



الإذاعة والمشاركة السياسية Radio and Political Participation

شعشوعة علي*

جامعة ابراهيم سلطان شيبوط الجزائر 3 ، ali.chachoua@univ-saida.dz

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/05/02

تاريخ الاستلام: 2023/02/06

DOI: 10.53284/2120-010-004-030

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى الإجابة عن تساؤلات عديدة متعلقة بالاتصال السياسي في الإذاعة نظرا لما تكتسيه السياسة من أهمية في أجندة وسائل الإعلام كونها تبث وتنشر ما يتعلق باهتمامات الجماهير، واستعنا بذلك بمجموعة من المراجع المتعلقة بالاتصال السياسي والإذاعة خاصة تلك التي تبرز أهمية هذه الأخيرة في المشاركة السياسية، كما حاولنا معرفة مختلف المؤشرات التي تؤكد من وجهة نظر بعض الباحثين في المجال الإعلامي والسياسي، تؤكد على أهمية المواضيع السياسية في الإذاعة وإبراز دورها كوسيلة جماهيرية تبث محتوى إعلامي عبر برامجها التي تساهم في تدعيم السلوك الديمقراطي

كلمات مفتاحية: الاتصال، الاتصال السياسي، الإذاعة، المشاركة السياسية، البرامج السياسية.

Abstract:

This article aims to answer many questions related to political communication on the radio due to the importance of politics in the media agenda as it broadcasts and disseminates about the interests of the public political communication and radio, especially those highlighting the latter's importance in political participation, We also tried to find out the various indicators that confirm from the point of view of some researchers in the media and political field program, emphasizing the importance of political themes in radio and highlighting its role as a mass medium for broadcasting information content through its program that contribute to the consolidation of democratic behavior.

Keywords: Communication, political communication, radio, political participation, political programs.



مقدمة:

شهد المجال السياسي تطوراً وتحركات سياسية جماهيرية دفعت الدول والحكومات والأحزاب السياسية للجوء إلى مختلف الأساليب والأدوات الإعلامية والاتصالية من أجل تحقيق غاياتها وأهدافها السياسية وتعميق مبادئها والترويج لإيديولوجياتها المتعددة. وقد تمخض عن هذا التزاوج بين السياسة والإعلام نمط جديد من أنماط الإعلام وهو ما يعرف بمفهوم الاتصال السياسي، والذي تباينت تعريفاته بتعدد اجتهادات علماء السياسة والإعلام باختلاف المواضيع التي يعالجها، هذه الأخيرة وإن اختلفت يبقى الباحثون في المجال السياسي يرون أن الوظائف والأدوار المهمة التي توليها هذه الوسائل الجماهيرية تتلقى اهتماماً واسعاً نظراً للرسائل والمضامين التي تهدف إلى التثقيف السياسي والتجديد السياسي بالشكل الإعلامي المناسب ومن خلال القنوات الإعلامية المناسبة (صحف، إذاعة و تلفزيون)، وهنا نلاحظ العلاقة الطردية بين أهمية القضايا السياسية وكثافة معالجتها في وسائل الإعلام حيث يظهر السياسيون من خلال هذه الوسائل تفاعلهم وتأثيرهم في هذه القضايا التي تهم جماهير عريضة.

وتعتبر الإذاعة من بين الوسائل الإعلامية الهامة التي تهتم بالقضايا السياسية نظراً لخصوصيتها الاتصالية وانتشارها لدى الجماهير حيث تسعى هذه الوسيلة الإخبارية من خلال برامجها إلى بث الأخبار والتحليلات السياسية والاقتصادية التي تغطي أغلب اهتمامات وحاجات المجتمع من حيث المعرفة وربط المواطن بشؤون وطنه ودوائر انتماءاته المختلفة وبما يسهم في تنمية الوعي السياسي والاقتصادي لدى الجماهير، فهي بذلك تشكل جزءاً هاماً من المشهد الإعلامي الذي تصنعه مختلف وسائل الإعلام كالقنوات التلفزيونية، الصحف ووكالات الأنباء والمواقع الإخبارية التي انتشرت مؤخراً بشكل كبير على شبكة الإنترنت.

