العمل أهم الأطراف في مناقشة المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام بنسبة 27.97%، ثم الأصدقاء بنسبة 25.99%، ثم أفراد الأسرة بنسبة 24.29%، وأخيرا المختصون بنسبة 21.75%.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة في علاقتها بأطراف المناقشة حول المضامين الإعلامية.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة في علاقتهما بأطراف المناقشة حول المضامين الإعلامية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه في علاقتهم بأطراف المناقشة حول المضامين الإعلامية.
- تساعد وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة غالباً بنسبة 50.00%، في حين تساعد في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة في بعض الأحيان فقط بنسبة 45.33%، بينما تساعد في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة نادراً بنسبة 4.67%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث موقفها من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديها.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث موقفهما من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهما.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث موقفهم من دور وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة لديهم.
- تحفز متابعة وسائل الإعلام على الاهتمام بالبيئة السياسية بنسبة 22.17%، ثم توعية أفراد المجتمع بنسبة 18.54%، ثم إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن بنسبة 15.94%، يليه الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية بنسبة 14.96%، ثم المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة بنسبة 14.31%، يليه الانضمام لتنظيمات سياسية بنسبة 4.55%، أما نسبة 9.59% فامتنعت عن الإجابة.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لها.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لهما.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث تحفيزات متابعة وسائل الإعلام لهم.
- تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً جداً في التنشئة السياسية للأفراد بنسبة 60.00%، بينما تلعب دوراً مهماً في التنشئة السياسية للأفراد بنسبة 33.33%، في حين تلعب دوراً قليل الأهمية في التنشئة السياسية للأفراد بنسبة 6.67%.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات النخبة المثقفة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة من حيث موقفها من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من النخبة المثقفة من حيث موقفهما من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات الحاصلين على شهادة الليسانس والحاصلين على درجة الماجستير والحاصلين على درجة الدكتوراه من حيث موقفهم من دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد.
- لا تساهم وسائل الإعلام الوطنية في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.71 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، في حين تساهم وسائل الإعلام العربية في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.28 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تساهم وسائل الإعلام الأجنبية في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.04 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تساهم وسائل الإعلام الحديثة في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.90 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.
- لا تساهم وسائل الإعلام الوطنية في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.91 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، في حين تساهم وسائل الإعلام العربية في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.24 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تساهم وسائل الإعلام الأجنبية في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.08 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تساهم وسائل الإعلام الحديثة في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.70 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.
- لا تقوم وسائل الإعلام الوطنية بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.20 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، كما لا تقوم وسائل الإعلام العربية بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.99 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، كما لا تقوم وسائل الإعلام الأجنبية بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.98 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، في حين تقوم وسائل الإعلام الحديثة بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 3.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.
- تقتصر وسائل الإعلام الوطنية على وجهة نظر واحدة ولا تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.50 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، في حين لا تقتصر وسائل الإعلام العربية على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.92 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما لا تقتصر وسائل الإعلام الأجنبية على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.43 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما لا تقتصر وسائل الإعلام الحديثة على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف

وجهات النظر، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.97 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

- لا تسهم وسائل الإعلام الوطنية في تغيير الأنظمة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.32 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، في حين تسهم وسائل الإعلام العربية في تغيير الأنظمة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.65 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تسهم وسائل الإعلام الأجنبية في تغيير الأنظمة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.82 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تسهم وسائل الإعلام الحديثة في تغيير الأنظمة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.99 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

- لا تسهم وسائل الإعلام الوطنية في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.99 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، في حين تسهم وسائل الإعلام العربية في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.06 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تسهم وسائل الإعلام الأجنبية في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.15 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تسهم وسائل الإعلام الحديثة في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.16 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

- تهتم وسائل الإعلام الوطنية بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.42 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تهتم وسائل الإعلام العربية بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.55 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تهتم وسائل الإعلام الأجنبية بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.59 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، في حين لا تهتم وسائل الإعلام الحديثة بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.90 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

- وسائل الإعلام الوطنية لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.50 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، في حين أن وسائل الإعلام العربية تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.14 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، كما أن وسائل الإعلام الأجنبية تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.30 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة، كما أن وسائل الإعلام الحديثة تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.52 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

- هناك تحيز في وسائل الإعلام الوطنية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما أن هناك تحيز في وسائل الإعلام العربية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما أن هناك تحيز في وسائل الإعلام الأجنبية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.00 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، في حين ليس هناك تحيز في وسائل الإعلام الحديثة في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 3.00 وهو يعكس اتجاه سلبي نحو العبارة.

- وسائل الإعلام الوطنية تستهدف عادة الريح على حساب نشر الأفكار، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.47 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تستهدف وسائل الإعلام العربية عادة الريح على حساب نشر الأفكار، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.53 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تستهدف وسائل الإعلام الأجنبية عادة الريح على حساب نشر الأفكار، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.73 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة، كما تستهدف وسائل الإعلام الحديثة عادة الريح على حساب نشر الأفكار، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 1.83 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة المساواة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.84 وهو يعكس اتجاه سلبي، في حين تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة المساواة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.50 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة المساواة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.36 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة المساواة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.90 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة الحرية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.92 وهو يعكس اتجاه سلبي، في حين تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة الحرية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.05 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الأجنبية على الارتباط بقيمة الحرية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.36 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الحديثة على الارتباط بقيمة الحرية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.92 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة الديمقراطية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.81 وهو يعكس اتجاه سلبي، في حين تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة الديمقراطية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.20 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الأجنبية على الارتباط بقيمة الديمقراطية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذه العبارة 2.65 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الحديثة على الارتباط بقيمة الديمقراطية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.80 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.90 وهو يعكس اتجاه سلبي، في حين تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.63 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الأجنبية على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.47 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الحديثة على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.97 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

- تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة المواطنة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.12 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة المواطنة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.33 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الأجنبية على الارتباط بقيمة المواطنة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.67 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الحديثة على الارتباط بقيمة المواطنة، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.89 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

- تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.48 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.07 وهو يعكس اتجاه إيجابي، في حين لا تساعد وسائل الإعلام الأجنبية على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.58 وهو يعكس اتجاه سلبي، كما لا تساعد وسائل الإعلام الحديثة على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 1.99 وهو يعكس اتجاه سلبي.

- تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة الأمن، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.53 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام العربية على الارتباط بقيمة الأمن، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.003 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الأجنبية على الارتباط بقيمة الأمن، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.02 وهو يعكس اتجاه إيجابي، كما تساعد وسائل الإعلام الحديثة على الارتباط بقيمة الأمن، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2.04 وهو يعكس اتجاه إيجابي.

ثانياً- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

1- عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الصحف:

- تتم قراءة الصحف بصفة دائمة لدى معظم أفراد النخبة المثقفة، حيث تعتبر من أهم مصادر المعلومات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية التي تواكب الحدث وتقف عند تفاصيله، من خلال ما تحويه من تعليقات وتحليلات علمية ومقابلات وآراء للمتخصصين والعامّة وشكاوى واقتراحات وصور ورسوم كاريكاتورية.

- تعتبر الفترة الصباحية الأكثر تفضيلاً لقراءة الصحف لرغبة أفراد النخبة المثقفة في معرفة الجديد من الأخبار قبل انطلاق العمل، خاصة أن الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية تتميز بتعدد العناوين الصحفية وتنوع مضامينها، التي تتابع الأحداث الجارية المحلية والدولية ومستجداتها باستمرار بهدف الإعلام ونشر الرأي، ثم قراءة الصحف في فترات غير محددة، ثم الفترة المسائية، تليها الفترة الليلية، ثم فترة الظهيرة.

- يميل أفراد النخبة المثقفة إلى قراءة المواد الإخبارية والفكرية الجادة في الصحف على حساب المواد الترفيهية، فوظائفهم ومراكزهم الاجتماعية وأدوارهم القيادية في المجتمع تتطلب قدرة كبيرة على النقاش والجدل والنقد، ما يساعدهم على اتخاذ القرارات السليمة وطرح البدائل المناسبة للمشكلات الفعلية، من خلال الاطلاع المستمر على كل المعلومات والمستجدات في مختلف المجالات في الصحافة المكتوبة، وتحتل الموضوعات السياسية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية ما يعكس الاهتمام الكبير بالشؤون السياسية المختلفة.

- يعتبر هدف الحصول على الأخبار والإعلام الهدف الرئيسي من قراءة الصحف، ذلك أن الصحافة المكتوبة تقوم بتزويد جمهور القراء بمجموعة من المعطيات والحقائق التي تجعلهم في اتصال دائم بمحيطهم وأكثر اندماجاً معه، حتى يستطيعوا المشاركة بفعالية في أنشطة الحياة العامة، ما يمكنهم من قيادة الرأي والتأثير على الأفكار والقيم والاتجاهات والسلوكيات.

- تعتبر الصحف اليومية الأكثر تفضيلاً من حيث الصدور والصحف الوطنية من حيث المجال الجغرافي، حيث تعتبر الصحف اليومية أكثر تقدماً للمستجدات عن غيرها من خلال المتابعة المتواصلة للأحداث الجارية، باعتبار أن حياة الأخبار لا تتجاوز ساعات، خاصة أمام الآنية التي تتميز بها الأخبار الإذاعية والتلفزيونية والأخبار الواردة على شبكة الانترنت، كما أن الصحف الوطنية تسلط الضوء على القضايا الراهنة المحلية والدولية، وتركز اهتمامها على تغطية ومعالجة قضايا وشؤون المواطن الجزائري في أعماق المجتمع أكثر من الصحف العربية والأجنبية، ما يعكس الاهتمام بالبيئة المحلية وبالأخبار والأحداث الوطنية، وهو ما يتسق مع طبيعة الأدوار والمهام التي تضطلع بها النخبة المثقفة، خاصة وأن الساحة الإعلامية الجزائرية تشهد اليوم عناوين صحفية مختلفة، من حيث الصدور والمضمون ومجال الانتشار، كما تشهد تنوعاً في خطابها الصحفي وفقاً لتنوع الإيديولوجيات والتوجهات، مما يجعل من الصحافة الجزائرية ساحة لعرض مختلف الرؤى بشأن الأحداث وهو الأمر الذي يزيد من تفعيل دورها السياسي.

- يرى معظم أفراد النخبة المثقفة أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما، حيث استطاعت أن تحافظ على مكانتها في الساحة الإعلامية من خلال مواكبة اهتمامات الشرائح المتعلمة وإشباع رغباتها، وذلك لخصائصها التي تميزها عن باقي وسائل الإعلام، إلا أن النخبة المثقفة لا يمكنها في ظل التدفق المعلوماتي الكبير أن تؤدي دورها الحقيقي وأن تواكب كل الأحداث والتطورات الحاصلة بالاعتماد على الصحافة المكتوبة فقط كمصدر وحيد لتلبية كل حاجياتها ورغباتها.

- تتم متابعة الإذاعة بصفة غير منتظمة لدى معظم أفراد النخبة المثقفة، لتعدد وسائل الإعلام وتنوعها، حيث أن المثقف بحكم دوره في المجتمع الذي يميزه عن الإنسان العامي، لا يفضل قضاء معظم وقته في متابعة وسيلة إعلامية واحدة، فهو ينوع في اختياراته أثناء تعرضه لوسائل الإعلام، كما ينوع أيضا على مستوى الوسيلة الواحدة، كما أن انشغال أفراد النخبة المثقفة وارتباطهم بوظائفهم قد يحول سببا في عدم المواظبة على برامج الإذاعة.
- يتابع أكثر أفراد النخبة المثقفة الإذاعة في فترات غير محددة أي حسب الظروف الخاصة بهم، وحسب وقت بث البرامج التي تثير اهتمامهم، فجمهور المستمعين ليست له القدرة على التحكم في وقت التعرض للاستماع للإذاعة، فهو مقيد دائما بموعد البرامج الإذاعية المحدد الذي لا يمكن تعديله أو تغييره، ثم الفترة الصباحية، تليها الفترة المسائية، ثم الفترة الليلية، تليها فترة الظهر.
- تحظى البرامج الثقافية في الإذاعة بمتابعة أكبر من البرامج الأخرى نظرا لأهميتها في نشر الثقافة والأعمال الفنية وإشباع حاجات الفرد الجمالية وقدرته على الإبداع، تليها البرامج الإخبارية، ثم البرامج الاجتماعية، فالبرامج السياسية، تليها البرامج الدينية، ثم البرامج الرياضية، فالبرامج الاقتصادية، ثم البرامج الفنية. وهذا ما يشير إلى أن الإذاعة في ظل التطورات التكنولوجية الهامة التي أدت إلى تنوعها وتنوع برامجها وموضوعاتها وطرق أدائها، لم تعد وسيلة للترفيه فقط بل صار بإمكانها معالجة المواضيع المختلفة باستخدام أساليب جذابة وتقنيات متطورة للتأثير في اتجاهات وقيم وسلوكات المستمعين.
- يتابع أكثر أفراد النخبة المثقفة الإذاعة بهدف الحصول على الأخبار والإعلام، يليه التثقيف، ثم التوعية، ثم الترفيه والتسلية، يليه الشرح والتفسير، وهذا ما يشير إلى ارتباط متابعة البرامج الإذاعية أساسا بالمضامين الهادفة، ذلك أن الإذاعة وسيلة هامة لرفع المستوى الثقافي والمعرفي لدى جمهورها، خصوصا مع ظهور العديد من المحطات الإذاعية التي تتنافس من أجل تحسين خدماتها الإعلامية وتنوع برامجها ومضامينها خدمة للجمهور، الذي أصبح من السهل عليه التقاطها بفضل التكنولوجيات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال.
- تحتل المحطات الإذاعية الجزائرية المرتبة الأولى من حيث المتابعة، تليها المحطات الإذاعية العربية، ثم المحطات الإذاعية الأجنبية، وهذا ما يدل على التطور الذي أحرزته الإذاعة الجزائرية بصفة عامة سواء على مستوى المضمون الذي أصبح قريبا أكثر من واقع المستمعين أو من حيث الاتجاه نحو الموضوعات التي تستهدف إشباع رغبات جمهور معين كإذاعة القرآن الكريم والإذاعة الثقافية إضافة إلى الإذاعات المحلية.
- يرى معظم أفراد النخبة المثقفة أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما، ذلك أن الإذاعة رغم مميزاتها وثراء محتوياتها ومضامينها، لا تستطيع أن تلي كل حاجاتهم النفسية والاجتماعية والاتصالية، فهم يميلون بحكم مركزهم الاجتماعي وموقعهم الفعال في المجتمع إلى الاعتماد على أكثر من وسيلة واحدة وأكثر من محتوى خاصة مع تعدد البدائل الإعلامية وتنوعها بشكل رهيب، في ظل مجتمع المعلومات الذي يتميز بأهمية المعلومة وسرعة تقادمها وتدققها الكبير.

3- عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على التلفزيون:

- تتم مشاهدة التلفزيون بصفة دائمة لدى معظم أفراد النخبة المثقفة، حيث يعتبر من الوسائل الإعلامية الأساسية التي تمدهم بالمعلومات المتنوعة في شكل حي أقرب للواقع، من خلال نقل الأحداث بالصوت والصورة والحركة واللون، وهي عوامل أساسية في إضفاء المصدقية وجذب الانتباه، مما يمكنه إحداث التغيير المطلوب على مستوى الاتجاهات والقيم وأنماط السلوك لدى جمهور المشاهدين.
- تمثل الفترة الليلية ثم المسائية أكثر الفترات تفضيلاً لمتابعة البرامج التلفزيونية، ذلك أن هذا الوقت يعتبر وقت العودة من العمل ووقت فراغ يخلدون فيه إلى الراحة واستغلال الوقت المتاح للمشاهدة، خاصة أن متابعة التلفزيون تتطلب التفرغ والانتباه التام، حيث يكون المثقف بحاجة لمعرفة المستجدات والاطلاع على تحليلات وتفسيرات للأخبار والأحداث المختلفة التي قد يكون تعرض لها صباحاً بصفة مختصرة، أو لتلبية الحاجات النفسية أو الاجتماعية الأخرى وهو مستلقي في استرخاء تام، يختار وينتقي من القنوات والمحتويات ما يشاء بسهولة بمجرد الضغط على زر من أزرار آلة التحكم.
- تحتل البرامج التلفزيونية الإخبارية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية، ما يعكس الاهتمام الكبير بمعرفة ما يجري من أخبار ومعلومات عن الأحداث والوقائع المحلية والدولية، في مشاهد متكاملة تعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون، تليها البرامج الثقافية، ثم البرامج السياسية، فالبرامج الدينية، تليها برامج الخيال (أفلام - مسلسلات)، ثم البرامج الاجتماعية، تليها البرامج الرياضية.
- يشاهد أكثر أفراد النخبة المثقفة التلفزيون بهدف التثقيف، يليه الحصول على الأخبار والإعلام ثم التوعية، فالترفيه والتسلية، ثم الشرح والتفسير، ويعكس ذلك أن متابعة جمهور المثقفين للبرامج التلفزيونية هي متابعة هادفة تتركز أساساً على المضامين الإخبارية والتثقيفية والتوعوية، التي تساهم في خلق رأي عام متبصر وواعي بالعديد من القضايا في مختلف المجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وبلورة اتجاهات الأفراد ومواقفهم وقيمهم وسلوكاتهم سياسياً واجتماعياً، وذلك لما يتوفر عليه التلفزيون من خصائص تكاد تكون متفردة (كالصورة الحية المعبرة والصوت).
- تحتل القنوات الفضائية العربية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية، تليها القنوات الفضائية الأجنبية، ثم القنوات التلفزيونية الجزائرية، حيث تمكنت الفضائيات العربية في ظل التطور الكبير الذي تشهده تكنولوجيا الإعلام والاتصال، من توفير كم كبير من المعلومات التي تفيد المشاهدين في تتبع المواقف والتي قد تحتاج إلى ردود أفعال سريعة وفورية سواء على المستويين المحلي أو الدولي، وبجربة كافية في طرح معالجتها الإعلامية، والتي مكنتها من كسب ثقة الرأي العام وجذب اهتمامه، واستطاعت بذلك أن تساهم في دعم ديمقراطية الإعلام ورفع حجم المشاركة الجماهيرية، من خلال توظيف إمكانياتها المادية والتكنولوجية والفنية في تقديم برامج جادة تهتم بمشكلات وقضايا الواقع العربي والجزائري.

- يرى معظم أفراد النخبة المثقفة أن التليفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمهم إلى حد ما، لقدرته الهائلة على إشباع الرغبات والحاجات المختلفة لجمهور النخبة المثقفة، حيث يجمع بين الصورة والصوت واللون والحركة التي تضيف الحيوية على مشاهدتها، فتتحول عملية التلقي إلى مشاركة وجدانية عميقة، تكون فيها الصورة الحية أكثر الوسائل إقناعاً وتأثيراً، لكن جمهور المثقفين بحكم موقعهم الاجتماعي وتعدد حاجاتهم ودوافعهم لا يكفيهم الاعتماد على محتوى محدد أو وسيلة إعلامية واحدة لإشباع رغباتهم، بل يتطلعون إلى معرفة كل ما يحدث على الساحة الوطنية والدولية في مختلف المجالات بالاعتماد على كل مصادر المعلومات لتأكيد دورهم في المجتمع بقوة، خاصة في ظل التغيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية والإعلامية والتكنولوجية الهامة.

