



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة 1

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



أثر متابعة البرامج السياسية

وتشكيكها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة

دراسة وصفية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين- جمهور قناة النهار TV

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف الدكتور:

محمد قارش

إعداد:

سعيد مراح

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
سمير رحماني	أستاذ محاضراً	جامعة باتنة 1	رئيساً
محمد قارش	أستاذ محاضراً	جامعة باتنة 1	مشرفاً ومقرراً
اليامين بودهان	أستاذ محاضراً	جامعة سطيف 2	عضواً مناقشاً
لزهر وناسي	أستاذ محاضراً	جامعة باتنة 1	عضواً مناقشاً
جمال بن زروق	أستاذ محاضراً	جامعة سكيكدة	عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2016-2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا

شكر وعرفان

الحمد لله حق حمده، والصلاة والسلام على نبيه وعبداه محمد بن عبد الله، سيد

الفصحاء وشيخ البلغاء، وخاتم المرسلين والأنبياء.

بعد شكر الله العلي القدير الذي وفقني لإتمام هذه الأطروحة، أقدم بالشكر الجزيل

النابع من الاحترام والتبجيل إلى الأستاذ المشرف الدكتور محمد قارش الذي كان لنا نعم

الأستاذ المشرف والموجه، والذي لم يدخل علينا بمساعدته وتوجيهاته البناءة طيلة إجازتنا

لهذه الأطروحة.

إلى كل الأسرة الإعلامية بقسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات جامعة

باتنة 01

كما نشكر كل من ساهم من قريب أو من بعيد، وكل من أعاننا ولو بنصيحة أو

دعاء في إجازة هذا البحث

إهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى من قال فيهما ربنا عز وجل: «وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ

إِحْسَانًا» .

أبي الذي لم يدخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي غمرتني بالحنان والمحبة

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة

وإلى إخوتي وأسرتي جميعاً

ثم إلى كل من علمني حرفاً وأضاء الطريق أمامي

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره .

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أولاً- إشكالية الدراسة.
- ثانياً- فرضيات الدراسة.
- ثالثاً- أهمية الدراسة.
- رابعاً- أهداف الدراسة.
- خامساً- أسباب اختيار الموضوع.
- سادساً- الدراسات السابقة.
- سابعاً- منهج الدراسة.
- ثامناً- أدوات جمع بيانات الدراسة.
- تاسعاً- تحديد المفاهيم.
- عاشراً- عينة الدراسة.
- حادي عشر- مجالات الدراسة.

الفصل الثاني: المداخل النظرية المفسرة للدراسة

- المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع
- المطلب الأول: النشأة والتطور.
- المطلب الثاني: فروض النظرية.
- المطلب الثالث: عناصر النظرية.
- المطلب الرابع: نماذج الاستخدامات والإشباع.
- المطلب الخامس: نقد النظرية
- المبحث الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- المطلب الأول: مفهوم النظرية.
- المطلب الثاني: فروض نظرية.
- المطلب الثالث: آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- المطلب الرابع: الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظام السياسي.
- المطلب الخامس: نقد النظرية.

الفصل الثالث: التلفزيون والقنوات الفضائية الخاصة

تمهيد

المبحث الأول: مدخل عام للتلفزيون.

المطلب الأول: نشأة وتطور التلفزيون.

المطلب الثاني: مميزات وخصائص التلفزيون.

المطلب الثالث: وظائف التلفزيون.

المطلب الرابع: أهمية التلفزيون.

المطلب الخامس: التلفزيون في الجزائر.

المبحث الثاني: القنوات الفضائية الخاصة.

المطلب الأول: نشأة القنوات الفضائية.

المطلب الثاني: تصنيفات القنوات الفضائية.

المطلب الثالث: واقع القنوات الفضائية العربية.

المطلب الرابع: القنوات الفضائية وتأثيراتها السياسية.

المطلب الخامس: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

خلاصة

الفصل الرابع: البرامج التلفزيونية والإعلام السياسي

تمهيد

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية.

المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية وأنواعها.

المطلب الثاني: القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية.

المطلب الثالث: خطوات إعداد البرامج التلفزيونية.

المطلب الرابع: معد البرنامج.

المطلب الخامس: البرامج السياسية.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي.

المطلب الأول: الإعلام السياسي مفهومه، أهدافه.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية للإعلام السياسي.

المطلب الثالث: وظائف الإعلام السياسي.

المطلب الرابع: العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي.

المطلب الخامس: المعوقات التي تواجه الإعلام السياسي.

خلاصة

الفصل الخامس: الوعي والوعي السياسي

تمهيد:

المبحث الأول: مدخل عام للوعي.

المطلب الأول: مفهوم الوعي.

المطلب الثاني: أنواع الوعي.

المطلب الثالث: الاتجاهات المفسرة للوعي.

المبحث الثاني: الوعي السياسي.

المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي.

المطلب الثاني: أهمية الوعي السياسي.

المطلب الثالث: أدوات تشكيل الوعي السياسي.

المطلب الرابع: أنماط ومستويات الوعي السياسي.

خلاصة:

الفصل السادس: الدراسة الميدانية

تمهيد:

المبحث الأول: تحليل وتفسير بيانات الجداول.

المطلب الأول: عادات وأنماط مشاهدة قناة النهار.TV.

المطلب الثاني: طبيعة البرامج السياسية بقناة النهار.TV.

المطلب الثالث: البرامج السياسية والوعي السياسي.

المطلب الرابع: تقييم البرامج السياسية بقناة النهارTV من وجهة نظر الطلبة.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة.

المطلب الأول: النتائج العامة.

المطلب الثاني: النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.

المطلب الثالث: النتائج في ضوء المداخل النظرية المفسرة للدراسة.

اقتراحات الدراسة.

خاتمة

قائمة المراجع

مقدمة

مقدمة:

يؤدي الإعلام بوسائله المختلفة دورا بارزا في تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد، من خلال المعلومات والأفكار والتوجهات السياسية التي تنقلها هذه الوسائل عبر مختلف البرامج المعروضة، مما يساهم في تشكيل قاعدة من المعارف السياسية للأفراد تساعد في إدراك محيطهم السياسي واتخاذ الموقف المناسب ومن ثم التفاعل والتأثير البناء في مجمل العملية السياسية. ومع انتشار الفضائيات في السنوات الأخيرة أصبحت حقيقة واقعية في حياة المشاهدين وبالتالي لم يعد تجاهلها، لما لها من آثار على مشاهديها وذلك لكثرة البدائل، ووفرة الرسائل والمضامين التلفزيونية التي جذبت عددا كبيرا من الجمهور المشاهد، ما صاحب هذا التنوع من نقلة نوعية في مستوى الخدمات التلفزيونية وصيغها وأشكالها ومضامينها التي كان من أهمها البرامج السياسية، حيث أصبحت ظاهرة بارزة في خارطة برامج القنوات الفضائية.

وبعد مرور أكثر من 50 سنة من الاحتكار للقنوات التلفزيونية والإذاعية، أعطت السلطات الجزائرية الضوء الأخضر لرفع الاحتكار عن القطاع السمعي البصري في سياق عملية الإصلاح التي باشرت السلطات الجزائرية في ظل التطورات الحاصلة محليا وإقليميا ودوليا، مما أدى إلى ظهور القنوات الخاصة التي اهتمت من خلال برامجها سواء السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية بمعالجة بعض الإشكاليات والقضايا الراهنة، حيث أضحت تتيح للمشاهد فرصة الحصول على الأخبار والمعلومات من أجل توعيته بما يدور حوله من أحداث ووقائع .

ولذلك فالإشكالية الأساسية المتعلقة بهذه الدراسة ستكون حول الوعي السياسي وعلاقته بمتابعة البرامج السياسية عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة، من خلال البحث عن مدى اعتماد الطلبة الجامعيين على قناة النهار TV في تشكيل الوعي السياسي لديهم من خلال البرامج السياسية التي تعرضها القناة.

وفي هذا الإطار قسم الباحث الدراسة إلى ستة فصول تغطي الإطار المنهجي، الإطار النظري والجانب الميداني، حيث جاءت على النحو التالي: الفصل الأول حمل عنوان الإطار المنهجي للدراسة وشمل العناصر التالية: أهمية الموضوع وأسباب اختياره وكذا صياغة الإشكالية وطرح التساؤلات وفروض الدراسة، مع تحديد مفاهيم الدراسة اصطلاحا وإجراءيا وتحديد كيفية اختيار العينة وكذا

تبيان المنهج المتبع والأدوات المستخدمة في جمع البيانات وعرض ونقد الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وكذا تحديد الإطار الزمني والمكاني للدراسة.

أما الإطار النظري للدراسة فقد احتوى على أربعة فصول حيث جاء الفصل الثاني تحت عنوان المدخل النظرية المفسرة لموضوع الدراسة وتضمن مبحثين: المبحث الأول تم التطرق فيه إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات، واحتوى على العناصر التالية نشأة والتطور لنظرية الاستخدامات والاشباعات، فروض النظرية وعناصرها، نماذج الاستخدامات والاشباعات وأخيرا نقد النظرية، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتضمن: مفهوم النظرية، فروض النظرية، أثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام السياسي ثم نقد النظرية.

أما الفصل الثالث حمل عنوان التلفزيون والقنوات الفضائية الخاصة واحتوى على مبحثين، المبحث الأول مدخل عام للتلفزيون وتضمن نشأة وتطور التلفزيون، مميزات وخصائص التلفزيون، وظائف التلفزيون وأهميته، التلفزيون في الجزائر في حين تناولنا في المبحث الثاني القنوات الفضائية الخاصة وتضمن نشأة القنوات الفضائية، تصنيفات القنوات الفضائية، واقع القنوات الفضائية العربية، القنوات الفضائية وتأثيراتها السياسية وأخيرا القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من نماذج وواقع هذه القنوات والتحديات التي تواجهها مع تمهيد وخلاصة الفصل.

أما الفصل الرابع جاء تحت عنوان البرامج التلفزيونية والإعلام السياسي، حيث احتوى هو الآخر على مبحثين، المبحث الأول البرامج التلفزيونية تناولنا فيه تعريف البرامج التلفزيونية وأنواعها، القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية، خطوات إعداد البرامج التلفزيونية، ومعد البرنامج، وأخيرا البرامج السياسية. في حين المبحث الثاني حمل عنوان الإعلام السياسي تم التطرق فيه إلى الإعلام السياسي مفهومه، أهدافه، المفاهيم الأساسية للإعلام السياسي، وظائف الإعلام السياسي والعلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي، وأخيرا المعوقات التي تواجه الإعلام السياسي مع تمهيد وخلاصة الفصل.

أما الفصل الخامس جاء تحت عنوان الوعي والوعي السياسي وتضمن مبحثين: المبحث الأول حمل عنوان مدخل عام للوعي وتم التطرق فيه إلى مفهوم الوعي، أنواع الوعي، الاتجاهات المفسرة للوعي، أما المبحث الثاني حمل عنوان الوعي السياسي، وتناولنا فيه مفهوم الوعي السياسي وأهميته، أدوات تشكيل الوعي السياسي، أنماط ومستويات الوعي السياسي، هذا مع تمهيد وخلاصة الفصل.

أما الفصل السادس فقد خصص للدراسة الميدانية وفي هذا الفصل تم التطرق إلى المواصفات العامة لعينة الدراسة ثم تحليل البيانات وتفسيرها، كما أجرينا اختباراً كاً² لتحديد إن كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية للدراسة واختبار الفرضيات أي مدى تطابق النتائج مع فرضيات الدراسة وكذلك عرض النتائج في ضوء الخلفية النظرية، وأخيراً اقتراحات وخاتمة وعرض لقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- أولا- إشكالية الدراسة
- ثانيا- فرضيات الدراسة
- ثالثا- أهمية الدراسة
- رابعا- أهداف الدراسة
- خامسا- أسباب اختيار الموضوع
- سادسا- الدراسات السابقة
- سابعاً- منهج الدراسة
- ثامنا- أدوات جمع بيانات الدراسة
- تاسعا- تحديد المفاهيم
- عاشرا- عينة الدراسة
- حادي عشر- مجالات الدراسة

أولاً- إشكالية الدراسة:

تعد الفضائيات أهم مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصال الجماهيري لما لها من تأثير كبير على حياة الأفراد، من خلال قدرتها الكبيرة على جذب الجمهور حول نشاطاتها وتوجيه الرأي العام، بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة في التأثير على التوجهات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وكل ما يتعلق بتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بمختلف القضايا سواء كانت وطنية أو إقليمية أو دولية، وذلك من خلال استعراضها للأخبار والنقاشات والتحليلات، مما أكسب بعض هذه الفضائيات سمعة متفردة.

ولقد برزت أهمية القنوات الفضائية في المجال السياسي بشكل كبير كونها أحد المصادر الأساسية التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي، فالوعي السياسي هو خبرة يحتاجها الأفراد من أجل تنظيم شؤون المجتمع المحيط بهم، ولكي يتكون هذا الوعي لا بد من توافر قاعدة معرفية عن مختلف القضايا السياسية على المستوى المحلي أو الدولي، مما يساعد الأفراد على تحليل الواقع تحليلًا أكاديميًا موضوعيًا بعيدًا عن العاطفة كما يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي. إذ يعد تشكيل الوعي السياسي المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية وأخيرا المطالب السياسية وعلى وفق ذلك فإن ارتفاع مستوى الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين بأبعاد الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفعالة، لا سيما وأن هذه الأخيرة تعد من الإشكاليات المهمة التي تواجه المجتمعات في طريقها نحو التنمية، وفي هذا الإطار يؤدي الإعلام عامة والفضائيات الخاصة دورا في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما يساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية من خلال البرامج ذات الطابع السياسي.

إذ عرف العالم عدة قنوات خاصة تدعى تحررها من الرقابة الحكومية والتمويلية وعبر برامجها تحاول من خلال سياستها إعادة تشكيل الرأي العام لصالح مموليها، ونذكر على سبيل المثال قناة CNN وقناة الـ BBC أما العالم العربي فهو كذلك ظهرت به عدة فضائيات مثل قناة الجزيرة والعربية وغيرها.

أما الحديث عن الجزائر فلم تعرف هذا النور إلا بعد مرور 50 سنة من الاستقلال، أين أعطت السلطات الجزائرية الضوء الأخضر لرفع الاحتكار على القطاع السمعي البصري من خلال الإصلاح

الذي باشرت به السلطات العمومية في ظل التغيرات التي شاهدها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة والتي أطلق عليها تسمية ثورات الربيع العربي.

وفي سياق تجسيد هذا المنحى وتكريس ممارسة الديمقراطية في قطاع السمي البصري، تم صدور قانون الإعلام 05-12 المؤرخ في 12 جانفي 2012، وقانون 04-14 المتعلق بالنشاط السمي البصري المؤرخ في 24 فبراير 2014 كأول نص قانوني يتيح الانفتاح السمي البصري، ونتيجة لهذا برزت بعض المبادرات الخاصة لإنشاء قنوات فضائية خاصة تتسم بنوع من الموضوعية في الطرح والمهنية في معالجة بعض الإشكاليات والقضايا الراهنة.

ومن بين هذه القنوات قناة النهار TV التي انطلق بثها التجريبي في 6 مارس 2012 كأول قناة فضائية إخبارية جزائرية خاصة، والتي أعطت انطلاقها صياغة جديدة للبرامج السياسية التي غلبت عليها الصبغة النقدية، وأصبحت برامجها حديث العام والخاص، وذلك بفضل تناولها لمواضيع وقضايا جديدة محاولة التأثير على مشاهديها ومساهمة في تزويدهم بالمعارف والمعلومات السياسية.

وأصبحت تواكب الأحداث التي تستهدف الساحة السياسية والاقتصادية، الثقافية، الرياضية والإعلامية محاولة في ذلك الالتزام بالمهنية والحياد والموضوعية، وذلك من أجل توعية الفرد بكل ما يدور حوله من أحداث ومواقف على الساحة الوطنية أو الدولية بعدما أصبحت تعبر عن نشاط وأفكار مختلف التيارات السياسية، والمساهمة في نشر المعرفة السياسية بين الأفراد تمكثهم من معرفة طبيعة الظروف السياسية التي تحيط بهم وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا ودوليا .

ويمثل الطلبة الجامعيين فئة عمرية التي لها دورها وأهميتها داخل المجتمع، نظرا لما تملكه من قدرة وحيوية على العمل والتغيير نحو الأفضل فيما يخدم المجتمع، وبالتأكيد فإن متابعة الطلبة لهذه الفضائيات ومضامينها السياسية سيساهم في اكتسابهم لمعارف سياسية وصياغة توجهاتهم ومواقفهم السياسية مما سيؤثر على سلوكهم السياسي في المستقبل.

وعليه نطرح التساؤل التالي: ما هو أثر متابعة البرامج السياسية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة على تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ؟

وحتى نتوصل للإجابة عن الإشكالية الرئيسية السابقة لا بد من طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

➤ ما هي عادات وأنماط تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة النهار TV؟

➤ ما هي معايير انتقاء الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة النهار TV؟

➤ هل تساهم البرامج السياسية بقناة النهار TV في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة

الجامعيين؟

➤ هل هناك العلاقة بين التعرض للطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة النهار TV وتشكيل

الوعي السياسي لديهم؟

➤ ما هو تقييم الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة النهار TV؟

ثانيا- فرضيات الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

➤ يتابع الطلبة الجامعيين البرامج السياسية بصفة دائمة ولا تختلف عادات وأنماط المشاهدة

باختلاف الجنس، التخصص والمستوى التعليمي.

➤ يتعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة النهار TV لأنها تمتاز بالتقديم والإخراج

الجيد للبرامج.

➤ تساهم البرامج السياسية بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

➤ توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اكتساب معلومات سياسية والمتغيرات التالية الجنس،

الجامعة.

➤ تتحلى البرامج السياسية بقناة النهار TV بالأنية والموضوعية والتعمق في تحليل القضايا

والأحداث السياسية بدرجة كبيرة.

ثالثا- أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في تركيزها على متغيرين اثنين أساسيين، أولهما القناة الجزائرية الخاصة

(قناة النهار TV) وبرامجها السياسية والتي ظهرت كنموذج إعلامي جديد بعد الانفتاح الذي شهده

قطاع السمع البصري، وثانيا الوعي السياسي التي تشكل هذه الوسيلة الإعلامية، كذلك تأخذ هذه

الدراسة أهميتها من العينة المدروسة التي يمكن اعتبارها عينة مهمة في التنشئة الاجتماعية

والسياسية وقدرة أفرادها في التأثير على مختلف الجماهير الأخرى، وذلك لاعتبارها النخبة المثقفة في المجتمع فهذه النخبة تتأثر بوسائل الإعلام لتأثر بدورها في الأفراد الآخرين من مختلف شرائح المجتمع.

رابعاً- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

➤ التعرف على دور الفضائيات الجزائرية الخاصة (قناة النهار TV) في عملية بلورة وتشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين.

➤ معرفة مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بمتابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية.

➤ التعرف على عادات وأنماط التعرض للطلبة للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (قناة النهار TV) وما تبثه من برامج سياسية كمصدر للتثقيف والوعي بالقضايا السياسية.

➤ الكشف عن مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع المواضيع السياسية وما إذا كانت متابعتهم لهذه البرامج تحثهم على المزيد من البحث والاطلاع ومناقشة القضايا والموضوعات المطروحة.

خامساً- أسباب اختيار الموضوع

يعود أسباب اختيار الموضوع إلى جملة من الأسباب التي نلخصها في ما يلي:

➤ إن من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع هو كون الوعي السياسي يعد من الأمور الأساسية في عملية التغيير الاجتماعي والتنمية الشاملة الهادفة إلى بناء مجتمع ديمقراطي.

➤ ميل الباحث للمواضيع ذات الطابع السياسي.

➤ الرغبة في التعرف على مدى تأثير البرامج السياسية بقناة النهار TV في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين .

➤ قلة الدراسات حول الفضائيات الجزائرية الخاصة وأثر برامجها السياسية في تشكيل الوعي السياسي.

سادساً- الدراسات السابقة

بالرغم من أن موضوع الوعي السياسي قد تم تناوله من قبل العديد من الباحثين بالتحليل والدراسة، وبالرغم أيضاً من الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية إلا أن أثر البرامج السياسية

بالقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (قناة النهار TV) على تشكيل الوعي السياسي بقي موضوع يحتاج إلى الدراسات المعمقة والأكاديمية.