انطلاقاً من الدور الإعلامي للإذاعة المسموعة خاصة خلال الفترات التي تعرف نشاطاً سياسياً مكثفاً كالحملات الانتخابية لمختلف المحطات لانتخاب رئيس الجمهورية أو المجالس المحلية والوطنية أو حتى تعديل الدستور، فإن دراستنا ستسعى للتطرق إلى كيفية مساهمة الإذاعة في نشر الوعي السياسي لدى المواطنين للانخراط في العملية السياسية سواء كمرشحين لتولى المناصب السياسية التي تسير الشأن العام للوطن وتسعى القوانين التي تنظم مختلف جوانب الحياة للمواطن أو كناخبين لاختيار من يرونهم مناسبين لهذه المناصب السياسية، وعليه فإن إشكالية الدراسة يتضمنها السؤال التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه الإذاعة في المشاركة السياسية للمواطن؟

وللإجابة عن التساؤلات المطروحة ضمن هذه الإشكالية سنقوم بدراسة المحاور التالية:

المحور الأول: الاتصال السياسي والمشاركة السياسية.

المحور الثاني: الإذاعة والبرامج السياسية.

المحور الثالث: دور الإذاعة في المشاركة السياسية.

إن العالم المعاصر لم يعد يقبل أن ينظر إلى السياسة على أنها أمور تبتعد عن اهتمامات الشعب، ومطالب الجماهير إذ غيرت الابتكارات في مجال تكنولوجيا الاتصالات بالإضافة إلى العولمة الزاحفة طبيعة وسائل الإعلام العالمية وأدت إلى انتشار المعلومات (الهاشي، 2008، ص: 61) الأمر الذي جعل السياسيين يهتمون أكثر بوسائل الإعلام التقليدية من بينها



الإذاعة ، لتبرز مفاهيم جديدة نتجت عن التزاوج بين الإعلام والسياسة من بينها الاتصال السياسي، المشاركة السياسية والوعي السياسي وغيرها والتي أثرت المجال المفاهيمي للإعلام والاتصال وحفزت عملية البحث فيه، حيث نجد فقط في مجال الاتصال السياسي من الدراسات الكثيرة التي حاولت إيجاد العلاقة المتزايدة بين الإعلام والسياسة وأرادت أن تؤكد نظريات عديدة يؤمن القائلون بها أن السياسة لا يمكن أن تستغني عن وسائل الإعلام أساسا.

المحور الأول: الاتصال السياسي والمشاركة السياسية

يتعرض المواطن في المجتمعات المعاصرة اليوم، لفقرات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحملها إليه مختلف قنوات الاتصال الجماهيري، بحيث لا يكاد يمر يوم دون أن تظهر هذه المضامين السياسية في التلفزيون والصحف والمجلات وموجات الإذاعة . فضلا عن ذلك فإن التصرفات ومظاهر السلوك السياسي ذات طابع اتصالي في الأساس، أو على حد تعبير "ريتشارد فاجن " فإن " كل سلوك سياسي يتضمن نشاطا اتصاليا من نوع ما" (رشا، 2015، ص:79)

الاتصال السياسي :

الاتصال السياسي هو بمثابة حوار اجتماعي مستمر بشأن الشؤون العامة كمنظمات المجتمع المدني، التعليم، الفقر، الرفاهية، الضرائب، وغيرها ويعالج السياسة بوصفها عملية ثقافية، مؤكدا على أهمية الاختيارات اللغوية وتأثيرها على كيفية تحديد وتعريف الموضوعات وتشكيل السياسة العامة. وتأثير التعبيرات الجذابة والأساطير الاجتماعية واستخدام الاستعارة والمجازيات على العملية الديمقراطية ، ويؤكد الاتصال السياسي في النهاية على المهارات الاتصالية والقدرة على الفهم بوصفها أمورا ضرورية للمواطنين كي يقوموا بدور نشط في العملية الديمقراطية (محمد ، 2007 ، ص: 46).

فقد جاء تعريف احدهم له بأنه عملية نقل للرسالة بهدف التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع ، في حين اعتبره آخر أنه نشاط سياسي موجه يقوم به السياسيون أو الإعلاميون أو عامة الناس يعكس أهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية ، والتأثير في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال. وجاء آخر وعرف الإعلام السياسي بأنه عملية اتصالية بين طرفين هما القائم بالاتصال ومتلقي الاتصال، من أجل تحقيق هدف سياسي.