4- عادات وأنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على الانترنت:

- يتم استخدام الانترنت بصفة دائمة لدى معظم أفراد النخبة المثقفة، وهذا يدل على أن النخبة المثقفة تواكب التطورات التكنولوجية، خاصة أن الانترنت أصبحت في الآونة الأخيرة تعرف استعمالاً توسعاً وانتشاراً كبيراً، لانخفاض أسعار الولوج إلى هذه الشبكة التي أصبحت الآن في متناول الجميع، كما أنها في الغالب متاحة في المنازل، التي توفر إمكانية اختيار الوقت المناسب والظروف الملائمة للإبحار، خاصة أنها تتميز بطبيعتها التي تجمع بين مختلف وسائل الإعلام، وتحتوي على كم هائل من المعلومات وعدد لا حصر له من المواقع الإلكترونية في كل المجالات والتخصصات.
- تعتبر الفترة المسائية الأكثر تفضيلاً لاستخدام الانترنت، ذلك أنها تمثل فترة الخروج من العمل والتخلص من ارتباطاته على العموم، ولذلك فأفراد النخبة المثقفة متفرغون للولوج إلى مواقعها لتحقيق أهدافهم المتعددة، يليها استخدام الانترنت في فترات غير محددة، ثم الفترة الليلية، تليها الفترة الصباحية، ثم فترة الظهيرة.
- تحتل المواقع العربية والأجنبية معاً المرتبة الأولى من حيث الاستخدام، ذلك أن أفراد النخبة المثقفة يستعملون لغات مختلفة للاستفادة من شبكة الانترنت، لحاجتهم في الإطلاع المستمر على ما تقدمه كل المواقع الإلكترونية العربية منها والأجنبية من تدفق معلوماتي كبير يساعده على رؤية الموضوعات والقضايا بطريقة واضحة ومعمقة وشاملة، فالانترنت وسيلة هامة وفاعلة تساعد على نشر المعرفة، وهو ما يؤهلها لتحقيق التنمية في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية.
- يعتبر البحث العلمي أهم دوافع استخدام الانترنت، فالمثقف مهما كان ميدان عمله بحاجة للإطلاع على آخر الدراسات ونتائجها، ومن جهة أخرى القيام بدراسات تفيد المجتمع وتسلب الضوء على أهم الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فيه، كل في إطار تخصصه، يليه اكتساب معارف ومهارات جديدة، ثم الإطلاع على المعلومات في كل المجالات، فمعرفة الأخبار الدولية، ثم مواكبة التطور التكنولوجي، ثم المشاركة والتعبير عن الآراء، تليه الحوارات والمناقشات العلمية مع

المتخصصين، ثم معرفة الأخبار المحلية، يليه المتعة والترفيه، فإقامة علاقات اجتماعية افتراضية، فالبحث عن فرص عمل، ثم الشراء والتسوق.

- تحتل المواقع الثقافية المرتبة الأولى من حيث الأفضلية، تليها المواقع العلمية، ثم مواقع الصحف الإلكترونية، ثم مواقع المجالات الإلكترونية، فمواقع التواصل الاجتماعي، تليها المواقع الإخبارية، ثم المواقع الترفيهية، فمواقع القنوات التلفزيونية، ثم مواقع المحطات الإذاعية، تليها المواقع الدينية، وهذا ما يدل على الوعي الكبير بحسن استخدام شبكة الانترنت في تنمية القدرات المعرفية والثقافية، كمؤهل أساسي لتعزيز مركزها ومكانتها الاجتماعية.

- تمثل خدمة البريد الإلكتروني أهم أشكال التفاعلية، لاتسام هذه الخدمة بالفورية والتبادل السريع، وتسهيل عملية الاتصال ونقل الملفات، وتبادل الكثير من المعلومات المفيدة، كما أنها مستعملة في مختلف الخدمات الأخرى، تليها المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي، ثم خدمة القوائم البريدية، تليها المشاركة في غرف الحوار، فالتدوين، ثم خدمة المراسل، تليها خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي.

- تعتبر التفاعلية أهم مميزات الانترنت، ذلك أنها إضافة إلى توفير الخيارات المتعددة للمتلقي للانتقاء المطلق لمحتوياتها بما يلي حاجاته المتنوعة، فهي تتيح حيزا كبيرا للتفاعل مع محتواها، والمشاركة في صنع هذا المحتوى وبنائه، ثم ميزة سهولة الحصول على المعلومات، تليها سهولة الحصول على المعلومات، ثم الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث، ثم حرية التعبير وإبداء الرأي، فالاطلاع على مختلف وجهات النظر، ثم المصادقية، فالموضوعية، يليها الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى، ثم تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس.

- يعتبر عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام أهم عيوب الانترنت، حيث لا يمكن السيطرة على الانترنت بقوانين من قبل الدول، كما أنه من الصعب وضع قانون دولي للتحكم في الممارسات على شبكة الانترنت، لاختلاف المعايير الثقافية والقانونية الخاصة بنقل المعلومات بين الدول المختلفة، مما يهدد الأمانة العلمية والملكية الفكرية، ويهدد حرية الإنسان وخصوصيته الفردية، ويثير النزعات العرقية والطائفية باستخدامها كسلاح إيديولوجي، يليه أنها وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم، ثم ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ، ثم إضعاف الاتصال الاجتماعي، فتضييع الوقت، ثم ضعف المصادقية والموضوعية، يليه التكلفة المادية.

5- ترتيب وأهمية وسائل الإعلام بالنسبة لجمهور النخبة المثقفة:

- يحتل التلفزيون المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام المفضلة لدى أفراد النخبة المثقفة لإيصال أفكارهم، ثم الإذاعة، تليها الصحف، ثم الانترنت، يليها الكتاب، ثم المجلة، وهذا ما يعكس تفضيل وسائل الإعلام الإلكترونية على حساب المكتوبة أو المطبوعة، وذلك لأنها تستهدف أكبر عدد ممكن من الجماهير، وتضمن انتشارا أوسع وأسرع للمعلومات والأفكار سواء في الزمان أو المكان، عكس المطبوع الذي يخاطب جمهورا محددًا.

- تعد الاعتبارات المتعلقة بمضمون الوسيلة الإعلامية أكثر أهمية من الاعتبارات المتعلقة بشكل الوسيلة الإعلامية لدى النخبة المثقفة، التي تتميز بعمق النظر والوعي الكبير الذي يجعلها تهتم في عرضها واختيارها للوسيلة الإعلامية على نوع المحتوى والمضمون الذي تقدمه ومستوى أدائه أكثر من شكل الرسالة الإعلامية، والذي يعتبر كذلك ذو أهمية في جذب جمهور المثقفين وفي إضفاء الحيوية على محتواها، إلا أنه لا يفوق أهمية جوهر الرسالة الإعلامية وفحواها ومحتواها.
- تعتبر سهولة استخدام الوسيلة الإعلامية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بشكل وسائل الإعلام، ثم الشبوع، يليه استخدام الوسائط المتعددة (صوت، صورة، مؤثرات)، فالجاذبية، ثم سهولة الحفظ والاسترجاع، وتعتبر الجودة في المضامين الإعلامية أهم خاصية من بين الخصائص المتعلقة بمضمون وسائل الإعلام، تليها الدقة والموضوعية، ثم التفاعلية، ثم المصدقية، تليها الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية، فالحرية الإعلامية، ثم العمق والشمول.

6- مساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام:

- تعبر الأغلبية من أفراد النخبة المثقفة عن آرائها في وسائل الإعلام بكل حرية، أي أنها تجد دوما قنوات لإيصال أفكارها وبكل حرية إلى المجتمع، باستغلال الفرص التي أتاحتها التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الإعلام والاتصال، وما أفرزته من إيجابيات عديدة كالتفاعلية وحرية التعبير نتيجة ظهور وسائل الإعلام الجديدة، التي وسعت القدرة على الاتصال وأتاحت فرص جديدة لتوصيل الآراء والأفكار، فجعلت الأفراد يتحولون من متلقين سلبيين إلى مشاركين نشطين، في ظل الكبت والقهر النفسي الذي سببه احتكار أطراف معينة للحكومات ورجال الأعمال لوسائل الإعلام التقليدية، التي تروج لأفكارهم وأجنداتهم على حساب القضايا الفعلية للمجتمع.
- يمثل غياب المضامين الإعلامية التي تفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع أهم أسباب عدم إبداء أفراد النخبة المثقفة لآرائها في وسائل الإعلام بكل حرية، يليه عدم وجود فرص كافية ومتكافئة لتفعيل النقاش والحوار الفكري والنقدي، ثم الرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة، وغياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي، وعدم استيعاب الجماهير العريضة لأفكار النخبة المثقفة، وهذا راجع إلى بعض الإشكالات التي تعاني منها المنظومة الإعلامية خاصة في الجزائر، بسبب احتكار أنساق التعبير ومؤسسات النشر الثقافي واستمرار هيمنة الطرح السياسي على حساب الطرح الثقافي.
- يشارك معظم أفراد النخبة المثقفة في مناقشة المضامين في وسائل الإعلام مع القائمين عليها، وهو يؤكد أن النخبة المثقفة على وعي بالأهمية البالغة لوسائل الإعلام في الوقت الحالي في التغيير السياسي والاجتماعي، والذي يعتبر المثقف من أهم عوامله، خاصة أن التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الإعلام والاتصال منحتة فرص جديدة وقنوات عديدة للتعبير عن الأفكار والثقافات والآراء حول مختلف القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية للمساهمة في صناعة الرأي العام وتوجيهه.
- تحتل الانترنت المرتبة الأولى من حيث المشاركة في مناقشة مضامينها، تليها الإذاعة، ثم المجلات، تليها الصحافة المكتوبة، ثم الكتب، يليها التلفزيون، الذي لم يفتح بالقدر الكافي الذي يسمح بإقحام

الجميع في تفعيل الاتصال الفكري والنقد الاجتماعي، رغم تعدد القنوات التليفزيونية، وذلك على خلاف الانترنت التي فتحت المجال واسعا أمام الجميع دون استثناء للمشاركة والتواصل، من خلال تقنيات وتطبيقات إتصالية جديدة لكسر الاحتكار الذي تمارسه الحكومات والمؤسسات الإعلامية، لما تتميز به من خصائص كثيرة، من أهمها حرية التعبير التي تعرف قيودا في وسائل الإعلام الأخرى، ما جعلها من أهم وسائل التغيير السياسي والاجتماعي حاليا.

- يشارك أكثر أفراد النخبة المثقفة في مناقشة المضامين الإعلامية من خلال المقالات في الصحف والمجلات، يليها التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الاتصالات الهاتفية، ثم الحوار الإذاعي، ثم المؤلفات، والتدوين، تليه التعليقات عبر البريد الإلكتروني، ثم المقابلة التليفزيونية وإنشاء موقع إلكتروني خاص، ذلك أن النخبة المثقفة تتمتع بمستوى ثقافي وتعليمي مرتفع ومهارات معرفية عالية، ما يسمح لها بمناقشة مختلف القضايا التي تتطلب الكثير من الإطلاع والمعرفة، إلا أن هذه المشاركة تتوقف أساسا على مدى وجود فرص كافية للتعبير عن الأفكار والآراء.

- تفضل الأغلبية من أفراد النخبة المثقفة الظهور في وسائل الإعلام، وعيا منها بالأهمية البالغة لوسائل الإعلام حاليا في التعريف بشخصها وأفكارها لتدعيم مركزها ومكانتها الاجتماعية في المجتمع المحلي والعربي والعالمي، حيث بإمكانها تحسين مركز الأفراد والجماعات بإضفاء الشرعية عليهم، فيبرزون كقادة رأي في جماعاتهم، خاصة أن وسائل الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة تتميز بالجماهيرية والتفاعلية، ما يتيح للمثقف الوصول من خلالها إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماهير والتواصل معها بطريقة أسرع بفضل التقنيات الإتصالية الجديدة.

- يتمثل أهم أسباب رغبة النخبة المثقفة في الظهور على وسائل الإعلام في أنها وسيلة هامة لخدمة المسار المهني، يليه أنها ضرورة أساسية لتحقيق الذات والارتقاء في مجال الهيمنة العلمية والمعرفية، ثم أنها أداة ضرورية للاحتكاك الفعلي بمختلف شرائح المجتمع وخدمة قضاياها، ثم تحقيق الشهرة، يليه إبداء الرأي والموقف الخاص للشعور بالمواطنة، ثم أن لها دورا فعالا في دعم الحوار والنقاش العلني لمختلف القضايا بين النخب، في حين يتمثل أهم أسباب عدم رغبة النخبة المثقفة في الظهور على وسائل الإعلام في تفضيل قنوات الاتصال الشخصي لتفعيل حركة الإنتاج الثقافي والفكري، يليه الخوف من إبداء الرأي والموقف الخاص، ثم عدم توفر الجرأة وعدم الاهتمام، يليهما هامشية النخبة المثقفة في صناعة القرار، ثم وجود نوع من التوجيه وتحديد لحرية التعبير في وسائل الإعلام، ثم تجنب الشهرة.

- يشارك كل أفراد النخبة المثقفة في حوارات ومناقشات حول المحتويات والمضامين التي تعرضها وسائل الإعلام، وهذا أمر عادي بالنظر إلى خصائص النخبة المثقفة ودورها القيادي المؤثر في الحياة الاجتماعية، ما يعكس الاهتمام بشؤون المجتمع وقضاياها، كأبرز مظاهر المشاركة السياسية، وأهم عوامل التنشئة السياسية، التي تؤدي إلى اكتساب سريع للمفاهيم والقيم والمعتقدات، من خلال العلاقات والتفاعلات الاجتماعية المختلفة، التي تسهم في تشكيل فكر الأفراد وأنماط سلوكهم وتوجهاتهم.

- يناقش أكثر أفراد النخبة المثقفة المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام مع زملاء العمل، ثم مع الأصدقاء، ثم مع أفراد الأسرة، ثم مع المختصين، ويدل هذا التعدد في أطراف المناقشة على اهتمام النخبة المثقفة كفئة فاعلة في المجتمع بالحوار والنقاش في موضوعات وقضايا مختلفة مع كل مفردات المجتمع لتبادل المعلومات والأخبار وتحليلاتها.

7- أثر المضامين الإعلامية على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة:

- تساعد وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية كانت غير واضحة غالبا لدى أغلب أفراد النخبة المثقفة، ويدل ذلك على أن وسائل الإعلام لها دور كبير وفعال في شرح وتفسير مختلف القضايا والأحداث السياسية، من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار ومعارف للأفراد، لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم وقيمهم، حيث أن توفر المعلومات يعتبر من أهم عوامل إحداث التغيير على مستوى قيم الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم.

- تحفز متابعة وسائل الإعلام على الاهتمام بالبيئة السياسية، يليها توعية أفراد المجتمع، ثم إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن، ثم الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية، يليه المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة، ثم الانضمام لتنظيمات سياسية، فالمثقف يتميز عن الإنسان العادي بدوره الأساسي في توعية المجتمع والإحساس بقضاياها محاولا إيجاد الحلول والبدائل لما يخدم المصلحة العامة، وهذا ما يعكس درجة الوعي الذي يتميز به من منطلق اهتمامه بالحياة السياسية والأمور العامة ومناقشتها مع الآخرين كمحاولة للتأثير في اتخاذ القرارات، ويتحقق ذلك بفضل متابعة وسائل الإعلام التي تلعب دورا فاعلا في إثارة القضايا وتسليط الضوء على خفاياها وتحليل أبعادها وفتح المجال أمام المثقف لإبداء الرأي والتعبير عن الفكر.

- تلعب وسائل الإعلام دورا مهما جدا في التنشئة السياسية للأفراد في رأي أغلب أفراد النخبة المثقفة، وهذا دليل على الدور الفعال لوسائل الإعلام في تكوين مدركات وتصورات الأفراد بشأن الحياة السياسية ومكوناتها ورموزها، من خلال تقديم إطار مرجعي ومعلوماتي للأحداث المختلفة، يساهم في اكتساب الاتجاهات والمعايير والقيم التي تؤثر على سلوكهم السياسي.

- تساهم وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية على خلاف وسائل الإعلام الوطنية، التي تبلورت فيها التعددية بشكل غير مقنع، فالتعددية الإعلامية الحقيقية مبنية على الانفتاح على كل التيارات الفكرية الفاعلة في الحياة الثقافية والسياسية، للوفاء بحق الجماهير في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة لحقائقها في المجتمع دون تغليب طرف على آخر أو الانتصار لتيار على حساب آخر.

- تساهم وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات، من خلال اطلاعه على سير الشأن العام، وذلك على خلاف وسائل الإعلام الوطنية، التي لا تزال ضمن نظام الهيمنة السائد لوسائل الإعلام الرسمية خاصة، والتي تغلب عليها التغطيات التعبوية على التغطيات التوعوية، مما يقلل من فرص تفعيل المواطنة العضوية، الشيء الذي استبعد قيام أية محاولة جادة للتأسيس لحوار حقيقي تخوض فيه كل التيارات الفكرية، لردم تلك الفجوة التي تزيد في

الاتساع بين المجتمع والدولة، بسبب الأحادية في اتخاذ القرار وتغييب النقاش والحوار الفكري والنقدي حول مختلف القضايا وضعف قنوات تفعيله، وذلك لقلّة القنوات الإعلامية التي تعبر عن قناعة فكرية بمضامين حيادية تعكس التعددية الحقبة للمجتمع، وتطرح الانشغالات الحقيقية للمواطن بعيدا عن الحسابات المصلحية الشخصية والظرفية.

- تقوم وسائل الإعلام الحديثة بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها، على خلاف وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية، ويرجع ذلك إلى عوامل ترتبط بالوسيلة الإعلامية والقائمين عليها، وأخرى ترتبط بالمتقن في حد ذاته، حيث أن القائمين على وسائل الإعلام التقليدية (الوطنية والعربية والأجنبية) ينتقون من المادة الثقافية والفكرية الهائلة التي ينتجها المثقفون التي تحمل أفكارا تخدم أو تسائر توجهها وخطها الافتتاحي، وقد يكون ذلك على حساب المنظور النفعي العام للمجتمع، والذي يزيد من قوة توقعها في الساحة الإعلامية بالبحث عن جمهور جديد، والاحتفاظ بديمومة الجمهور القديم، كما أن تمرير الرسائل عبر وسائل الإعلام، تتحكم فيه درجة المحترمية والوجهة اللتان يتمتع بهما المثقف أو صاحب الإنتاج، سواء كان علميا، ثقافيا، فكريا أو فنيا، في حين تتميز وسائل الإعلام الحديثة بتدفق الرسائل الإعلامية دون أن تتعرض لحراس البوابة، حيث تكون القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال متاحة لكل المثقفين على حد سواء في الوقت والمكان الذي يناسبهم وبالدرجة التي يرونها.

- لا تقتصر وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر، على خلاف وسائل الإعلام الوطنية التي تتسم في الغالب بالتبعية ومحدودية حرية التعبير فيها مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى (العربية، الأجنبية)، التي تعرف انفتاحا وتعددا إعلاميا بصفة أكثر وضوحا، وإن كانت حرية الرأي والتعبير عن مختلف الرؤى في المجتمع خاصة في وسائل الإعلام العربية يرتبط أساسا بطبيعة النظم السياسية العربية وموقفها من الحريات الإعلامية، وذلك رغم بعض التطورات التي أحرزتها الوسائل الإعلامية الوطنية على المستوى التقني ومستوى المضامين، لأنها إذا لم تكن خاضعة للدولة فهي خاضعة لسلطة مراكز المال والأعمال، وإلى مجموعات الضغط الخفية والتي تؤثر في توجيه وتحديد المضامين الإعلامية (السياسيون، العسكريون، رؤساء مؤسسات)، حيث أن وسائل الإعلام الجزائرية الخاصة ساهمت في فك الاحتكار على حرية التعبير ولكن ليس بالقدر الذي يعكس التعددية الموجودة في المجتمع الجزائري، إلا أن وسائل الإعلام الحديثة هي الأكثر انعكاسا لتعدد الرؤى ووجهات النظر المختلفة، لاستقلاليتها وتحررها من الضغوط والمؤثرات من الأفراد والجماعات الحكومية والإدارية والسياسية والاقتصادية والمالية والاجتماعية والمهنية، التي كانت قبل ذلك تهدد حرية التعبير وتقف عائقا أمام التدفق الحر للمعلومات.