وعلى العموم يمكن أن نحصر مجموعة من الدراسات السابقة التي نعتمد عليها في هذا البحث في ما يلي:

1. الدراسات الجزائرية

الدراسة الأولى: للباحثة فيروز لمطاي بعنوان دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين- فضائية الجزيرة الإخبارية نموذجاً - دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية العربية سبتمبر 2011- سبتمبر 2012¹. وهي عبارة عن أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال 2013/2014، حيث تهدف الباحثة في هذه الدراسة بالدرجة الأولى إلى التعرف على الدور الحقيقي الذي يمكن أن تقوم به الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين، إضافة إلى التعرف على مدى وجود المشاركة الجماهيرية في البرامج السياسية ورصد أهم القضايا الرئيسية ونوعية البرامج التي يقبل عليها الطالب والأساتذ الجامعي الجزائري، منطلقة من السؤال التالي: ما هو دور الفضائيات العربية الإخبارية من خلال فضائية الجزيرة الإخبارية في تنمية الوعي السياسي بقضايا الانتفاضات الثورية العربية لدى فئة الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين؟ وانطوى تحت هذا السؤال مجموعة من التساؤلات التالية:

- 1- هل تختلف درجة الوعي السياسي بين الأوساط المجتمعية بناء على البيئة في طريقة التعرض والتأثر بالفضائية محط الدراسة (شرق، غرب، وسط، جنوب) الجزائر؟
- 2- ما هي دوافع فضائية الجزيرة الإخبارية من بث أحداث ما عرف بالانتفاضات الثورية أولاً بأول؟ وهل كانت تحرض على العنف والنهوض ضد الأنظمة العربية أم أن هدفها إعلامي بحث؟

¹: فيروز لمطاي، دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة واساتذة الجامعيين الجزائريين فضائية الجزيرة الإخبارية نموذجاً دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية العربية سبتمبر 2011- سبتمبر 2012، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2013/2014.

3- بأي توجه قدمت فضائية الجزيرة الإخبارية موضوع الانتفاضات الثورية العربية من حيث نوعية الضيوف، نوعية المواضيع، نوعية البرامج، إعداد وتقديمها؟

4- هل تعتبر الجزيرة من عوامل قيام ما عرف بالانتفاضات الثورية العربية ونتاجا للوعي السياسي إذا ما سلمنا بأن الحراك المجتمعي يعكس درجة الوعي السياسي؟

واعتمدت الباحثة على المنهج المسح الوصفي التحليلي باعتباره يعنى بدراسة الحقائق الراهنة المستعملة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أما أداة البحث فقد تم استخدام الاستمارة، المقابلة العلمية، تحليل المضمون فطبقت عينة قصدية فبالنسبة للبرامج السياسية اختارت الباحثة البرامج أكثر شعبية وتأثيرا في الرأي العام وهي الاتجاه المعاكس، بلا حدود، في العمق فأخذت من كل برنامج 12 عددا من الفترة 01 سبتمبر 2011 - 01 سبتمبر 2012، أما بالنسبة للاستمارة فوزعت على طلبة والأساتذة الجامعيين على العينة المحدودة في عدد من ولايات الوطن، الوسط الجزائري 150 استمارة (بجامعات الجزائر)، الشرق الجزائري وزعت 100 استمارة (بجامعات قسنطينة)، الغرب الجزائري 100 استمارة (بجامعة وهران)، الجنوب الجزائري وزعت 100 استمارة (بجامعة ورقلة). ومن خلال التحليل الكمي والنوعي توصلت الباحثة إلى مجموعة من الاستنتاجات نلخص أهمها في ما يلي:

1- تختلف درجة الوعي السياسي بين الأوساط المجتمعية بناء على النسبة في طريقة التعرض والتأثر بالفضائية محط الدراسة (شرق، غرب، وسط، جنوب) الجزائر فمن ناحية التعرض صنفنا الجزيرة في طليعة اهتمامات المبحوثين عبر الأقطار الأربعة وجاء برنامج الاتجاه المعاكس في طليعة البرامج الأكثر متابعة، وتعتبر فئة الأساتذة الحاصلين على درجة الماجستير والدكتوراه الأكثر وعيا بقضايا الانتفاضات الثورية العربية، أما من ناحية التأثير فقد غيرت فضائية الجزيرة الإخبارية من مواقف المبحوثين اتجاه الانتفاضات الثورية العربية لكن هذه القنوات بهذه الانتفاضة اختلفت بناء على البيئة، حيث اعتبر المبحوثين بالوسط الجزائري أن الجزيرة غيرت من قناعاتهم اتجاه الانتفاضة التونسية ثم الليبية، بينما اعتبر المبحوثين بالشرق الجزائري أن الجزيرة غيرت من قناعاتهم اتجاه الانتفاضة المصرية والليبية أيضا، واعتبر المبحوثين بالغرب الجزائري أن الجزيرة غيرت من قناعاتهم اتجاه الانتفاضة المصرية ثم الليبية، وفي الجنوب رأى المبحوثين أن الجزيرة غيرت من قناعاتهم اتجاه الانتفاضة الليبية ثم المصرية، ومن هنا فإن الانتفاضة الليبية غيرت من قناعات المبحوثين بدرجات

متفاوتة بناء على البيئة باعتبار أن الجزيرة أعظمها وقتا أكبر واضطرت لقطع برامجها بهدف تغطية أحداثها.

2- اتفق المبحوثون عبر الجهات الأربعة للجزائر أن دوافع تعرض الجزيرة من بث أحداث ما عرف بالانتفاضات الثورية بالدرجة الثانية، أن فضائية الجزيرة العربية الإخبارية كانت تعرض قضايا ترويج للعنف وتدفع للتمرد السياسي والعصيان المدني، وتحت الشعوب على النهوض ضد الأنظمة العربية في كثير من الأحيان، وهو ما جعلها سببا رئيسيا في إشعال هذه الانتفاضات وتمير عدواها لدول أخرى وفشلها في تحقيق تمرد سياسي ببعض الدول الأخرى، وقد ظل موقف البرامج المدروسة (الاتجاه المعاكس، بلا حدود، في العمق) ثابتا من الانتفاضات الثورية العربية طوال فترة الدراسة المحددة من سبتمبر 2011 إلى سبتمبر 2012.

3- قدمت فضائية الجزيرة الإخبارية موضوع الانتفاضات الثورية العربية بناء على نوعية الضيوف التي تركزت على معارضين للسلطة منشقين عن الأنظمة السابقة في قالب ايجابي مؤيدها ومعارض للأنظمة السابقة وأيضا محللين وأساتذة جامعيين، لكن طبيعة أسئلة الصحفيين غالبا ما كانت انقيادية توجيهية ذات أحكام مسبقة أو استفزازية للطرف المعارض لهذه الانتفاضات، وبناء على نوعية المواضيع التي تركزت في الحديث عن مسار هذه الانتفاضات الثورية ومساعدتها، وبناء على نوعية البرامج السياسية الإخبارية التحليلية من ناحية إعداد وتقديم هذه البرامج التي تختلف في طبيعتها بين من تجمع شخصيتين متعارضتين أو شخصيتين متفقتين أو شخصية واحدة وتحلل وتتفق في مضامينها التي تخدم فضائية الجزيرة الإخبارية وتشيد بهذه الانتفاضات الثورية.

4- تعتبر قناة الجزيرة الإخبارية من أهم عوامل قيام ما عرف بالانتفاضات الثورية العربية، حيث ساهمت الفضائية المدروسة بناء على نتائج التحليل في تغيير المواقف من جهة وفي حث الشعوب العربية على الخروج للشارع تطالب بالتغيير من جهة ثانية، ومن خلال تغطيتها ومواقبتها للحدث بشكل مستمر، والتركيز على الجوانب النفسية والعاطفية (مشاهد القتل والدمار) وعلى الجوانب الاجتماعية (الفقر والبطالة) والجوانب السياسية (ضرورة التغيير) فالحراك المجتمعي يعكس درجة الوعي السياسي، وذلك بسبب الدوافع الخارجية التي تتعرض لها الفضائية من بعض الدول على غرار قطر وحلفائها، ولدوافع إعلامية تكسيها عددا كبيرا من الجماهير العربية.

الدراسة الثانية: بعنوان نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي للباحث عبد الحق يحيياوي¹ ، حيث تناول الباحث في هذه الدراسة جانباً من جوانب الإعلام الإخباري والذي يسلط حسب قواعده الإيديولوجية اهتمامه على قضايا تخدم منحاه العام، ومن ضمن ذلك العدد الكبير للقنوات الإخبارية العالمية تتخذ هذه الدراسة قناة الجزيرة الإخبارية موضوعاً للدراسة باعتبارها قناة ذات وزن على الساحة الإعلامية الإخبارية .

وتمحور السؤال الرئيسي للدراسة حول مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي لدى أساتذة التعليم الثانوي، واندرجت تحت هذه الإشكالية خمس أسئلة فرعية وهي:

(1) هل يختلف مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف الجنس؟

(2) هل يختلف مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف تخصص المواد المدروسة؟

(3) هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي لدى أفراد العينة؟

(4) هل تختلف العلاقة الارتباطية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف جنس أفراد العينة؟

(5) هل تختلف العلاقة الارتباطية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف تخصص المواد المدروسة لدى أفراد العينة؟

واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وتبعاً لمعطيات الدراسة ولعدد المبحوثين اختير الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة، كما استخدم الباحث مقياس ليكرت لقياس درجة الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، وتمت مجريات هذه الدراسة في ثمان مؤسسات من مؤسسات التعليم الثانوي في مدينة الجلفة، وتبعاً لذلك اتخذ الباحث من أساتذة التعليم الثانوي مجالاً بشرياً

¹: عبد الحق يحيياوي، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الاتصال في المنظمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاجتماعية ، 2010/2011.

للدراسة التي تمت في الفترة الممتدة بين بداية شهر أكتوبر 2010 حتى نهاية شهر جانفي 2011 إذ تم تطبيق معاينة عشوائية على مجتمع البحث ليبلغ عددهم 266 مبحوث.

وانطلاقا من الفرضيات الخمس السالفة الذكر خلصت الدراسة إلى عدم وجود فروق بين الجنسين في مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، وكذا عدم وجود فروق بين تخصيص المواد المدروسة في مستوى نفسه، أما بالنسبة للعلاقة الارتباطية بين المتغيرين فقد تحقق الافتراض بصفة جزئية، حيث كانت العلاقة دالة لدى العينة الكلية والذكور أساتذة المواد الأدبية والإنسانية، ولم تكن دالة لدى إناث العينة وأساتذة المواد التطبيقية، ولدى اختبار الفرضين الأخيرين لم تكن هناك فروق دالة بين معاملي الارتباط بالنسبة للجنسين في الفرضية الرابعة وكذا بالنسبة للتخصص المواد المدروسة في الفرضية الخامسة.

الدراسة الثالثة: للباحث إلياس طلحة بعنوان " دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"¹ جاءت هذه الدراسة لتكشف عن الدور الذي لعبه الإعلام السياسي في تنمية الوعي السياسي إضافة إلى التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي للحصص الإخبارية والسياسية، وكذا حجم اهتمامهم بقناة الجزيرة الفضائية، وزيادة التعرف على حجم الوعي المعرفي السياسي الذي تنشره الحصص الإخبارية والسياسية في هذه القناة وبين أوساط الشباب الجامعي فيما يخص القضايا العربية والدولية المطروحة للنقاش، حيث كانت مشكلة الدراسة تدور حول مدى مشاهدة قناة الجزيرة من خلال حصصها السياسية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، واندرج تحت هذا الإشكال مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

(1) ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي للحصص الإخبارية في قناة الجزيرة؟

(2) ما هي أسباب إقبال الشباب الجامعي على مشاهدة الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة؟

(3) هل الحصص الإخبارية السياسية في قناة الجزيرة الفضائية تساهم في زيادة الوعي المعرفي

السياسي لدى الشباب الجامعي؟

¹: إلياس طلحة، دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية بجامعتي منتوري وجامعة الأمير عبد القادر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام، 2007/2006.

(4) ما هي مظاهر الوعي؟

واستخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي على أن يكون مسحاً بالعينة، معتمداً على أداة الاستمارة في جمع المعلومات حيث تضمنت 33 سؤالاً، كما اعتمد الباحث في دراسته على نوعين من العينة، العمدية والحصصية

وأُسفرت نتائج الدراسة على ما يلي:

(1) يتبع أفراد عينة الدراسة من الذكور نسبة 44.04% حيث بلغ عدد الإناث نسبة 55.95% في الجامعتين.

(2) حصل تخصص الإعلام والاتصال وتخصص علم الاجتماع وقسم الدعوة والإعلام بالتساوي على نسبة 55.43% من مجموع أفراد عينة الدراسة، وكانت نسبة الذكور منها 19.54% ونسبة الإناث 17.51% في كل تخصص.

(3) يستقبل أفراد عينة الدراسة الفضائيات منذ أكثر من ثلاثة سنوات بنسب كبيرة قدرت 62.06% عند الذكور وحصل الإناث على نسبة 37.94%.

(4) أما النتائج الخاصة بالقنوات الفضائية الإخبارية المشاهدة فقد تركزت إجابات المبحوثين في الجامعيين على قناتين أساسيتين هما:

(5) قناة الجزيرة الفضائية موضوع الدراسة التي حصلت على أعلى نسبة من المشاهدة حيث حازت على نسبة 32.84% مثل الذكور فيها نسبة 57.93% ونسبة 24.92% لدى الإناث.

(6) وتحصلت قناة العربية على نسبة 26.35% مثل الذكور فيها نسبة 43.44% وحصلت الإناث على نسبة 18.91% كما حصلت القناتان على نفس الترتيب والنسب المئوية حسب القنوات المشاهدة والتخصص.

(7) يشاهد أفراد عينة الدراسة قناة الجزيرة مع العائلة بنسبة 44.02% وعلى حسب الظروف بنسبة 37.5% وبمفردهم بنسبة 16.30%.

(8) جاء ترتيب حصص المشاهدة كالآتي: حازت حصة الاتجاه المعاكس على نسبة 16.63% وتلتها حصة الرأي والرأي الآخر بنسبة 12.12% ثم جاءت حصة نقطة ساخنة بنسبة 9.87% ثم حصة سري للغاية 9.54%.

(9) أما عن سبب إقبال الشباب الجامعي على القناة نابع من كونه يسعى إلى فهم ما يجري حوله من أحداث عربية ودولية وذلك بنسبة 34.27%، كما أن رغبة الطالب الجامعي في زيادة معارفه السياسية كانت ثاني سبب لإقباله على القناة بنسب 21.12% وجاء ثالث سبب لإقباله على القناة كون القناة تعالج قضايا تهم الطلبة بنسبة 16.90%.

(10) كما أسفرت نتائج الدراسة الميدانية على أن هناك مجموعة من الصفات تتميز بها الحصة الإخبارية في قناة الجزيرة تدفع عينة الدراسة إلى متابعتها، فكانت أهم صفة تتميز بها قناة هي أن موضوعاتها مهمة حيث جاءت بنسبة 39.60%، تلتها صفة أن أسلوب الحوار مفهوم بنسبة 22.49% ثم جاءت أن صفة مقدم متميز بنسبة 19.31%.

(11) تساءلت الدراسة منذ البداية حول مدى قدرة الحصة الإخبارية التي تبث في قناة الجزيرة الفضائية في زيادة الوعي المعرفي السياسي لدى الشباب الجامعي من خلال مواضيع وقضايا قابلة للنقاش، وجاءت نتائج إيجابية حيث أجاب 40.76% من أفراد العينة أنهم يستفيدون غالبا مما تبثه القناة، وبنسبة 29.89% أنهم يستفيدون أحيانا وبنسبة 29.34% أنهم يستفيدون دائما.

(12) غالبا ما يتزود الذكور بالمعلومات السياسية من القناة بنسبة 40.22% والإناث بنسبة 41.23% ويتزود الذكور أحيانا بنسبة 31.03% والإناث بنسبة 28.86%، أما الاستفادة دائما فقد بلغت 28.83% لدى الذكور و29.89% لدى الإناث.

(13) تتركز المعلومات التي تتلقاها عينة الدراسة من القناة حول الانتهاكات الاسرائيلية في فلسطين بنسبة 15.19% وحول الوضع الأمني في العراق بنسبة 12.06% وعن الإرهاب الدولي بنسبة 11.47%، تليها الأزمة الإيرانية- الأمريكية بنسبة 10.83%.

(14) تذكر عينة الدراسة أن المعلومات تتلقاها من الحصة الإخبارية أحيانا بنسبة 44.56% وغالبا بنسبة 39.67% ودائما بنسبة 15.76%. كما أجاب أفراد العينة بأنهم يتبنون اتجاهات ومواقف من الحصة بنسبة 71.19% وبلغت نسبة من لا يتبنون المواقف 28.80%.

15) تناقش عينة الدراسة المعلومات التي تتلقاها من القناة أحيانا بنسبة 61.95% ويتناقش أفراد العينة مع الآخرين غالبا بنسبة 26.08% أما دائما ما يتناقش أفراد العينة مع الآخرين بنسبة 6.52%. وتركزت مناقشة المعلومات السياسية المستقاة من القناة مع الأصدقاء بنسبة 36.58% مع الإخوة والأخوات 21.95%، مع الوالدين 21.60% وكانت باقي النتائج مع الأساتذة.

16) يساهم أفراد العينة في إقناع الآخرين بالمعلومات التي يتبنونها من القناة أحيانا بنسبة 52.17% وبلغت نسبة من لا يقدمون على ذلك أبدا بنسبة 26.36%.

الدراسة الرابعة: بعنوان "الوعي السياسي للطلبة الجامعيين" قام بها الباحث أحمد شطرباش¹، حيث تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول سؤال أساسي مفاده: ما واقع الوعي السياسي لدى طلبة جامعة الجزائر؟ إذ تناول الباحث من خلال هذا التساؤل الواقع الحالي للمستوى المعرفي الخاص بالوعي السياسي لدى طلبة جامعة الجزائر من خلال أربعة محاور رئيسية على النحو التالي:

1) المعارف المرتبطة بالقضايا السياسية والتي تتمثل في المعرفة بالقوانين واللوائح والنظم الجامعية وبرامج الأحزاب السياسية.

2) المعارف المرتبطة بالمؤسسات السياسية والتي تتمثل في المعرفة بما يتعلق بمؤسسة الرئاسة رئيس الجمهورية، والحكومة، الوزير الأول والمعرفة بالمجالس النيابية، المجلس الشعبي الوطني والمعرفة بالأحزاب والسياسة.

3) المعارف المرتبطة بالقيادات السياسية والتي تتمثل في المعرفة برؤساء الأحزاب السياسية وبعض الشخصيات العامة على المستوى المحلي والوطني والدولي.

4) القدرة على تكوين رأي سياسي وهو المحور الذي يكشف عن مدى إدراك الطلبة لمعنى السياسية والنظام السياسي المناسب للمجتمع الجزائري، ورأيهم في قدرة التنظيمات الطلابية والأحزاب السياسية في رفع الوعي السياسي لديهم.

وبالتالي يهدف هذا البحث إلى التعرف على واقع الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة في الجزائر.

¹: أحمد شطرباش، الوعي السياسي للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية، مجلة فكر ومجتمع، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد 07، يناير 2011.

هذا وقد تم الاعتماد على أكثر من منهج من أجل تغطية أبعاد الموضوع، حيث كان لابد من الاستعانة بالمنهج الوصفي الذي يتضمن إجراء مسح للدراسات المتعلقة بموضوع البحث والاستفادة منها في وصف مفهوم الوعي السياسي، كما استخدم المنهج المسحي بطريقة العينة لدراسة واقع الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، من خلال توظيف استبيان صممه الباحث لهذا الغرض تضمن 17 سؤالاً بمجموع 33 عنصراً، إضافة إلى البيانات الأساسية المتعلقة بالمبحوثين، وفي ذات السياق سعى الباحث إلى بناء مقياس للوعي السياسي من خلال مؤشراتته بالإضافة إلى مقياس لتصنيف المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد العينة.

واختار الباحث عينة عشوائية ضمت 785 من طلبة السنوات النهائية من كافة أقسام الكليات التابعة لجامعة الجزائر في نهاية السنة الدراسية 2009/2008 منهم 295 طالبا و490 طالبة ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي:

1) 61.7% كانت إجاباتهم بـ لا أعرف وهي نفس النسبة من لم يسبق لهم الاطلاع على النظام الداخلي للجامعة، في حين بلغت نسبة من اطلع على النظام الداخلي للجامعة ولكن كانت إجاباتهم عن تشكيل المجلس التأديبي خاطئة 32.7% من مجموع أفراد العينة.

2) 0.4% فقط من مجموع الكلي لمفردات العينة اطلعوا على كل برامج الأحزاب السياسية (طالب من قسم علوم سياسية، كلية الحقوق، قسم الشريعة).

3) 46.1% من العينة توصلت إلى ذكر أسماء 05 أحزاب، 19.7% ذكروا أسماء أربعة أحزاب وعرف 16.2% من العينة ثلاث أحزاب على حين اقتصرت معرفة 6.2% من الطلبة المبحوثين على اسم حزبين و4.7% على اسم حزب سياسي واحد في مقابل ذلك بلغت نسبة من لم يتمكن من ذكر ولا حزب 7% من أفراد من مجموع أفراد العينة أي أن مستوى المعرفة بالأحزاب السياسية دون المتوسط على العموم.

4) عرف 47.8% من الطلبة المبحوثين كيفية اختيار رئيس المجلس الشعبي الوطني هي سن القوانين والتشريعات، بينما جهل قرابة ثلث العينة بأن رئيس المجلس الشعبي الوطني يتم انتخابه من قبل أعضاء المجلس وعرف 30% من العينة مهمة هذه المؤسسة معرفة خاطئة وأظهر نحو خمس العينة عدم معرفتهم لا بوظيفة المجلس ولا بكيفية اختيار رئيسه.