وقد عرف بليك وهاردسون الاتصال السياسي بأنه " الاتصال المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحياة السياسية أو الوجود السياسي بصفة عامة" فيما عرفه ساكدسون على أنه "عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع" (محمد ب، 1997، ص:16).

ولفهم العلاقة الوطيدة بين وسائل الإعلام والنشاط السياسي عرض لنا الدكتور محمد مصالحة مجموعة من المظاهر المعبرة عن الارتباط بين وسائل الاتصال ورجال السياسة وهي:

أولا – المعرفة : يلجأ القائمون على السياسة الخارجية إلى وسائل الاتصال بأشكالها للحصول على معلومات حول الأحداث الدولية وردود فعل الفاعلين في المجال الدولي على تلك الأحداث مع أنهم يملكون قنوات رسمية للحصول على بعض المعلومات، فوسائل الاتصال لها قدرة أوسع على جمع المعلومات ونشرها أكثر من وسائل الاتصال الخاصة بالحكومات.

ثانيا- التقييم : فوسائل الاتصال المختلفة تمكن السياسيين من تقييم الأحداث واستيعاء الأفكار من الآراء التي يطرحها المحللون العاملون في تلك الوسائل.



ثالثا- الأهمية : فبناء على ما تركز عليه وسائل الاتصال وما تتجاهله يستطيع رجل السياسة تحديد الحدث المهم والاهتمام به وإغفال الأحداث غير المهمة. ومن هنا يمارس الرأي العام ضغطه على القائمين على السياسة ، لأن تركيز وسائل الاتصال على حدث دون غيره يجعل الرأي العام يهتم بذلك الحدث.

رابعا- الرأي العام : فوسائل الاتصال تعتبر مقياسا يوضح اتجاهات الرأي العام السائدة، حيث يطلع القارئون على السياسة من خلال المقالات الصحفية والتعليقات على شرائح وطبقات الرأي المختلفة (مهملي، 2016، ص:135). ومما يتفق عليه الباحثون في مجال الإعلام والاتصال أن نظرية وضع الأجندة هي أكثر النظريات الحديثة صلة بالاتصال السياسي وهو ما نراه في الأنظمة السياسية الديمقراطية التي تجعل وسائل الإعلام شريكا في صنع القرار المحلي والوطني من خلال منحها حرية في معالجة قضايا المجتمع المختلفة.

وإذا حللنا العملية الاتصالية من وجهة نظر سياسية نجد أن السلوك (ترشح أم انتخاب) هو نتاج معرفة الناخب المسبقة عن العملية الانتخابية التي تلقاها من وسائل الإعلام المختلفة ، فبعد أن تشكلت لديه تصورات معينة عن هذا المترشح أو ذاك ، هذا البرنامج الانتخابي أو ذاك يتوجه إلى صندوق الاقتراع ليعبر عن هذا الاقتناع من خلال التصويت وبذلك يكون المترشح قد حقق رغبته السياسية التي كانت مجرد فكرة للترشح قبل تعرضه لوسائل الإعلام التي منحتة معرفة عن الوضع السياسي الذي شارك فيه وهنا نكون أمام ظاهرة سياسية تعرف بالمشاركة السياسية.

المشاركة السياسية:

يثير مفهوم المشاركة السياسية أسئلة كثيرة تتعلق أساسا بالسلوك الإنساني ، فهل تتعلق المشاركة السياسية بالسلوك أم المعرفة السياسية والاتجاهات أم تتجاوز ذلك لتصل الإضراب والشغب والعنف ، فقد يرى بعض الباحثين أن الرفض القوي لأي مشروع أو برنامج أو رأي سياسي يعتبر مشاركة سياسية لأن الرفض هو في الحقيقة رأي سياسي، فيما يرى آخرون أن المشاركة السياسية لا تكون إلا من خلال وسائل الإعلام والصناديق. وهو ما يراه "الكوك" (Elcok 1997) في أنها من أهم خصائص المواطن الصالح في المجتمع الديمقراطي (سعاد، 2012) المتمثلة فيما يلي:

- يجب أن يعرف قدر معين من المعلومات حول الأحداث.
 - أن يعتقد أنه يؤثر في الأحداث السياسية.
 - يستطيع المساهمة في تكوين علاقات سياسية مع الهيئات التنفيذية التي تسعى لتطبيق السياسة الوطنية.
- وهنا نذكر أن للمشاركة السياسية عدة دوافع باعتبارها سلوك إنساني ديمقراطي يقسمها فيليب برو إلى 3 مستويات:
- المستوى الأول: تمثل في الرغبة في الانتماء الاجتماعي، حيث يشعر الفرد بالارتباط، عندما يحس بأن صوته قد انظم إلى أصوات الملايين من الناس بهدف إحداث تأثير معين - . المستوى الثاني: رغبة الفرد في المشاركة التي تظهر من خلال بحثه عن الحماية ضد ظروف الحياة وأزماتها.

- المستوى الثالث: تمثل في رغبة الفرد في المشاركة من أجل التحرر من المشاعر العدوانية المكبوتة (سعاد، 2012).

وقد يلجأ المواطن للمشاركة السياسية بغية إحداث التغيير السلمي للواقع السياسي ، الاقتصادي والاجتماعي لمجتمعه أو تدعيم الوضع وتحسينه إن كان راضيا به محققا بذلك رغبة التقدير من الآخرين والمصلحة ، ويتجلى ذلك من خلال بعض الممارسات السياسية التي يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام حسب أهميتها وتأثيرها في المشهد السياسي :



- مشاهدة ومتابعة الأحداث السياسية عند بعد والاكتفاء بالحديث عنها وتحليلها في نقاشات يومية.
- الإسهام في إنجاح العمليات السياسية دون الانتماء سياسيا لحزب معين من خلال التركيز على العملية باعتبارها سلوكا حضريا وجب دعمه في المجتمع.

- المشاركة القوية ضمن حزب معين أو تكتل حزبي يدافع عن برنامج خاص يهدف إلى تحقيق التنمية في المجتمع. ويرتبط مفهوم المشاركة السياسية بمفاهيم كالتنشئة السياسية والثقافة السياسية فروبن Rubin قدم مفهوما شاملا للتنشئة السياسية وهو " التنشئة السياسية هي عملية تطورية من خلال وسائل اجتماعية متعددة يكتسب بها الفرد معلومات ويكون بها مواقف تمكنه من فهم الأشخاص والمؤسسات والأشياء الأخرى في البيئة السياسية (محمد ب، 1997، ص:166) ، والملاحظ أن مفهوم التنشئة السياسية هذا كغيره من المفاهيم لم يربط بالوسائل والآليات (اجابة سؤال كيف؟) بل أرتبط بالمضمون فقط (إجابة عن سؤال ماذا؟) فالحقيقة التي تؤكد أن للتنشئة السياسية دور هام هي أن المعرفة فيها تنتج من الأسرة ، المدرسة ووسائل الإعلام.

أما المفهوم الثاني هو الثقافة السياسية فهي عبارة عن توجهات وآراء ومعتقدات مبنية على عناصر وتراكيب تتحدد من خلال النظام الحاكم ومكونات المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدين. وهي بدورها قادرة على تحليل وتفسير كيفية التفاعل بين المكونات المذكورة ومدى تأثيرها على المعرفة والإدراك وممارسة السلوك السياسي (عدي، 2019).

وقد كان للعالم الأمريكي "غابرييل الموند" Almond Gabriel السبق في تقديم تعريف سنة 1956 حيث قال بأنها عبارة عن " مجموعة التوجهات السياسية والاتجاهات والأنماط السلوكية التي يحملها الفرد تجاه النظام السياسي ومكوناته ، وتجاه دوره كفرد في النظام السياسي " (مرزوقي، وصحراوي ، 2016 ، ص:140).