- تسهم وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة في تغيير الأنظمة السياسية على خلاف وسائل الإعلام الوطنية، ذلك لأن الديمقراطية وحرية الإعلام أساس التعددية الإعلامية الحقبة التي تمارس في ظلها وسائل الإعلام الرقابة والاستقصاء والبحث عن الحقيقة كمنبر جماهيري لطرح المطالب الجديدة على النظام السياسي، وهذا كله من مستلزمات التغيير السياسي، الذي تساهم فيه بفعالية القوى

الاجتماعية التي تعبر عن نفسها إعلاميا بحرية واستقلالية من خلال فضاءات حرة للرأي ونقد ممارسات السلطة وتصحيح أخطائها، وتغييرها إن كانت المصلحة العامة تتطلب ذلك، والملاحظ على وسائل الإعلام الوطنية على العموم هو محدودية هامش الحرية بسبب التدخل والتوجيه والسيطرة والتحكم عبر وسائل وطرائق وآليات مختلفة ومتعددة بصفة كبيرة مقارنة بالنظام الإعلامي العربي، الذي يخضع هو كذلك لسيطرة التوجيه والتسييس لكن بصفة أقل، ويمكن القول بأن البلدان العربية على سبيل المثال عرفت في الفترة الأخيرة تغيرات وتطورات كثيرة في المجال السياسي بفعل الثورة المعلوماتية والاتصالية الحديثة، التي زادت من هيمنة الجمهور على المادة والرسالة الإعلامية المتداولة وعلى كيفية تقديم القضايا ومعالجتها في وسائل الإعلام الجديدة وفي بعض وسائل الإعلام التقليدية.

- تسهم وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير، لوجود تنوع إعلامي كبير وتعددية إعلامية مبنية على ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال التي تحقق المشاركة الإيجابية والنشطة في مختلف عمليات الاتصال، على خلاف وسائل الإعلام الوطنية التي تتناول القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية التي تهم المواطن، لكن بشكل غير كافي وفي آخر أو خارج أولوياتها، لعدم إشراك الجمهور في العملية الإعلامية، الذي يتجه إلى الإعلام الخارجي حيث يتعاطى مع طريقة مختلفة للطرح والتقديم والتحليل من جهة، ومن جهة أخرى لافتقارها من المحتويات والمضامين الإعلامية التي تسلط الضوء بالنقد والتحليل على الكثير من القضايا الفعلية والمهمة ضمن أولويات الجمهور، والتي تغيب إعلاميا تأثرا بالمناخ العام السائد الذي تغيب فيه الحياة السياسية والنقابية الحقيقية، القائمة على الممارسة الديمقراطية، مما يجعل المثقف كمنتج للأفكار في المجتمع في ظل نقص أو غياب قنوات للاتصال الحقيقي والفعال، تربطه بقضايا وأفراد مجتمعه خارج ذات المجتمع، ما قد يحد من إسهامه في تشكيل الضمير الجمعي، قصد إنتاج وعي بمواطنة عضوية حقيقية.

- تهتم وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية، وقد يرتبط ذلك باعتبارات سياسية أو ميولات حزبية ضيقة، أو بجماعات الضغط والمصالح، مما يؤدي أحيانا إلى التحيز في معالجة وطرح القضايا والحياد عن الحقيقة والتخلي عن الموضوعية، وهذا ما لا نجده في وسائل الإعلام الحديثة التي تجمع المحتوى بأشكاله ووظائفه واتجاهاته المختلفة في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة للتعرض والنشر الإلكتروني، فالمعلومات الهائلة التي تقدمها المواقع على الشبكة العالمية لا تخضع إلى أية سلطة قد تحذف أو تغير من مضمونها أو تتحكم في ترتيب محتوياتها.

- لا تتيح وسائل الإعلام الوطنية الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، بسبب عدم قدرة المنظومة الإعلامية في الجزائر إلى حد الآن التخلص من الآليات المختلفة والمتعددة التي تستعملها السلطة للتحكم في مخرجات المؤسسات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة، وهذا ما يؤدي إلى ضعف الاحترافية والمهنية بدل الارتقاء بالمهارات الفنية والإبداعية، ويختلف الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة، إلا أن وسائل الإعلام الحديثة هي الأكثر قدرة على

إتاحة الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها، لأنها استطاعت أن تحقق مشاركة الجمهور في صناعة مادتها الإعلامية من خلال التأثير في بناء المحتوى وتوجيهه، فأصبح متفاعلا مشاركا في العملية الاتصالية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها لتفعيل الاتصال الفكري والنقد الاجتماعي إلى أبعد مستوياته دون الخضوع لسلطة أو رقيب تحد من ذلك.

- هناك تحيز في وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع خطها الافتتاحي، فهوامش حرية التعبير والتدخل فيها محدودة، يتحكم فيها أساسا الخط الافتتاحي لها رغم ما أتاحتها من اختيارات متعددة، ساهمت في توفير فضاءات للتعبير عن آراء مختلفة، فالخط الافتتاحي لأي وسيلة إعلامية قد يرسم حدودا للفكر ويفرض حصارا على العديد من الممارسات والعمليات الذهنية، كما قد يعيق مبادرات التأسيس لثقافة الحوار الفعلي بين مختلف الاتجاهات الفكرية، مما يجعل المجتمع يحرم من تحقيق الإجماع على أهم قضاياها تحت ضغط منفعة سواء كانت سياسية أو مالية، ويختلف الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام الحديثة، ذلك أن الانترنت تعتبر الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي ليس لها خط افتتاحي، حيث أعطت هوامش غير محدودة للحركة والفعل، ما جعلها تستوعب التعددية الموجودة في كل مجتمعات العالم من خلال التعبير عن مختلف التيارات الفكرية.

- تستهدف وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والحديثة عادة الربح على حساب نشر الأفكار، لأنها تخصص مساحة ومدة زمنية معتبرتين للإشهار على حساب المادة الإعلامية سواء كانت أخبارا أو أفكارا، إلا أن وظيفة وسائل الإعلام لا تنحصر فقط في التسويق التجاري الذي يهدف إلى كسب الدعم المادي، وإنما تمتد إلى نطاقات أكثر اتساعا تمثل في التسويق الاجتماعي، الذي يعتمد على الاتصالات الإقناعية في تقديم الآراء والأفكار لخدمة مصلحة الفرد والمجتمع، مما يتيح للإعلام كأهم وسائل التنشئة الاجتماعية والتأثير في الرأي العام فرصة لتوحيد الرؤى والتصورات وتبني الدفاع المشترك عن مشاريع التغيير الاجتماعي مع الانتصار للقيم المركزية للمجتمع.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة المساواة، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة، التي تتميز بتنوع المضامين الإعلامية بها، والتي تتناول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، التي تتعلق بالعلاقات بين الأفراد والمجتمعات بالتحليل والتفسير لتنوير الرأي العام وتوعيته لفهم الحقوق والواجبات، وتعتبر وسائل الإعلام في ظل الثورة المعلوماتية من أهم مؤسسات التنشئة السياسية التي رفعت الاحتكار عن الوصول إلى المعلومة، وساهمت في تمكين جميع أفراد الجمهور دون فوارق من الاستفادة من محتوياتها المتنوعة لتلبية مختلف حاجاتها.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة الحرية، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة، التي ترتبط بالتعددية الإعلامية التي تتأثر وتؤثر في بناء المجتمعات الديمقراطية، من خلال الحرية الإعلامية التي تنعكس في مضامينها وإن كان بدرجات متفاوتة، تمثل فيها وسائل الإعلام الحديثة ثورة غير مسبوقة، ساهمت في تجسيد حرية التعبير كأهم الحريات الأساسية بالنسبة للإنسان، كخطوة ضرورية لإرساء مبادئ الديمقراطية والمواطنة في كل المجتمعات.

- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة الديمقراطية، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية والحديثة، التي تقوم على مبدأي المساواة بين الأفراد ومشاركتهم الحرة في صنع المضامين الإعلامية من خلال التطبيقات الاتصالية الجديدة، حيث أصبحت وسائل الإعلام منابر للجمهور بمختلف فئاته للتعبير عن اتجاهاته وآرائه، لكن بعيدا عن الاحتكارات التي تتعرض لها بعض الوسائل الإعلامية، والتي تقلص من وظيفتها الديمقراطية، لذلك يعتبر تحرر وسائل الإعلام من السيطرة ضرورة أساسية لتكريس القيم الديمقراطية في المجتمع، والذي من شأنه تحفيز الأفراد على المشاركة الإيجابية في الحياة العامة، للمساهمة في صنع القرارات الوطنية وإيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن.

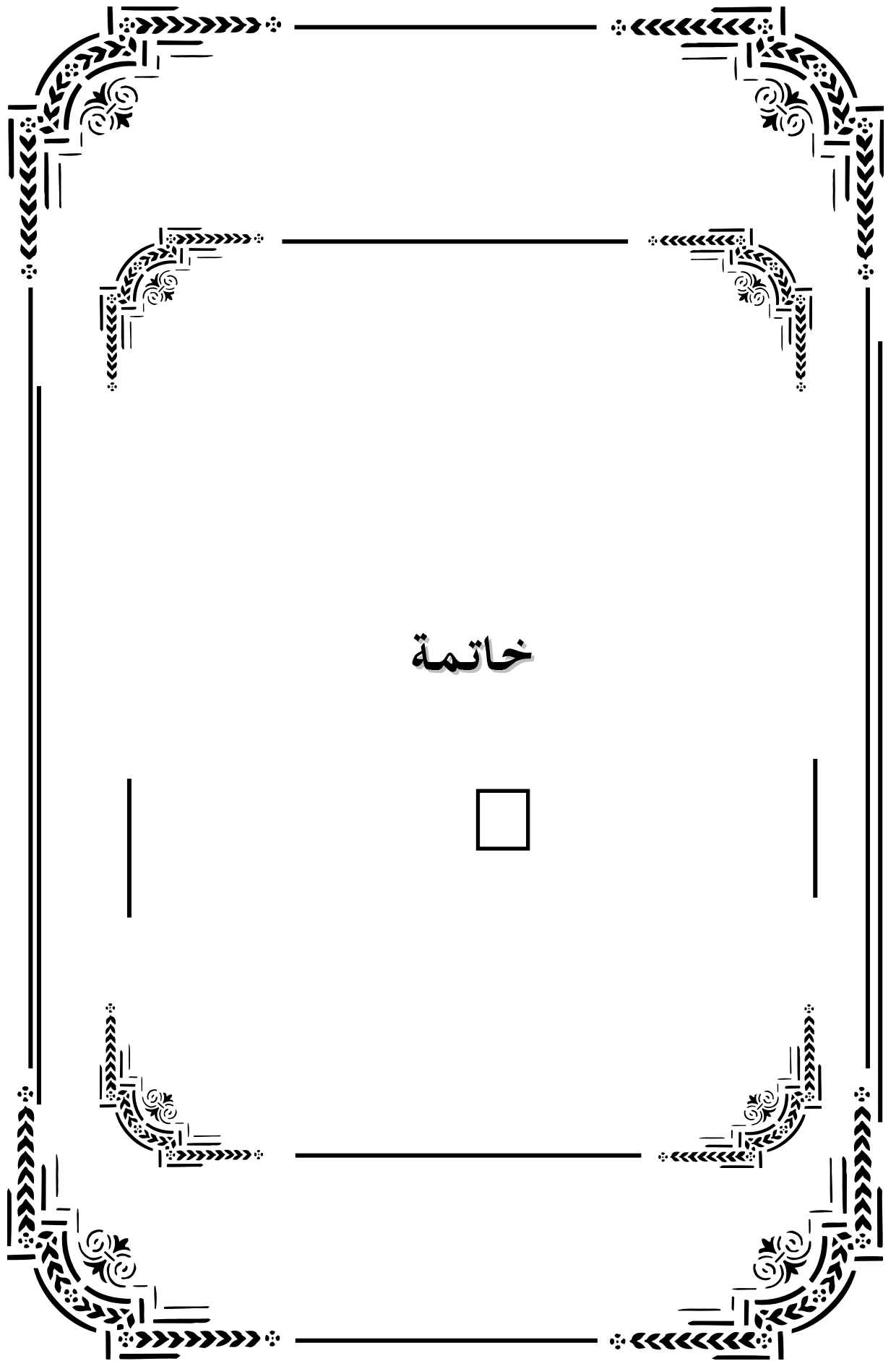
- لا تساعد وسائل الإعلام الوطنية على الارتباط بقيمة المشاركة السياسية، على خلاف وسائل الإعلام العربية والأجنبية، ووسائل الإعلام الحديثة التي تعكس التحولات الإعلامية العميقة في المجتمع بظهور الانترنت وتكريس التعددية الإعلامية، التي أدت إلى تحولات في وعي الأفراد لا سيما فيما يتعلق باهتمامهم بالقضايا الاجتماعية والسياسية، فانبعثت قيم جديدة ووعي جديد عبر هذه التحولات الجديدة، التي تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفاعلة، فالثورة التقنية التي أحدثتها شبكة الانترنت كانت بمثابة النقلة النوعية التي انعكست إيجابا على وسائل الإعلام التقليدية فحاولت مسايرتها، كما خلقت على مستواها أشكالاً جديدة من الاتصالات وتبادل المعلومات على نطاق واسع، أدت إلى نتاج مواطنين عالميين أكثر تفاعلا وتبادلا للآراء جعلهم يكونون أكثر مشاركة في شؤون الحكومة وصنع السياسات باهتمام كبير.

- تساعد وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والحديثة على الارتباط بقيمة المواطنة، حيث ساهمت المنظومة الإعلامية بكل عناصرها بسبب التطورات الراهنة في عملية إرسال المعلومات واستقبالها وظهور التكنولوجيا التفاعلية في تسهيل إنشاء شبكات واسعة للمجتمع المدني، وتفعيل دورها لتحويل الفرد إلى مواطن حقوقي، يمتلك جزءا من السيادة السياسية، التي توفر له الحقوق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية مقابل أداء الواجبات المطلوبة، فالإعلام بعد أن استفاد من التكنولوجيات الهائلة في تحقيق التفاعلية والتنوع الجماهيري وظهور الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة، أصبح قادرا على توسيع مجال الوعي الدولي وإخراج الأفراد من دائرة الاغتراب والعجز في علاقاتهم بالمؤسسات والمجتمع والنظام العام، من خلال تفعيل فكرة المواطنة الديمقراطية الحقوقية الواعية والفعالة والأخلاقية، وقد ساعد ذلك على ظهور أشكال جديدة من المواطنة تتخطى الدولة الواحدة، تتفق على وجود حقوق إنسانية عالمية ينبغي تحقيقها بغض النظر عن تنوع المجتمعات واختلاف الثقافات كالحق في السلام والحق في التنمية.

- تساعد وسائل الإعلام الوطنية والعربية على الارتباط بقيمة الانتماء والولاء الوطني، بحكم انتمائها الجغرافي وطبيعة مضامينها، التي تتابع وتسلط الضوء على القضايا الوطنية والعربية أكثر من القضايا الأخرى لأنها موجهة بالدرجة الأولى إلى الجمهور الجزائري والعربي، الذي يمثل اهتمامه بشؤون وطنه وقيمه الثقافية والحضارية أولى أولوياته، وتعمل هذه الوسائل الإعلامية على العموم، خاصة الوطنية منها على تقوية الشعور لدى النخبة المثقفة نحو المشكلات والقضايا الوطنية والعربية لتوجيه طاقاتها

نحو المشاركة البناءة في العمل داخل المجتمع المحلي لتحقيق الانسجام والارتباط الاجتماعي كل من موقعه، من خلال الحث على تكوين الشخصية الوطنية التي تشارك إيجابيا في أنشطة المجتمع، وتدافع عن مصالحه كعنصر أساسي من عناصر تكوين المواطن الصالح، ويختلف الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام الأجنبية والحديثة، التي تقلل بما المواقع الإلكترونية التي تعمل على ترسيخ الثوابت الوطنية والارتباط بالجماعة المحلية وتمثل أهدافها، وهو ما يعكس التوظيف الضعيف لشبكة الانترنت في هذا المجال.

- تساعد وسائل الإعلام الوطنية والعربية والأجنبية والحديثة على الارتباط بقيمة الأمن، إلا أن الملاحظ هو وجود تقارب كبير في نسب الاتجاهات الثلاث (موافق - محايد - غير موافق)، لأن وسائل الإعلام عموما لها عدة وظائف تتراوح بين الترويج عن النفس للإحساس بالأمان، وإثارة عدة قضايا مثل الحروب والكوارث والثورات التي تؤدي إلى الإحساس بالتوتر، وهذا يتوقف على نوع المحتوى الإعلامي.



خاتمة



تعتبر وسائل الإعلام من أهم عناصر وأدوات النسق السياسي، التي تساهم في تكوين القيم السياسية كأهم العمليات في إعداد الناشئة سياسيا وتعميق الشعور لديها بالهوية والانتماء والولاء الوجداني والفكري والسياسي للمجتمع والدولة، من أجل إشراكها في ديناميات التغيير والتنمية الشاملة، من خلال تدعيم بعض الأفكار السياسية أو التركيز على أحداث وشخصيات ومواقف ومفاهيم سياسية معينة، لجذب الاهتمام إليها كمرحلة أولى للمشاركة في العملية السياسية.

وتبرز الأهمية البالغة لوسائل الإعلام في ظل التطورات السريعة التي تشهدها المجتمعات الإنسانية في السنوات الأخيرة في مجال الإعلام والاتصال من حيث وسائطه وتقنياته ووظائفه ومضامينه المختلفة، في بلورة الرأي العام وتشكيل اتجاهاته وترسيخ قيم الانتماء والمواطنة والتكافل الاجتماعي، من خلال تضاعف عدد المنافذ والفضاءات الإعلامية، التي أصبحت تتمتع بقدرة كبيرة في الاستيلاء على عقول الناس والتأثير على آرائهم إزاء مختلف القضايا، حيث أتاحت وسائل الإعلام بعد ثورة الاتصالات التي وسعت من نطاق استخدامها، آلية سهلة وبسيطة للمشاركة في عمليات صنع القرار وصياغة السياسات، بما يدعم الممارسة الديمقراطية، من خلال فتح المجال واسعا أمام الأفراد والجماعات لمناقشة القضايا والضغط على السلطات من أجل تغيير السياسات، وتوفير الحقائق وإتاحة المعلومات وتفسيرها حول مختلف قضايا المجتمع، خاصة مع تعاظم قدرتها على الوصول إلى عدد كبير من الأفراد المتلقين والمنتشرين في أماكن بعيدة ومتعددة، برسائل إعلامية متنوعة، باتت تشكل أحد أهم مصادر التأثير المعاصرة، التي تسهم في تفعيل حركة التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي باتجاه مزيد من الحرية والتعددية، من خلال توفير مناخ يستوعب كل أنماط الاتصال السياسي.