(5) أما فيما يتعلق بمعرفة أسماء رؤساء الأحزاب السياسية تمكن ما يمثل 29.6% من العينة من معرفة أسماء خمسة من رؤساء الأحزاب، وتمكن ما يمثل 18.6% من معرفة أسماء أربعة رؤساء وما يمثل نسبة 12.2% عرفوا أسماء ثلاثة رؤساء ولم يتوصل 10% من معرفة سوى اسمين اثنين، كما لم يستطيع 14% من معرفة سوى اسم رئيس حزب واحد فقط، في مقابل ذلك لم يتمكن 15.5% من مجموع أفراد العينة من معرفة ولا اسم من أسماء رؤساء الأحزاب السياسية الجزائرية الحالية.

(6) 73.9% يعتقدون أنه ليس للأحزاب السياسية في الجزائر أي دور تقوم به لإثراء الثقافة السياسية ورفع الوعي السياسي للشباب الجامعي، فيما يقر 24.8% أن للأحزاب السياسية دورا محدودا في هذا المجال أما نسبة 1.3% من المجموع الكلي للعينة بأن لها دورا واضحا في عملية التثقيف السياسي لا سيما للطلبة الجامعيين.

(7) 69.3% من أفراد العينة يعتقدون أن المنظمات الطلابية ليس لها أي دور إطلاقا في توعية الشباب الجامعي سياسيا و 27.1% من أفراد العينة يرون محدودية هذا الدور، وفي المقابل فإن 3.6% يعتقدون أن هذه المنظمات تلعب دورا واضحا في هذا المجال.

(8) 39.2% من العينة أن تضمين البرامج الدراسية الجامعية المقررة للثقافة السياسية تعالج المفاهيم والنظريات والأحداث الجارية يعتبر من أنسب الأساليب لرفع هذه الثقافة، وبالتالي رفع الوعي السياسي للطلبة، ويرى 26.9% منهم أن أسلوب عقد الندوات السياسية الدورية داخل الجامعة لمناقشة أهم القضايا السياسية والعامّة تمثل أنفع الأساليب لرفع المستوى الثقافي للطلبة على الصعيد السياسي، ويرى 13.5% من العينة أنه يمكن أن يتحقق ذلك من خلال إصدار بيانات عن المنظمات الطلابية تعبر عن الرأي الطلابي العام في بعض القضايا السياسية والعامّة، بينما يرى 11.6% منهم أن تحقيق التثقيف السياسي للطلبة لا يكون إلا من خلال تشجيع إصدار نشرات إعلامية ومجلات حائطية يطلع من خلالها أهم الأحداث السياسية، وضمان حد معقول من المتابعة للموضوعات والقضايا السياسية التي من شأنها أن ترفع من مستوى الثقافة السياسية للطلبة، وفي المقابل اجتمعت آراء ما يمثل 8.8% من العينة ضمن اقتراحات أخرى متفرقة.

(9) سبق للباحث وأن وصف هذا المقياس بأنه يتكون من العناصر الثلاثة وهي: المعرفة بالقوانين والقضايا السياسية، المعرفة بالمؤسسات السياسية، والمعرفة بالقضايا السياسية وأن الدرجة الكلية

لهذا المقياس هي 30 درجة، هذا وقد بينت التحليلات الإحصائية أن المتوسط العام لمجموع الدرجات المتحصل عليها في هذا المقياس المحدد بـ 15 درجة، ما يعني أن مستوى الوعي السياسي للطلبة منخفض حيث سجل 62.5% من العينة (491 مفردة) درجات أقل من المتوسط القياسي، وتحصل 6.2% منهم (49 مفردة) على درجة الوسط في حين حصل 31.2% من المبحوثين (245 مفردة) على درجات أعلى من درجة الوسط.

واستخلص الباحث من النتائج السابقة أن مستوى الوعي السياسي للطلبة الجامعيين الجزائريين دون المتوسط على العموم، حيث كشفت النتائج عن انخفاض كبير في مستوى المعرفة بالقوانين واللوائح الجامعية والبرامج السياسية، وكذا انخفاض في مستوى المعرفة بالقيادات السياسية في مقابل مستوى فوق المتوسط من المعرفة بالمؤسسات السياسية، حيث لا يمكن تفسير ذلك إلا في ضوء مستوى اهتمام الطلبة بوجه عام بمتابعة ما تقدمه وسائل الإعلام من موضوعات وبرامج سياسية، وهي القراءة التي ترجح فرضية وجود ضعف كبير في الاهتمام السياسي في الأوساط الجامعية وذلك بالنظر إلى تركيبة النظام السياسي والاجتماعي، فضلا عن اللامبالاة والسلبية ومحدودية المشاركة السياسية وقصور دور مؤسسات التنشئة المختلفة لاسيما الأحزاب السياسية القائمة.

2. الدراسات العربية

الدراسة الأولى: للباحث عبد الله بن فردي بعنوان "العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات 2008"¹ وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استقطاب وتعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية السياسية والكشف عن تفاعل هؤلاء الطلاب مع المواضيع السياسية وما إذا كانت متابعتهم لهذه البرامج تحثهم على المزيد من البحث والاطلاع والمناقشة حول ما تطرحه من قضايا وموضوعات، وجاءت هذه الدراسة تبحث في مسألة مهمة وهي العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في

¹: عبد الله بن فردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات دراسة تحليلية ميدانية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الدكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2008.

القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات بهدف الإجابة عن مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما القنوات الفضائية العربية التي يحرص الشباب السعودي على مشاهدتها ؟
- ما مدى متابعة الشباب السعودي للبرامج الحوارية السياسية؟
- ما البرامج الحوارية السياسية المفضلة لدى الشباب السعودي وأسباب تفضيلها؟
- ما العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية والوعي السياسي؟

و استخدم الباحث منهج المسح وأداتي الاستمارة وتحليل المضمون وكان من أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

- جاءت قناة MBC في المرتبة الأولى من حيث إقبال الشباب أفراد العينة على متابعتها، تلتها قناة العربية الإخبارية في المرتبة الثانية ثم قناة الجزيرة في المرتبة الثالثة فقناة المجد في الترتيب الرابع وفي الترتيب الخامس جاءت القناة الإخبارية السعودية.
- أظهرت النتائج تفضيل الشباب للوسائل التالية من حيث الحصول على المعلومات السياسية بشكل عام: الترتيب الأول التلفزيون 67.80%، الترتيب الثاني الصحف بنسبة 37.7%، الترتيب الثالث المجالات بنسبة 30.3%.
- ولدرجة توجه المبحوث إلى وسائل الإعلام للحصول على تفاصيل خبر محلي مهم كان ترتيب الوسائل كالتالي: الترتيب الأول القنوات الفضائية العربية بنسبة 93% الترتيب الثاني صحف ومجلات سعودية 59.7% القنوات التلفزيون السعودية 59.7%.
- أظهرت النتائج ميلا ضعيفا لأفراد العينة في متابعة البرامج الحوارية السياسية.
- أظهرت النتائج أن الشباب يفضل خيار المساء لعرض البرامج الحوارية، تلتها فترة الظهيرة واتضح أن فترة السهرة ليست من الأوقات المفضلة لعرض البرامج الحوارية السياسية بالنسبة للشباب.
- أظهرت النتائج أن نشرات الأخبار جاءت في المرتبة الأولى بين بقية المواد السياسية التلفزيونية التي يفضلها المبحوثين كالتالي: نشرات الأخبار - مواجيز الأخبار - شريط الأخبار أسفل الشاشة.

• فيما يخص رأي المبحوثين في مضمون البرامج الحوارية أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى أن مضمون البرامج الحوارية ذات مستوى جيد ولكنها لا تساعدهم على التعرف بشكل أعمق على الشخصيات السياسية، كما أنها لا تعكس وجهات نظر الحكومات العربية أو المعارضة مما يعني التزام تلك البرامج موقفا حياديا نحو القضايا المطروحة.

أما أبرز نتائج تحليل المضمون البرامج الحوارية السياسية عينة الدراسة:

- رصدت الدراسة أن فترة السهرة كانت أعلى أوقات إذاعة البرامج الحوارية السياسية بين القنوات الفضائية وهي أوقات لا تناسب وتفضيلات المشاهدة لدى الشباب، حين يفضلون متابعة البرامج المنوعة والترفيهية أكثر في تلك الفترة وذلك بحسب نتائج الدراسة الميدانية.
- سجلت البرامج الحوارية السياسية نسبة اهتمام كبيرة بالموضوعات والمشاكل الإقليمية في العالم العربي.

الدراسة الثانية: بعنوان دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي اليمني دراسة ميدانية على طلبة الجامعات للباحث وديع العززي¹، تكمن أهمية هذا البحث في أن المساءلة تتعلق بانبعثات قيم جديدة ووعي جديد عبر تحولات جديدة يسعى هذا الباحث إلى رصدها حيث يلقي الضوء على مجالات جديدة للاهتمام بالشباب وتنمية وعيهم بقضايا مجتمعهم، فضلا عن التركيز على ثقافة المشاركة باعتبارها دافعا ومحركا رئيسيا في عملية التنمية الشاملة، كما يلقي البحث على أهمية فرع الإعلام السياسي ودوره في تشكيل الوعي السياسي وتدعيم المشاركة السياسية لما لها فائدة على الشباب والسياسة العاملة للدولة.

وتأسيسا على ما سبق فإن مشكلة البحث تتحدد في قياس مستوى الوعي السياسي لطلبة الجامعات ودور وسائل الإعلام في تشكيل هذا الوعي، وفي ضوء مشكلة البحث تم وضع التساؤلات التالية والتي قسمت إلى ثلاثة محاور أساسية هي:

أولا: محور الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية وتضمن:

¹: وديع العززي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي اليمني دراسة ميدانية على طلبة الجامعات، مركز نقد وتنوير للدراسات الانسانية، <http://tanwair.com/?p=3109>، تاريخ التحميل 25، أوت 2015، على الساعة 10:30.

• ما حجم اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام (الصحف، الإذاعة، التلفزيون) كمصدر للمعلومات السياسية؟

ثانيا: محور المشاركة السياسية في إطار هذا المحور وضعت التساؤلات التالية:

- هل يهتم طلبة الجامعات بمتابعة القضايا السياسية؟
- ما أسباب عدم اهتمام طلبة الجامعات بمتابعة القضايا السياسية؟
- هل يمتلك طلبة الجامعات بطاقات انتخابية؟
- ما أسباب الامتلاك وأسباب عدم الامتلاك للبطاقة الانتخابية؟
- ما حجم مشاركة طلبة الجامعات في التصويت في الانتخابات الرئاسية والمحلية لعام 2006؟
- ما الأسباب وراء مشاركة طلبة الجامعات في التصويت من عدمها؟
- هل ينتمي طلبة الجامعات إلى الأحزاب السياسية اليمنية؟
- ما أسباب عدم انتمائهم للأحزاب السياسية؟
- هل ينتمي طلبة الجامعات إلى الاتحادات الطلابية أو الجمعيات والمنظمات الأهلية؟
- ما أسباب عدم انتمائهم للاتحادات والجمعيات؟

ثالثا: محور المعرفة السياسية في هذا الإطار وضعت التساؤلات الآتية:

- ما أهم القضايا التي يرى طلبة الجامعات أنها أولى باهتمام الأحزاب السياسية اليمنية؟
- ما أهم التحديات التي يواجهها الشباب من وجهة نظر عينة البحث؟
- ما الطموحات السائدة اليوم لدى طلبة الجامعات؟
- كيف يرتب طلبة الجامعات قيم الولاء وفقا لقناعاتهم؟
- ما المعلومات السياسية لدى طلبة الجامعات عن بعض القضايا الانتخابية والسياسية في اليمن؟

ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة لاختبار صحة خمس فرضيات وهي:

1) هناك علاقة ارتباطية بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام وحجم المشاركة السياسية لديهم.

2) هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة جامعات على وسائل الإعلام والمعرفة السياسية.

3) هناك علاقة ارتباط بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام والمتغيرات التالية: النوع، التخصص، مكان الجامعة، الانتماء للأحزاب والاتحادات والجمعيات.

4) هناك علاقة ارتباط بين حجم المشاركة السياسية والمتغيرات التالية: النوع، التخصص، مكان الجامعة، الانتماء للأحزاب والاتحادات والجمعيات.

5) هناك علاقة ارتباط بين مستوى المعرفة السياسية والمتغيرات التالية: النوع، التخصص، مكان الجامعة، الانتماء للأحزاب والاتحادات والجمعيات.

وللتحقق من صحة هذه الفرضيات اعتمد الباحث على المنهج المسحي واستخدم استمارة الاستبيان التي اشتملت على 30 سؤالاً فضلاً عن البيانات الديمغرافية للطلبة، حيث تضمنت أسئلة مغلقة ومفتوحة قسمت على ثلاث محاور رئيسية كل محور يتضمن عدداً من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة، ووزعت على عينة قدرها 577 طالب وطالبة في شهر فبراير 2007 اختيرت بطريقة عشوائية من ضمن سبع جامعات حكومية يمنية من مستويات دراسية متنوعة خلال العام الدراسي 2006/2007، وتم اختيار العينة على نحو التالي:

1) اختيار كلية علمية وكلية إنسانية من كل جامعة بطريقة عشوائية .

2) تم تحديد حجم العينة بـ 200 طالب وطالبة بحسب حجم الطلبة في كل جامعة، سواء من حيث الجنس (ذ، أ) أو من حيث التخصص الدراسي (علمي، إنساني) وبما يحقق التمثيل النسبي لمجتمع البحث، وكشفت الدراسة على العديد من النتائج من بينها:

1) فيما يتعلق بالاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات السياسية:

- أظهرت النتائج أن 77% من أفراد عينة الدراسة يقرؤون الصحف اليمنية في حين أن 23% لا يقرؤونها، وأظهرت النتائج أن الصحف الحكومية تحظى بأفضلية القراءة لدى طلبة الجامعات تلتها الصحف الخاصة والحزبية.

- أظهرت النتائج أن 51% يستمعون إلى برامج الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية في حين أن 49% لا يسمعون إلى تلك البرامج، إذ تبين أن 11% فقط يستمعون إلى الإذاعات اليمنية بصفة دائمة و14% إلى الإذاعات العربية، و7% إلى الأجنبية ناطقة باللغة العربية وهذا يشير إلى تدني مستوى الاستماع إلى البرامج السياسية عبر الإذاعات المحلية والعربية والأجنبية.

- أما عن مشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية فقد أظهرت النتائج أن 88% من أفراد عينة الدراسة يتابعون البرامج السياسية عبر الفضائيات اليمنية والعربية، في حين أن 21% فقط لا يتابعون تلك البرامج.

- أما عن مصادر المعلومات السياسية تبين أن 72% من أفراد العينة يحصلون على معلوماتهم السياسية من الفضائيات العربية و54% من الانترنت كما يؤكد 51% أن مصدر معلوماتهم الأصدقاء والزملاء، 41% من الصحف الحكومية وهناك فئة قليلة جدا تعتمد على مصادر مختلفة كالأحزاب، الكتب السياسية، الندوات السياسية.

(2) المشاركة السياسية

- أما عن مدى الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية أظهرت النتائج بأن 88% من عينة الدراسة يهتمون بمتابعة القضايا السياسية في حين أن 12% فقط لا يهتمون مطلقاً ويرون بعدم الجدوى من متابعة القضايا السياسية.

- أما فيما يخص الانتماء إلى الأحزاب السياسية تؤكد النتائج أن 54% من عينة الدراسة ينتمون إلى بعض الأحزاب السياسية، في حين أن 46% لا ينتمون إلى أي حزب سياسي ويرون أن عدم انتمائهم نتيجة للأسباب التالية: عدم قناعتهم بالعمل الحزبي، لون الأحزاب لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمجتمع، غياب الديمقراطية داخل الأحزاب.

(3) المعرفة السياسية:

- يركز أفراد عينة الدراسة على مجموعة من القضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها من وجهة نظرهم فقد اعتبرت قضية التعليم الأولى يليها قضية البطالة، ثم الوضع الاقتصادي، ارتفاع

الأسعار ثم الفقر ثم الفساد، في حين جاءت قضية الأمن، الديمقراطية، حقوق الإنسان، آخر القضايا التي ينبغي على الأحزاب الاهتمام بها من وجهة نظر عينة الدراسة.

- أما عن قياس معدل مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي بلغ معدل 39% مما يعني ضعف المعلومات السياسية عند طلبة الجامعات حول الحياة السياسية اليمنية.

- من خلال نتائج الخاصة بمعدل حجم المشاركة السياسية 66% ومعدل مستوى المعرفة السياسية 39% للشباب الجامعي يمكن لنا قياس مستوى الوعي السياسي لديهم حيث بلغ 52.5% وهكذا نستنتج أن مستوى الوعي السياسي للشباب الجامعي ضعيف بصفة عامة .

- كما توصل الباحث أن الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية من قبل أفراد عينة الدراسة له علاقة بمشاهدتهم للبرامج السياسية في الفضائيات العربية فقط على الرغم من قراءة أفراد عينة الدراسة للصحف الحكومية والحزبية الخاصة وكذلك استماعهم إلى البرامج الإذاعية.

- أظهرت النتائج أن التلفزيون في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الشباب في متابعة المواد السياسية ويليها الصحف ثم الإذاعة.

3. الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى للباحث محمد أحمد خليفة أحمد بعنوان "تعرض الطلاب لأخبار السياسة على الأنترنت والوعي السياسي - مقارنة بين ألمانيا ومصر"¹ وهي عبارة عن دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، حيث تهدف هذه الأخيرة إلى معرفة العلاقة بين تعرض الطلاب للأخبار السياسية على شبكة الأنترنت ووعيهم السياسي، وبالإضافة إلى ذلك فإن هذه الدراسة تمثل سلسلة جديدة للبحث عن الاتصال السياسي في الدول العربية، ليس فقط لمعالجة هذه القضايا من الوعي السياسي، بل أيضا لإعطاء تعريف واضح بمنهجية وأدوات جديدة للرد على الأسئلة عن قياس مستوى الوعي السياسي للطلاب بالجامعتين، كما يعد بحثا جديدا حول الشبكات الاجتماعية ودورها في عملية التحول السياسي، وعليه تمحور التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي: ما هو تأثير تعرض الطلاب للأخبار

¹: Mohamed Ahmed Khalifa Ahmed, **Students' Exposure to Political News on the Internet and Political Awareness: A Comparison between Germany and Egypt**, Zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie, Philosophischen Fakultät, Institut für Kommunikationswissenschaft ,Technischen, Universität Dresden, 2011.

السياسية في الأنترنت على الوعي السياسي لديهم؟، وللإجابة على هذا التساؤل تم توزيع استبيان في شهر أفريل ويونيو 2010 في مصر بجامعة المنيا وفي ألمانيا في الجامعة التقنية في درسدن بلغ حجم العينة 1000 طالب (500 طالب وطالبة في كل بلد). وأسفرت النتائج عن وجود علاقة إيجابية بين التعرض للأخبار السياسية على شبكة الإنترنت والوعي السياسي لطلاب الجامعات، بالإضافة إلى ذلك كشفت النتائج أن الأخبار السياسية على الأنترنت تلعب دورا قويا في الترويج للنشاط السياسي، وبالتالي زيادة كمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في كل من ألمانيا ومصر. وكذلك كشفت النتائج أن الطالب الألماني أكثر تعرضا لأخبار السياسية بالإنترنت بشكل عام وأكثر وعيا ومشاركة في العملية السياسية من طلاب الجامعة المصرية.

4. كذلك لم تؤكد نتائج الدراسة الفرضية القائلة بأن "هناك اختلافات كبيرة بين طالب جامعي ألماني ومصريين في مستوى الوعي السياسي، وكذلك أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، وبناء على ذلك فإن النتائج لم تؤكد فرضية أن استخدام الأخبار السياسية على شبكة الأنترنت يظهر الفروق بين الذكور والإناث في كل من البلدين في مستوى وعيهم السياسي.

الدراسة الثانية بعنوان " وسائل الإعلام، الوعي السياسي والسلوك الانتخابي في الانتخابات الرئاسية النيجيرية 2011 " للباحث¹ Patrick Udende، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستوى الوعي السياسي لدى الناخبين النيجيريين، ومعرفة مدى مساهمة وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي قبل وأثناء الانتخابات الرئاسية عام 2011، وعلى الرغم من وجود وسائل الإعلام في نيجيريا التي تضم الصحف والمجلات، والإذاعة والتلفزيون والسينما والإنترنت وكذلك المنشورات والتي تعتبر مصادر مهمة للمعلومات والتعليم، إلا أن مستوى الوعي السياسي لدى الناخبين يبدو منخفضا جدا، حيث أن غالبية الناخبين تفتقر إلى المعرفة الأساسية عن العملية السياسية واتخاذ قرارات منطقية بشأن المسائل الانتخابية، هذا ما يظهر في نمط التصويت التقليدي وهم يصوتون على أساس الدين والعرقية والعلاقات بدلا من التركيز على القضايا التي تعتبر بالغة الأهمية للوجود البشري، على هذه الخلفية المعمول بها تسعى هذه الدراسة إلى تحديد إن كان لوسائل الإعلام دورا أساسيا في خلق

¹: Patrick Udende , **Mass Media, Political Awareness and Voting Behaviour in the Nigeria's 2011 Presidential Election**, Being a paper presented at the African Council for Communication Education (ACCE),Nigeria Chapter, at Covenant University, Ota, Ogun State, Nigeria from 20th-22nd September,2011.