المحور الثاني : الإذاعة والبرامج السياسية

الإذاعة:

لعبت الإذاعة ولا زالت دورا مهما في الدعاية السياسية حيث ومنذ بداية القرن الماضي خاصة قبل انتشار التلفزيون كانت تمرر أغلب الرسائل الإعلامية لتوجيه الرأي العام وكانت تستعمل في الحرين العالميتين كوسيلة دعائية بامتياز نظرا لوصولها إلى أكبر قدر من الجماهير وإلى أكثر الناس أمية لسهولة وبساطة اللغة المستعملة في تحرير مضامينها، حيث يعرفها " عبد العزيز شرف "على أنها " عبارة عن تنظيم مهيكّل في شكل وظائف و أدوار، تقوم على بث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي والثقافي والإعلامي، وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناسخ يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة مناسبة "(رفعت، ص:5). وهنا يمكن القول أن الإذاعة لها جانبان : المحتوى والتقنية ، المحتوى هو ما ينتج من مادة إعلامية صوتية لإرسالها عبر تقنية محددة وأجهزة خاصة.

وفي المعجم الإعلامي تعرف على أنها "البث المنظم والنشر للأخبار والبرامج والأغاني والتمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام واستقبال ذلك جماهيريا وعاما بواسطة أجهزة استقبال راديو" (محمد ج.، 2006، ص:16).

عملت الإذاعة منذ بداياتها الأولى على محاولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير لتحقيق أهدافها المتمثلة في:

- 1- شرح السياسات الداخلية والخارجية وتزويده بالبيانات والمعلومات.



2- إعداد وتقديم النشرات والبرامج الإخبارية والسياسية بمختلف اللغات.

3- تقديم خدمات إعلامية في المجال الصحي، البيئي، الفلاحي، التجاري، الإداري وغيرها من الخدمات التي تتضمن معلومات يحتاجها الجمهور في حياته اليومية.

4- تحقيق رغبات الجمهور وتطلعاته في مختلف البرامج وتطويرها خدمة للجمهور.

5- تمكين المستمع من الاطلاع على تفاصيل الحياة السياسية في البلاد من أجل نشر ثقافة المشاركة السياسية عماد الديمقراطية وتنوير الرأي العام بمستجدات الساحة السياسية وحتى مساهمتها في صنع القرار السياسي بطريقة غير مباشرة.

6- تحقيق التثقيف والترفيه عن المستمعين من خلال برامج ترفيهية وثقافية.

البرامج الإذاعية: هي عملية بث وإرسال الصوت عبر محطة إذاعية للمستمعين. وهو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معني وهو مخاطبة جمهور المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور (الجفيري، 2015) وحسب موسوعة لاروس -Larousse- هو فضاء أثري يوجه للمستمعين مقسم موضوعاتيا إلى أربعة محاور أساسية: الإعلام، الثقافة أو التثقيف، الترفيه والخدمات (yves, 1980,p:106).

والبرمجة هي استراتيجية انتقاء البرامج وترتيبها عبر الشبكة البرمجية لجذب الجماهير المستهدفة ومن هنا تبرز أهمية التخطيط الجيد لبرامج الإذاعة ووضعها بما يتلاءم وحاجة المستمعين لمحتوى هذه البرامج من جهة وأوقات تعرضهم لهذه البرامج من جهة أخرى إضافة إلى منح المستمع فرصة التفاعل مع الصحفيين وضيوهم في استوديوهات الإذاعة لتمكينهم من عرض آراءهم وإبراز أفكارهم.. ما يتيح حرية التعبير والمشاركة في تحديد، أولويات الاهتمام بالقضايا التي تطرحها الإذاعة للمناقشة والحوار وعرض المشكلات اليومية للمستمعين وطرحها أمام المسؤولين لإيجاد الحلول الممكنة لها (عماد و، عادل، 2008).

البرامج الإذاعية السياسية:

تعتبر البرامج السياسية الأهم ما بين البرامج، وتشغل هذه البرامج المساحة الأكبر في خرائط البث اليومي، نظرا لأهميتها عند الجمهور لما تلبيه من رغباتهم واحتياجاتهم التي تتمثل في:

- معرفة مختلف الأحداث والأخبار السياسية بتحليلاتها.
- المشاركة بآرائهم وأفكارهم في الساحة السياسية من خلال معرفة مواعيد النشاطات السياسية.
- تكوين صورة واضحة عن الفاعلين في السياسة لمنحهم تزكية في الانتخابات.
- وأخيرا السهر على تحقيق الذات الفعالة في المجتمع من خلال متابعة كل ما يهم المجتمع.