حيث ارتبطت وسائل الإعلام حاليا بعدة مفاهيم وقيم سياسية كالديمقراطية والحرية والمشاركة السياسية واحترام حقوق الإنسان، في ظل قدرتها على دفع الأفراد في كل بقاع العالم للمشاركة في حوار عام عبر التفاعل الجماعي، لتبادل الآراء وطرح الأفكار الجديدة، ولعبت دورا فعالا في تدعيمها، والتي تعمل كقواعد ومعايير تحدد السلوك السياسي وضوابطه، وتتبلور بناء عليها أحكام الفرد واتجاهاته نحو الأشخاص والأفكار والأشياء، وتسهم في تهيئة الفرد وإعداده لمواجهة الحياة السياسية وإكسابه منظومات القيم والمبادئ والمهارات وبناء شخصيته، التي تساعد على القيام بدور فعال في الحياة السياسية والاجتماعية، والتفاعل مع المحيط الاجتماعي.

ونتيجة لزيادة أهمية المعلومات كمصدر قوة تسعى إليه جميع النظم السياسية والاقتصادية وغيرها للحفاظ على بقائها وقدرتها على التفاعل مع المجتمع ونظمه الأخرى، كما تسعى إليه الأفراد لتحقيق

أهداف نفسية واجتماعية مختلفة، أصبح توجه الفرد لوسائل الإعلام من السمات البارزة في عصر المعلومات، لتلبية الحاجيات المستمرة للمعلومات، التي سهلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من إمكانية الحصول عليها بسرعة ودقة من أجل تكوين المعرفة التامة والفهم الكامل للأحداث المتلاحقة.

وتعتبر النخبة المثقفة من أكثر الفئات اعتمادا على وسائل الإعلام وقدرة على التواصل مع المصادر المتعددة للمعلومات، خاصة في ظل الثورة المعلوماتية الهامة في مجال الإعلام والاتصال، التي أتاحت فرصة جديدة للاطلاع على المعلومات والأخبار والحقائق عن القضايا والأحداث المختلفة فور وقوعها، ووفرت إمكانية التعبير والتواصل والتفاعل بسرعة وحرية أكبر، خاصة أن ثقة الجمهور بالنخبة المثقفة تتعزز كلما توافر لديها معلومات عن الأحداث الجارية وتطوراتها وتداعياتها، الأمر الذي يجعل هذه الفئة الأكثر احتياجا للمعلومات، والأكثر اعتمادا على وسائل الإعلام، حتى تكون على دراية ومعرفة بمجريات الأحداث وأكثر قدرة على التنبؤ بالأحداث المستقبلية، للمساهمة في تفسير المشكلات وإيجاد الحلول الممكنة، كما أن النخبة المثقفة تعتمد على وسائل الإعلام للتعريف بشخصها وأفكارها لتدعيم مركزها ومكانتها الاجتماعية في المجتمع المحلي والعربي والعالمي، وإضفاء الشرعية عليها، فيبرزون كقادة رأي في جماعاتهم، خاصة أن وسائل الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة تتميز بالجماهيرية والتفاعلية ما يتيح للمثقف الوصول من خلالها إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماهير والتواصل معها بطريقة أسرع بفضل التقنيات الإتصالية الجديدة.

ومن جهة أخرى تشكل النخبة المثقفة محورا أساسيا لمعظم أخبار وسائل الإعلام، لما تتميز به من مستوى تعليمي وثقافي رفيع يؤهلها للقيام بأدوار المسؤولية في المجتمع، ويمنحها قوة تأثيرية في دوائر صنع القرار والرأي العام، ومن ثم تصبح هذه الفئة هدفا أساسيا لكل وسائل الإعلام خاصة تلك التي تهتم بنوعية الجمهور، لإثراء المضامين والمحتويات الإعلامية بما تقدمه من أفكار وتحليلات وكتابات وتعليقات في كافة مجالات الحياة، بالإعتماد على إسهاماتها العلمية والفكرية لإضفاء الجدية والمصداقية على مضامينها، وبالتالي تدعيم موقعها في الساحة الإعلامية.

وتتميز النخبة المثقفة الجزائرية بحضورها الضعيف والمحتشم على ساحة الأحداث الوطنية، الذي لم تجسده المرحلة المعاصرة، لتمييزه بالمشاركة غير الفعالة في مناهضة الأحداث المعاصرة التي تمس ثوابته وثقافته، رغم قدرة المجتمع الجزائري على إنتاج النماذج الفردية ذات المستوى العالي الذي يؤهلها لمستويات علمية، وهذا ما برهنت عليه الجامعة الجزائرية باعتبارها المحضن الأساسي لصناعة النخبة وتوجيهها، إلا أنها لم تتمكن من تحويل هذه الطاقة الإفرازية إلى طاقة استثمارية بشكل كاف، فالنخبة المثقفة في الجزائر موجودة، لكن السلطة نجحت في جعلها مهمشة أو مغيبة أو في حالة خوف من إبداء الرأي واتخاذ المواقف التي تراها صحيحة ويريضاها الضمير، حيث لم توضع آليات كافية للمشاركة في

النقاش وفي تنوير الرأي العام حول القضايا الوطنية العديدة المطروحة على الساحة السياسية، على الرغم من قدرتها على التأثير في الرأي العام بحكم امتلاكها قدرا من العلم والمعرفة يمكنها من صياغة المفاهيم العامة، ودورها المؤثر والفعال في إنتاج المعرفة ونشرها، والاضطلاع بمسؤولية الإصلاح الاجتماعي والثقافي والسياسي، ذلك أن البيئة الثقافية الوطنية لا تشجع على الإبداع والإنتاج الفكريين باعتبار أن للفكر ظروف موضوعية تنتجها وتساهم في تغذية العمليات الذهنية وتشجع السلوك الابتكاري داخل المجتمع، ويعود ذلك أساسا إلى غياب الانفتاح والممارسة الديمقراطية الحقيقية، الذي يحد من هامش المبادرة والمشاركة.

ويرتبط جفاء البيئة الثقافية والفكرية الوطنية، وعدم ملاءمتها للإبداع وتفجير الطاقات الكامنة بعدة عوامل، كنقص أو غياب الاستهلاك الجماهيري للمعرفة وبالأخص المقروئية، مع تحرر نسبي من الضغوطات الرقابية على الإبداع الفكري، فضلا عن استقالة أغلب أفراد النخبة المثقفة من مختلف الصراعات السياسية والاجتماعية، واستسلامهم لذي تراوح بين الصمت والولاء والهجرة، وفي هذه الحالة أصبح المثقف الجزائري جزءا من أزمة البيئة الثقافية الوطنية، التي تتميز بضعف حجم الإنتاج الفكري بسبب نقص مراكز البحث وتطوير الدراسات الاجتماعية، وغياب دور نشر حقيقة توازن بين الربحية والقيمة المعرفية والفكرية، ما أدى إلى تهميش الكتاب كوعاء فكري وكحامل للذاكرة الجماعية وقلة المجالات كفضاءات حوار الأفكار وكقنوات جماعية لتعبير المثقفين، حيث تعتبر قلة المنابر الإعلامية والفضاءات التعبيرية بكل أشكالها الشفوية، الكتابية، والسمعية-البصرية، أو الإلكترونية المتاحة للمثقف في الجزائر، للتعبير عن آرائه وأفكاره، من أهم الإشكالات المطروحة، وهو ما يجسده الحضور الضعيف للمثقفين عبر وسائل الإعلام، بسبب تبعية هذه الوسائط ومحدودية حرية الفعل والحركة والنقد فيها، فهي إن لم تكن خاضعة للدولة فهي خاضعة لسلطة دوائر المال والأعمال السياسية والعسكرية، إذ تفتقد إلى تعددية حقيقية تفتح في ظلها على كل التيارات الفكرية الفاعلة في الحياة الثقافية والسياسية، للوفاء بحق الجماهير في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة لحقائقها في المجتمع، دون تغليب طرف على الآخر أو الانتصار لتيار على حساب آخر، رغم مساهمة وسائل الإعلام الخاصة، في دعم حرية التعبير عن مختلف الآراء، وتوفير عدة خيارات ليس للمثقفين فحسب، بل أيضا للمواطنين، لكن ليس بالقدر الذي يعكس التعددية الحقيقية الموجودة في المجتمع الجزائري، بسبب غياب آليات قائمة على تكافؤ فرص المواجهة للتعبير والنقد.

ومنه يمكن تبرير سكوت النخبة المثقفة الجزائرية، ونقص حضورها في مختلف الصراعات الاجتماعية والسياسية، بنقص أو غياب قنوات الاتصال ووسائل تفعيل الجدل والحراك الاجتماعي، كدعائم للتعددية الاتصالية الحقيقية، التي تقتضي أن تكون منابر التعبير الثقافي متاحة لكل التيارات والتوجهات الفكرية،

دون أن تكون حكرًا على فئة إنتفاعية، وتسخيرها بالخصوص لحاملي الأفكار ومشاريع التغيير وطرح البدائل في المجتمع، لتفعيل عمليات الاتصال الاجتماعي والتواصل الثقافي والفكري، حيث أنه لا سلطة للمثقف الجزائري مادامت لم تتأسس سلطته الفكرية بعد، التي ترتبط أساسًا بوجود فضاءات تعبيرية كافية للدفاع عن أفكاره وآرائه ومواقفه في المجتمع، ونقل المضامين الثقافية الكفيلة بإحداث وعي جماعي نقدي وبناء، التي تساهم في بلورة وتفعيل النقاش الوطني، من خلال إشراك كل المثقفين ومنتجي الأفكار في إنتاج ونشر المضامين الإعلامية المختلفة، لتوطيد علاقاتهم كقادة فكر وخلايا وعي وإبداع فاعلة بالمجتمع، حيث أن الأفكار كرأس المال ثقافي لا يمكن أن تستثمر إلا بقدر انتشارها وتوزيعها، فلا فعالية للأفكار إلا عبر الوسائط وتقنياتها، التي تعمل على نقلها وتداولها وتبادلها بين أفراد المجتمع.

ويعتبر ظهور الانترنت ووسائل الإعلام البديل نقلة نوعية، رسمت آفاقًا جديدة للوعي بالمسؤوليات والبحث عن حقوق جديدة، من خلال مضاعفة قدرات كل فرد على التعبير عن أفكاره، والمساهمة بقوة في تكريس ثقافة الحوار ودعم الممارسة الديمقراطية، كفضاء واسع تتزاحج خلاله مختلف التوجهات الفكرية عبر النقاش والحوار والتبادل للأفكار والرؤى، وهذا ما يمكن من زيادة قوة وسلطة المثقف وزاد من هيمنته على المادة والرسالة الإعلامية، ومكن الأصوات المهمشة من التعبير عن انشغالاتها واحتياجاتها وانتقاداتها، فأصبحت النخبة المثقفة قادرة على أن تكون أكثر نشاطًا في التعبير عن آرائها التي توضح توجهاتها بشفافية، للوفاء بحق الجماهير في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة داخل المجتمع، بعيدًا عن الإحتكارات وتأثيرات الخط الافتتاحي، الذي تتحدد حسب طبيعة المضامين القابلة للنشر أو البث.

هذا الوضع الإعلامي الجديد أثر في وسائل الإعلام التقليدية، التي أصبحت أكثر انفتاحًا وتعددا إعلاميًا، في ظل التطور الكمي والنوعي الهائل والمتسارع، الذي فتح مجالًا أوسع للإنتاج الثقافي والإبداع الفكري، وإن كانت حرية الرأي والتعبير عن مختلف الرؤى ترتبط أساسًا بطبيعة النظم السياسية وموقفها من الحريات الإعلامية، كما ترتبط بالخط الافتتاحي الذي يبقى يحاصر المادة الفكرية والحوار الحقيقي للأفكار، حيث يتم اختيار المضامين بالمنظور النفعي للوسيلة الإعلامية على حساب المنظور النفعي للمجتمع، فالخط الافتتاحي لأي وسيلة إعلامية قد يرسم حدودًا للفكر ويفرض حصارًا على العديد من الممارسات والعمليات الذهنية، كما قد يعيق مبادرات التأسيس لثقافة الحوار الفعلي بين مختلف الاتجاهات الفكرية مما يجعل المجتمع يحرم من مناقشة قضاياها بحرية وموضوعية ويحرم من تحقيق الإجماع على أهم قضاياها.

ويبقى الرهان الأساسي الذي يواجه النخبة المثقفة حاليًا، هو التمكن من استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوظيف مختلف التطبيقات الاتصالية على شبكة الانترنت، كأهم الوسائل المتاحة

للمشاركة وإبداء الآراء في مختلف القضايا، لتنشيط الحياة الثقافية والانخراط في مشاريع التغيير الاجتماعي، من خلال مختلف أشكال النشر الإلكتروني، التي تعتبر أداة هامة للتواصل الإنساني ومصدرا جديدا للمعلومات ساهم في صناعة حرية إبداء الرأي من خلال خلق فضاء حيوي قادر على استثمار الإمكانيات الفعلية التي يتيحها في تنشئة وتنوير المجتمع، والضغط على صانعي القرار باتجاه بلورة قرارات أكثر مصداقية ، وذلك لخدمة المجتمع ونصرة قضاياها، والاندماج في شؤونه، لأن المثقف الحقيقي كمنتج للأفكار وأنماط السلوك والتعبير، هو من يستعمل مكانته العلمية والمعرفية، ويستغل رصيده الفكري والثقافي وقدراته التأثيرية والإقناعية، للدفاع عن قيم الحق والحرية والعدالة والمساواة.

ذلك أن حرية التعبير تعتبر دعامة أساسية لتكريس الممارسة الديمقراطية، كشرط ضروري لتحقيق وجود المثقف واستقلاله، من أجل تجسيد فكرة تحييد العقل والممارسات الفكرية وإخراجها من لعبة المصالح والحسابات السياسية والتأسيس لسلطة فكرية لا تخضع إلا لسلطة الضمير. فالبيئة الثقافية التي ينتمي إليها المثقف خاصة في جوانبها الإعلامية والفكرية عامل أساسي للإبداع والابتكار، وفي نفس الوقت قد تكون عامل سكون، خضوع و تبعية في ظل وجود رقابة على حرية الفكر و الإبداع، فطبيعة الفرص المتاحة للمثقف للتعبير عن آرائه وأفكاره والمشاركة في بناء مجتمعه وخدمة قضاياها، من أهم العوامل التي تشجع أو تكبح عمليات الإبداع و الإنتاج الفكري، خاصة أن وسائل الإعلام حاليا تعتبر المنبر الأساسي والضروري للإنتاج الفكري والثقافي.

ومنه يمكن القول أن وسائل الإعلام العربية والأجنبية، خاصة الحديثة ساهمت في ترسيخ قيم الديمقراطية والمشاركة السياسية والحرية والمواطنة لدى النخبة المثقفة، إلا أن وسائل الإعلام الوطنية رغم إقرار التعددية الإعلامية، لا تزال تعاني من احتكار أنساق التعبير ومؤسسات النشر الثقافي، واستمرار هيمنة الطرح السياسي على حساب الطرح الثقافي، بسبب الآليات المختلفة والمتعددة التي تستعملها السلطة للتحكم في مخرجات المؤسسات الإعلامية سواء كانت عامة أو خاصة، وهذا ما يؤدي إلى ضعف الاحترافية والمهنية بدل الارتقاء بالمهارات الفنية والإبداعية، ونقص المصداقية والموضوعية في تناول المضامين الإعلامية، ما يؤثر سلبا على ثقة الجمهور فيها، ومنه على دورها في تعميق الشعور لدى الأفراد بالهوية والانتماء والولاء الوجداني والفكري والسياسي للمجتمع والدولة، خاصة بالنسبة لوسائل الإعلام الرسمية، التي تفتقد إلى مضامين تعكس قضايا المجتمع ومشكلاته الفعلية، وتفعل الاتصال الاجتماعي الحقيقي بين النخبة المثقفة والمجتمع، مما يجعل المثقف في ظل نقص أو غياب قنوات للاتصال الحقيقي والفعال، تربطه بقضايا وأفراد مجتمعه خارج ذات المجتمع ما قد يحد من إسهامه في تشكيل الضمير الجمعي، قصد إنتاج وعي بمواطنة عضوية حقيقية.

قائمة المراجع المعتمدة



- 1- إبراهيم أبراش: علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.
- 2- إبراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الإعلام وتطورها، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 2005.
- 3- إبراهيم محمد: الصحافة والتنمية السياسية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- 4- إبراهيم ناصر: المواطنة، مكتبة الرائد العلمية، الأردن، ط1، 2002.
- 5- أبو القاسم سعد الله: تاريخ الجزائر الثقافي، در الغرب الإسلامي، بيروت، ج3، ط1، 1998.
- 6- ا. بوريتسكي (ترجمة: أديب حضور): الصحافة التلفزيونية، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1990.
- 7- أحمد بدر: الاتصال بال جماهير بين الإعلام التطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- 8- أحمد جلفار: الإعلام العربي في عصر المعلومات (تعزيز الإعلام العربي عبر الانترنت)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2006.
- 9- أحمد زايد: النخب بين المجال السياسي والمجال الاجتماعي، النخب الاجتماعية (حالة الجزائر ومصر)، مركز البحوث العربية والإفريقية، مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي من أجل التنمية، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 2005.
- 10- أحمد شوقي الفننجري: الحرية السياسية في الإسلام، دار القلم، الكويت، ط2، 1983.
- 11- أحمد طالب الإبراهيمي: المعضلة الجزائرية (الأزمة والحل)، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط4، 1999.
- 12- أحمد صدقي الدجاني: لمحة تاريخية (حضارات إنسانية رئيسية وعلاقة مثقفين بمجتمعاتهم)، المثقف العربي همومه وعطاؤه، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان ، ط2، 2001.
- 13- أحمد علي كنعان: أدب الأطفال والقيم التربوية، دار الفكر، دمشق، 1995.
- 14- أحمد فؤاد رسلان: نظرية الصراع الدولي، هيئة الكتاب، القاهرة، 1986.

15- أحمد فاروق رضوان: اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام (الفضائيات العربية ومتغيرات العصر)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005.

16- أحمد مجدي حجازي: الثقافة العربية في زمن العولمة، دار قباء، القاهرة، 2001.

17- أحمد مجدي حجازي: المثقف العربي والالتزام الإيديولوجي (دراسة أزمة المجتمع العربي)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 1986.

18- أحمد مصطفى خاطر: الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع الريفي، دار المعارف، الإسكندرية، (د.ت).

19- إدريس لكريني: النخبة السياسية وأزمة الإصلاح في المنطقة العربية، المطبعة والوراقة الوطنية، المغرب، 2005.

20- إدوارد سعيد (ترجمة: كمال أبو ديب): الثقافة والامبريالية، دار الآداب، بيروت، 1997.

21- إدوارد سعيد (ترجمة: محمد عناني): المثقف والسلطة، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005.

22- أسامة الغزالي حرب: الأحزاب السياسية في العالم الثالث، عالم المعرفة، الكويت، 1987.

23- إسماعيل علي سعد: أسس علم الاجتماع السياسي، دار المعارف، القاهرة، 1981.

24- إسماعيل نوري الربيعي: التكنوقراط والسلطة، مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام، الرياض، 2009.

25- آلان سينجود (ترجمة: السيد عبد العاطي): النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

26- ألبرت حوراني (ترجمة: كريم عزقول): الفكر العربي في عصر النهضة، دار النهار للنشر، بيروت، ط4، 1986.

27- الجرجاني علي بن محمد الشريف: كتاب التعريفات، مكتبة لبنان، بيروت، 1985.

28- الدسوقي عبده إبراهيم: وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004.