الوعي السياسي بين الناخبين النيجيري الذين شاركوا في الانتخابات الرئاسية عام 2011، حيث تمحورت أسئلة الدراسة حول:

1. ما هو مستوى الوعي السياسي لدى الناخبين النيجيريين ؟

2. إلى أي مدى ساهمت وسائل الإعلام في تشكيل الوعي حول العملية السياسية قبل وأثناء الانتخابات الرئاسية عام 2011؟

3. ما هي العوامل التي أثرت في سلوك تصويت الناخبين من خلال الانتخابات الرئاسية عام 2011؟

واستخدم الباحث منهج المسح وكان مجتمع الدراسة من سكان إورين عاصمة ولاية كوارا النيجيرية، وجاء اختيار هذه المنطقة للدراسة لأن بها مزيجا من الناس من مختلف التوجهات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية المختلفة، وبلغ حجم العينة 500 شخص من السكان وقد تم اختيارهم وفق العينة العشوائية، وتم تحليل البيانات باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1) أن غالبية المبحوثين أجابوا بالإيجاب أنهم تعرضوا للرسائل السياسية في وسائل الإعلام بنسبة بلغت 96.80%. حيث اعترف معظم أفراد العينة بنسبة بلغت 74% أنهم يتعرضون لهذه الرسائل بشكل يومي و52.4% يتعرض معظمها على الرسائل من التلفزيون. واعترف أكثر من نصف المبحوثين أن لديهم المعرفة العامة بشأن جميع المتنافسين في رئاسيات أبريل 2011، وتفتقر 47.8% من أفراد عينة الدراسة للمعارف الأساسية حول المرشحين وبياناتهم الخاصة.

2) كما وافقت 34% أن لديهم معرفة حول عملية التصويت، ما لا يقل عن 66% منها اختلف من الذين لديهم معرفة عن عملية التصويت والتي تتراوح من التسجيل والاعتماد. حتى أولئك الذين قال أنهم كانوا يعرفون أن عملية التصويت لا تنسب ذلك إلى وسائل الإعلام، كما أجاب 62.6% من المبحوثين أنه كان جهدا مشتركا بين وسائل الإعلام والاتصالات الشخصية التي تم وضعها على الطريق الصحيح، وهذا ما يدل على أن رسائل وسائل الإعلام ليست واضحة بما فيه الكفاية حيث تعززت

هذه المواقف في أن أكثر من 43.3٪ كانوا على الحياد بشأن ما إذا كان الإعلان السياسي عزز قرار التصويت من عدمه.

(3) أجاب عدد ضئيل من أفراد عينة الدراسة بنسبة 3٪ و 4.2٪ أنهم صوتوا على أساس الدين والعرق على التوالي مقابل 42.1٪ من العينة التي أبلغت من قبل الكاريزما قرار التصويت.

مناقشة الدراسات السابقة

من خلال استعراضنا للدراسات السابقة نلاحظ انعدام الدراسات التي تناولت موضوع الفضائيات الجزائرية الخاصة والوعي السياسي لدى الطلبة، كما أن جل الدراسات السابقة تشترك في اعتمادها على نفس المنهج وهو المنهج المسح، كما تشترك في استخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات إلا أن الدراسة الرابعة والسادسة اعتمدت على أداتين هما: الاستمارة وتحليل المضمون للبرامج السياسية، كما اعتمدت معظم الدراسات في اختيار العينة على العينة العشوائية والقصدية باستثناء الدراسة الأولى التي اعتمدت على عينة حصصية - عمدية، كما استخدمت معظم الدراسات الجزائرية قناة الجزيرة الإخبارية كنموذج إعلامي.

أما دراستنا نحن فتحاول تسليط الضوء على قناة النهار TV الخاصة كقناة إخبارية، تحاول من خلال برامجها السياسية تشكيل وعي سياسي لدى الطلبة الجامعيين حول مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية .

وقد تم الاستفادة من هذه الدراسات في تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها واختيار العينة وبناء أداة الاستبيان، وكذا الاعتماد عليها في تحليل نتائج الدراسة أي مدى اتفاق أو اختلاف نتائج دراستنا مع نتائج الدراسات السابقة.

سابعاً- منهج الدراسة

يعتبر الكثير من الباحثين أن المنهج هو المرشد والدليل الذي يقود الباحث قصد الوصول إلى نتائج موضوعية، وهو من أهم الخطوات المتبعة من طرف الباحث، حيث يعرف على أنه "الطريق

المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تحكم سير العقل وتحدد عملياته من أجل الوصول إلى نتيجة معلومة"¹.

ونظرا لكون المناهج تختلف باختلاف المواضيع، وانطلاقا من الهدف العام للبحث والمتمثل في أثر متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV الجزائرية على تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، فإن دراستنا هذه تنتمي إلى البحوث الوصفية ذات الطابع الكمي، لأنها تهدف إلى معرفة كيفية وجود الظاهرة بوصفها وتشخيص ملامحها الأساسية، فقد اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي من خلال وصف وتصنيف وترتيب معطيات أفراد العينة وتحليلها وتفسيرها بغية الوصول إلى الأهداف المسطرة لهذه الدراسة .

ويعرف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية، كما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، وهناك من يعرفه بأنه "عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية يمكن تفسيرها"².

يقوم المنهج الوصفي على دراسة الظواهر وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات القائمة بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل، ولا يقتصر المنهج الوصفي على التعرف على معالم الظاهرة وتحديد أسباب وجودها، وإنما يشمل كذلك تحليل البيانات وقياسها وتفسيرها والتوصل إلى وصف دقيق للظاهرة ولنتائجها³.

وتعتبر الدراسة الوصفية شائعة جدا في علوم الاتصال الجماهيري، حيث توصلنا إلى حقائق دقيقة عن الظروف القائمة، ونستنبط العلاقات المهمة القائمة بين الظواهر المختلفة، كما تساعد على تفسير معنى البيانات وتمد الباحثين بمعلومات مفيدة وقيمة وبالتالي تساعدنا على التخطيط والإصلاح ووضع الأسس ورسم خطط المستقبل واتجاهها⁴.

¹: علي غربي، أبعديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، قسنطينة، دار الفائز للطباعة والنشر، ط2، 2009، ص 72.

²: نفس المرجع السابق، ص83.

³: خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، ط، 1، 2008، ص44.

⁴ Bernard berelson, **Reader in public opinion communication**, 2nd edition, Macmillan, 1967, P 263

وللدراسات الوصفية عدة أهداف كما هو الحال بالنسبة للمناهج الأخرى، يمكن إجمالها فيما

يلي¹:

(1) جمع معلومات حقيقية ومفصلة لظاهرة موجودة فعلا في مجتمع معين.

(2) تحديد المشاكل الموجودة أو توضيح بعض الظواهر.

(3) إجراء مقارنة وتقييم لبعض الظواهر.

(4) التعرف على العوامل المختلفة المسؤولة عن انتشار الظاهرة خلال مرحلة معينة.

(5) الكشف عن العلاقة بين المتغيرين أو تلك التي تنطلق من فروض معينة لإثبات صحتها.

والمنهج الوصفي لا يكتفي بوصف وتحليل الظاهرة المدروسة من جميع جوانبها، بل يهدف إلى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات والخروج باستنتاج عام، مستعينا في ذلك بأدوات منهجية كالملاحظة والاستمارة والوثائق والسجلات.

وتبرز أهمية المنهج الوصفي في بحوث الإعلام كونه الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآرائه ووجهات النظر في علاقته بالإعلام ووسائله ورسائله، حيث يصعب استخدام المنهج التجريبي أو التاريخي في دراستها وهو أمر جعل معظم البحوث تقع في إطار هذا المنهج.

إن قيمة البحوث والدراسات الإعلامية التي تعتمد على المنهج الوصفي وطرقه وأساليبه المتعددة تكمن أولا في واقعيتها وارتباطها بموضوعات وظواهر ومشكلات بحثية يعيشها الإنسان في حياته العملية، كما يكمن في أن معلوماتها وبياناتها تعبر عن الواقع، كما أن مصادر هذه المعلومات والبيانات هو الواقع نفسه وهذا ما يجعل لنتائجها قيمة علمية وعملية، حيث يمكن الاستفادة منها في تطوير الواقع نحو الأفضل².

¹: بلقاسم سلاطينية، حسان جيلالي، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص

135

²: أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط02، 2002، ص ص

215، 214

ثامنا- أدوات جمع بيانات الدراسة

تتطلب البحوث العلمية في مجال العلوم الإنسانية القيام بوضع فروض مستوحاة من قراءات سابقة وملاحظة المجتمع، وكذا التأكد من ذلك بالنزول إلى الميدان معتمدا على أدوات جمع البيانات، وبالنسبة لطبيعة موضوع دراستنا فإنها تتطلب منا الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان التي تعد "أهم أداة تستخدم في مجال البحوث الاجتماعية والانسانية الميدانية، لذلك يلاحظ الاعتماد المفرط عليها خصوصا وأن استخدامها ممكن في جل أنواع البحوث الاستكشافية، الوصفية... ولو بدرجات متفاوتة"، وتعتبر هذه الأداة الأنسب كونها تتوجه إلى أكبر عدد ممكن من أفراد مجتمع البحث، كما أنها توفر الوقت والجهد وقادرة على جلب المعلومات أكثر من المبحوثين وملائمة لدراسة الجمهور، فمن أجل معرفة رأي المجتمع حول ظاهرة ما أو حول نظام اجتماعي ما، يستدعي الأمر استجواب الأفراد¹، وذلك بفضل نموذج من الأسئلة المسماة بالاستمارة والتي صنفها مادلين قرافيتز ضمن التقنيات الحية حيث تعرفها "بوسيلة اتصال بين الباحث والمبحوث، إذ تقوم هذه التقنية بترجمة هدف البحث إلى أسئلة² ويعرفها موريس أنجرس بأنها التقنية المباشرة لاستجواب الأفراد للحصول على نتائج كمية وإيجاد علاقات رياضية³.

كما تعرف على أنها "أداة علمية تبنى وفق مراحل علمية تكتسب عبرها صدقها وثباتها، وتشتمل بنودها على إمكانية قياس فرضيات البحث وتحديد العلاقات بين المتغيرات"⁴.

ومن الشروط الأساسية للسؤال الجيد هو ارتباطه الوثيق بإشكالية البحث وفرضياته، بحيث تتعلق كل مجموعة من الأسئلة باختبار فرضية معينة، وتحتوي استمارة الاستبيان على مجموعة من النماذج للأسئلة المستعملة وهي:⁵

1) الأسئلة المغلقة: ويتطلب هذا النموذج اختيار المبحوث لإجابة خاصة من جملة قائمة الاجابات المقترحة عليه، وفي هذا السياق لا يمكن الاجابة كما يريد المبحوث لأن نص السؤال هو الذي

¹: La ville Christian et Dionne Jean, **La construction du savoir**, Chelenière, Montréal, 1996, p 204.

²: Grawitz Madeleine, **Méthodes des sciences sociales**, Paris Dalloz, 11ème édition, , 2001, p 524.

³: Angers Maurice, **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Casbah, Alger, 2^{ème} édition, 1997, p 146

⁴: صالح بنوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسنطينة، دار الفانز للنشر والتوزيع، 2012، ص 198.

⁵: موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، الجزائر، دار قصبه للنشر والتوزيع، ط2، ص ص 244-247.

يفرض الإجابة، ويمكننا التمييز بين نوعين من الأسئلة المغلقة: سؤال ثنائي التفرع، والسؤال المتعدد الاختيار.

• سؤال ثنائي التفرع: وهو السؤال الذي يجبر المبحوث على اختيار بين إجابتين فقط أي بين صحيح أو خطأ، نعم أو لا.

• السؤال المتعدد الاختيار: يمنح هذا النوع من الأسئلة للمبحوث جملة من الأجوبة المعقولة والممكنة، ويمكن التمييز في هذا الإطار بين ثلاثة أنواع من الأسئلة وهي: سؤال متعدد الاختيار الذي يسمح بإجابة واحدة فقط وإذا لم نستطيع توقع كل الاجابات المحتملة فلا بد علينا من إضافة فئة تسمى "آخر حدد" وذلك للتأكد من أن كل مبحوث قد منحت له فرصة الاختيار، كذلك نجد سؤال متعدد الاختيار الذي يسمح بتعدد الاجابات ويجب الاشارة إليه بين قوسين لأنه عادة ما يعتبر استثناءا في الاستمارة، وأخيرا سؤال ترقيم العناصر الذي يقتضي من المبحوث تقييم كل عنصر من مجموعة عناصر الإجابة أو ترتيب كل عنصر منها بالنسبة إلى العناصر الأخرى.

(2) السؤال المفتوح: يمكن استعمال السؤال المفتوح لكن بصفة محددة، عن هذا النموذج الذي يترك كامل الحرية للمبحوث لصياغة إجاباته يجعل من الصعب بهذه الكيفية تكميم الإجابات ومقارنتها فيما بعد لهذا فإن الاستمارة المثالية هي تلك التي لا تحتوي على أي سؤال مفتوح.

أما بخصوص بناء استمارة دراستنا (المحاور والأسئلة)، فقد احتوت على أربعة محاور حيث تناول المحور الأول عادات وأنماط مشاهدة قناة النهار TV، أما المحور الثاني طبيعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، بينما المحور الثالث فخصص للبرامج السياسية والوعي السياسي، في حين المحور الرابع والأخير شمل تقييم البرامج السياسية بقناة النهار TV من وجهة نظر الطلبة، هذا بالإضافة إلى السمات العامة والتي شملت متغير: الجنس، التخصص، المستوى العلمي، الجامعة التي يكون المبحوث مسجلا بها. وقد تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المحكمين* في تخصصي علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية، وتم الأخذ بملاحظاتهم فيما بعد بعين الاعتبار.

* الأساتذة المحكمين هم:

- (1) الأستاذة الدكتورة سعدي وحيدة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة.
- (2) الأستاذ الدكتور حسين قادري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01.
- (3) الأستاذة الدكتورة مي عبد الله، المعهد العالي للدكتوراه للعلوم الانسانية، الجامعة اللبنانية.
- (4) الدكتور شفيق ايكوفان، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري تيزي وزو.
- (5) الدكتور سمير رحمان، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01
- (6) الدكتور بدر الدين زواقة، كلية العلوم الإسلامية، جامعة باتنة 01

تاسعا- تحديد المفاهيم

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا لا بد منه في الدراسات والبحوث العلمية، ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد وتنوع في البحوث الاجتماعية والإعلامية وذلك تبعاً للمجتمعات وخصائصها، كما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا حول إعطاء مفهوم واحد لظاهرة معينة لذلك اختلفت المفاهيم من باحث إلى آخر، وعليه سنحدد أهم المفاهيم المرتبطة بموضوع الدراسة وهي: الأثر، البرامج السياسية، القنوات الجزائرية الخاصة، الوعي السياسي، الطالب الجامعي، إلا أننا سنكتفي بتحديد المفاهيم الإجرائية بالنسبة للمصطلحات التي تم التطرق إليها في الإطار النظري للدراسة.

➤ الأثر:

➤ **التعريف الاصطلاحي:** ما بقي من رسم الشيء، وهو يشمل التأثير الأدبي والنفوذ، إذا أحدث أثرا على سلوكه أو طريقة تفاعله مع ما يحيط به¹.

وتعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه: نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثرا².

➤ أما التأثير هو إحداث تأثيرات وتغيرات في السلوك والتفكير، وتتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير³.

➤ **التعريف الإجرائي للأثر:** نقصد به تلك العلاقة القائمة بين جمهور وسائل الإعلام أي الطلبة الجامعيين ووسائل الإعلام (قناة النهار TV)، وتتميز هذه العلاقة من جهة وسائل الإعلام بمحاولة تكييف برامجها السياسية مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم والتعرض لمضامينها بغية التأثير على المستوى المعرفي، العاطفي والمستوى السلوكي.

¹: عبد الله البستاني، الوافي معجم وسيط للغة العربية، بيروت، مكتبة لبنان، ط 2، 1990، ص 7.

² Bernard lamizet , **dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de communication** , france ellipses,1997,p2007.

³: محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الاعلامية، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 52

➤ البرامج السياسية:

➤ نقصد بها في دراستنا هذه البرامج التلفزيونية التي تبث على قناة النهار TV على مدار الأسبوع، وتكون مواضيعها ومضمونها ذات صلة وعلاقة بالشأن السياسي.

➤ الفضائيات الجزائرية الخاصة:

➤ نقصد بها الفضائيات التي يأتي رأس مالها كليا أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، ومضمون برامجها يتناول مواضيع جزائرية بالدرجة الأولى.

➤ قناة النهار TV:

➤ هي قناة تلفزيونية جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين، تقوم ببث برامج تلفزيونية تتمحور حول مواضيع سياسية موجهة إلى الجمهور الواسع بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة بغية تشكيل الوعي السياسي لديهم.

➤ الطالب الجامعي

➤ اصطلاحا: جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ تتركز المئات من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضاعف ويخفف إلى حد ما ارتباطهم الطبقي والعائلي¹.

➤ إجرائيا: نقصد بالطالب الجامعي في هذه الدراسة هو كل طالب يزاول دراسته في الجامعة بعد حصوله على شهادة البكالوريا لإتمام دراسته في تخصص معين، لنيل شهادة علمية تؤهلهم لتحقيق أهدافهم المستقبلية، حيث سنستهدف في هذه الدراسة فقط من يشاهدون البرامج السياسية بقناة النهار TV باعتبارهم أحد العناصر الفاعلة في الحياة السياسية.

➤ الوعي السياسي

➤ التعريف الاجرائي للوعي السياسي: نقصد بالوعي السياسي في دراستنا هذه هو تلك المعلومات السياسية المكتسبة، والمعارف السياسية التي تتشكل لدى الطلبة الجامعيين، من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV مما يتيح لهم إدراك ومعرفة واقعهم السياسي وفهم البيئة المحيطة بهم "

¹: صحروهي، دور وسائل الإعلام في تقديم قدوة الشباب الجامعي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 1996، ص 238.

عاشرا- عينة الدراسة

تعرف العينة في البحث العلمي على أنها " جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث"¹ والعينة التي تم اختيار مفرداتها في هذه الدراسة تمت وفق نوعين من العينة وهما: العينة الحصصية والعينة القصدية العرضية.

1.العينة الحصصية:

تقوم على مبدأ نقل نفس التوزيعات أو نسب خصوصيات مجتمع البحث على العينة، وهذه الخصوصيات يكون اختيارها على أساس أهداف البحث، أي على أساس ما نريد التحقق منه من الفرضيات كما يتعين على الباحث كذلك أن يعرف توزيعها ونسبها في مجتمع البحث، وبالرجوع إلى دراستنا فإننا قمنا باختيار حصة ممثلة لكل تخصص في كل جامعة محل الدراسة (جامعة الجزائر، جامعة قسنطينة، جامعة وهران)، حيث أنه من أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذه الجامعات كانت كمايلي: وقع اختيار جامعة الجزائر العاصمة باعتبارها قطبا كبيرا يجذب عددا كبيرا من الطلبة القادمين من شتى الولايات وهي أرضية خصبة لمثل هذه البحوث كبحتنا هذا، أما جامعة قسنطينة فسبب اختيارها يعود إلى كونها تمثل الشرق الجزائري، أما جامعة وهران فتمثل الغرب الجزائري، وهذا حتى يكون هناك تنوعا وتمثيلا للعينة، وعليه جاءت طريقة حساب الحصص وفق المراحل التالية:

- تحديد أفراد العينة ب500 مفردة .

- حيث اخترنا قصديا من كل جامعة من الجامعات الثلاث تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية وذلك لاعتبار أنهما أقرب لموضوع الدراسة، أي طلبة الإعلام والاتصال أقرب من خلال معرفة حيثيات الإعلام وكذلك هذا التخصص مرتبط بمتغير القنوات الفضائية الخاصة، والعلوم السياسية كون الموضوع يحتوي على متغير الوعي السياسي.

¹: رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، 2007، ص 34.

- جمع إحصائيات الطلبة من كل تخصص ثم أخذنا نسبة ممثلة من الطلبة المسجلين، وبمراعات الاحصائيات تم أخذ الحصص المتعلقة بالمستويات العلمية (ليسانس، ماستر، دكتوراه الطور الثالث) حسب كل تخصص وكانت طريقة حساب الحصص كالتالي*:

الجدول رقم 1: يمثل عدد الطلبة بالجامعات حسب كل تخصص والمستوى العلمي¹

الجامعة	المستوى التعليمي التخصص	الليسانس	الماستر	دكتوراه الطور الثالث
جامعة الجزائر	علوم الإعلام والاتصال	4672	1197	151
	العلوم السياسية	3603	1022	185
جامعة قسنطينة	علوم الإعلام والاتصال	1833	617	28
	العلوم السياسية	645	335	26
جامعة وهران	علوم الإعلام والاتصال	370	178	12
	العلوم السياسية	599	313	11
المجموع الكلي هو 15797				

سنأخذ مثال توضيحي فقط يبين كيفية حساب الحصص بالنسبة لطلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة (الليسانس) وتبقى طريقة نفسها:

$$15797 \text{ ————— } \%100$$

$$1833 \text{ ————— } \text{س}$$

*: بالنسبة لطريقة حساب الحصص تم الاعتماد على المرجع التالي: سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، الجزائر، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2، 2012، ص ص 146-147.