وفضلا عما تبثه الإذاعة من برامج سياسية وجب على المضمون الإعلامي لها أن يتسم بالتنوع والتجدد المستمران والانفتاح الفكري الذي يخلق عوامل الابتكار والإبداع، ويبعد عن التنميط والجحود، مع ضرورة المحافظة على الأصالة وأن ينتقي ما هو أصح وأكثر فائدة لتطوير أو تعزيز السلوك الحميد السوي لدى جميع أفراد الشعب، كما على المضمون الإعلامي حسب الدكتور حسين علي إبراهيم الفلاحي أن يقدم رواية صادقة وشاملة لأحداث اليوم في سياق يعطيها معنى (حسين علي، 2014، ص ص 185، 186).



ويرى محمد علي العويني في إحدى دراساته حول علاقة الإذاعة بالتنمية السياسية أن برامج الإذاعة وخاصة السياسية منها يجب أن تأخذ بعين الاعتبار عنصرين هامين هما المضمون واللغة، فيجب أن تحاط بقضية مضمون رسائل الراديو الإعلامية بعدد من الاعتبارات منها القطاع العريض لمستعمليه وخاصة من الأميين مما يستلزم التركيز على تبسيط (simplification) في عرض الرسائل الإعلامية، والتكرار (répétition)، أي تكرار الأفكار بشكل مختلف، وتصاغ الرسالة بلغة معينة وهي هنا اللغة العربية فمن الأهمية بمكان الأخذ بعين الاعتبار دلالات الألفاظ (sémantiques)، وكيفية فهم هذه الألفاظ من قبل الجماهير، وتكون البرامج الإذاعية أكثر فاعلية (محمد ع.، 2005، ص:20)

ومما لا شك فيه أن القائمين على التخطيط للشبكات البرمجية الإذاعية العادية أو الخاصة يولون أهمية للأدوار الأخرى للإذاعة سواء التعليمية أو الترفيهية ومما يجب عليهم أثناء ضبطهم لبرامج الإذاعة الدورية حرصهم على التوازن الوظيفي لمحتوى الإذاعة حفاظا على جماهيرها المختلفة الاتجاهات والاحتياجات.

المحور الثالث: دور الإذاعة في المشاركة السياسية

تلقي الإذاعة الكثير من الاهتمام نظرا لكونها وسيلة اتصال فعالة قد تميزها عن الوسائل الأخرى ببعض الخصائص التي تجعل منها مرفأ للثقافة السياسية والمعلومات الاقتصادية والمعطيات الاجتماعية التي من خلالها يشكل المستمع صورة حقيقية في هذه المجالات، ويحاول الباحثون في مجال الإعلام والسياسة فهم العملية السياسية وتفسير الظاهرة السياسية كسلوك اتصالي بين مرسل (السياسي) ومستقبل (المواطن) عبر وسيلة إعلامية كالصحيفة أو التلفزيون أو الإذاعة فأكد جلهم أن لوسائل الإعلام دور مهم في تنشيط الحياة السياسية في المجتمعات من خلال تكوين أو توجيه الرأي العام تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ونظرا لكون الإذاعة الوسيلة الأكثر شيوعا وانتشارا في المجتمعات يتم التركيز على استغلالها في أوقات الذروة السياسية كالانتخابات المحلية والنيابية والرئاسيات وحتى حين اتخاذ قرارات هامة تخص أفراد المجتمع كتعديل الدستور.

وتميزت الإذاعة بمعايير خاصة جعلتها محل اهتمام النظام السياسي والأحزاب السياسية كانت كما يلي:

- توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معينة تروج لها تلك النخب كما تواظب على توصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي من خلال مختلف البرامج الإذاعية السياسية التي تبث دوريا لوصف الأحداث بدقة وتفسيرها بوضوح، كما تبث الإذاعة عن طريق البرامج الترفيهية الأغاني الوطنية والمونولوجات السياسية.
- تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، وتتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم، (فريح، 2009، ص:30)، وهنا تبرز أهمية البرامج التي ترفع صدى المواطن إلى المسؤولين على غرار البرامج الإخبارية التي تتضمن رپورتاجات ميدانية وتحقيقات معمقة حول وضع المجتمع اقتصاديا واجتماعيا.
- للإذاعة دور في تدارك ضعف التعلم عند أغلب فئات المجتمع والذين كانوا قد حرّموا من التعليم والمساهمة الفعالة في إخراجهم من الأمية وبالتالي جعلهم أطرافا هامة في العملية السياسية سواء كمرشحين أو ناخبين وهذا من خلال البرامج التعليمية والتثقيفية التي تعرفهم بحقوق وواجبات الناخب أو المترشح وتفسير القوانين التي تحكم النشاط السياسي والعملية الانتخابية فكلما حصلت الجماهير على معلومات أكثر، كلما زاد اهتمامها بالمشاركة السياسية.