- 29- الربيع ميمون: نظرية القيم في الفكر المعاصر (بين النسبية والمطلقية)، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980.
- 30- السيد حنفي عوض: السياسة والمجتمع (دراسات في علم الاجتماع السياسي)، دار المعارف، القاهرة، 1999.
- 31- السيد عبد الحليم الزيات: التنمية السياسية (دراسة في علم الاجتماع السياسي)، الجزء الثالث (الأدوات والآليات)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002.
- 32- السيد عليوة ومنى محمود: المشاركة السياسية، موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بمؤسسة الأهرام، القاهرة، 2000.
- 33- السيد مصطفى: مفهوم المجتمع المدني والتحولت العالمية ودراسات العلوم السياسية، سلسلة بحوث سياسية 95، القاهرة، مركز البحوث والدراسات السياسية، أبريل 1995.
- 34- العربي الزيري: المثقفون الجزائريون والثورة، منشورات المتحف الوطني للمجاهدين، الجزائر، 1986.
- 35- العياشي عنصر: سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد في الجزائر، دار الأمين، القاهرة، 1999.
- 36- الكنز علي: حول الأزمة خمس دراسات حول الجزائر والعالم العربي، دار بوشان للنشر الجزائر، 1990.
- 37- إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين (دراسة عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب)، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009.
- 38- أمل خلف: التنشئة السياسية لطفل ما قبل المدرسة (تطبيقات وأنشطة تربوية)، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- 39- انتصار إبراهيم عبد الرزاق وصفد حسام الساموك: الإعلام الجديد (تطور الأداء والوسيلة والوظيفة)، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، ط1، 2011.
- 40- إيمان العربي النقيب: القيم التربوية (دراسة في مسرح الطفل)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط1، 2002.

- 41- بشينة عبد الرؤوف رمضان: مخاطر التعليم الأجنبي على هويتنا الثقافية وقيم المواطنة والانتماء، دار الفكر العربي ، القاهرة، ط1، 2007.
- 42- برهان غليون: اغتيال العقل (محنة الثقافة العربية)، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1991.
- 43- برهان غليون: تعميش المتقنين ومسألة بناء النخبة القيادية (المتقف العربي همومه وعطاؤه)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، ديسمبر 1995.
- 44- بسام عبد الرحمن المشابقة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
- 45- بسيوني إبراهيم حمادة: وسائل الإعلام والسياسة (دراسة في ترتيب الأولويات)، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996.
- 46- بوجمعة رضوان: الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر، طكسيدج كوم، الجزائر، 2008.
- 47- بوعلام رمضاني: المسرح الجزائري بين الماضي والحاضر، المكتبة الشعبية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، (د.ت).
- 48- توماس بيرتون بوتومور (ترجمة: محمد الجوهري): الصفوة والمجتمع (دراسة في علم الاجتماع السياسي)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1988.
- 49- تيري ايجلتون (ترجمة: نائر ديب): فكرة الثقافة، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية، 2001.
- 50- ثروت مكّي: النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي (تجربة مصر من 1956 - 1967)، عالم الكتب، القاهرة، 2005.
- 51- ثريا البدوي : الإعلام والاصلاح السياسي في مصر (دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور النخبة)، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر (مستقبل وسائل الاعلام العربية)، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2005.
- 52- جابر قميحة: المدخل إلى القيم الإسلامية، دار الكتاب المصري، القاهرة، ط1، 1984.
- 53- جان الكسان: السينما في الوطن العربي، عالم المعرفة، الكويت، 1982.
- 54- جبارة عطية جبارة: الإعلام والعلاقات الانسانية، منشورات جامعة قارونوس، البيضاء، ليبيا، 1981.

- 55- جغلول عبد القادر: تاريخ الجزائر الحديث (دراسة سوسولوجية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 1984.
- 56- جمال أبو شنب وإسماعيل علي سعد: الصفوة العسكرية والتنمية السياسية في دول العالم الثالث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998.
- 57- جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والاتصال (الوظائف، الهياكل، الأدوار)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 58- جون بول سارتر (ترجمة: جورج طرايشي): دفاع عن المثقفين، دار الآداب، بيروت، ط1، 1973.
- 59- جون كورنر (ترجمة: أديب حضور): التلفزيون والمجتمع (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1999.
- 60- حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 61- حسن حنفي: الدين والثقافة والسياسة في الوطن العربي، القاهرة، 1998.
- 62- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط4، 2003.
- 63- حسني محمد نصر: الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2003.
- 64- حسين مسكين: أزمة النخب العربية (الثقافة والتنمية)، دار القرويين، الدار البيضاء، ط1، 2007.
- 65- حكيم أومقران: البحث عن الذات في الرواية الجزائرية، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- 66- حماني أفضلي: السلوك الاجتماعي والسياسي للنخبة المحلية، مركز طارق بن زياد، الرباط، المغرب، ط1، 2002.
- 67- حنان يوسف: الإعلام والسياسة (مقاربة ارتباطية)، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، ط1، 2006.
- 68- حورية يونس الخطيب: الإسلام ومفهوم الحرية، دار الملتقى للطباعة والنشر، قبرص، ط1، 1993.

- 69- خالد محمد غازي: الصحافة الإلكترونية العربية (الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح)، وكالة الصحافة العربية، مصر، ط1، 2010.
- 70- خليل عبد الرحمن المعاينة: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، 2000.
- 71- درويش جرابر ونديس ماكويل وآخرون (ترجمة: زين نجاتي): سياسة الأخبار وأخبار السياسة، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط1، 2004.
- 72- راسم محمد الجمال وخيرت معوض عياد: التسويق السياسي والإعلام (الإصلاح السياسي في مصر)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005.
- 73- رشوان حسين عبد الحميد: الدين والمجتمع، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2004.
- 74- رضا سعادة: الفلسفة ومشكلات الإنسان (منافذ إلى الحقيقة والحرية والعدالة الاجتماعية)، دار الفكر اللبناني، بيروت، ط1، 1990.
- 75- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2007.
- 76- رعد حافظ سالم: التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي (دراسة اجتماعية سياسية تحليلية)، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
- 77- زكريا إبراهيم: مشكلات فلسفية (مشكلة الحرية)، دار الطباعة الحديثة، القاهرة، ط2، 1963.
- 78- زكريا عبد العزيز محمد: التليفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، شركة الجلال للطباعة، الإسكندرية، 2002.
- 79- زكي العليو: المثقف.. مداخل التعريف والأدوار، مؤسسة الانتشار العربي، بيروت، ط1، 2009.
- 80- زكي الميلاد: المثقف بين نموذج الفيلسوف ونموذج النبي، (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995.
- 81- زكي الميلاد: المثقف والمجتمع وإشكالية الهوية، (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995.
- 82- زهير الأعرجي: العدالة الاجتماعية وضوابط توزيع الثروة في الإسلام، مؤسسة محراب الفكر الثقافية، ط1، 1994.
- 83- سامح فوزي: المواطنة، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، ط1، 2007.

- 84- سعد الدين إبراهيم: المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، مركز دراسات التنمية والسياسة الدولية، القاهرة، 1991.
- 85- سعد الدين إبراهيم: المفكر والأمير (تجسير الفجوة بين أصحاب الأفكار وأصحاب القرار)، منتدى الفكر العربي، عمان، 1985.
- 86- سعود هلال الحربي: التربية والقيم السياسية، مؤسسة غراس للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، 2002.
- 87- سعيد شبار: النخبة والإيديولوجيا والحداثة، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2005.
- 88- سعيد مبارك آل زعير: التليفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2008.
- 89- سمير خطاب: التنشئة السياسية والقيم (مع دراسة ميدانية لطلاب مدارس الثانوية)، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- 90- سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 1996.
- 91- سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995.
- 92- سهام نصار: تأثير المصادقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، دراسة مقدمة للمؤتمر السنوي التاسع، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2003.
- 93- سيد أحمد طهطاوي: القيم التربوية في القصص القرآني، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1996.
- 94- سيد قطب: العدالة الاجتماعية في الإسلام، دار الشروق، القاهرة، ط14، 1995.
- 95- سيد قطب: خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، دار الشروق، بيروت، (د.ت).
- 96- سيف الدين عبد الفتاح إسماعيل: العلاقات الدولية في الإسلام (مدخل القيم في إطار مرجعي لدراسة العلاقات الدولية في الإسلام)، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ج2، ط1، 1999.
- 97- شعبان الطاهر الأسود: علم الاجتماع السياسي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1999.

- 98- شيماء ذو الفقار زغيب: نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- 99- صابر عبد ربه: موقف الصفوة من النظام العالمي الجديد، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001.
- 100- صاحب الربيعي: دور الفكر في السياسة والمجتمع، صفحات للدراسات والنشر، دمشق، ط1، 2007.
- 101- صالح أبو أصبع: تحديات الإعلام العربي (دراسات في الإعلام)، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 102- صالح محمد علي أبو جادو: سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1، 1998.
- 103- صبحي غندور: من هو المثقف، (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995.
- 104- صلاح الدين بيومي رسلان: القيم في الإسلام (بين الذاتية والموضوعية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 105- صلاح الدين جوهر: علم الاتصال ونظرياته ومجالاته، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1976.
- 106- طه عبد العاطي نجم: الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الموضوع والقضايا)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 107- عادل عبد الغفار: الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة (رؤية تحليلية واستشرافية)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2009.
- 108- عاطف أحمد فؤاد: الصفوة المصرية قضاياها وانتماءاتها، دار المعارف، القاهرة، 1985.
- 109- عاطف السيد: العولمة في ميزان الفكر، مطبعة الانتصار، القاهرة، 2001.
- 110- عاطف عدلي العبد وماجي الحلواني: الأنظمة الإذاعية والتلفزيونية، دار الفكر العربي، مصر، 1987.
- 111- عباس شومان: مصادر التشريع الإسلامي، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ط1، 2000.

- 112- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 113- عبد الباري محمود داود: التنشئة السياسية للطفل، توزيع البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، 2005.
- 114- عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائر واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 115- عبد الرحمن الكواكبي: طبائع الاستبداد، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 1988.
- 116- عبد الرحمان بن العقون: الكفاح القومي والسياسي من خلال مذكرات معاصر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ج1، 1986.
- 117- عبد الرحمن منيف: العرب وتحديات القرن الحادي والعشرين (حوارات في الفكر العربي المعاصر)، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2000.
- 118- عبد الرزاق جبلي: دراسات في المجتمع والثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، بيروت، 1984.
- 119- عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005.
- 120- عبد السلام التونجي: مؤسسة العدالة في الشريعة الإسلامية، منشورات كلية الدعوة الإسلامية، طرابلس، ط1، 1993.
- 121- عبد العالي دبله: الدولة الجزائرية الحديثة، الاقتصاد والمجتمع والسياسة، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2004.
- 122- عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصرية اللبنانية، القاهرة، لبنان، ط2، 1989.
- 123- عبد الغفار الدويك: العسكريون والدولة (دراسة في بناء قوة المجتمع الإسرائيلي)، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، القاهرة، 1996.
- 124- عبد الغني عماد: سوسيولوجيا الثقافة المفاهيم والإشكاليات (من الحداثة إلى العولمة)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2006.
- 125- عبد القادر هاشم رمزي: الدراسات الإنسانية في ميزان الرؤية الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الثقافة، الدوحة، ط1، 1984.

- 126- عبد الكريم بوصفصاف: جمعية العلماء المسلمين ودورها في تطور الحركة الوطنية الجزائرية 1931-1945، دار البعث، قسنطينة، ط1، 1981.
- 127- عبد الكريم زيدان: الوجيز في أصول الفقه، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط5، 1996.
- 128- عبد الكريم زيدان: مجموعة بحوث فقهية، مكتبة القدس، بغداد، 1986.
- 129- عبد اللطيف حمزة: الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
- 130- عبد اللطيف محمد خليفة: ارتقاء القيم (دراسة نفسية)، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1992.
- 131- عبد الله العروي: ثقافتنا في ضوء التاريخ، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط3، 1992.
- 132- عبد الله العروي: مفهوم الحرية، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط6، 2002.
- 133- عبد الله الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات قان يونس، نغازي، ط2، 1994.
- 134- عبد الله بن سعيد بن محمد آل عبود: قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، مركز الدراسات والبحوث، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2011.
- 135- عبد الله بوجلال: الدور الوظيفي لوسائل الاتصال، عالم الاتصال، سلسلة الدراسات الإعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1992.
- 136- عبد الله عبد الدائم: عطاء المثقف العربي (التخلف العربي وضغوط المجتمع)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 1995.
- 137- عبد الله محمد عبد الرحمان: علم الاجتماع السياسي (النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة)، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2001.
- 138- عبد المنعم أحمد بركة: الإسلام والمساواة بين المسلمين وغير المسلمين في عصور التاريخ الإسلامي وفي العصر الحديث، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1990.
- 139- عبد الوهاب خلاف: علم أصول الفقه، دار الزهراء للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 1990.
- 140- عبد الوهاب خلاف: مصادر التشريع الإسلامي فيما لا نص فيه، دار القلم للنشر والتوزيع، الكويت، ط6، 1993.

- 141- عبد الهادي الجوهري: دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، ط8، 2001.
- 142- عبد اله عقلة مجلي الخزاولة: الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.
- 143- عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988.
- 144- عدنان السيد حسين: المواطنة في الوطن العربي، منتدى الفكر العربي، بيروت، الرباط، 2008.
- 145- عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي (جدليات وتحديات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010.
- 146- عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- 147- علي أحمد الجمل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي (دراسة تربوية)، عالم الكتب، القاهرة، 1996.
- 148- علي أومليل: السلطة الثقافية والسلطة السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط2، 1998.
- 149- علي بن محمد: معركة المصير والهوية في المنظومة التعليمية (الصراع والانسلاخ في المدرسة الجزائرية)، دار الأمة، الجزائر، ط1، 2001.
- 150- علي حسين الدوري: أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية العربية الإسلامية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث أوراق عمل الملتقى العربي الأول (أثر الفضائيات على الأسرة العربية)، مصر، 2007.
- 151- علي خليل مصطفى أبو العينين: القيم الإسلامية والتربية (دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها)، وطابع المختار الإسلامي، المدينة المنورة، ط1، 1988.
- 152- علي عبد الواحد وافي: الحرية في الإسلام، دار المعارف، القاهرة، 1968.
- 153- علي محمد بيومي: دور الصفوة في اتخاذ القرار السياسي، دار الكتب الحديثة، 2003.
- 154- عمار بلحسن: أنتلسجيا أم مثقفون في الجزائر، دار الحداثة، الجزائر، ط1، 1986.

- 155- عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 156- عمر سليمان الأشقر: الواضح في أصول الفقه، دار النفائس، الأردن، ط4، 1992.
- 157- عمر سليمان الأشقر: خصائص الشريعة الإسلامية، دار النفائس، الأردن، ط3، 1991.
- 158- عواشة محمد حقيق: الرأي العام بين الدعاية والإعلام، الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1994.
- 159- غريب محمد سيد محمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.
- 160- فاروق أبو زيد: الفكر الليبرالي في الصحافة المصرية، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت).
- 161- فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، مصر، ط2، 1998.
- 162- فايز الربيع: الديمقراطية بين التأصيل الفكري والمقاربة السياسية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004.
- 163- فايزة أنور أحمد شكري: القيم الأخلاقية بين الفلسفة والعلم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002.
- 164- فضيل دليو: الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003.
- 165- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية (مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية)، دار النهضة العربية، بيروت، ط2، 1980.
- 166- كارل ماركس (ترجمة: محمد عيتاني): رأس المال (نقد الاقتصاد السياسي)، مكتبة المعارف، بيروت، 1978.
- 167- كمال الدين جعفر عباس: الاتصال السياسي، المكتب الإسلامي، بيروت، ط1، 2004.
- 168- كمال الدين حسين: المسرح والتغير الاجتماعي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1992.
- 169- كيرة حسن: المدخل إلى القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط5، (د.ت).

- 170- لطفي الخولي: عن الثورة في الثورة بالثورة، حوار مع بومدين، منشورات التجمع الجزائري البومديني، قسنطينة، (د.ت).
- 171- لورينيز وفيلشس (ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح): التلفزيون في الحياة اليومية، المجلس الأعلى للثقافة، المشروع القومي للترجمة، 2000.
- 172- ليلي حسين السيد: استطلاع رأي الاعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية (دراسة مسحية)، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر الدولي العلمي الأول للاكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005.
- 173- ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
- 174- ماجد السادة: المثقف وأنماط العلاقات الاجتماعية، (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995.
- 175- ماجد بوشبيلي ويوسف عيداني: ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب، إدارة الثقافة والإعلام، الشارقة، ط1، 2006.
- 176- ماجد زكي الجلاد: تعلم القيم وتعليمها، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
- 177- ماجي الحلواني: مدخل إلى الإعلام الإذاعي والتلفزيوني (مقدمة في وسائل الاتصال)، مكتبة الصباح، جدة، 1979.
- 178- ماجي الحلواني وعصام نصر: مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2004.
- 179- ماكسيمكو فلاديمير (ترجمة: عبد العزيز بوباكير): الأنتلجنسيا المغاربية المثقفون أفكار ونزعات، دار الحكمة، الجزائر، 1984.
- 180- مالك بن نبي (ترجمة: بسام برآة وأحمد شعبو): مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر، دمشق، ط6، 2005.
- 181- مالك بن نبي (ترجمة: عبد الصبور شاهين): مشكلة الثقافة، دار الفكر، سوريا، ط4، 1974.
- 182- مالك بن نبي (ترجمة عبد الصبور شاهين): ميلاد المجتمع، دار الفكر، دمشق، ط3، 1986.

- 183- محمد أحمد بيومي: المجتمع والثقافة والشخصية (دراسة في علم الاجتماع الثقافي)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989.
- 184- محمد أحمد بيومي: علم الاجتماع الديني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط7، 1999.
- 185- محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002.
- 186- محمد التومي: المجتمع الإنساني في القرآن الكريم، الدار التونسية للنشر، تونس، 1986.
- 187- محمد الجوهري والسيد عفيفي وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992.
- 188- محمد السويدي: المثقف والسلطة (دراسة في الفكر الفلسفي الفرنسي المعاصر)، دار الطليعة، بيروت، ط1، 1991.
- 189- محمد السويدي: مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
- 190- محمد الطيب العلوي: التربية بين الأصالة والتغريب، منشورات دحلب، الجزائر، (د.ت).
- 191- محمد الميللي: ابن باديس وعروبة الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، (د.ت).
- 192- محمد بن سعود البشير: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، ط1، 1997.
- 193- محمد بن صنيان: النخب السعودية (دراسة في التحولات والإخفاقات)، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2005.
- 194- محمد جابر الأنصاري: الفكر العربي وصراع الأضداد، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط1، 1996.
- 195- محمد حسام الدين إسماعيل: الصورة والحسد (دراسات نقدية في الإعلام المعاصر)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.
- 196- محمد حمدان المصالحية: الاتصال السياسي (مقترح نظري - تطبيقي)، دار ولاء للنشر، الأردن، ط1، 2002.
- 197- محمد دكبير: المثقف والسلطة أية علاقة، (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995.

- 198- محمد ساري: المثقف والسلطة في الجزائر، الأبعاد التاريخية والثقافية في الأزمة الجزائرية، ندوة لندن.
- 199- محمد سعد إبراهيم: الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ج1، 2002.
- 200- محمد سعيد رمضان البوطي: ضوابط المصلحة في الشريعة الإسلامية، الدار المتحدة للطباعة والنشر، سوريا.
- 201- محمد سليمان عبد الله الأشقر: الواضح في أصول الفقه، دار الفنائس، الأردن، ط4، 1992.
- 202- محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1988.
- 203- محمد سيد محمد: وسائل الإعلام من المنادي إلى الانترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2009.
- 204- محمد شطاح: دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التليفزيوني (نشرات الأخبار)، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007.
- 205- محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا (دراسات في الوسائل والرسائل)، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2006.
- 206- محمد شفيق: البحث العلمي (خطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
- 207- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2004.
- 208- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993.
- 209- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997.
- 210- محمد علي العويني: الراديو والتنمية السياسية، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت).
- 211- محمد علي شهاب: السلوك الإنساني في التنظيم، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1990.
- 212- محمد علي محمد: أصول علم الاجتماع السياسي (السياسة والمجتمع في العالم الثالث - القوة والدولة-)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ج 2، 1999.