¹: أنظر الملحق رقم 04 الخاص بعدد طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية في جامعة الجزائر، جامعة قسنطينة، جامعة وهران.

س = $1833 \times 100 / 15797 = 11.60\%$ وهذه النسبة تسمح لنا بمعرفة كم نأخذ من طالب في علوم الإعلام والاتصال من جامعة قسنطينة ذو مستوى ليسانس في عينتنا التي تتكون من 500 مفردة.

$$500 \text{ ————— } 100\%$$

$$\text{ع} \text{ ————— } 11.60\%$$

$$\text{ع} = 100 / 11.60 \times 500 = 58 \text{ طالب}$$

الجدول رقم 2: يمثل عينة الدراسة بالجامعات حسب كل تخصص والمستوى العلمي

الجامعة	المستوى العلمي التخصص	الليسانس	الماستر	دكتوراه الطور الثالث
جامعة الجزائر	علوم الإعلام والاتصال	148	38	05
	العلوم السياسية	114	32	06
جامعة قسنطينة	علوم الإعلام والاتصال	58	19	01
	العلوم السياسية	20	10	01
جامعة وهران	علوم الإعلام والاتصال	12	5	01
	العلوم السياسية	19	10	01
المجموع الكلي هو 500				

2. العينة القصدية العرضية:

لأننا قصدنا الطلبة الجامعيين بجامعة الجزائر، جامعة قسنطينة، جامعة وهران وأي طالب جامعي يعترضنا وينتمي إلى هذه الجامعات فهو ضمن عينة بحثنا هذه، شرط أن يكون من متبعي البرامج السياسية بقناة النهار TV.

حادي عشر - مجالات الدراسة

1. المجال المكاني: تمت هذه الدراسة في ثلاث جامعات جزائرية وهي: جامعة الجزائر، جامعة قسنطينة، جامعة وهران.

2.المجال البشري: اتخذ الباحث من طلبة الجامعيين بتلك الجامعات السالفة الذكر مجالاً بشرياً.

3.المجال الزمني: تمت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة ما بين شهر جانفي 2016 إلى غاية شهر مارس من نفس السنة، حيث تم في هذه الفترة الاتصال بمصلحة الاحصائيات لكل كلية من أجل معرفة عدد الطلبة وكذا توزيع الاستمارة على الطلبة.

الفصل الثاني

المداخل النظرية المفسرة

للدراصة

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والاشباعات.

المبحث الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: النشأة والتطور.

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، ومثل هذه الدراسات ظهرت في أربعينيات في أعمال لزرسفيلد Lazarsfield وستانون Staton وبيرلسون Berison وفي الخمسينيات في أعمال ريليز Rileys وفريدسون Freidson وماك كوبي Mac coby وفي الستينيات في أعمال شرام Schramm لايل Lyle وباركر Parker¹.

وذكر حسن عماد مكاوي وليلي السيد أن ويرنر werner وتانكرد Tankard أشار إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ في الثلاثينيات عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب ومسلسلات الراديو، الصحف اليومية وأحلام السينما من أجل التعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك للرأي العام.

ويقدم نموذج الاستعمال والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن أسلوب الفرد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية، ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام فإن هذا النموذج يأخذ في الاعتبار كنقطة بدء بدلا من أن تكون الرسالة الإعلامية هي نقطة البدء²، إذ صار الاهتمام منصبا على رضا المستخدمين وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟³.

وفي معظم البحوث كانت دراسة الأسباب أحد الجوانب البحثية في الكشف عن إشباع مستمع المسلسلات اليومية، وكذلك دراسة بيرلسون التي أجراها عام 1945 الذي استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراءة يفتقدون يوميتهم، ووجد أن الصحف تقوم بعدة أدوار

¹: مي عبد الله، نظريات الاتصال، بيروت، دار النهضة العربية، ط2، 2010، ص 279.

²: صالح خليل أبو الأصبح، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان (الأردن)، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط4، 2004، ص 141.

³ Armand et Michèle Mattelart, **Histoire des théories de la communication**, La découverte, Paris, 1997,p87.

منها تقديم المعلومات أو التفسيرات حول الشؤون العامة، ضرورة النظام للحياة اليومية، تساعد على الظهور بالمركز الاجتماعي الذي تجسده المعرفة بالأمور.

وافترض كاتز عام 1959 أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم ودورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض، ووجد ماكويل في استعداته للعديد من هذه الدراسات أن هناك قدرا من الإنفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام، يظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد مثل: اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد، وكذلك دعم السلوك والاتجاهات ثم قيام وسائل الإعلام في المساعدة على التفاعل الاجتماعي، كما أن هذه الدراسات قادت إلى تفسير سلوك وسائل الإعلام لتلبية الحاجات القائمة والمتوقعة¹.

لقد مر مدخل الاستخدام والإشباع بثلاث مراحل أساسية، رغم الشعبية التي حظي بها هذا المدخل الذي كان بطيئا لسيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري، كما أن المراحل الأولى من تطور بحوث الاستخدام والإشباع كانت تفتقر إلى افتراضات النظرية ويمكن بلورة مراحل تطور بحوث الاستخدام والإشباع فيما يلي²:

أولا: المرحلة الوصفية

تمتد هذه المرحلة من خلال فترة الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، حيث اهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال، كما اعتمدت الدراسات على تحديد نوع معين من مضمون وسائل الاتصال وتحديد قائمة الحاجات التي يشبعها هذا المضمون لمجموعة من الناس.

وتشابهت بحوث هذه المرحلة بدرجة كبيرة في إطارها المنهجي، وحاولت تجميع الإشباع في قوائم متجاهلة بشكل كبير وتوزيعها تكراريا بين المبحوثين، وفشلت هذه الأبحاث في الكشف عن العلاقات المشتركة بين الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام إما بطريقة كمية أو كيفية كما فشلت في الكشف عن الروابط بين الإشباع التي يتم الحصول عليها وبين الأصول النفسية والاجتماعية للحاجات، كذلك

¹: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، علم الكتب، ط3، 2004، ص 273.

²: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط07، 2008، ص ص 256، 258.

لم ينتج عن نتائج أبحاث هذه المرحلة رصيد معرفي يوضح الصورة الفعلية للإشباع التي تحققها وسائل الإعلام.

ثانياً: مرحلة تحديد المفاهيم

تتسم هذه المرحلة بطبيعة توجهها الميداني، حيث حاولت هذه المرحلة توضيح المفاهيم الخاصة بالمتغيرات النفسية والاجتماعية التي يفترض أن تؤدي لنماذج مختلفة من استهلاك الوسائل، وشهدت هذه المرحلة عدة دراسات منها دراسة ويلز، دراسة لایل، باركر، شرام وبصفة عامة تعد دراسات هذه المرحلة استنباطية، حيث تم استنباط واستنتاج الإشباع المرتبطة بسلوكيات الأفراد أكثر من اكتشافها بشكل محدد، وساهمت أهمية بحوث هذه المرحلة في تطوير مناهج لدراسة الإشباع وتوضيح العلاقة بين الميول النفسية والواقع الاجتماعي واستخدام وسائل الاتصال.

ثالثاً: المرحلة التفسيرية

تتسم هذه المرحلة بمحاولة استخدام التراث العلمي الذي أتاحتها المراحل السابقة لتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور، واهتمت دراسات هذه المرحلة بالأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تولد توقعات مختلفة من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، مما يؤدي لأنماط مختلفة من التعرض بوسائل الإعلام أو الاشتراك في نشاطات أخرى ينتج عنها إشباع الحاجات وبعض النتائج غير المقصودة، وذلك في إطار الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي للفرد.

المطلب الثاني: فروض النظرية

يرى كاترزوملاؤه أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض وهي:¹

(1) أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

(2) يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

¹: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 241

- (3) التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- (4) يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجياتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- (5) يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وعليه يحقق منظور الاستخدام والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية وهي¹:

- (1) تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم .
- (2) التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام.
- (3) معرفة حقيقة الوظائف التي تقدم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

المطلب الثالث: عناصر النظرية

يمكن بلورة العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع فيما يلي:

أولا- افتراض الجمهور نشط

ترتكز نظرية الاستخدام والإشباع على أن جمهور وسائل الإعلام مشارك نشط في عملية الاتصال، وأنه يختار من بين هذه الوسائل ومضامينها ما يحقق له اشباعا لاحتياجات قائمة لديه. والرؤية الجديدة للدور الذي يقوم به الجمهور في عملية الاتصال هو ايجابي إذا كانت مناقضة للمفاهيم السائدة عن ذلك الدور من قبل التي وصفت الجمهور بالسلبية والخمول، إذ يزعم "هويت" " أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى، وربما يرجع الفضل إلى اليهود كاتز في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما

¹: مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006، ص 266.

تفعله وسائل الإعلام بالناس وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارهم نشطين ويختارون التعرض للوسائل التي تلبي حاجاتهم والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم"¹.

كما قدم Jay Bluler 1979 العديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم باعتباره نشطا وفعالاً حددها في الأبعاد التالية²:

(1) المنفعة المتحققة من استخدامات وسائل الإعلام: ويقصد بها أن وسائل الإعلام لها استخدامات محددة من قبل جمهورها ويتم استيعاب رسائلها ومضامينها في إطار تلك الاستخدامات، وعليه فاستخدامات الجمهور لتلك الوسائل رهن بما يعود عليه من إشباع احتياجاتهم.

(2) الانتقائية: ويقصد بها اختيار الجمهور لوسائل والمضامين الإعلامية محددة تعكس طبيعة اهتماماتهم وتفضيلاتهم.

(3) القصد والعمد: ويقصد به أن استخدام الجمهور لمضمون وسائل الإعلام تحكمه دوافع الجمهور.

(4) مقاومة التأثير: ويقصد بذلك أن الجمهور عنيد لا يقبل السيطرة من آخرين وحتى من وسائل الإعلام نفسها، الأمر الذي يؤكد صعوبة التأثير على الجمهور.

وحدد Tagg أن الجمهور يتلقى محتويات وسائل الإعلام عن طريق ثلاث مستويات للوعي³:

(1) الوعي الجزئي: هو عدم الوعي الكامل بمحتوى ما يتعرض له .

(2) مستوى ما قبل الوعي: هو إدراك محتوى وسائل الإعلام والاستجابة له دون القدرة على وصف أو تذكر هذا المحتوى.

(3) الوعي الكامل: حيث يكون المتلقي في مستوى من الوعي يمكنه من إدراك المحتوى شكلاً ومضموناً وامتفاعلاً معه.

¹: حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 244.

²: مرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 268.

³: نفس المرجع السابق، ص 269.

ثانيا- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات والاشباع

انتهى جولستون في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد منعزلين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة، فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة¹.

وقدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.

ثالثا- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام

تستخدم كلمة دافع في الحياة المعاشة بمعاني متعددة أعم وأشمل فتشمل الحاجات والحوافز والمثيرات والبواعث والعادات والأهداف والانفعالات، في حين يشير معناها السيكولوجي إلى درجة التغيير أو التعديل الذي يطرأ على السلوك البشري وفقا لتعرضه لعمليات معينة².

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي:

(1) ينظر بعض الناس إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور حيث ترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة، وتفترض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكا ايجابيا ذا قيمة أو اتجاهات ايجابية نحو وسائل الإعلام وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر ويسعى إلى إشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام.

(2) ترى وجهة نظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

¹: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 244

²: مرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 269.

(3) كما ترى وجهة نظر ثالثة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة وهذا ما يؤكد عليه ماك جواير عند مناقشته لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام.

(4) يتبنى أوستن بابرو وجهة النظر الرابعة ويرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وتتفق هذه النظرة مع الفكرة العامة التي ترى أن السلوك الإنساني يرتبط غالبا بال تعود أو اللامعقول، وفي هذه الحالة عندما يحدد أفراد الجمهور دوافع التعرض فإنه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلا من كونه ناتجا عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض.

وقسم بالمجرين ورايبورن دوافع التعرض إلى فئتين¹:

(1) دوافع منفعية: وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

(2) دوافع طقوسية: وتستهدف تفضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات، الأفلام والمنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.

كما أجرى دافيسون سنة 1981 دراسة حول الحاجات التي تشبعها برامج التلفزيون لدى عينة من الشباب وتتمثل في الحاجة إلى المعرفة والبهجة والسرور والخروج من العزلة والاسترخاء والنسيان وقضاء الوقت، كما قام أليكسزتان 1985 Alexis tan ببلورة دوافع التعرض لوسائل الإعلام في المجموعات التالية²:

(1) الحاجات المعرفية: وترتبط بالمعلومات والمعارف التي تسهم في محاولة إيجاد اتساق بين الفرد وبيئته وهي مبنية على رغبة الفرد لفهم البيئة وهي تتصل بعادة أصيلة في الإنسان هي حب الاستطلاع أو الفضول.

¹: Royburn, Palmgreen, **Merging Uses And Gratification**, Sage Publication, 1984, p536- 537.

²: مرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 276.

(2) الحاجات العاطفية: وترتبط بتعميق وتقوية الجوانب الوجدانية لدى الإنسان.

(3) الحاجات المرتبطة باتساق الشخصية وتكاملها: أي الحاجات المتعلقة بالشخصية وترتبط

بالمكانة الاجتماعية، الثقة، والأمان، ولها ارتباط وثيق برغبة الفرد في تحقيق الذات.

(4) الحاجات المرتبطة بالتكامل الاجتماعي (الحاجات الاجتماعية): وتشمل العلاقات

والروابط الأسرية وعلاقة الفرد بالآخرين واندماجهم معهم وهي مستمدة من الرغبة بالاكتمال.

ورأى أوستن بابرو BABROW 1988 أن دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام لا يمكن أن

ترتبط بسلوكاته تجاه هذه الوسائل، لأن السلوك الإنساني ينطلق عادة من التعود وتحديد دوافع

أفراد الجمهور لهذا التعرض يعني أن هناك حاجات داخلية تدفع به لتبني هذا السلوك.¹

رابعا- التوقعات من وسائل الإعلام

تختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية ووفقا لاختلاف الثقافات، ويشير ادلستين وزملاؤه في دراستهم المقارنة لتوقعات طلاب الجامعة من وسائل الإعلام في مجتمعات الولايات المتحدة، ألمانيا، اليابان، إلى زيادة توقع الاشباعات من استخدام الصحف والتلفزيون في مقابل قلة الاشباعات من الأفلام الروائية والتقارير الرسمية، وتشير النتائج إلى اختلاف في توقعات الطلاب تعكس الثقافة السائدة في المجتمع، فالطلاب الألمان على سبيل المثال يستخدمون وسائل الراديو والمصادر التعليمية والتقارير الرسمية وكذلك يستخدمون الكتب والملاحظات الشخصية بشكل أكبر وذلك عند مواجهة مشكلة ما وتوقعات الطلاب لحل هذه المشكلة من مصادر الاتصال المختلفة.²

خامسا- اشباعات وسائل الإعلام

تعد الاشباعات بمثابة المحصلة النهائية التي تترتب على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، وتتوقف الاشباعات التي تتحقق لدى الجمهور وفقا لنوع الوسيلة ونوع المضمون المقدم وطبيعة الظرف الاجتماعي الذي تم فيه الاتصال، إذ يقسم بلورانس وينر A.L. werner الاشباعات إلى نوعين:³

¹: JEAN Pierre Meubier, **introduction aux théories de la communication**, bueck université, 2^{ème} édition, 2004, p49.

² : حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 247

³: مرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 279.

1) اشباعات المحتوى: وتشمل الاشباعات الناتجة من التعرض لمضامين وسائل الإعلام وتنقسم إلى:

- اشباعات توجيهية: تتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الذات واكتشاف الدافع.
- اشباعات اجتماعية: يقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وبين شبكة علاقاته الاجتماعية، وتتمثل في النقاش مع الآخرين والشعور بالتميز عن الآخرين وفهم الواقع.

2) اشباعات عملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط بخصائص محتوى عملية الاتصال وتشمل:

- اشباعات شبه توجيهية: مثل الشعور بالمتعة وتجديد النشاط وتخفيف التوتر والاسترخاء.
- اشباعات شبه اجتماعية: كالتقمص الوجداني والتخلص من الملل وعدم الشعور بالوحدة والشعور بالتوحد مع الآخرين.

سادسا- التعرض لوسائل الإعلام

أثارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الاشباعات والتعرض لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته، وهناك ارتباط ايجابي بين قدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية، كذلك يفضل الأفراد من صغار السن المواد الترفيهية أكثر من المواد الجادة، وكلما تقدم العمر يتحول اهتمام الفرد من المضمون الخيالي إلى الموضوعات الواقعية والجادة.¹

¹: حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 248

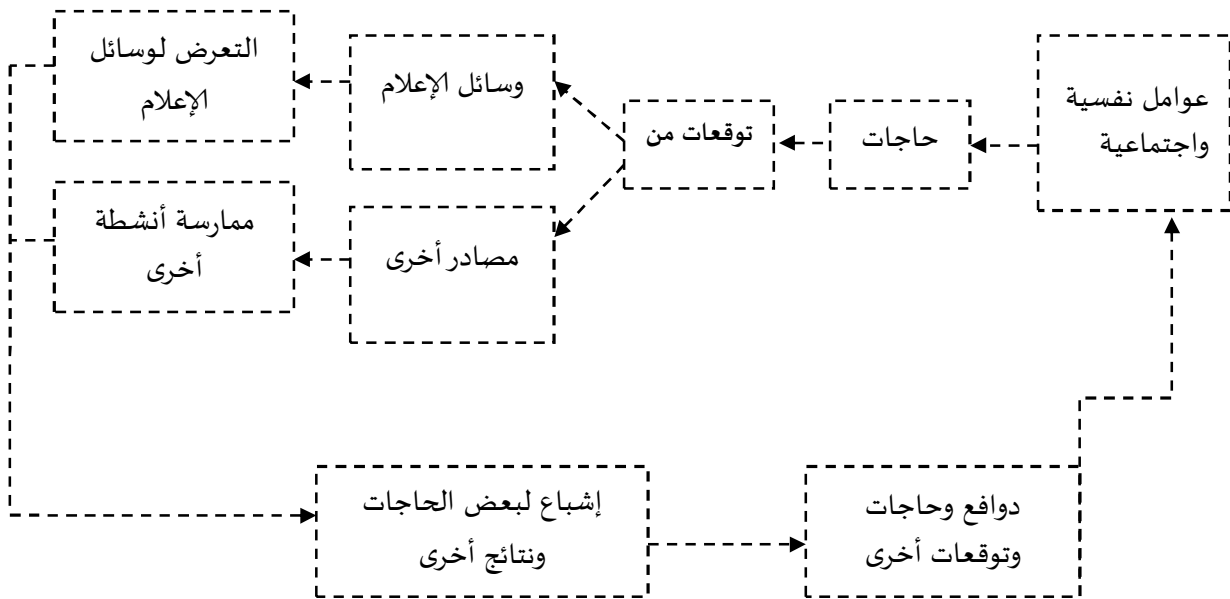
المطلب الرابع: نماذج الاستخدامات والاشباع

تتعدد نماذج الاستخدامات والاشباعات وفقا للمنظور التي تركز عليه، وحدد ماكويل وجورفيتش أنه يمكن النظر إلى نماذج الاستخدامات والاشباعات إما وفقا للمنظور الوظيفي الذي يؤكد على انسجام الجمهور في اطار السياق الاجتماعي الذي ينتمون إليه ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق اشباعاتهم الشخصية، أو وفقا للبنائية الثقافية السائدة في المجتمع، أو وفقا لدوافعهم الشخصية التي تدفعهم للتعرض لوسائل الاتصال، ويمكن عرض نماذج الاستخدامات والاشباعات وفق ما يلي:

أولا- نموذج كاتز وزملاؤه

يعبر كاتز وزملاؤه عن نموذج الاستخدام والإشباع في الشكل التالي:

الشكل رقم 1: يمثل نموذج كاتز وزملاؤه عن الاستخدام والاشباع.