- كما لا يمكن إغفال دور الإذاعة في توحيد الرأي العام الوطني ، خاصة إذا كان المجتمع عبارة عن قبائل متناثرة ذات ثقافات ولغات مختلفة والسعي نحو دمجها في إطار التنمية الوطنية، من خلال تطوير القيم والمعتقدات السياسية والإيديولوجية للأفراد نحو مجتمع راقٍ.

- يستعمل النظام السياسي الإذاعة كوسيلة لتدعيم سلوكيات الديمقراطية من خلال إبراز النشاط السياسي على أنه سلوك حضاري على غرار حق الانتخاب والترشح الذي يعتبر حقا دستوريا في أغلب الدول، وبذلك تساهم الإذاعة في إنجاح العملية الانتخابية دون التحيز لمرشح على حساب آخر، وتسعى بذلك إلى احترام رأي الجمهور.

خاتمة :

لطالما اعتبرت ولا تزال الإذاعة أهم وسيلة إعلامية للاتصال بالجمهور ، فقد اعتمد عليها رجال السياسة في عرض مختلف الآراء والأفكار والتوجهات في إطار ما يعرف بالاتصال السياسي ، الدور الذي تضطلع به مختلف وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على غرار الإذاعة التي تبحث في استغلال ميزاتها التقنية واللغوية والوظيفية للبحث عن اهتمامات الجماهير ومعالجتها موازاة مع أهداف النظام السياسي في استعمال الإذاعة لتنفيذ أجندته السياسية ، الاقتصادية والاجتماعية.

المصادر والمراجع:

1. yves, I. (1980). *la radio*. paris: Laibrairie larousse.
2. الجفيري م. (2015). *إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية*. قطر: دار صناع الإبداع للإنتاج والتوزيع.
3. الهاشمي م. (2008). *الإعلام السياسي والدبلوماسية*. عمان الأردن: دار أسامة.
4. بن قفة س. (2012). *المشاركة السياسية في الجزائر*. بسكرة، الجزائر: جامعة بسكرة.
5. حسين علي ، إ. أ. (2014). *الديمقراطية والإعلام والاتصال*. عمان ، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
6. رشا ع. ل. (2015). *إذاعات الانترنت والاتصال السياسي*. مصر: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع..
7. رفعت ع. أ. (s.d.). *الإذاعة التربوية*. القاهرة ، مصر: جامعة طنطا .
8. عدي أ. (2019). *جولية (20) الثقافة السياسية بين المفهوم والممارسة*. Consulté le 12/10/2021, 2022, أكتوبر. [sur العربي](https://www.alaraby.co.uk)
9. عماد م. & ، عادل ع. (2008). *الإذاعة في القرن الحادي والعشرين*. (éd. 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
10. فريح ر. (2009). *الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري: دراسة حالة القناة الأولى*. رسالة ماجستير. جامعة يوسف بن خدة، الجزائر.
11. محمد ر. ج. أ. (2006). *المعجم الإعلامي*. عمان: دار أسامة .
12. محمد ع. أ. (2005). *الراديو.... والتنمية السياسية. الفن الإذاعي*. 1-25، 177 ،
13. محمد ن. م. (2007). *الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق*. الاسكندرية: دار الوفاء الدنيا.



14. محمد ب. ا. (1997). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة الكعبيان.
15. مرزوقي، ع. & صحرابي، ف. (2016). فائزة صحرابي، الثقافة السياسية والمجتمع المدني في الجزائر: طبعة العلاقة. مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية. 136-155 ,
16. مهملي، ب. (2016). الاتصال السياسي وتفعيل الأداء الحزبي في الجزائر. الصورة والاتصال. 133-144 ,