- 213- محمد فلهي: صناعة العقل في عصر الشاشة (دور وسائل الاتصال الإلكتروني في المجتمع المعاصر- التلفزيون- الإنترنت- الحاسبات الإلكترونية)، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2002.
- 214- محمد محمد جاب الله عماره: العلوم السياسية بين الألفية والعملة (رؤية سياسية معاصرة للقرن الحادي والعشرون)، المكتب الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2003.
- 215- محمد محمود الجوهري وعبد الله الخرجي: مناهج البحث الاجتماعي، مطبعة المجد، القاهرة، 1980.
- 216- محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1994.
- 217- محمد معوض وبركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 1996.
- 218- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر، القاهرة، 2008.
- 219- محمد منير مرسى: أصول التربية الإسلامية، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 220- محمد نصر مهنا: في نظير الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009.
- 221- محمود أحمد مزيد: دراسات في إعلام الطفل، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
- 222- محمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف: التسويق الإعلامي (مدخل استراتيجي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2003.
- 223- محمود حسن إسماعيل: التنشئة السياسية (دراسة في دور أخبار التلفزيون)، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 1997.
- 224- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، 2003.
- 225- محمود شيت خطاب: الشورى في الإسلام، المجمع الملكي لبحوث الحضارة الإسلامية، الأردن، ج3، 1998.
- 226- محمود عبد الرؤوف كامل: دور الاعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين (دراسة ميدانية لدور وسائل الاعلام في بناء الشخصية المصرية على عينة من رواد معرض الكتاب) مدخل تكاملي من

- نظريات التعلم الاجتماعي والاعتماد على وسائل الاعلام والتنمية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث عشر لكلية الاعلام، جامعة القاهرة ، 8-10 مايو 2007.
- 227- محمود عودة وخيري محمد السيد: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1988.
- 228- محمود كسير: التاريخ بين السياسة والاجتماع (رؤية سوسيولوجية)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
- 229- محي الدين مختار: دراسات في الإعلام والاتصال، دار المعرفة للطباعة والنشر، قسنطينة، 1993.
- 230- مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006.
- 231- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، الأردن، ط1، 2000.
- 232- مساعد بن عبد الله الحيا: القيم في المسلسلات التلفازية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية)، دار العاصمة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 1993.
- 233- مصباح عامر: التنشئة الاجتماعية والسلوك الإنحراقي لتلميذ المدرسة الثانوية، دار الأمة، الجزائر، ط1، 2003.
- 234- مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء، الإسكندرية، ط1، 2007.
- 235- مصطفى عدنان: مسألة الجامعات العربية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم الفكر، الكويت، 1995.
- 236- مصطفى محمود منجود: الأبعاد السياسية لمفهوم الأمن في الإسلام، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ط1، 1996.
- 237- معن خليل العمر: التنشئة الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004.
- 238- معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2004.
- 239- مغنية الأزرق (ترجمة: سمير كرم): نشوء الطبقات في الجزائر (دراسة في الاستعمار والتغيير الاجتماعي)، مؤسسة الأبحاث العربية، 1980.

- 240- مناع القطان: موقف الإسلام من الاشتراكية أو نظرية التملك في الإسلام، دار الثقافة الإسلامية، الرياض، (د.ت).
- 241- منصف الوناس: الأنتلجانسيا العربية .. المثقفون والسلطة (المساهمات العربية المعاصرة في مسألة المثقف العربي)، عمان، 1988.
- 242- منى كشيح: القيم الغائبة في الإعلام، دار فرحة للنشر والتوزيع، السودان، 2003.
- 243- موريس دوفرجهيه (ترجمة: سليم حداد): علم الاجتماع السياسي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1991.
- 244- موسى شتيوي: مساهمة وسائل الإعلام في إحداث التغيير الاجتماعي وتطوير المجتمع المدني في العالم العربي، المؤتمر السنوي العاشر (الإعلام العربي في عصر المعلومات)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2006.
- 245- مولود زايد الطيب: التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، المؤسسة العربية الدولية للنشر، الأردن، ط1، 2001.
- 246- ميشيل ثومبسون وريتشارد إليس وآخرون (ترجمة: علي السيد الصاوي): نظرية الثقافة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 1997.
- 247- مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- 248- ميلفن ديفلير وساندرا بول روكيتش (ترجمة: كمال عبد الرؤوف): نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، ط4، 2002.
- 249- نادية رمسيس: المثقفون والدولة والمجتمع المدني، ندوة جرامشي وقضايا المجتمع المدني، دار كنعان، دمشق، (د.ت).
- 250- ناصر الدين سعيدوني: ورقات جزائرية، دار الغرب الإسلامي، بيروت، ط1، 2000.
- 251- ناصر الشيخ علي: دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، فلسطين، 2010.
- 252- نسمة البطريق: الدلالة في السينما والتلفزيون في عصر العولمة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

- 253- نشأت إدوار أديب: الثقافة السياسية للشباب الجامعي في المجتمع المصري (دراسة للروافد الرئيسية لتشكيل الثقافة السياسية)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2009.
- 254- نصر الدين لعياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1998.
- 255- نصر الدين لعياضي: وسائل الإعلام والمجتمع ظلال وأضواء، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2004.
- 256- نصير بوعلوي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر (دراسة ميدانية)، دار الهدى، الجزائر، 2005.
- 257- نوال محمد عمر: الإذاعات الإقليمية، (دراسة نظرية مقارنة)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
- 258- نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2008.
- 259- نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- 260- وضحة السويدي: تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر (برنامج مقترح)، دار الثقافة، قطر، ط1، 1989.
- 261- ويليام ريفرز وآخرون (ترجمة: أحمد طلعت البشبيشي): الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2005.
- 262- هاني إدريس: المثقف والمجتمع وإشكالية الهوية، (المثقف والمجتمع من القطيعة إلى التواصل)، سلسلة تصدر عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، بيروت، ط1، 1995.
- 263- هاني رضا رامي عمار: الرأي العام والأعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 1998.
- 264- هيربرت. أ. شيلر (ترجمة: عبد السلام رضوان) : المتلاعبون بالعقول، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، عالم المعرفة، الكويت، مارس 1999.
- 265- هشام الشرايبي: المثقفون العرب و الغرب، دار النهار للنشر، بيروت، 1971.

- 266- هند عزوز: الحتمية القيمة الإعلامية (الأهمية، المبررات، والمقتضيات)، إعداد: بوعلي نصير (قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام)، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009.
- 267- يعقوب عبد الوهاب الباحثين: رفع الحرج في الشريعة الإسلامية، مكتبة الرشد، الرياض، ط4، 2001.
- 268- يوسف القرضاوي: الخصائص العامة للإسلام، دار الشهاب، الجزائر، (د.ت).
- ثانياً- القواميس والمعاجم والموسوعات:
- 1- إبراهيم أنيس: المعجم الوسيط، دار المعارف، القاهرة، الجزء الثاني، 1973.
- 2- ابن منظور أبو الفضل جمال الدين: لسان العرب، دار العرب للنشر، بيروت، 1970.
- 3- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ط2، 1992.
- 4- بودون. ر. وبوريكوف (ترجمة: سليم حداد): المعجم النقدي لعلم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 1992.
- 5- جوردون مارشال (ترجمة: محمد الجوهري): موسوعة علم الاجتماع، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، ط1، 2000.
- 6- سعيد الصديق: المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط34، 1996.
- 7- عبد الهادي الجوهري: قاموس علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط5، 2006.
- 8- عبد الهادي الجوهري: معجم علم الاجتماع، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة، 1980.
- 9- محمد حمدان، محمد علي الكمبي وآخرون: الموسوعة الصحفية العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ج 4 (تونس - الجزائر - الجماهيرية الليبية - المغرب - موريتانيا)، 1995.
- 10- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1979.
- 11- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- 12- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، المجلد7، 2003.
- 13- مراد وهبة: المعجم الفلسفي، دار الثقافة، بيروت، ط3، 1979.
- 14- يوسف المعلوف وآخرون: المنجد في اللغة والأعلام، دار المشرق، بيروت، ط27، 1984.

- 1- إبراهيم عباسي: التلفزيون الجزائري والمجتمع (دراسة سوسيولوجية للبرامج الوطنية والمشاهد الجزائري)، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، إشراف: عبد الغني مغربي، 1992 - 1993.
- 2- أحمد فاروق رضوان: مدى الاعتماد على وسائل الاعلام العربية والدولية كمصدر للحصول على المعلومات (دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور العام وقادة الراي)، رسالة دكتوراه غير منشورة ، إشراف : صفوت محمد العالم وليلى حسين السيد ، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، 2003.
- 3- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: القيم السياسية المتضمنة في كتب الأطفال (دراسة تحليل مضمون لكتب الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات 1983/1986)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: فاروق يوسف أحمد، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- 4- إسماعيل مرازقة: الاتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية والإعلامية (ترتيب دور الجرائد اليومية المستقلة 1990-1994)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1997.
- 5- أعراب علي: التنشئة الاجتماعية والسياسية وعلاقتها بالسلوك السياسي والمشاركة السياسية للطلاب الجامعي (دراسة على عينة من طلبة جامعة بومرداس)، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، إشراف: مغربي عبد الغني ، 2002/2003.
- 6- السعيد بومعيرة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة)، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف: بلقاسم بن روان، 2005/2006.
- 7- أمل جابر صالح: دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية (دراسة في إطار نظرية فجوة المعرفة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996.
- 8- إيمان فاروق محمد الصياد: اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات والكوارث (دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: سوزان القليني، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2002.

- 9- بسيوني إبراهيم حمادة: دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات (دراسة ميدانية على صانعي القرار في مصر)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1991.
- 10- بشار عبد الرحمن أحمد مظهر: دور الراديو التلفزيوني في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمينية نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 11- بضياف سوهيلة : المدونات الإلكترونية في الجزائر (دراسة في الاستخدامات والاشباع)، ماجستير في الإعلام والاتصال ، إشراف: رحيمة عيساني، جامعة باتنة، 2009-2010.
- 12- بلقاسم بن روان: المنظومة الإعلامية وعلاقتها بالقيم (دراسة ميدانية على عينة من الجامعيين والإعلاميين الجزائري)، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف: عبد القادر شعباني، 2003-2004.
- 13- بلقيس محمد إسماعيل وهاس: القيم السياسية في مقررات التعليم الثانوي العام في الجمهورية اليمينية (دراسة تحليلية لقيم التنشئة السياسية والتربية المدنية)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، إشراف: محمد صفى الدين خربوش، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2008.
- 14- بوريشة أعمار: دور الرأي العام في تحديد التوجهات العامة للسياسة الخارجية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، فرع العلاقات الدولية، إشراف: دبش إسماعيل، جامعة الجزائر، 2002-2003.
- 15- ثروت زكي مكّي: وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية في الدول النامية (دراسة حالة للتحربة المصرية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1993.
- 16- حجّام الجمعي : المثقفون والصحافة الخاصة في الجزائر إشكالية التعبير والكتابة (دراسة لعينة من أساتذة جامعة الجزائر)، رسالة ماجستير غير منشورة ، إشراف : عبد القادر شعباني ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006-2007.
- 17- حمادة بسيوني: دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1991.
- 18- حميد خروف: التنمية والقيم الاجتماعية - الثقافية (دراسة لبعض أنماط السلوك الاجتماعي)، عمال مركب الأسمدة الفوسفاتية بعنابة، رسالة دكتوراه غير منشورة في علم اجتماع التنمية، إشراف: إسماعيل قيرة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 1997.

19- خلاف بوخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة (دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري -قسنطينة-)، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، إشراف: فضيل دليو، 2006-2007.

20- خليل عبد المنعم خليل مرعى: دراسة حول العدالة في نظام القيم السياسية الإسلامية (دراسة نموذج الخلافة الراشدة)، رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية، إشراف: حورية توفيق مجاهد ومصطفى محمود منجود، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1991.

21- دعاء أحمد محمد البنا: معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: انشراح الشال، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

22- راجح حسين فرحان بادي: دور وسائل الاعلام في تشكيل اتجاهات الصفوة اليمينية نحو العلاقات اليمينية الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: سوزان يوسف القليني، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، أكتوبر 2005.

23- رمضان بلعمري: القطاع السمعي البصري في الجزائر (إشكالات الانفتاح)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: بلقاسم بن روان، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر-3، 2011/2012.

24- رمضان بن شعبان: الديمقراطية الإلكترونية كبديل لتفعيل المشاركة السياسية (النموذج الإستوني وإسقاطه على الجزائر)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: رياض بوريش، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة منتوري -قسنطينة-، 2009/2010.

25- زعيم نجود: التدوين الإلكتروني في الجزائر - الواقع والتحديات (دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين)، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم الإعلام والاتصال، إشراف: فضيل دليو، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012.

26- زكية منزل غرابة: القيم الثقافية في الدراما المقدمة في قناة اقرأ وأثرها على الشباب الجامعي (دراسة تحليلية و ميدانية)، رسالة دكتوراه غير منشورة في الإعلام الإسلامي، إشراف: بوعلي نصير، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2009-2010.

27- زموري ليندة: القيم السياسية من منظور المفكر الجزائري محمد حمودة بن الساعي، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: منصور بلزب وديب عبد الحفيظ، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2008/2009.

- 28- زينب علي محمد علي يوسف: القيم السياسية المتضمنة في بعض النصوص المسرحية المقدمة لطفل
التعليم الأساسي (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تربية مسرحية، إشراف: كمال
الدين حسام وسهير محمد حوالة، قسم رياض الأطفال والتعليم الابتدائي، معهد الدراسات التربوية،
جامعة القاهرة، 2005.
- 29- سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في
المجتمع السعودي - دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي-، رسالة
دكتوراه في الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، إشراف: محمد
بن سعود البشر، 2006.
- 30- سهام بدبودي: استخدامات النخبة المثقفة لوسائل الإعلام بولاية عنابة، رسالة ماجستير في علوم
الإعلام والاتصال، جامعة عنابة، إشراف: العلمي بوضرسة، 2008-2009.
- 31- شايف بن علي شايف جار الله: دور المشاركة السياسية في ترقية حقوق الإنسان السياسية في
اليمن، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، إشراف: محمد سليم
قلالة، 2005-2006.
- 32- صبع عامر: دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح في الجزائر ما بين 1999-2004،
ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، إشراف: برفوق أحمد،
2007-2008.
- 33- عادل عبد الغفار فرج خليل: استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، إشراف:
حسن عماد مكاوي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاذاعة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة،
1995.
- 34- عبد النور ناجي: التنشئة السياسية في الجزائر من خلال تدريس التاريخ الوطني، رسالة ماجستير،
معهد العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، إشراف: عمار بن سلطان، 1996/1997.
- 35- عبير أبو العلا عبد الرزاق محمد علي: تقوم محتوى كتاب الفلسفة للمرحلة الثانوية في ضوء القيم
السياسية اللازمة للمجتمع المصري، رسالة ماجستير غير منشورة في التربية، إشراف: الهام عبد الحميد
فرج وشادية عبد الحليم تمام، قسم المناهج وطرق التدريس، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة،
2009.
- 36- عثمان فكري عبد الباقي: استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال (دراسة ميدانية)،
رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.

- 37- علي حسين العمار: العلاقة بين اعتماد الصحف اليمنية وترتيب أولوياتها تجاه قضايا البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، القاهرة، 2004.
- 38- عمار علي حسن: القيم السياسية في الأدب العربي الحديث (دراسة تحليلية لنصوص روائية)، إشراف: نيفين عبد المنعم مسعد، رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم السياسية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2001.
- 39- فدوى محمود الجعبري: استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية (دراسة تطبيقية على مصر وفلسطين)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: ماجي الحلواني حسين، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، يوليو 2003.
- 40- فيصل ساولي: متابعة وسائل الاعلام والمشاركة السياسية (دراسة وصفية للعلاقات الارتباطية)، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، إشراف: إبراهيم إبراهيم، 2000-2001.
- 41- لعمور وردة: قيم الزواج لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، علم الاجتماع والتنمية، إشراف: مراد زعيبي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2000-2001.
- 42- لميا رشدي البحيري: مجالات الأطفال ودورها في تنمية الانتماء للوطن لدى الأطفال المصريين (دراسة تطبيقية لمجتي "سمير" و"صندوق الدنيا" في الفترة من 1979 إلى 1989)، رسالة غير منشورة، إشراف: سامي عزيز جيد وفؤاد أحمد سليم، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1990.
- 43- ماجدة محمد عبد الباقي: دور وسائل الاعلام في التثقيف السياسي للرأي العام ومدى تنمية اتجاهاته نحو المشاركة، رسالة دكتوراه غير منشورة، إشراف: محمد سيد محمد وراجية أحمد قنديل، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2005.
- 44- محمد رضا محمد حبيب: علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري (دراسة تحليلية وميدانية)، إشراف: شريف درويش اللبان، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 45- محمد محمود عرفة: الصحافة والتنمية السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1978.
- 46- محمود محمد مصطفى عبد الله خلوف: استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحافة الإلكترونية لمتابعة الاحداث الجارية والاشباكات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: راجية أحمد قنديل، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ديسمبر 2006.
- 47- مهدي فكري بدوي العلمي: التعليم والتنشئة السياسية في الأردن (دراسة حول القيم السياسية في المقررات الدراسية في مرحلتي التعليم الإلزامي والثانوي)، رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم السياسية، إشراف: جابر سعيد عوض، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2004.

48- نبيل حسن الطهراوي: اعتماد الصفوة الفلسطينية على وسائل الاعلام أثناء الازمات، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: حسن عماد مكاوي، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، يونيو 2003.

49- نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال: دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والإشباع المتحققة لهم (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف: محمود يوسف، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.

50- هشام عطية عبد المقصود: علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الاداء الصحفي في التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1998.

52- يوسف تمار: نظرية وضع الأجندة دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2005.

رابعاً- المجالات والدوريات:

1- إبراهيم أحمد النجار: نحو دور فاعل للشباب في الحياة السياسية، مجلة الديمقراطية ، فصلية متخصصة تعني بالقضايا المعاصرة للديمقراطية ، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، السنة الثانية، ع6، القاهرة، أبريل /ربيع 2002.

2- إبراهيم بعزیز: دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع31، يوليو/ تموز 2011.

3- أحمد صابر حوحو: مبادئ ومقومات الديمقراطية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ع5، مارس 2010.

4- إدريس العلوي العبدلاوي: مفهوم القيم في الإسلام ومدى اعتمادها كمصدر من مصادر التشريع، مجلة الأكاديمية، سلسلة الدورات، الدورة الربيعية لسنة 2001 (أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر)، مطبعة المعارف الجديدة، المغرب، 2002.

5- إسماعيل زروخي: الحرية في الفكر العربي الحديث، مجلة المستقبل العربي، ع359، شهر كانون الثاني/يناير 2009.

6- السعيد بومعيزة: تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية، مجلة فصلية متخصصة في الدراسات السياسية والإعلامية ، مطبعة دار هومة، الجزائر، ع1، شتاء 2002/2001.