المصدر: حسن عماد مكاوي، ليلى سيد حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره،

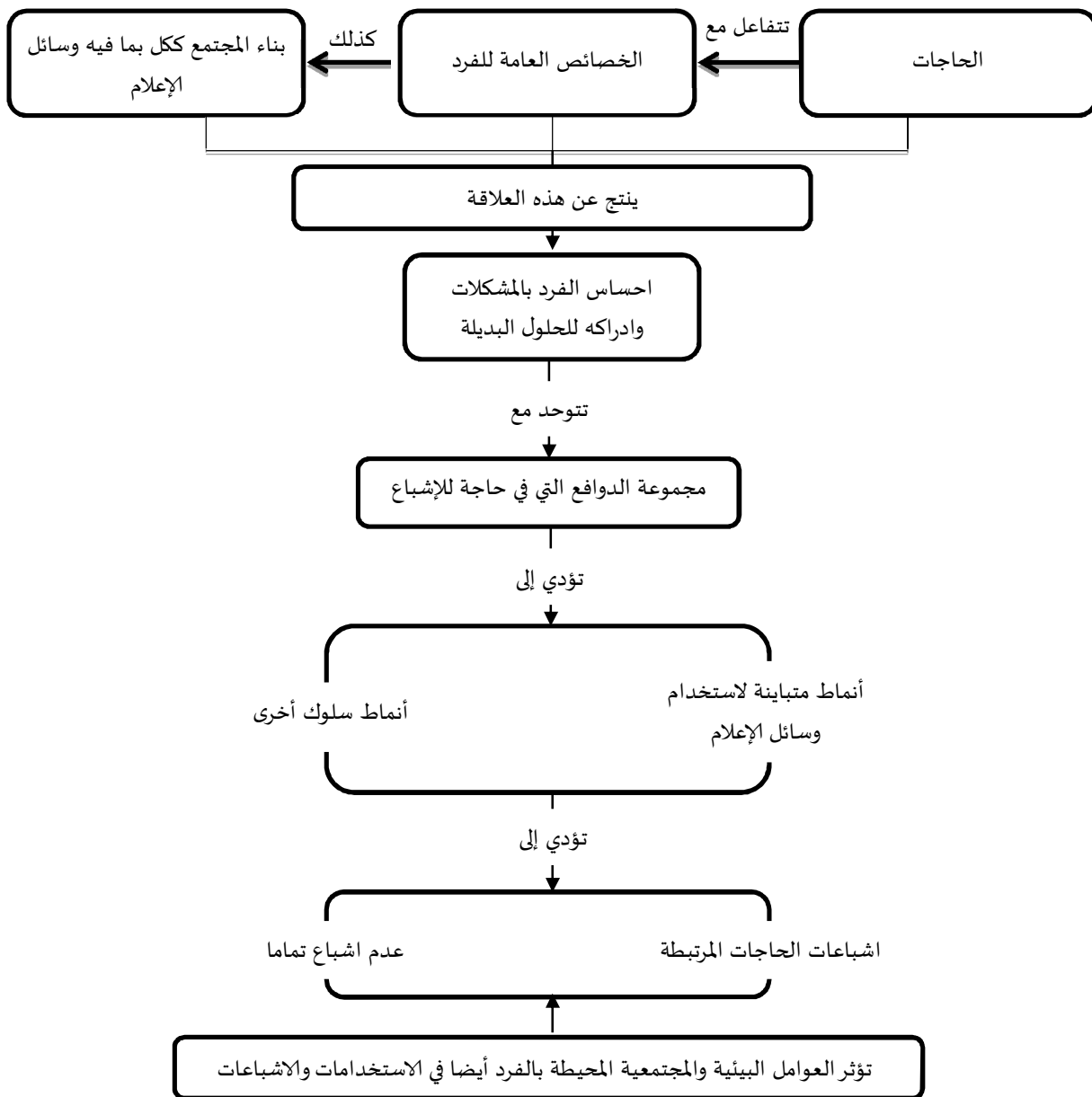
ص 242.

يرى كاتز وزملاؤه من خلال هذا النموذج أن لدى كل فرد مجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة لدى الفرد، ومن خلال خبرته يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية الرسائل الإعلامية لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات، ويرسم عن توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة وسائل الاعلام، فيترتب عن ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين

وسائل الإعلام والمصادر الأخرى، ونتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية، وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام، وهكذا يتم تولد الحاجات وتكرار التعرض لإشباع حاجاته.

ثانياً: نموذج روزنجرين 1974 Rosengren

الشكل رقم 2: يوضح نموذج روزنجرين, 1974 Rosengren للاستخدامات والاشباعات.



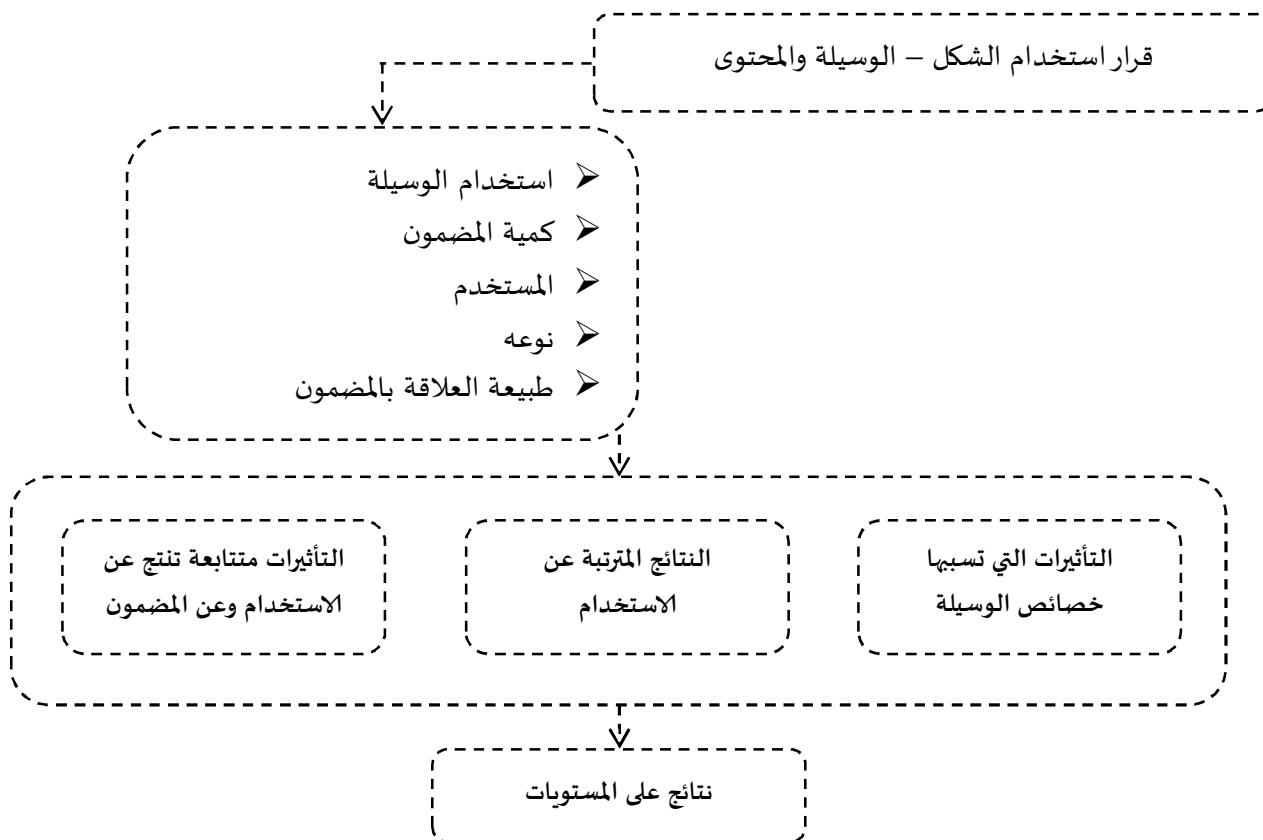
المصدر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 287.

يعرض روزنجرين مجموعة العناصر التي تشكل تطور الاستخدامات والاشباع والتي تبدأ من تولد الحاجات الفردية (بيولوجية، نفسية، اجتماعية) حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية العامة والنفسية وكذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه وسائل الإعلام، ويترتب عن ذلك ظهور مشكلات فردية تختلف في حد ذاتها، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة، ويؤدي ذلك إلى إشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة كما هو موضح في الشكل السابق.

ثالثاً: نموذج سفن ونداehl 1979 Seven Windahl الاستخدامات والاشباع.

انطلق سفن ونداehl من مدخل نظري يحاول التوفيق بين نظرية الغرس وفروض مدخل الاستخدامات والاشباع أطلق عليه: نموذج الاستخدامات والتأثيرات، من خلال عرض لنموذج الاستخدامات والاشباع التي تؤدي بدورها إلى تحديد مفهوم الاستخدام كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 3: يوضح نموذج سفن ونداehl 1979 Seven Windahl للاستخدامات والاشباع.



المصدر: مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 264.

ويمكن تفصيل العناصر الرئيسية للنموذج بحيث تتفاعل الخصائص الشخصية والخارجية للفرد بما فيها الاهتمامات والحاجات، ويؤدي ذلك إلى رسم التصرفات وإدراك محتوى وسائل الإعلام وتوعية القارئ بالاتصال، ويترتب على ذلك المفاضلة إما بين استخدام وسائل الإعلام من حيث كمية المحتوى ونوعية وطرق الاستخدام وأساليبه، أو استخدام البدائل الوظيفية الأخرى، وتتحدد آثار استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام إما وفقا لنوعية الوسيلة ونوعية المحتوى معا، أو نتيجة الاستخدام الأكثر، وهذه الآثار يمكن أن تحدث مع المتلقي كما يمكن أن تحدث على أي مستوى اجتماعي آخر.

المطلب الخامس: نقد النظرية

تعرض مدخل الاستخدام والإشباع للعديد من الانتقادات بالرغم من أنه أثبت تفوقه في توصيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور بسبب غموض إطار النظري ولأجل ذلك يجب مراعاة بعض المفاهيم وافتراسات هذا المنظور آخذين بعين الاعتبار أكثر انتقادات ذيوعا وهي التي أوردتها ماك كوايل وهي:¹

- 1) تعتبر مقارنة نفسية جديده ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
 - 2) تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين.
 - 3) تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعيته (المستعمل) التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان .
 - 4) تفترض بأن السلوك تجاه الوسيلة يعتمد على الاختبار الواعي أو العقلاني إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستعمال هي الموجهة له.
 - 5) تواجه فلسفة الاستعمالات والرضا باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال.
- إلا أن دنيس ماكوايل وونداهل لخصا الانتقادات في خمس نقاط كما يلي:

- 1) يقوم المدخل على أسس وظيفية تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه.

¹ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص 31، 32.

- (2) يصور المدخل الجمهور على أنه نشط وفعال وعنيد، ولا تزال هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط والفعال، كما أن هذه الفكرة ذاتها لا تتفق مع نموذج المجتمع الجماهيري.
- (3) لا يوضح المدخل عما إذا كانت الحاجات متغيرا تابعا أم وسيطا أم مستقلا وهي تلك الحاجات التي تؤدي لاستخدامات الوسيلة أم أن الاستخدامات تحقق اشباعا لهذه الحاجات.
- (4) يقدم المدخل تصورات ذهنية داخلية لدى الفرد كالمدافع والحاجة والإشباع
- (5) يخدم المدخل منتجي المضامين السيئة والرديئة ويدعون أن هذه المضامين ما هي إلا الرغبات الفعلية والحاجات التي يريدها الجمهور¹.

إسقاط نظرية الاستخدامات والاشباع على موضوع الدراسة:

من خلال اعتمادنا على سند نظري ترتكز عليه دراستنا فقد تم تحديد تساؤلات الدراسة انطلاقا من نظرية الاستخدامات والاشباع والتي تفترض أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط يستخدم وسائل الإعلام بوعي لتحقيق أهدافه، وإذا ما أسقطنا على دراستنا الجمهور النشط يتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يختارون وسائل الإعلام بوعي من بين المضامين البرامج السياسية المتنوعة التي تبثها قناة النهار TV. وتتمثل عادات وأنماط التعرض من خلال مدى تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية والفتترات التي يختارها للمشاهدة وطريقة المشاهدة فردية أو جماعية، وكذا البرامج السياسية التي يفضلون مشاهدتها، لأنهم يختارون القناة والمضمون انطلاقا من الدوافع التي جعلتهم يقبلون على مشاهدة البرامج السياسية والتي تشبع حاجاتهم ورغباتهم .

¹: محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص 257.

المبحث الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف.

ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى اعتماد طلبة الجامعات على القنوات الفضائية للحصول على المعلومات السياسية وسيعرض الباحث هذه النظرية ويبين لنا كيفية الاستفادة منها لخدمة أهداف البحث .

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات من القرن ويعمد بال روكش ودي فلور **Ball Rokeach et Defleur** الفراغ الذي خلفه نموذج الاستعمال والإشباع بإهماله لتأثير وسائل الإعلام والتركيز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام.

وهذا المدخل يرفض الافتراضات السببية وهي الفرضيات التدعيمية السابقة ولكي يتخطى هذا الضعف فإن المؤلفين يأخذان منهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام حيث اقترحا العلاقة اندماجية بين الجمهور ووسائل الاتصال والنظام الاجتماعي العريض¹.

المطلب الأول: مفهوم النظرية

هي مقارنة سوسيولوجية تحاول أن تحدد تحت أي من الشروط يصبح فيها الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيرية وما هي الأسباب التي تجعل بهذه الأخيرة تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نسبيا إن منظرها يبرزون العلاقة المتزايدة المتبادلة بين نظام الوسائل وأنظمة اجتماعية أخرى والجمهور، إن هذا التفاعل يؤثر على محتوى وسائل الإعلام والاتصال ومن خلالها على تبعية الجمهور لها فكلما وفرت هذه الوسائل خدمات معلوماتية مهمة كلما كان الجمهور تابعا لها ومن ثم فهم يرون، بأن الأفراد الأكثر تبعية لهذه الوسائل هم الأكثر تعرضا لتأثيراتها في معتقداتهم وتصوراتهم عموماً².

وفي هذه الحالة يؤكد ديفلر وروكيتش على أنه لا يجب تحديد مفهوم المعلومات في الإطار المحدود للأخبار وتجاهل مجال التسلية والترفيه باعتباره أيضا مجالا من مجالات المعلومات التي تحقق

¹: مي عبد الله، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 282.

²: فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، مرجع سبق ذكره، ص 35.

أهدافا عديدة في مرحلة النمو بالنسبة للطفل على سبيل المثال أو دعم العادات والتقاليد الاجتماعية في مجالات الدراما وغيرها ولذلك فإن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كل الوسائل التي تبثها وسائل الإعلام ويكون لها تأثير على طريقة التي يفكر بها الناس¹.

كما يحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقة مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزاءها مثل الصحف، المجالات، الراديو، التلفزيون... الخ

أي أن نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام يتشكل من ثلاثة عناصر هي المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور وهذه العلاقة تختلف من مجتمع إلى آخر، فبعض المجتمعات تفرض السيطرة على نظامها الإعلامي بينما تمنح مجتمعات نظامها الإعلامي قدرا أكبر من القدرة على التأثير في المجتمع كما أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور أيضا تختلف من مجتمع إلى آخر.

ففي بعض المجتمعات تستطيع وسائل الإعلام أن تملك سيطرة وتأثير على أفراد الجمهور وفي مجتمعات أخرى تتبع وسائل الإعلام الجمهور وتتبع آراءه² وتستهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا تأثيرات قوية مباشرة وفي أحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.

إذ تفترض هذه نظرية أنه حينما يكون التغيير الاجتماعي والصراع مرتفعين، فإن المؤسسة القائمة والمعتقدات والممارسات التي تواجه التحدي تجبر الناس على إعادة تقييم آرائهم وتضعهم أمام عدة اختيارات وفي مثل هذه الحالات فإن اعتماد الناس على وسائل الإعلام يزداد للحصول على المعلومات التي تساعدهم في الاختيارات وكذلك حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام فضلا عن الوظائف الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في إطار المجتمع.

¹: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 299.

²: Ball Rokeach and M.Defleur , **adependency model of mass communication effect** , communication research, vol03,1976,p 3.

ويعني الاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية الوسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها ولكن درجة وأهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختباره وتفضيله¹.

ويمكن تلخيص مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في العبارة التالية أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل مكثف وهذا الاحتمال تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغير. وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

1- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

2- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر معلومات وهي:

- جمع المعلومات: معنى جمع المعلومات من مصادر أو أماكن حدوثها ومن ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية.

- تنسيق المعلومات: فإذا استقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات تكون في بعض الأحيان مستقبلة من أكثر مصدر مثل المراسلين، وكالات الأنباء، الانترنت، تبدأ عملية تنقيح وفرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة أو برنامج إذاعي أو التلفزيون أو فيلم سينمائي... الخ.

¹: مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 149

- نشر المعلومات: وتوزيعها بصورة جماهيرية وهذا هو السبب المهم في جمع المعلومات وذلك لخدمة هدف المؤسسة وهو التأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليه من المؤسسة الإعلامية.¹

المطلب الثاني: فروض نظرية

يمكن تلخيص الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد في الآتي:

(1) تزداد إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغير.

(2) كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كلما كان اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة كبير وكلما زاد كم المعلومات التي توفرها هذه الوسيلة ومدى أهميتها، كلما زاد اعتماد الجمهور عليها.

(3) يزداد اعتماد الجمهور على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات وسائل الإعلام في أوقات زيادة عدم الاستقرار أو الصراع أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط ايجابيا بإدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية.

(4) يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة وهذا الفرض يراعي عاملين هما:

- إن الاعتماد على وسائل الإعلام ينبغي أن يقيم في إطار سياق بيئة المعلومات الكلية المشتملة على المصادر الوسيطة ومصادر الاتصال الشخصي للمعلومات.
- إنه من الضروري عزل وسيلة الوصول النسبية للمعلومات من خلال المصادر الوسيطة ومصادر الاتصال الشخصي والمصادر الوسيطة تؤثر على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام.

¹: حسن عماد مكاي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص ص 314-315.

(5) يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند وجود مشكلة الغموض الناتج عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو الصعوبة في تحديد التفسيرات الممكنة أو الصحيحة للأحداث.

(6) يعتبر النظام الإعلامي مهماً لأفراد المجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لا احتياجه ونقل درجة اعتماد الفرد على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.

(7) إن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.

(8) الاعتماد على وسائل الإعلام لا يتم بشكل متساوي بين أعضاء مجتمع معين فالوضع التركيبي الاجتماعي للأفراد هو عامل رئيسي في فهم اختلافات نماذج الاعتماد على وسائل الإعلام والوضع التركيبي للمجتمع يتم تحديده بمتغيرات الطبقة والحالة الاجتماعية والسلطة والوضع البنائي الذي يشتمل على متغيرات مثل الدخل، التعليم، السن، الجنس، والتعليم مثلاً لا يمكن أن يحدد من قدرة الأفراد في معالجة المعلومات من وسائل الإعلام المطبوعة.

(9) ينتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام عدد من التأثيرات المختلفة المعرفية، الوجدانية، والسلوكية تمثل اتجاهات متباينة في المعرفة أو الشعور أو السلوك.

(10) يختلف الجمهور في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في المصالح والأهداف والحاجات الفردية.

(11) يحدث الاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام من خلال السعي إلى التحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي الفهم، التوجيه، التسلية، وكلما زاد تعقيداً زاد اتساع الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام¹.

¹: مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 168-171.

المطلب الثالث: أثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يرصد ديفليير وروكيتش مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية وهي الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية والآثار السلوكية.

أولاً- الآثار المعرفية

تشتمل الآثار المعرفية وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على خمسة مجالات من الكشف عن الغموض، تكوين الاتجاه، ترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات، القيم .

1. كشف الغموض: فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه معرفة التفسير الصحيح للأحداث من قبل الجمهور، وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال التفسير الواضح للحدث وتقديم المعلومات اللازمة¹.

2. تكوين الاتجاه: من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع، إذ تساهم وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل مشكلات البيئة، الفساد السياسي والدعاية لرموز السياسة الجديدة ويجب عدم إغفال دور العوامل الانتقائية في تكوين الاتجاهات للأفراد². كذلك قادة الرأي في المجتمع المحلي ينتقون ويوجهون انتباه الناس للأحداث ويؤثرون في محتوى وكثافة الاتجاه.

3. ترتيب الأولويات: تأثر وسائل الإعلام في تحديد ترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات والقضايا والأفكار التي تنشرها أو تبثها وسائل الإعلام أي ترتيب أجندة المتلقين بالنسبة لهذه الموضوعات اعتماداً على ترتيب الوسائل لها.

4. اتساع المعتقدات: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسية بما يعكس اهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية³.

¹: هيثم الهيبي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 138.

²: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 327.

³: نفس المرجع السابق، ص 327

5.القيم: هي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الحرية، المساواة، التسامح وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم عن طريق تقديم المعلومات والقيم¹.

ثانيا- الآثار الوجدانية:

يذكر ديفلير وروكيتش أن المقصود بالآثار الوجدانية هو المشاعر مثل العاطفة، الخوف والمكونات الإنسانية من الحب والكره وفي المجتمعات التي يتم فيها تطوير الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات نجد أن التأثير أو التغيير العاطفي للناس يمكن أن يحدث عندما تقدم معلومات معينة من خلال رسائل إعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم ويحدد ديفلر، وروكيتش هذه الآثار الوجدانية في الفتور العاطفي اللامبالاة، الخوف، القلق، الدعم المعنوي والاعتراب.

1. الفتور العاطفي: يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبدل أو اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حيث تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي.

يرى دوركايم أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات عن جماعتهم يتعرضون لتغيرات كبيرة في معنوياتهم عندما يكون هناك تغيرات ملحوظة في كم ونوعية المعلومات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن جماعتهم وفئاتهم².