7- السيد البهنسي: الإتفاق والإختلاف بين وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا لدى قادة الرأي، المجلة الإجتماعية المصرية القومية، المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية، القاهرة، المجلد 33، العدد3، سبتمبر 1996.

8- الطاهر وطار: الانقلاب الثاني، الخبر الأسبوعي، الجزائر، ع 381، 2006.

9- المنصف الوناس: التلفزة وتحديات التنشئة الاجتماعية، مجلة الإذاعات العربية، ع1، 2000.

10- أمين الزاوي: رحلة المثقف الجزائري، جريدة الشروق اليومي، عدد 15 جويلية 2009.

11- إيمان فاروق محمد الصياد: اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات (دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية)، مجلة الفن الإذاعي، تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع 171، يوليو 2003.

12- إيمان محمد حسن: المنظمات غير الحكومية والتحول الديمقراطي في التحليل السياسي المعاصر، مجلة النهضة، ع4، القاهرة ، أكتوبر 2005.

13- بسام محمد أبو حشيش: دور كليات التربية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة المعلمين بمحافظات غزة، مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 14، ع1، 2010.

14- بسويوني حمادة: استخدام وسائل الاعلام والمشاركة السياسية ، سلسلة بحوث سياسية ، العدد 101، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة، 1995.

15- بشرى جميل الراوي وعبد المحسن الشافعي: إشكالية حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للمدونات الالكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، مجلة فصلية، ع11-12، جامعة بغداد، العراق، كانون الثاني -أيار 2011.

16- بشير معمريّة: التغير في ارتقاء القيم لدى مجموعات عمرية مختلفة من الجنسين، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة علمية نصف سنوية، جامعة منتوري، قسنطينة، ع15، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، جوان 2001.

17- جابر محمد عبد الموجود: اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، ع18، أكتوبر 2002.

- 18- جمال عبد العظيم أحمد: دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي (دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 2، ع1، يناير- مارس 2001.
- 19- جميل حمداوي: جدلية المثقف والسلطة، مجلة ديوان العرب، عدد ماي 2001.
- 20- حميد خروف: القيم من منظور اجتماعي (مقاربة نظرية)، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة علمية محكمة نصف سنوية، جامعة منتوري، قسنطينة، ع20، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ديسمبر 2003.
- 21- سوزان القليبي: استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة، مجلة البحوث والدراسات العربية، ع31، 1999.
- 22- سوزان يوسف القليبي: مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات (دراسة حالة على حدث الأقصر)، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ع4، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 1998.
- 23- عبد العالي رزاق: النخبة الإعلامية الجزائرية في عهد التعددية، الأحرار الثقافي، ع9، جانفي 2006.
- 24- عبد الله بوجلال: الأخبار التلفزيونية وجمهور المشاهدين، مجلة حوليات الجامعة، جامعة الجزائر، ع8، أبريل 1994.
- 25- غانم محمد صالح: مقاربة سياسية بين الشورى والديمقراطية، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع31، جويلية 2011.
- 26- صلاح الدين عرفة محمود: التوجهات القيمية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الإعدادية، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، جامعة المنيا، يناير 1994.
- 27- طه عبد العاطي نجم و أنور بن محمد الرواس: العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الاعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، دورية دولية محكمة متخصصة في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ع4، جانفي 2011.
- 28- طه ياسين ناصر الخطيب: القيم التربوية في موعظة لقمان لابنه، مجلة العلوم التربوية والنفسية، مجلة علمية محكمة فصلية، مؤسسة الأيام للصحافة والنشر والتوزيع، مملكة البحرين، المجلد 4، ع1، مارس 2003.
- 29- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: وسائل الإعلام (نشأتها..تطورها..آفاقها المستقبلية)، مجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، ع189، يناير 2008.
- 30- عبد الحليم عامر: الأبعاد العامة لدور الإعلام الإذاعي والمسموع والمرئي في تحقيق التنمية السياسية وتدعيم الممارسة الديمقراطية، مجلة الفن الإذاعي، تصدر عن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مطابع الأهرام التجارية، مصر، ع145، 1995.

- 31- عبد السلام الدولي: وسائل جمع البيانات لأغراض البحث العلمي وأساليبها، مجلة بحوث، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، ع 28، ديسمبر 1989.
- 32- عبد الله بوجللال: أثر مشاهدة التلفزيون على القيم الثقافية والاجتماعية لدى الأطفال، مجلة المعيار، دورية محكمة علمية تعنى بالدراسات الإسلامية والإنسانية، ع7، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، دار الهدى للنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، ديسمبر 2003.
- 33- عبد الله عبد التواب: دور كليات التربية في تأصيل الولاء الوطني، مجلة دراسات تربوية، القاهرة، 1993.
- 34- عبد المجيد بن مسعود: القيم الإسلامية التربوية والمجتمع المعاصر، كتاب الأمة، سلسلة دورية تصدر كل شهرين عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الدوحة، قطر، ع67، ط1، ديسمبر 1998.
- 35- علي آل موسى: الدين والثقافة بين الثابت والمتحول، مجلة الرؤى، جامعة الملك فيصل، الأحساء، ع56، 2009.
- 36- عمر الحضرمي: الشورى والديمقراطية (حوارية الموروث الديني والحدثة السياسية)، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع16، حريف 2007.
- 37- غالي شكري: إشكالية الإطار المرجعي للمثقف والسلطة، مجلة المستقبل العربي، ع114، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، أوت 1988.
- 38- فاضل حسين الخفاجي: العلاقة بين المثقف والسلطة، جريدة الصباح، بغداد، 2002.
- 39- قيس النوري: آفاق الديمقراطية والتركيب الثقافي العربي، مجلة الفكر العربي، معهد الإنماء العربي، بيروت، ع86، 1996.
- 40- كمال المنوفي: التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت (تحليل مضمون المقررات الدراسية)، مجلة السياسة الدولية، يناير 1988.
- 41- محمد الحنفي: الإسلام والماركسية (علاقة الإلتقاء والإختلاف)، مجلة الفكر السياسي، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد الكتاب العرب، دمشق، عدد21، السنة الثامنة، شتاء 2005.
- 42- محمد الرميحي: مؤسسات الفكر والرأي في العالم ونقصها عند العرب، المجلة الجزائرية للدراسات السوسولوجية، جامعة جيجل، الجزائر، العدد التجريبي، جوان 2005.
- 43- محمد الصالح رمضان: جمعية العلماء ودورها العقائدي والاجتماعي والثقافي، مجلة الثقافة، ع85، الجزائر، 1984.

44- محمد سعيد أبو عامود: الوظائف السياسية لوسائل الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، ع50، يناير-مارس 1988.

45- محمد قيراط: حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، ع(4+3)، 2003.

46- محمود يوسف: العلاقات العامة في خدمة المرشح السياسي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع2، أبريل/يوليو 2000.

47- مخلوف بوكروح: البعد الثوري للمسرح الجزائري، مجلة المصادر، المركز الوطني للدراسات والبحث في الحركة الوطنية وثورة أول نوفمبر 1954، ع8، الجزائر، 2003.

48- مسعود موسى الرضي: أثر العولمة في المواطنة، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ع19، جويلية 2008.

49- مولود سعادة: النخبة والمجتمع، تجدد الرهانات، مجلة الباحث الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، ع10، سبتمبر 2010.

50- نور الدين زمام: حول سوسيولوجية المثقف الجزائري، مجلة إضافات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد الأول، شتاء 2008.

51- وحيد بن بوعزيز: المثقف والسلطة بين النهاية والاحترافية، مجلة أفق الثقافية، الرباط، ع فيفري 2006.

52- وليد فتح الله بركات: تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد4، عدد مزدوج، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، يناير- ديسمبر 2003.

53- ياسين بوعلي: المثقفون العرب من سلطة الدولة إلى المجتمع المدني، مجلة عالم الفكر، المجلد 27، ع3، 1999.

خامسا- الوثائق:

1- الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية، دستور 1996.

2- الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية الجريدة الرسمية، قانون الإعلام 1990.

3- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم: الخطة الشاملة للثقافة العربية، تونس، ط 2، 1990.

4- الميثاق الوطني 1986، جبهة التحرير الوطني، الجزائر، 9 فبراير 1986.

- 1- إحسان حمدي العطار: المثقف والسياسة (إشكالية العلاقة بين الفكر والواقع)، الحوار المتمدن، ع 2624، فيفري 2009، www.ahewar.org في 2011/09/3.
 - 2- خالد الحروب: محمد عابد الجابري ودور المثقف الناقد، الحوار المتمدن، ع 3706، أبريل 2012، www.ahewar.org في 2012/12/9.
 - 3- عبد العزيز التميمي: النخبة المغاربية والتغيير، مجلة أقلام، مجلة فكرية سياسية، تصدر مرة كل شهرين، العدد التاسع، السنة الثانية (أكتوبر 2003)، www.alamonline.com في 15-07-2011.
 - 4- لطفي الإدريسي: الإرث الفكري الأمريكي (شارلز رايت ميلز. رالف ميلياند)، الحوار المتمدن، ع 2910، فيفري 2010، www.ahewar.org في 2012/01/12.
 - 5- محمد سبيلا: النخبة السياسية والنخبة الثقافية في مغرب ما بعد الاستقلال، مدونة محمد سبيلا، www.mohamed-sabila.com/maqal18.html في 2012/10/12.
- المراجع باللغة الأجنبية:

I. Les ouvrages :

- 1- Aarts Kees and Holli A. Semetko: The Divided Electroate (Media Use and Political Involvement), The Journal of Politics, Cambridge University Press, Vol.65, No.3, Issue .2, August 2003
- 2- Abou Selim: L'identité culturelle, relation interethnique et problèmes d'acculturation, Anthropos, Paris: 1992
- 3- Alain Bienayme : L'enseignement Supérieur et l'idée d'université, Economica, paris,1986.
- 4- Alexis S. Tan : Media use and Political Orientations of Ethnic Groups, Journalism Quarterly, Vol.60 ,No.2 , 1983, pp:126-133.
- 5- Alexis de Tocqueville: de la démocratie en Amérique. tome 2 Alger ED. ENAG. 1991
- 6- Ali Merad: Le réformisme musulman en Algérie de 1925 à 1940, essai d'histoire religieuse et sociale, les éditions El-hikma, Alger, 1999
- 7- Annick percheron : La Socialisation politique, Armand Colin Editeur, paris, 1993

- 8- Barker, chris : Television globalization and Cultural Identities, U.K (Open University Press), 1999
- 9 -Ben khadda Ben Youcef : Les origines du 1^{er} novembre 1954, édition dahlab, Alger, 1989
- 10 -Bouchama Kamel : Le FLN a-t-il jamais eu le pouvoir ? 1962-1992, éditions El Maarifa, Beyrouth
- 11 -Brahim Brahimi : Le droit à L'information, à l'épreuve du parti unique et de l'état d'urgence, SAEG Liberté, 2002
- 12 -Brahim Brahimi : le pouvoir, la presse et les intellectuels en Algérie, Paris, Harmatton, 1986
- 13 -Brahim Ghafa: L'intellectuel et révolution Algérienne, édition Houma, Alger,2001
- 14 -Busino Giovanni : Elites et élitisme, France , Puf, 1996
- 15 -Carl R.Bybee & Mark Comadena : Information Sources and State Legislators, Decision –Making Dedendency, Journal of Broadcasting, Vol.28, No.3, Summer 1984
- 16 -Carol H.Wess : What America's Leader Read, The Public Quarterly, Vol 38, Spring 1974
- 17 -Conni De Boer & Aart.Svel : Thuijsen Participation in Conversation About The News, Journal of Public Opinion Research, Vol.13, No.2, 2001
- 18 -Dan Berkowitz And David Pritchard : Political Knowledge And Communication Ressources, Journalism Quartely, Vol.66, No.3, 1989
- 19 -Daniel cornu : Journalisme et Vérité (pour une éthique de l'information), Labor et Fibre, Genève, 1994
- 20 -Daniel Riffe: Comparison of Media & Other Sources of Information for Alabama Legislators, Journalism Quarterly .Vol.65, No.1, 1988
- 21 -David Domake : Strategie Elite, The Press and Race Relation, Journal of Communication, Vol.50, No.1, 2000
- 22 -David gauntlet: rewiring media studies for the digital age, Arnold, London, 2000
- 23 -Denis. McQuail : Mass Communication Theory ,Sage Publication , London, 1987

- 24 -Dominic. L. Lasorsa : Question Order Effects in Surveys The Case of Political Interest News Attention and Knowledge , Journalism Quarterly, Vol. 80, No.3, Autumn 2003
- 25 -Douglas A.Boyed : Analysis of Mass Media Usage by Egyptian Elite Groups, Journalism Quarterly,Vol.55,no.3 ,summer,1978
- 26 -Douglas A. Boyed: AQ.Analysis of Mass Media Usage by Egyptian Elite Groups, Journalism Quartely, Vol.55, No.3, 1978.
- 27 -Daniel Cornu : Journalisme et Vérité (pour une éthique de L'information), Genève, Labor, et Fibre, 1994
- 28 -Francis Balle :Medias et Sociétés, Montchrestien ,Paris , 7emeED, 1994
- 29 -Gilles et Florence giust-Desprairies : L'école : Lieu de socialisation ? Eska ,Paris, 1999
- 30 -G.Piaton : Education et Socialisation (éléments de la psychosociologie de l'éducation), Edouard Privat, Toulouse, 1977
- 31 -Guy.Rocher : Talcott- Parsons et La Sociologie Américaine, Les Presses universitaires de France, Paris, 1972
- 32 -Jack M. Mcloed & Others : Communication, and Participation (The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation), Political Communication, Vol.16, No.3
- 33 -Jacques Leenhardt, Barbara Maj : la force des mots, le role des intellectuels, Paris, Megrelis, 1982
- 34- James R. Walker : How Media Reliance Affect Political Efficacy in the South, Journalism Quarterly, Vol.65, No.4, 1988,
- 35- Jean Maric Auby et Robert Ader : Droit de l'information, Paris, Dalloz, 1976
- 36- Jean Luc Michel :Pour une Socialisation des Moyens de communications électroniques (Le rôle des petits groupes volontaires et d'associations dans la distanciation critique et médiatique) , université de paris 7 , avril1988
- 37 -Joohan Kim & Others : News, Talk, Opinion, Participation (The Role Part Played by Conversation in Deliberative Democracy), Political Communication, Vol .16, No.4, 1999

- 38- Kwadwo Anokwa and Michael B.Salwen : Newspaper Agenda-Setting Among Elites and Non Elites in Ghana, Gazette, No.3, 1988
- 39- Malek bennabi : les grands thèmes, Alger. El-Borhane, 2005
- 40- Marta Cantijoch & Others : Exposure to Political Information in New and Old Media (Which Impact on Political Participation ?), Paper presented to Annual Meeting of the American Political Science Association , Hynes Convention Center, Boston , Massachusetts , August 28-31 ,2008
- 41- M'hammed Sabour: la société civile et l'intelligentsia (le cas Algériens, in Algérie, France Islam),L'harmattan, Paris, 1997.
- 42- Mira Sotirovic & Jack M.McLeod: Values, Communication Behavior, and Political Participation, Political Communication, Vol.18, No.3, 2001
- 43- Mohamed Arkoun: La pensée arabe, PUF, Paris: 1975
- 44- Mohemad Benissad: Economie du développement de l'Algérie, sous développement et socialisme, O.P.U, Alger: 1982
- 45- Merill (J).and Lowenstein (L): Media , Message and Men, new perspective in communication, Longman, New York, 1979
- 46- Molyneux Maxine :Women's Movements in International Perspective, Latin American and Beyond , Palgrave Institute of Latin American Studies, UK, 2001
- 47- Nelson, j: Television and Its Audiences as Dimensions of Being Critical Theory and Phenomenology, Human Studies, 1989
- 48- Nouara Hocine: Les intellectuels Algériens mythe, mouvance et anamorphose, ENAG, Alger, 2005
- 49- Pablo Halpern : Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol.44, No.4, 1994
- 50- Patrick Leconte : Communication Télévision et démocratie, 54- Presses universitaires de Lyon, Lyon, mars- avril 1993
- 51- Pierre Rosanvallon : Le Sacre du Citoyen, Histoire du suffrage universel en France, Gallimard, Paris,1992
- 52- Ray, P. Cuttort and Edity W King: Social thought, New York, 1980
- 53- Rice(R) and Atlain (C):Public Communications, 2nd Editions, Sage, London, 1989

54- Sidi Ahmed Baghli : Aspects de la politique culturelle de l'Algérie, Unesco, Paris, 1977

55- Steven H.Chaffee : Political Knowledge and The Campaign Media of 1992, Communication Research, Vol.21, No.3, Jun 1994

56- Tayeb Elmestari : Analyse sociopolitiques des intellectuels Francophones Algériens...in parcours d'intellectuels maghrébins, sous direction Aissa Kadri, Karthale, Paris : 1999

57- yochai benkler :the wealth of networks (how social production transforms markets and freedom, London , Yale university press,2006

II. Dictionnaires et Encyclopédies :

1- Dictionnaire Hachette encyclopédique, France, 1995.

2- Eguene Ehrlich Webster dictionary : Harper collions publishers, New York, 1993.

3- Le grand Larousse de la langue Française, France, 1995.

III. Les périodiques :

1- Aissa Kadri: intelligentsia et intellectuels dans le mouvement national, EL watan 24/ 02/ 2005, N° :3419.

IV. Les documents:

1- Unesco : Le développement culturel expériences régionales, publié par l'organisation des nation unies pour l'éducation, la science et la culture, Paris: 1980.

V. Les sites

1- Bernier Christiane et Laflamme Simon : Femmes, hommes et usages d'Internet (ségrégation ou différentiation ?), in Actes des travaux du Groupe de Travail "Sociologie de la communication", XVIIe Congrès des sociologues de langue 2-française, Tours. En ligne:<http://www.univ-tlse2.fr>. en 10/11/2013.

الملاحق:

- استمارة الدراسة الميدانية

- الملخص باللغة العربية

- الملخص باللغة الفرنسية

- الملخص باللغة الإنجليزية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة -3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الإتصال والعلاقات العامة

استمارة بحث بعنوان:

وسائل الإعلام والقيم السياسية لدى النخبة المثقفة في الجزائر

- دراسة ميدانية -

إشراف الأستاذ:

د. الطاهر اجعيم

إعداد الطالبة:

حدادي وليدة

ملاحظة:

- المعلومات سرية واستخدامها لغرض البحث العلمي فقط.

- توضع الإشارة (X) في مربع الإجابة المناسبة.

المحور الأول : البيانات الأولية

1- الجنس: ذكر أنثى

2- المستوى التعليمي : ليسانس ماجستير دكتوراه

المحور الثاني : عادات و أنماط ودوافع اعتماد النخبة المثقفة على وسائل الإعلام

أ- بالنسبة للصحف:

3- هل تقرأ الصحف ؟

دائماً أحيانا نادرا أبدا

4- ما الفترات التي تفضل فيها قراءة الصحف ؟

الصباحية الظهيرة المسائية الليلية غير محدد

5- ما هي الموضوعات التي تفضل قراءتها في الصحف ؟

السياسية الاقتصادية الثقافية الاجتماعية العلمية الدينية

الرياضية الترفيهية اخرى تذكر.....

6- ما الهدف من قراءتك للصحف ؟

الأخبار والإعلام التثقيف الترفيه والتسلية التوعية

أخرى تذكر.....

7- ما هي الصحف التي تفضل قراءتها ؟

الصحف اليومية الجزائرية

الصحف اليومية العربية

الصحف اليومية الأجنبية

الصحف الأسبوعية الجزائرية

الصحف الأسبوعية العربية

□ الصحف الأسبوعية الأجنبية

8- إلى أي حد ترى أن الصحافة المكتوبة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمك؟

□ إلى حد كبير □ إلى حد ما □ لا يعالجها □

ب- بالنسبة للإذاعة :

9- هل تستمع إلى الإذاعة ؟

□ دائما □ أحيانا □ نادرا □ أبدا □

10- ما الفترات التي تفضل فيها الاستماع للإذاعة ؟

□ الصباحية □ الظهرية □ المسائية □ الليلية □ غير محدد □

11- ما هي البرامج التي تفضل الاستماع إليها في الإذاعة ؟

□ البرامج السياسية □ البرامج الدينية □ البرامج الرياضية □ البرامج العلمية □
□ البرامج الفنية □ البرامج الثقافية □ البرامج الاجتماعية □ البرامج الاقتصادية □

أخرى تذكر.....

12- حدد هدف استماعك لهذه البرامج ؟

□ الأخبار والإعلام □ التثقيف □ الترفيه والتسلية □ التوعية □

أخرى تذكر.....

13- ما هي المحطات الإذاعية التي تفضل الاستماع إليها ؟

□ المحطات الإذاعية الجزائرية □ المحطات الإذاعية العربية □ المحطات الإذاعية الأجنبية □

أخرى تذكر.....

14- إلى أي حد ترى أن الإذاعة تناقش وتعالج القضايا والموضوعات التي تهمك ؟

□ إلى حد كبير □ إلى حد ما □ لا يعالجها □

ت- بالنسبة للتلفزيون:

15- هل تشاهد برامج التلفزيون ؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

16- ما الفترات التي تفضل فيها مشاهدة برامج التلفزيون ؟

الصباحية الظهرية المسائية الليلية غير محدد

17- ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في التلفزيون ؟

البرامج السياسية البرامج الدينية البرامج الرياضية البرامج العلمية
برامج الخيال "افلام-مسلسلات" البرامج الثقافية البرامج الاجتماعية

أخرى تذكر.....

18- حدد هدف مشاهدتك لهذه البرامج ؟

الأخبار والإعلام التثقيف الترفيه والتسلية التوعية أخرى تذكر.....

19- ما هي القنوات التلفزيونية التي تشاهدها ؟

القنوات التلفزيونية الجزائرية القنوات الفضائية العربية القنوات الفضائية الأجنبية

20- إلى أي حد ترى أن التلفزيون يناقش ويعالج القضايا والموضوعات التي تهمك؟

إلى حد كبير إلى حد ما لا يعالجها

ث- بالنسبة للإنترنت:

21- هل تستخدم الإنترنت ؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

22- ما هي الفترات التي تفضل استخدامها للإنترنت؟

الفترة الصباحية فترة الظهرية الفترة المسائية الفترة الليلية

23- ما نوع المواقع التي تفضل تصفحها ؟

المواقع العربية المواقع الأجنبية الاثنين معا

24- ما هي دوافع استخدامك للانترنت؟

- معرفة الأخبار المحلية معرفة الأخبار الدولية اكتساب معارف ومهارات جديدة
- البحث عن فرص عمل المتعة والترفيه المشاركة والتعبير عن آرائك
- إقامة علاقات اجتماعية افتراضية الشراء والتسوق البحث العلمي
- مواكبة التطور التكنولوجي الحوارات والمناقشات العلمية مع المتخصصين
- الاطلاع على المعلومات في كل المجالات أخرى تذكر.....

25- ما طبيعة المواقع التي تزورها في استخدامك للانترنت؟

- مواقع إخبارية مواقع ثقافية مواقع دينية مواقع صحف الكترونية
- مواقع علمية مواقع المحطات الإذاعية مواقع مجلات الكترونية
- مواقع وكالات الأنباء مواقع القنوات التلفزيونية الموضوعات الاقتصادية وأخبار البورصة
- المواضيع الاجتماعية والأسرية مواقع ترفيهية (الألعاب)
- أخرى تذكر.....

26- ما هي أشكال التفاعلية التي شاركت من خلالها على الانترنت؟

- خدمة البريد الإلكتروني (EMAIL) خدمة الاستفتاءات واستطلاع الرأي
- خدمة القوائم البريدية المشاركة في غرف الحوار (CHAT ROOM) التدوين
- خدمة المراسل (MASSENGER)
- خدمات تفاعلية أخرى أذكرها.....

27- في رأيك ما هي المميزات التي تتمتع بها الانترنت؟

- التفاعلية الآنية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث
- حرية التعبير وإبداء الرأي الاطلاع على تحليل لا تقدمها وسائل الإعلام الأخرى
- سهولة التواصل مع الآخرين سهولة الحصول على المعلومات
- المصداقية الموضوعية الاطلاع على مختلف وجهات النظر

تحقيق الذات وتعزيز الثقة بالنفس أخرى تذكر.....

28- في رأيك ما هي عيوب الانترنت؟

تضييع الوقت مكلفة ظهور مواقع إباحية بشكل مفاجئ

إضعاف الاتصال الاجتماعي وسيلة خطيرة على قيم الأفراد وأخلاقهم

ضعف المصدقية والموضوعية عدم وجود قوانين تنظم آلية العمل والاستخدام

زيادة الرقابة عدم توفر الحماية اللازمة لتأمين سلامة نقل المعلومات من القرصنة

أخرى تذكر.....

المحور الثالث - مساهمة النخبة المثقفة في مضامين وسائل الإعلام:

29- ما هي الوسيلة التي تفضل الاعتماد عليها أكثر لإيصال أفكارك من بين وسائل الإعلام؟ (رقمها

حسب أهميتها بالنسبة لك)

الصحف الإذاعة التلفزيون المجلات
الانترنت الكتاب أخرى تذكر.....

30- ما هي الاعتبارات التي تجعلك تفضل وسيلة دون أخرى؟

أ - من حيث الشكل (شكل الوسيلة الإعلامية):

الجاذبية سهولة الحفظ والاسترجاع سهولة الاستخدام الشيع
استخدام الوسائط المتعددة (صور، صوت، مؤثرات) أخرى تذكر.....

ب- من حيث المضمون (مضمون الوسيلة الإعلامية):

المصدقية الدقة والموضوعية حرية الإعلام العمق والشمول التفاعلية

الآنية والسرعة في التغطية الإعلامية الجودة في المضامين الإعلامية

أخرى تذكر.....

31- هل عبرت عن كل آرائك ومواقفك وبكل حرية؟

نعم لا أحيانا

32- إذا كانت الإجابة بلا، لماذا ؟

- الرقابة الذاتية بسبب الخوف من السلطة

- غياب القنوات الاتصالية المستوعبة للخطاب النقدي

- لأن أفكارك لا تستوعبها الجماهير العريضة

أخرى تذكر.....

33- هل تشارك في مناقشة المضامين الإعلامية مع القائمين عليها ؟

نعم لا

- في حالة الإجابة بنعم :

أ- ما هي هذه الوسائل الإعلامية ؟.....

ب- ما طبيعة هذه المناقشة ؟

سؤال مداخلة مقال حوار مقابلة تنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي

التدوين إنشاء موقع خاص أخرى تذكر.....

34- هل تفضل الظهور في وسائل الإعلام ؟

نعم لا

35- برر الإجابة في كلتا الحالتين:

36 - هل تشارك في حوارات ومناقشات حول المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام ؟

نعم لا

37- إذا كانت الإجابة بنعم، مع من تناقشها؟

الأصدقاء زملاء العمل أفراد الأسرة

المختصون أخرى تذكر.....

المحور الرابع- أثر الاعتماد على وسائل الإعلام على القيم السياسية لدى النخبة المثقفة:

38- هل تعتمد على وسائل الإعلام في فهم قضايا سياسية غير واضحة لديك ؟

غالبا أحيانا مطلقا

39- هل تحفزك متابعة وسائل الإعلام على:

- الاهتمام ببيئتك السياسية المشاركة الفعلية في القضايا المطروحة
- إيجاد الحلول للمشكلات الفعلية للمواطن الانضمام لتنظيمات سياسية
- الاطلاع المستمر على برامج ومشاريع الهيئات الرسمية توعية المواطنين
- أخرى تذكر.....

40- هل تعتقد أن دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية للأفراد؟

مهم جدا مهم قليل الأهمية غير مهم

41- حدد مدى موافقتك على كل عبارة من العبارات التالية ذات العلاقة بالاعتماد على وسائل الإعلام:

- تساهم وسائل الإعلام في إثراء حرية التعبير ودعم التعددية.

موافق محايد غير موافق

- تساهم وسائل الإعلام في دعم إشراك المواطن في اتخاذ القرارات.

موافق محايد غير موافق

- تقوم وسائل الإعلام بتمرير الرسائل وخطابات النخبة المثقفة بعدالة للدفاع عن مواقفها وأفكارها.

موافق محايد غير موافق

- وسائل الإعلام لا تقتصر على وجهة نظر واحدة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر.

موافق محايد غير موافق

- وسائل الإعلام تساهم في تغيير الأنظمة السياسية.

موافق محايد غير موافق

- وسائل الإعلام تسهم في شرح وتفسير ومتابعة انشغالات واهتمامات الجماهير.

موافق محايد غير موافق

- وسائل الإعلام تهتم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية.

موافق محايد غير موافق

- وسائل الإعلام لا تتيح الفرصة كاملة للنخبة المثقفة للتعبير عن آرائها وانتقاداتها.

موافق محايد غير موافق

- هناك تحيز في طرح ومعالجة القضايا التي تتناقض مع الخط الافتتاحي لوسائل الإعلام.

موافق محايد غير موافق

- تستهدف وسائل الإعلام عادة الربح على حساب نشر الأفكار.

موافق محايد غير موافق

42- هل ترى أن استخدامك لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدك على الارتباط بالقيم التالية؟

الرقم	المقياس القيمة	موافق 3	محايد 2	غير موافق 1
1	المساواة			
2	الحرية			
3	الديمقراطية			
4	المشاركة السياسية			
5	المواطنة			
6	الانتماء والولاء الوطني			
7	الأمن			
8	قيم أخرى أذكرها			

تتصدر وسائل الإعلام في العصر الحالي أدوات التنشئة، في تشكيل القيم والاتجاهات السياسية، وتحقيق التحول الفكري والاجتماعي، من خلال تدعيم بعض الأفكار السياسية أو التركيز على أحداث وشخصيات ومواقف وقيم سياسية معينة، لجذب الاهتمام إليها كمرحلة أولى للمشاركة في العملية السياسية. حيث استطاعت أن تصل إلى عدد كبير من الأفراد المتلقين والمنتشرين في أماكن بعيدة ومتعددة بفضل التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي وسعت من نطاق استخدامها وجعلتها تتمتع بقدرة كبيرة في الاستيلاء على عقول الناس والتأثير على آرائهم إزاء مختلف القضايا، وأتاحت آلية سهلة وبسيطة للمشاركة في عمليات صنع القرار والمشاركة في صياغة السياسات، وبلورة الرأي العام وتشكيل اتجاهاته وترسيخ قيم الانتماء والمواطنة والتكافل الاجتماعي، بما يدعم الممارسة الديمقراطية، من خلال تضاعف عدد المنافذ والفضاءات الإعلامية، التي أتاحت الفرصة للمشاركة والمساهمة في تفسير وشرح المواضيع والمضامين الإعلامية، باتجاه مزيد من الحرية والتعددية.

وقد أصبح توجه الفرد لوسائل الإعلام من السمات البارزة في عصر المعلومات، لتلبية الحاجيات المستمرة للمعلومات، التي سهلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من إمكانية الحصول عليها بسرعة ودقة وجدية وصراحة وشرح وافي للموقف من أجل تكوين المعرفة التامة والفهم الكامل للأحداث المتلاحقة، وحرية في تلقي المعلومات من المصادر التي يختارونها بعيدا عن وظائف المنع والرقابة التي تمارسها الحكومات بهدف التعتيم الإعلامي.

وتعتبر النخبة المثقفة من أكثر الفئات اعتمادا على وسائل الإعلام، التي تتميز بقدرتها على تكوين البناء المعرفي وتشكيل الإدراك للقضايا المختلفة لديها، ما يؤدي إلى تكوين الاهتمام الذي يعد عاملا هاما في تكوين اتجاهاتها الفكرية وسلوكياتها ومواقفها السياسية والاجتماعية، من أجل إشراكها في ديناميات التغيير والتنمية الشاملة. كما تعتبر النخبة المثقفة عماد التنشئة السياسية، فهي تمثل أهم مصادر الأخبار والمعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام من خلال الفضاءات التعبيرية المتاحة للنقد والجدل والنقاش السياسي لتحليل وتفسير القضايا المختلفة في المجتمع. لذلك يمكن النظر إلى العلاقة بين النخبة المثقفة ووسائل الإعلام على أنها علاقة متداخلة تقوم على الاعتماد المتبادل.

فوسائل الإعلام تعتمد على أفراد النخبة المثقفة باختلاف توجهاتهم ووجهات نظرهم كمنتجين للأفكار وأنماط السلوك والتعبير، وهذا ما يؤهلهم لأن يكونوا قادة رأي يساهمون في قيادة الجماهير وتشكيل الرأي العام في كل المجتمعات، خاصة في ظل تزايد اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة، بالاعتماد على ما تقدمه

النخبة المثقفة من تحليلات وأفكار ورؤى، تساهم في تنوير الرأي العام، وتفعيل الحوار الديمقراطي وحرية التعبير، من خلال مختلف أشكال التفاعلية المتاحة، ما يؤثر في بناء منظومة القيم كعنصر رئيسي في تشكيل ثقافة المجتمع.

وعلى هذا الأساس تأتي هذه الدراسة للكشف عن طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل القيم السياسية لدى جمهور النخبة المثقفة. وذلك من خلال عينة بحث قوامها 300 مفردة، تشمل فئات النخبة الأكاديمية والمتخصصة والمبدعة موزعة بين كل من ولايات عنابة وورقلة وسطيف والجزائر.

- Résumé :

Parmi les médias de notre époque, les outils de socialisation occupent une place prépondérante pour le rôle qu'ils jouent dans la formation des valeurs et des tendances politiques, la transformation intellectuelle et sociale à travers le renforcement de certaines idées politiques ou la focalisation sur certains événements et sur certaines personnalités, ou autres attitudes et valeurs politiques afin d'attirer l'attention sur elles comme première étape dans la participation au processus politique.

En effet, les outils de socialisation ont pu toucher un grand nombre de personnes se trouvant à des endroits divers et éloignés grâce au développement technologique qui a élargi leur champ d'utilisation et les a doté d'une grande capacité de d'influence sur l'esprit des gens et leurs opinions sur diverses questions. De plus ces outils ont fourni un mécanisme simple et facile de participation au processus de prise de décision, de formulation des politiques, d'influence sur l'opinion publique et ses tendances, de consolidation des valeurs d'appartenance, de citoyenneté et de solidarité sociale, y compris le soutien de la pratique démocratique, et ce en multipliant le nombre de supports et d'espaces médiatiques qui fournissent l'occasion de participer et de contribuer à l'interprétation et l'explication de sujets et des contenus des médias, pour une plus grande liberté et plus de pluralisme.

Le recours de l'individu aux médias est devenu, à l'ère de l'information, une caractéristique prépondérante pour répondre au besoin incessant d'information. La technologie de l'information et de la communication a rendu l'accès à l'information rapide, précis, fiable avec une explication exhaustive de la position afin d'avoir pleine connaissance et une compréhension complète des événements successifs tout en ayant la possibilité de choisir les sources d'informations loin de toute contraintes ou censures imposées par les organes de contrôle des gouvernements dans le but d'imposer un black-out médiatique.

L'élite intellectuelle est la frange qui utilise le plus les médias. Cette élite se caractérise par sa capacité d'assimilation cognitive et sa perception des différentes questions, ce qui conduit à l'éveil de l'intérêt qui constitue un facteur important dans la formation de la tendance de cette élite, ses comportements, et ses positions politiques et sociales afin de l'associer à la dynamique de changement et de développement global.

L'élite intellectuelle est aussi considérée comme la base de toute socialisation politique. Elle représente la principale source d'information pour les médias par le biais des espaces disponibles d'expression, de critique, de controverse et de débat politiques pour l'analyse et l'interprétation des différentes questions relatives à la société. Par conséquent, la relation entre l'élite intellectuelle et les médias peut être considérée comme une relation très étroite fondée sur la dépendance mutuelle.

Les médias comptent sur les membres de l'élite intellectuelle avec toutes leurs tendances et divergences d'opinion, et comme génératrice d'idées et modèle de comportement et d'expression, ce qui leur permet d'être des leaders de masses, et des faiseurs d'opinion publique dans toutes les sociétés, en particulier au vu de la dépendance des individus des médias comme principale source pour obtenir des informations sur les événements et les questions d'actualité, ainsi que la dépendance des analyses, idées et visions qu'offre l'élite et qui contribuent à éclairer l'opinion publique, stimuler le débat démocratique et la liberté d'expression par les différentes formes d'interaction disponibles, ce qui affecte la construction du système de valeurs comme un élément clé dans la formation de la culture de la société.

Partant de là, cette étude vient révéler la nature du rôle joué par les médias dans le façonnement des valeurs politiques chez l'élite intellectuelle par l'étude d'un échantillon de la population constitué de 300 sujets appartenant à l'élite universitaire, spécialisée et novatrice, répartie entre les wilayas de Annaba, Sétif, Ouargla, et Alger.

- Summary:

Among the media of our time, tools of socialization are prominent for their role in the formation of values and of political, intellectual and social transformation through the enhancement of certain political ideas or focalization on certain events and certain personalities, or other political attitudes and values in order to attract attention to themselves as the first step in participating in the political process.

Indeed, socialization tools were able to reach a large number of persons in various and distant areas through technology development that expanded their use and has a great ability to influence the people's minds and their opinions on various issues. Moreover, these tools have provided a simple and easy mechanism for participation in decision making, policy formulation, influence on public opinion and trends, consolidation of the sense of belonging, citizenship and social solidarity, including support of democratic practice, and by multiplying the number of media that provide the opportunity to participate and contribute to the interpretation and explanation of topics and media content, for greater freedom and pluralism.

The individual's use of the media has become in the age of information, a prominent feature to meet the constant need of information. Information technology and communication have made access to information fast, accurate, reliable with a full explanation of the position to have full knowledge and complete understanding of the successive events while at the same time, having the possibility to choose sources of information away from constraints imposed by censorship or control by bodies of governments in order to impose a news blackout.

The intellectual elite constitute the largest number of the media users. This elite is characterized by their cognitive assimilation ability and perception of different questions, which leads to the awakening of interest as an important factor in the formation of the tendency of this elite, their behavior, their political and social stance in order to associate them to the dynamics of change and overall development. The intellectual elite are also considered as the basis of political socialization. They represent the main source of information for the media through the available spaces of expression, criticism, controversy and political debate for the analysis and interpretation of various issues relating to society. Therefore, the relationship between the intellectual

elite and the media can be seen as an inter-related relationship based on mutual dependence.

The media rely on are members of the intellectual elite with all their trends and differences of opinion, as ideas generators and a behavioral and expression model, which allows them to be leaders of the masses, and spublic opinion makers in all societies, especially in view of the dependence of individuals on media as the primary source for information on events and issues, and dependence on analyzes, ideas and visions offered by the elite which thus contribute to enlighten public opinion, stimulate democratic debate and freedom of expression by the various available forms of interaction, which affects the construction of the value system as a key element in shaping the culture of the society.

Based on this, this study is has revealed the nature of the role played by the media in shaping political values among the intellectual elite in the study of a sample a population consisting of 300 participants belonging to the academic, specialized, and innovative elite, from the provinces of Annaba, Sétif, Ouargla, and Algiers.