2. الخوف والقلق: الخوف والقلق هي أمثلة التأثيرات العاطفية فعلى سبيل المثال نجد أن التعرض المكثف لرسائل الجديدة أو الدراما التلفزيونية التي ترسم هدفا ما على أنها تتميز بالعنف، ربما يؤدي ذلك التعرض إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها³ فوسائل الإعلام عندما تعرض لأحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

3. الدعم المعنوي والاعتراب: من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد والاندماج في المجتمع، العكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن

¹: مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 165

²: منال أبو حسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات، القاهرة، دار النشر للجامعات، ط 1، 2006، ص 129.

³: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 304.

ثقافته وانتمائه فيحس بالاغتراب كما يؤكد كلاب klapp أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات التي ينتمي إليها الفرد ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية¹.

ثالثا- الآثار السلوكية

يحصر ديفليرووكيتش الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الفرد لوسائل الإعلام في سلوكيين أساسيين هما²:

1. التنشيط: يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها، والمساواة بين الجنسين أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة والتنشيط في هذه الحالة يكون ضارا اجتماعيا ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضارا اجتماعيا مثل التوازن في أعمال ضد المجتمع ومحاكاة العنف والجرائم والأنشطة الضارة بالمجتمع.

2. الخمول: يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل وهذا النوع من الآثار السلوكية لم يحظ بالدرجات الكافية وقد يتمثل الخمول في عدم العزوف عن المشاركة السياسية عدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي عدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع وقد يحدث ذلك نتيجة التغطية الإعلامية المبالغ فيها مما يسبب الملل.

¹: حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 368، 396.

²: نفس المرجع السابق، ص 329.

المطلب الرابع: الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظام السياسي

تشكل العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي الكيفية التي يستطيع الأفراد من خلالها أن يعتمدوا على مصادر وسائل الإعلام للمعرفة السياسية فهي تضع وسائل الإعلام في موقع أداة الوصل بين صانع القرار والمواطن.

ويعتمد النظام السياسي على مصادر وسائل الإعلام في زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل الحرية، المساواة، التصويت الانتخابي، وكذا الحفاظ على النظام السياسي والولاء للدولة وتحقيق التكامل الاجتماعي من خلال عمليات تكوين الرأي العام وتعبئة المواطنين وزيادة بوعهم بالقضايا السياسية لتنفيذ الأنشطة السياسية كما يعتمد النظام السياسي على وسائل الإعلام في زيادة وتدعيم الشعور بالمواطنة والتحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل صراعات الأحزاب أو صراعات بين النظام السياسي ونظم الاجتماعية الأخرى مثل النظام الديني للفصل بين الدين والدولة¹

ومن جانب آخر تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي في الحصول على المعلومات رسمية لتغطية الأخبار مثل عقد المؤتمرات الصحفية والحصول على التصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات .

ومع ذلك يمكن أن يحدث الصراع بين النظام السياسي ووسائل الإعلام بسبب رغبة الحكومات في فرض رقابة على النشر وسرية المعلومات لعدم حصول وسائل الإعلام عليها وإخفاء الفساد السياسي وكذلك رغبة وسائل الإعلام في ممارسة دور الحراس لمراقبة سياسات الحكومة وترويج مبدأ الحق في المعرفة والحفاظ على سرية المصادر الإعلامية²، كل ذلك قد يؤدي صراع بين وسائل الإعلام والنظام السياسي ومع ذلك لا يستطيع النظام السياسي ووسائل الإعلام أن يعيش ويحقق أهدافه بدون الاعتماد على الآخر.

وتعد الصحف والتلفزيون أهم وسائل الإعلامية الجماهيرية في تقديم المعلومات السياسية وتشير بعض الدراسات أن الناخبين يعتمدون على الصحف في متابعة القضايا وعلى التلفزيون في التعرف

¹: حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص319.

² نفس المرجع السابق، ص320.

على شخصية المترشح وأن الناخبين قد يستخدمون قنوات أخرى في متابعة القضايا والحمالات السياسية من أهمها قنوات الاتصال الشخصي.

المطلب الخامس: نقد النظرية.

رغم تعدد السمات التي انفردت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي جعلتها تتميز عن غيرها من نظريات التأثير الإعلامي، فقد وجهت لها بعض الانتقادات كالتالي¹:

(1) أن هذه النظرية لم تتعرض لدور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل المنظمات، على الرغم من أهمية المعلومات التي يستقيها الفرد من خلال شبكات الاتصال الشخصي.

(2) كما توصف نظرية الاعتماد بأنها مركبة ومعقدة نتيجة تداخل عناصرها مما قد يصعب طرق قياس تأثيراتها.

(3) تفتقر النظرية على الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع ذلك إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية.

(4) تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على العلاقة الثلاثية التي تتكون من النظام الاجتماعي، وسائل الإعلام، الجمهور، لكن معظم البحوث تتعامل مع مدخل اعتماد الأفراد أو المستوى الفردي فقط، وبالتالي تدرس أبعاد وأثار الاعتماد الناجمة عن اعتماد على الوسائل المختلفة دون التركيز على النظام الاجتماعي والجماعات.

(5) ارتكازها على خبرات مجتمع ذات خصوصية بنائية ووظيفية 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 تأثيرات الظروف الاقتصادية؟ وما مدى تأثير الفلسفة السياسية على تشكيل النظام الإعلامي.

إسقاط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على موضوع الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة كذلك على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري للدراسة، وتعتبر فكرة الاعتماد المتبادل أهم إضافات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فقد كشفت النظرية

¹: مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 172، 173.

على العلاقة الدائرية بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وما سنركز عليه في هذه الدراسة هي علاقات الأفراد بوسائل الإعلام.

فبالنسبة لموضوع الدراسة فإنه من المهم معرفة مدى اعتماد الطلبة على قناة النهار TV في الحصول على معلوماتهم حول مختلف القضايا السياسية في شكل رسائل معلوماتية إعلامية من خلال البرامج السياسية التي تقدمها قناة النهار TV، وهذا سيساعد الطلبة على فهم وإدراك واقعهم السياسي .

وتعد التأثيرات المعرفية والسلوكية أحد أهم التأثيرات الناتجة عن وسائل الإعلام، وتتمثل في مجالات عديدة منها إزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات، وتشكيل الاتجاهات نحو مختلف القضايا والأحداث السياسية.

أما التأثيرات السلوكية فتمثلت في تغيير اتجاهاتهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية وسلوكهم الانتخابي وحضور تظاهرات سياسية .

الفصل الثالث

التلفزيون والقنوات الفضائية الخاصة

المبحث الأول: مدخل عام للتلفزيون.

المبحث الثاني: القنوات الفضائية الخاصة .

تمهيد

بدأ انتشار التلفزيون في القرن الماضي وتسابق الأفراد والأسر لاقتناء هذا الجهاز الذي كان يعد نقلة كبيرة في التعامل مع وقت الفراغ، وما إن ظهرت الأقمار الصناعية حتى ظهرت نوعية جديدة من القنوات التلفزيونية تسمى بالقنوات الفضائية التي أدت إلى إلغاء حدود المكان والزمان واقتحمت البيوت، وتعتبر القنوات الفضائية من أهم وسائل الاتصال الجماهيري وأكثرها خطورة في ظل التطورات المتسارعة في وسائل الاتصالات والتي حولت العالم إلى قرية كونية صغيرة، حيث تتميز بقدرتها الكبيرة على جذب الجمهور حول شاشاتها، وتوجيه الرأي العام في أية بقعة من بقاع العالم، إضافة إلى استخدامها كوسيلة في التأثير على التوجهات السياسية والاجتماعية والاقتصادية... الخ، وكل ما يتعلق بتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والقضايا السياسية.

وفي محاولة للمنافسة ومسايرة لذلك دخل الإعلام الجزائري عالم المنافسة أو التأثير على المشاهد الجزائري، فأنشئت قنوات فضائية خاصة وفق أهداف وأنماط متعددة تعكس وجهات نظر ومواقف سياسية ترتبط بتوجهات وانتماءات القائمين على هذه الفضائيات.

المبحث الأول: مدخل عام للتلفزيون.

المطلب الأول: نشأة وتطور التلفزيون.

إن التلفزيون هو كلمة مشتقة من الإنجليزية Television وهي مكونة من شقين Tel ومعناها عن بعد و Vision تعني الرؤية، ودمج هاتين الكلمتين تعني مشاهدة البعيد أو الرؤية عن بعد¹، أي أن هذا الجهاز يحضر الأشياء البعيدة لمشاهدتها.

يعرف التلفزيون بأنه وسيلة الاتصال والإعلام لأنه يخاطب عددا كبيرا من الأفراد في نفس اللحظة، وهو وسيلة سمعية بصرية تعتمد أساسا على الصورة والصوت².

ويمكن تعريف التلفزيون من الناحية العلمية بأنه: "طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة وغير المتحركة ومن مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، وكذلك يرسل في نفس الوقت الصوت المصاحب للمنظر المتلفز حتى نحصل في جهاز الاستقبال على برنامج متكامل بصريا وسمعيا³.

أما من الناحية التقنية فيعرف التلفزيون على أنه نظام بث الإشارات واستقبالها، فهو وسيلة بث شبه فورية تتابع فيه 25 صورة في الثانية في حركة منتظمة متعاقبة، ويتحقق البث التلفزيوني بوجود كاميرا ونظام بث الصورة على الشاشة (نظام المسح) ومولد إشارات متزامنة للصوت والصورة وجهاز بث وجهاز استقبال⁴.

وعرفه قاموس المصطلحات الإعلامية بقوله: "جهاز لنقل الصورة المتحركة مثل السينما وعرضها، كما ينقل الراديو الأصوات وهو يتكون من جهاز الالتقاط كالألة السينمائية يصور المشاهد

¹: محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 195.

²: Balle Francis, Médias et société, Paris, Montchrestien, 1999, p452

³: شدوان علي شيبه، مذكرة في تاريخ الإعلام، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 88.

⁴: طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 24.

المراد تصويرها، ثم ينقلها في الهواء بطريقة لاسلكية فتلقظها أجهزة الاستقبال فتعكس هذه الصور على لوح من الزجاج...."¹

إذن فقد جاء التلفزيون نتيجة لجهود جبارة وشارك فيها العديد من العلماء والباحثين الأمريكيين، الإنجليز، الفرنسيين والألمانيين، وهذا مع نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، وكانت البداية في عام 1925 فجر العالم الإنجليزي (جون بايرد) الاختراع الهام لنقل صورة جسم من مكان إلى مكان آخر عبر الشاشة، وبه تحقق أكبر إنجاز علمي لخدمة البشرية في مختلف أرجاء العالم، ومن خلال متابعة تاريخ البث التلفزيوني وتطوره، إذ يمكن تقسيم تاريخ تطور التلفزيون إلى أربعة مراحل وهي مرحلة الاكتشافات، مرحلة الانتشار السريع، مرحلة العصر الذهبي، مرحلة الرقمنة.

أولاً- مرحلة الاكتشافات

لقد بدأت الأبحاث والدراسات لتطوير التلفزيون كأداة اتصال جماهيرية عام 1884 عندما اخترع العالم الألماني بول نيبكو Paul Nipkow أسطوانة يمكنها تقسيم جسم من الأجسام إلى عناصر تكون في مجموعها صورة من الصور، ثم توالت الأبحاث في الولايات المتحدة الأمريكية وبدأ الباحث شارل جنكنز Charles F. Jenkins دراسة وطور مبدأ نيبكو وذلك في عام 1890، وفي فرنسا بدأ كل من فورنيه ورينير Fournier - Ringnoux يجريان البحوث والدراسات المكثفة في التلفزيون وفي عام 1915 تنبأ ماركوني Marconi باكتشاف التلفزيون المرئي visible TV ، وفي عام 1920 أجريت عدة تجارب على هذا الجهاز الجديد.²

ويرجع الفضل في اختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني جون بيرد الذي استطاع سنة 1924 نقل صورة باهتة غير واضحة لصليب صغير عن طريق أجهزته إلى شاشة صغيرة معلقة على الحائط.³

¹: رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، الأردن، عالم الكتب الحديث، ط 1، 2008، ص 107.

²: شدوان علي شيبه، مذكرة في تاريخ وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 89.

³: نفس المرجع السابق، ص 89.

وفي 1930/09/30 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من استوديوهات بيرد، وأذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس الاستديوهات في 1930/07/14 وكانت مقتبسة من قصة الرجل ذو الوردة في فمه The man with a flower in this mouth وقد أذاعتها هيئة الإذاعة من استوديوهات بيرد، وبعد تجارب واختراعات متعددة تم تطوير الكاميرا (كاميرا التلفزيون) وتحسينها لتستطيع نقل المناظر والمشاهد بأكملها.¹

وكانت البداية الرئيسية لاستخدام التلفزيون بشكل واسع عام 1930 عندما بدأ تأسيس محطات خاصة في إنجلترا وأمريكا وألمانيا وإيطاليا والاتحاد السوفياتي.

وفي بريطانيا كانت بداية البث التلفزيوني في نوفمبر 1922 على يد شركة الإذاعة البريطانية، وفي نوفمبر 1936 بدأت هيئة الإذاعة البريطانية BBC البث التلفزيوني بصورة منتظمة، وفي ماي عام 1937 بدأ أول بث، وتوقف التلفزيون البريطاني عن الإرسال مع اندلاع الحرب العالمية الثانية ثم عاد إرساله مرة أخرى عام 1946.

أما ألمانيا فقد كانت لها تجاربها مع التلفزيون أيضا وفي مارس عام 1935 تم افتتاح مركز للعرض في أوت من نفس العام، وتم تغطية احتفالات دورة الألعاب الأولمبية في برلين، ولم يكن الإرسال منتظما حتى نشوب الحرب العالمية الثانية ثم توقف الإرسال التلفزيوني.²

أما اليابان فهي الدولة الوحيدة خارج أوروبا وأمريكا التي كان لها جهودها وتجارب على التلفزيون بدءا من منتصف الثلاثينيات، ومع نشوب الحرب العالمية الثانية توقفت التجارب تماما، لكنها استأنفت تجاربها التلفزيونية، والحقيقة أنه بحلول عام 1948 لم يكن يعرف في العالم سوى أربعة بلدان فقط تعرف البث التلفزيوني وهي الاتحاد السوفياتي (سابقا) الولايات المتحدة الأمريكية، المملكة المتحدة، فرنسا.

وفي الاتحاد السوفياتي سابقا بدأت تجارب الإرسال التلفزيوني في الفترة من نهاية العشرينات إلى أوائل الثلاثينات، وفي منتصفها بدأ أول بث تلفزيوني روسي من موسكو العاصمة، وبحلول عام 1984 أصبح لدى الاتحاد السوفياتي سابقا عدد من أقوى قنوات التلفزيون التي بلغ عددها 116 محطة.

¹: عمر عبد الدايم، القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2008، ص 21.

²: شدوان علي شيبه، مذكرة في تاريخ الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 91.

وفي فرنسا كان أول إرسال تليفزيوني عام 1931، وفي عام 1935 بدأت عمليات نقل منتظم للبرامج التليفزيونية، وقبل اندلاع الحرب العالمية الثانية كان الإرسال التليفزيوني الفرنسي يغطي 15 ساعة أسبوعياً لكنها كانت الأسبق في استئناف البث التليفزيوني بعد الحرب وكان ذلك في نهاية 1945. هذه هي الدول التي بدأت إرسالها التليفزيوني قبل الحرب العالمية الثانية فقط، أما بقية دول العالم الأخرى فلم يكن لديها ذلك الوقت للبث التليفزيوني، ومن الملاحظ أن تأخر تطور التلفزيون في هذه المرحلة كان سببه المباشر هو الحرب العالمية الثانية وظروفها القاسية التي أفرزتها، والتي أدت إلى تأخير وتعطيل التلفزيون حوالي عشر سنوات.

ثانياً- مرحلة الانتشار السريع 1945 إلى نهاية الخمسينات

بعد انتهاء الحرب العالمية استأنف التلفزيون نشاطه مرة أخرى، وركزت الصناعات الالكترونية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا على تطوير التلفزيون، وكانت فرنسا هي أول دولة في أوروبا الغربية بعد الحرب تستأنف البث التليفزيوني " ففي نهاية 1945 عادت الحياة إلى برج الإرسال المنصوب فوق برج إيفل، وعاد يبث البرامج مرة أخرى بصورة منتظمة، ومع بداية عام 1946 أصبحت هناك ست محطات تلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي يونيو 1946 بدأت BBC هي الأخرى بث إرسالها التليفزيوني"¹.

وفي مارس 1947 وافقت اللجنة الفيدرالية للاتصالات على القواعد التي وضعتها اللجنة القومية لشبكة التلفزيون NTSC وأصدرت كذلك قرار بشأن التلفاز الملون.

وبدأت ظواهر التقدم يلاحظ في الطلب المتزايد على شراء أجهزة التلفزيون، حيث بلغت مبيعات التلفزيون عام 1946 بـ 6500 جهاز و 1947 بيع ما يقارب 179000 جهاز تلفزيون وعام 1948 ما يقارب 102000 جهاز وفي سنة نفسها صنع حوالي مليون جهاز.²

وفي أواخر الأربعينيات طرأ تطور هائل في مجال صناعة التلفزيون، إذ اكتشف أنبوب أورثيكون Orthicon بدلاً من الأنبوب الأول المعروف باسم الصمام التليفزيوني الكهربائي

¹: نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص 13

²: شدوان علي شيبه، مذكرة في تاريخ الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 92.

Iconoscopic tube ، وكانت من سلبيات الصمام التلفزيوني الأخير أنه يحتاج إلى كمية أكبر من الضوء للعمل¹.

وتشير الدراسات أنه في سنة 1955 كان هناك 439 محطة تلفزيون وحوالي 33 مليون جهاز استقبال، وأدخل التلفزيون للاستعمال بشكل جماهيري² ، وفي سنة 1955 انطلقت أول قناة تلفزيونية خاصة في بريطانيا تحمل اسم تلفاز المستقل³ Independent Television

وهكذا نرى أن التلفزيون بدأ يبلغ أشده ويرسخ أقدامه حتى أصبح على ما هو عليه، وما زال يتطور وما زالت الوسائل الأخرى تتأثر به وتحاول أن تبتكر وتعطي الجديد حتى تستمر في منافستها له.

ولكن الإرسال الواسع للتلفزيون لم يبدأ إلا في الخمسينات، حيث طورت صناعة التلفزيون وارتفع عدد أجهزة الاستقبال وفي عام 1952 ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكي بعدما اكتشفها الأمريكي جولد مارك في مخبر C.B.S⁴

أما الدول العربية فقد تسابقت إلى إدخال الخدمة التلفزيونية في أراضيها على فترات مختلفة، فالمملكة المغربية بدأت الإرسال التلفزيوني بها عام 1954 وفي الجزائر 1956 وفي لبنان عام 1959 وفي سوريا 1960 في نفس اليوم الذي بدأ فيه التلفزيون المصري، حيث كانت الوحدة بين مصر وسوريا قائمة (الجمهورية العربية المتحدة)، وتم تنفيذ مشروع إدخال الخدمة التلفزيونية في البلدين في وقت واحد، وأدخلت الكويت الخدمة التلفزيونية عام 1961 وتونس عام 1966 والمملكة الأردنية الهاشمية عام 1968 والجمهورية الليبية عام 1968 أيضا ودولة الإمارات العربية 1969 في أبوظبي 1974، رأس الخيمة 1976، الشارقة 1989، وفي قطر 1980، واليمن 1985.⁵

¹: عمر عبد الدايم، القنوات الفضائية وتطور الانتاج التلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 28.

²: أسامة ظافر كبار، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، لبنان، دار النهضة العربية، 2008، ص 143.

³: جمال محمد عبد الحي، مدخل تاريخي للنشأة وتطور التلفاز، أماراباك مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 03، العدد 07، 2012، ص 07.

⁴: فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 145.

⁵: شدوان علي شيبية، مذكرة في تاريخ وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 92، 93.

ثالثا- مرحلة العصر الذهبي 1960-1970

كان التطور الذي لحق بالتلفزيون قد ارتبط بشكل وثيق بعلميات استكشاف وارتداد الفضاء، فقد كان أول مرة في التاريخ، تلك التي قام فيها تلفزيون موسكو في أبريل 1962 بنقل رحلة رائد فضاء سوفيتي عبر نظام انترفيزيون Intervision الذي كان قد أنشئ حديثا في ذلك الوقت ولم يمر وقت طويل على ذلك، حتى تشاهد الملايين من شعوب العالم رائد الفضاء الأمريكي، نيل أرمسترونج في أول مرة يسير فيها إنسان على سطح القمر¹.

وبحلول عام 1970 حتى عم الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم، فامتد نطاقه في القارات الخمس ولم يعد حكرا للدول الشمالية المتقدمة حيث أنشئت عدة شبكات جهوية ودولية وكانت أهمها:

- الشبكة الأوروبية المعروفة باسم أورفيزيون Eurovision والتي ترتبط بها أكثر من ألف محطة.
- شبكة أوروبا الشرقية سابقا أنترفيزيون intervision والتي ترتبط بين محطات سبع دول من أوروبا الشرقية².

ولكن النمو الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره والزيادة في عدد أجهزة الإرسال والاستقبال، بل تعدى ذلك إلى كمية ونوعية إنتاجه وإرساله، وكان ذلك بفضل تتابع الاختراعات التكنولوجية التي ساهمت في تطويره من أقمار صناعية وكابلات (ميل الأسلاك) وفيديوكاسيت وكومبيوتر...إلخ.

رابعا- مرحلة العصر الرقمي

إن آخر مرحلة توصل إليها التلفزيون هي مرحلة التلفزيون الرقمي وفيها تم الانتقال من التلفزيون القياسي La Télévision analogique إلى التلفزيون الرقمي La Télévision numérique وهذا نتيجة ما أفرزه التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال، وأهم ما ميز هذه المرحلة هو ظهور آلة التصوير الرقمي، والبث الرقمي، والصورة الرقمية، إذ أصبحت هذه الأخيرة تعالج بأحدث التقنيات

¹: نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 17.

²: فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، مرجع سبق ذكره ص ص 145، 146.

وهي مستوحاة من الإعلام الآلي، "إذ أن كل معلومة بكل صورة تلفزيونية مجهزة بفضل الكمبيوتر فهي قيمة رقمية"¹.

المطلب الثاني: مميزات وخصائص التلفزيون

أولاً- مميزات التلفزيون

يتميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الأخرى بما يلي:

1. أنه أقرب وسيلة اتصال جماهيري، فهو يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون والواقع وله قدرته على تكبير الأشياء الصغيرة، وتحريك الأشياء النامية.
2. له القدرة الكبيرة على مخاطبة الرأي العام داخل الوطن والتأثير فيه، ولذا يعتبره البعض وسيلة قومية.
3. مشاهدة البرامج التلفزيونية تتطلب التفرغ والتركيز الكلي عليها.
4. تقديم المادة الإعلامية التلفزيونية زمن حدوثها، بحيث لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه.
5. يعرض التلفزيون كوسيلة للإعلان عن كل كلمة في النسخة الإعلامية ويسمح بأساليب متعددة للتقديم.
6. تفوق التلفزيون على مختلف وسائل الإعلام الأخرى بصورة منقطعة النظير في نقل الأحاديث السياسية التي يلقيها رؤساء الدول والحكومات والحكام والزعماء وقادة الرأي عن المسائل الدولية والقومية الهامة، وكذلك يعرض أخبار الأزمات السياسية المحلية والدولية والثورات والحروب والمعارك والمباريات الرياضية الهامة².
7. إن وجود التلفزيون في المساكن يغني المشاهدين عن الذهاب إلى أماكن قد تكلفهم مجهوداً لا يريدونه ولا يقدرّون عليه فلا داعي لتنقلهم³.

¹: Albert pierre et leteinturier christine , **les médias dans le monde**, ellipses, 1999, p28.

²: محمد علي قوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، لبنان، دار النهضة العربية، ط1، 2007، ص ص 186، 187.

³: Cazeneuve Jean, **Sociologie de la radio-télévision**, Paris, PUF, 1^{ère} édition, 1962, p29

8. الجمع بين مزايا الوسائل الأخرى إذ يجمع ما بين السينما، الراديو والمسرح وبهذا فهو يخاطب أكثر من حاسة من حواس الإنسان مما يجعله أكثر جذبا وتشويقا وأكثر إقناعا في ظروف معينة.
9. قدرته على تخطي الحدود الطبيعية والجغرافية والسياسية مع استخدام الأقمار الصناعية وتكنولوجيا البث الرقمي بجودة عالية للصورة والصوت.
10. سرعة المعالجة الإخبارية، رغم تفوق الراديو في هذه الخاصية إلا أن التلفاز يتميز أيضا بالفورية للأحداث بالصوت والصورة من مواقع الحدث.
11. تخطي حاجز الأمية الثقافية إذ أن عوامة الصورة التلفازية قد خلقت جمهورا كونيا تجاه الصور المتواترة الأحداث والشخصيات والأماكن والعقد السياسية الدولية، كما يتميز أيضا بإمكاناته الفنية المتعددة وخاصة بعد إمكانية معالجة النصوص المتلفزة القديمة والحديثة بأنظمة الاتصال الرقمية (الحاسب والهاتف المحمول وغيرها من تقنيات الاتصال عن بعد)¹.

ثانيا- خصائص التلفزيون

يعد التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي اخترعها الإنسان في العصر الحديث، فقد تفرد بعدة خصائص جعلته يقف في صدارة وسائل الإعلام الأخرى من: صحافة وإذاعة وكتاب، ولعل أهم ميزتين تفرد بهما عن غيره، الصورة المرئية الجذابة والاستجابة الفورية للأحداث، وهما ميزتان حققتا له ذلك الانتشار الواسع، وتلك القدرة الفائقة على التأثير في الجمهور، فلم يعد مجرد جهاز بل أضحي عقلية جديدة لها آثارها الواضحة على السلوكيات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، فالتلفزيون كما يرى - كازنوف - قوة تفرض نفسها على شخصيتنا.

إلى جانب هاتين الميزتين يتوفر التلفزيون كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري على عدد من الخصائص من حيث الفاعلية، معالجة المضمون، والتنوع في حجم وطبيعة اتجاهات البرامج التي يقدمها والقضايا التي تعالجها ليجذب إليه الجماهير والشرائح الاجتماعية على اختلاف مستوياتها التعليمية واهتماماتها ورغباتها وأذواقها، ويمكن تلخيص أهم خصائص التلفزيون في النقاط التالية:

¹: عنسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، عمان(الأردن)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 25.

1. الاستحواذ: من أبرز صفات التلفزيون استحواده على مشاهديه فهو يسيطر على سمع الرائي وبصره، لأنه يركز انتباهه على صور متحركة ناطقة متغيرة محصورة في إطار صغير محدود، ولا يكلف المشاهد جهدا بل يخدمه كيفما أحب إلى حد كبير، ينقل معه في حجرة الجلوس أو في أي مكان يراه مناسباً، ولا يكلفه مشقة الخروج من البيت للتسليّة أو حجز تذاكر السينما، بل يوفر له وهو في مقعده كل هذا الجهد فيصل بصره وسمعه استديوهات الإنتاج السينمائي، وإلى خشبات المسارح، وإلى الأخبار الجارية يلتقطها من كل مكان ومشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية.

2. التمييز الفني بالصورة والحركة واللون: إن أهم ما يميز التلفزيون عن سائر وسائل الاعلام هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى إلى جانب حاسة السمع، وعن طريق البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما أن استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة 35% عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد.

فالصورة في التلفزيون عامل جذب وإثارة نفسية لتلقي الرسالة الإعلامية مهما كان نوع الرسالة ومضمونها.

أما الحركة فإنها أضافت إلى قدرة التلفزيون إمكانيات جديدة لا تزال مهارات المصورين تبرز في تقديم الحركة بشكل يشد المعلومات والتأثير بها في جمهور المشاهدين.

أما استخدام اللون فقد أكدت الدراسات على أن استخدام الألوان في التلفزيون يزيد من قوته على الإقناع بصوره الهائلة، وذلك لأن الألوان تضيف على الأشياء المعروضة واقعية كما هي في الطبيعة وتساعد على التفرقة بين الخصائص المميزة للأشياء كما تساعد المشاهد على التذكر.¹

ويعتبر التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية إيضاحاً وقدرة على التفسير والتوضيح لما يتميز به من خاصية الجمع بين الصورة المدعمة بالصوت في مشاهد واقعية وقريبة من مدارك الإنسان، وبذلك يحيل التلفزيون المعلومات والأفكار المجردة إلى صورة حية قابلة للفهم والإدراك، وتعطي الصورة الحية إحساساً بالألفة وتزيد من المشاركة التي يتيحها التلفزيون لمشاهديه.

¹: صالح ذياب الهندي، أثير وسائل الإعلام على الطفل، عمان، دار الفكر، ط2، 2008، ص 35، 39.

3. القدرة على الالتقاء بال جماهير: الالتقاء بال جماهير من أهم أهداف وسائل الاتصال الجماهيرية التي اشتقت اسمها من الجماهير ، غير أن هذه الوسائل تختلف في قدرتها على تحقيق الهدف حسب سعة انتشارها أو قدرتها على جذب الجمهور إليها وتفاعله معها وتأثره بمضامين رسائلها.
4. التكرار: من الأمور المسلم بها أن المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا يستوعبها بكاملها، كما أنه يفقد نسبة كبيرة منها بمرور الوقت، مما يجعل عملية إعادة عرض المعلومات وتكرارها أمراً ضرورياً ليتم تثبيتها ووعيمها وتذكرها والاستفادة منها.
- إذ أن التلفزيون يعتبر من أقدر وسائل الاتصال عموماً على التكرار والإعادة وتقديم الموضوع والفكرة الواحدة، بأشكال متعددة بحيث يظهر في كل مرة وكأنه موضوع جديد، وهذه الخاصية في التلفزيون هي من أبرز عناصر التأثير، حيث أن اعتماد الأسلوب غير مباشر يجعل الأثر أبلغ وأشد.
5. الحضور المتزامن: إن أجهزة التصوير التلفزيوني حاضرة في زمان الحدث ومكانه وعلى مدار أربع وعشرين ساعة، حاضرة في قاعة المؤتمر وساحة الحرب والمسرح وفي كل مكان يراد تصويره.
6. الأنية: إن تصوير الأحداث ونقلها بشكل مباشر إلى المشاهدين أكسب التلفزيون ميزة عالية وقدرة على رصد الأحداث وهي في طور التشكيل زماناً ومكاناً، وأصبح التلفزيون امتداداً للعين البشرية التي لا تغفل لها جفن عما يدور في العالم من مجريات.
7. الواقعية التامة في نقل الحدث: مع ما يتضمنه من انفعالات وحركات ومؤثرات صوتية من تصفيق وضجة وصوت الأمواج ودوي انفجار وضجيج المحركات.... الخ
- فالشاشة على عكس الصحافة والإذاعة وهي أقرب الطرق لنقل الحدث الحي بمصداقية وموضوعية، مما يجعل التلفزيون أكثر مصداقية عند الناس من غيره، وكذا سرعة التلفزيون في نقل الخبر أعطته ميزة إضافية، حيث صار من أهم مصادر الأخبار في وسائل الإعلام.
- التلفزيون وسيلة تعرض برامجها بشكل محدد، بحيث لا يمكنك كمتابع أن تتعرض لرسائل محدودة في وقت تشاء، كما تفعل بالكتاب أو الفيديو فالأمر ليس قابلاً للتأجيل ولهذا يجب أن تكون برامج التلفزيون واضحة ومختصرة، تحترم وقت مشاهد فتقدم بطريقة سهلة الفهم والإدراك وهذه الخاصية تعد من سلبيات التلفزيون.

المطلب الثالث: وظائف التلفزيون

إن الوظائف التي يقوم بها التلفزيون أكثر اتساعاً وأكثر تنوعاً من تلك الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيري الأخرى، ويمتلك التلفزيون مجالاً ومدى أوسع وأغنى من الوسائل لتصوير العالم وتقويمه، ولعل أهم الوظائف التي يقوم بها التلفزيون هي:

أولاً- الوظيفة الإعلامية

أضحى الإعلام في عصرنا الحالي حاجة إنسانية لا غنى عنها على اعتبار أنه عملية " جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية، الدولية والتصرف تجاهها من علم ومعرفة والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ قرارات سليمة".¹

والتلفزيون ينقل للمشاهد المعلومات المختلفة لاسيما النفعية منها والمرتبطة بظروف الحياة اليومية مثل: الأخبار الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية، وهو ما يسمح للفرد بتجديد أفكاره ومعارفه ومن ثم يصبح أكثر ارتباطاً بمجتمعه الذي ينتمي إليه من خلال معرفة جميع الأنباء التي تحدث حوله، وفي هذا الصدد يقول فضيل دليو: " إن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار من تكرر تنوع، ترتيب، تشويق، إثارة، تحويل الانتباه تعتبر من أنجح السبل لتغيير الآراء وتوجيه الرأي العام".²

وعليه فإن وظيفة الإعلام في التلفزيون مرتبطة بالعملية الإخبارية بصفة عامة، وتبدو أكثر جلاءاً عند الحديث عن الأخبار أو نشرات الأخبار في التلفزيون، " وإن تأثير التلفزيون في مجال نشر المعلومات المفيدة، أي أن التلفزيون لديه إمكانات فعالة ومؤثرة في توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثيرة من المشكلات الموجودة في المجتمع، كما أنه قد يقدم للمشاهد معلومات لا تتوفر له في حياته العادية وقد تلعب هذه المعلومات دوراً إيجابياً أو سلبياً في عملية التكيف الاجتماعي".³

¹: محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2007، ص 32.

²: فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، مرجع سبق ذكره، ص 69.

³: عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002، ص 31.

ثانيا- الوظيفة الثقافية (التثقيفية)

إن التلفزيون أداة قوية وفعالة في تغيير الذهنيات وتخليصها من الرواسب الثقافية التي تتركس التخلف، سواءا كانت متعلقة بالظواهر المكتسبة من الثقافة الأجنبية نتيجة الاستعمار، أو تلك الموروثة من خلال العصور القديمة نتيجة للأمية المتفشية"¹ ، وبالتالي فإن مهمة التلفزيون كبيرة في تزويد أفراد المجتمع بثقافة تعمل على تطورهم وازدهار مجتمعهم.

إن التقدم السريع لجهاز التلفزيون جعله يسيطر بنفوذه حتى أصبح يعد أحد العناصر الثقافية، إذ أنه يسعى إلى تنمية ثقافة المشاهد من خلال ما يعرضه من أشرطة علمية وبرامج وثائقية، تساهم بشكل كبير في نشر الثقافات المختلفة، وتجعل من القيم الثقافية صياغة علمية متاحة لأكبر عدد ممكن من الناس لأنه فيما يعرضه يراعي المستوى الثقافي للمشاهد.²

ثالثا- الوظيفة الترفيهية

إن هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن سابقتها لأنها تشاركها في غاياتها وهي وظيفة تثقيفية، تعليمية، تربية وإعلامية في آن واحد لكن في قالب ظريف وغير مباشر، وليس القول أن مواد الترفيه لا تنطوي على أي قيمة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو تربية تعليمية³ ، فإن الترفيه الذي يخرج عن القيم والمبادئ لا يعد ترفيها، بل أصبح لعبا بالمشاعر والأحاسيس وضربا بالقيم والمبادئ والأخلاق وخروجا من دائرة البناء والتجديد إلى دائرة الهدم والمغالطة.

رابعا- الوظيفة التربوية والتعليمية

للتلفزيون مهمة تربية مكملية للمدرسة بتقديم نماذج تربية حية تؤكد ما تقوم به المدرسة من مجهود في إطار تربية النشئ، حيث أنه "أظهر قدرة وفعالية في تكوين الاتجاهات وتعليم المواد الدراسية وتلقين المهارات المختلفة في تدريب المعلمين ونقل المعارف للتلاميذ، فهو بهذا يدعم المنهاج الدراسي بما يعرضه من تجارب علمية"⁴ .

¹: نريا التيجاني، القيم الاجتماعية التلفزيونية في المجتمع الجزائري ، عين مليلة (الجزائر)، دار الهدى، 2011، ص 44.

² رحيمة عساني، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 114.

³: فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص 31.

⁴: رحيمة عساني، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 114.

والواقع أن مهمة التلفزيون في بلد ما تزال الأمية فيه تكتسح جماهير عريضة لا بد أن تسير إلى جانب مهام النظام المدرسي لتقوم أيضا بالدور التربوي، وفي هذا يرى ولبر شرام أنه " عندما يجعل أهم الأمور بالنسبة للبلدان السائرة في طريق النمو أن تجند وسائل إعلامها في خدمة التربية والتكوين ... فقد برهنت أن تكون جديرة بأن تكمل مساعي التعليم المدرسي وتسد النقص الملاحظ في هذه البلدان في مجال المدارس والمعلمين"¹، ويقوم التلفزيون في الوقت نفسه بتوجيه المشاهد نحو سلوكيات اجتماعية إيجابية، ترسخ مفهوم العادات الاجتماعية السليمة والأخلاق الحميدة، وتعزز الجسر الاجتماعي بين مختلف الفئات وتقدم السلوكيات المنظمة للعلاقات المبنية على أساس الاحترام.

وعليه على التلفزيون أن يقوم بوظيفة تربوية من خلال بث برامج تربوية ودراسية مهمتها مساعدة المدرسة في تربية وتعليم المجتمعات ولا يقتصر فقط على الترفيه والإعلام.

خامسا- الوظيفة الاجتماعية والنفسية

وهي كل الوظائف التلفزيونية السالفة الذكر في إطار الوظيفة الاجتماعية المنوط بها، لأنها تمس الجانب الاجتماعي للأفراد " إذ يقوم التلفزيون بصقل أذواق أفراد المجتمع ويتدخل في تشكيل علاقات اجتماعية حسب النظام السياسي والثقافي والفكري المتبع في المجتمع لتحقيق أهدافه، وتكمن وظيفة برامج التلفزيون في توجيه عواطف ومشاعر الناس من وجهة معينة مجندة من قبل قادة المجتمع"²، كما يقوم التلفزيون بدور مهم وأساسي في التنشئة الاجتماعية وتغيير السلوك الاجتماعي لأنه يرتبط بالحياة البيئية، فيكسب المشاهد المواقف والقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية، إذ يعمق التلفزيون الانتماء الاجتماعي بين المشاهدين ومجتمعهم الذي يعيشون فيه، كما ينمي الحوار الاجتماعي الذي تذوب من خلاله الفوارق الاجتماعية.

¹: ثريا التيجاني، القيم الاجتماعية التلفزيونية في المجتمع الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 45.

²: نفس المرجع السابق، ص 47.

المطلب الرابع: أهمية التلفزيون

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام وله دور في صناعة الرأي العام للشعوب، وإحدى الاستخدامات الأساسية بالنسبة للمشاهد هو التسلية وتمضية وقت الفراغ بالإضافة إلى الحصول على المعلومات ومشاهدة آخر الأخبار والأحداث المستجدة في العالم، لذا نرى له أهمية كبيرة لدى الحكومات والقادة.

يرى "مارشال ماكلوهان" أن الوسيلة أبلغ في التأثير من الرسالة، وهو صاحب المقولة الشهيرة: الرسالة هي الوسيلة، وأن كل الوسائل التي اخترعها الإنسان في الكون هي امتداد لحواسه، ويرى أن التلفزيون وسيلة مهمة لتغيير المجتمع، بعدما استطاعت أن تجعل العالم كله قرية كونية صغيرة، كما اعتبر هذا الفيلسوف الكندي أن هذا الجهاز أرجع الإنسان إلى محيطه الطبيعي بعد أن أبعدهه الطباعة عنه، وجعلته يستعمل حاسة النظر فقط، مما جعله أسيرا للمطبوع ودفعته للاغتراب منذ القرن الخامس عشر مما سيمكنه من استعمال جميع حواسه، ويرى ماكلوهان أنه مادامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما ستكون كذلك جيدة وتسمح للمشاهد بالمشاركة والتفاعل العميق مع جهاز التلفزيون¹، ولذلك فإن للتلفزيون أهمية مست مختلف مجالات الحياة منها:

أولاً- من الناحية السياسية

إن احترافية التلفزيون من خلال الصوت والصورة، جعلت الرسالة الإعلامية السياسية تصل بدقة، إذ تحرك عواطف الجماهير وتؤثر فيها لذا يسعى رجال السياسة إلى السيطرة على التلفزيون كرهان سياسي خاصة في فترة الحملات الانتخابية، نظرا لما تحدثه من تحولات حاسمة من خلال المعالجة التلفزيونية لهذه الحملات، إذ تؤول هذه الخدمة إلى المختصين والمهتمين والمستشارين في الاتصال والتسويق السياسي فيهتمون بالحملات الانتخابية².

كذلك تبرز أهمية التلفزيون من الناحية السياسية من خلال الدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون في العمليات السياسية، ذلك بعرض المواقف السياسية والحروب والآراء السياسية والمناظرات

¹: شعباني عبد المالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 07، 2012، ص216.

²: رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص170.

السياسية، ولذلك فإن الأنظمة السياسية تعتبر التلفزيون عمودا فقريا في الترويج لأفكارها أو تسويد وطمس أفكار خصومها وتبييض سوادها.

ثانيا- من الناحية الاقتصادية

أصبح التنافس اقتصاديا دائريين شبكات التسويق التي دخلت إلى منازل من خلال عروض الإشهار والإعلان عن الشركات المتنوعة، حيث أصبح المعلنون وأصحاب المؤسسات يضعون إعلانات تجارية لتبث في مختلف القنوات لتأثير في المشاهدين، بالإضافة إلى التعرف على الأخبار الاقتصادية مثل البورصة وأسعار النفط...¹

ثالثا- من الناحية العلمية

لقد ساهم التلفزيون بشكل كبير ليس فقط في نقل المعرفة وتعلمها بل إن بعض القنوات تخصصت في تعليم وتلقين الدروس العلمية وعروض التجارب، فأصبح التلفزيون أحد وسائل التعلم عن بعد، كما يعمل على تنمية قدرات الفرد الفكرية والذهنية.

رابعا- من الناحية الاجتماعية

يعتبر التلفزيون وسيلة للتواصل بين المجتمعات من خلال التعرف على العادات والتقاليد ونشر وتبادل الثقافات بين الشعوب، ويلعب التلفزيون دورا لتوعية وارشاد كل أفراد المجتمع باختلاف مستوياتهم.²

المطلب الخامس: التلفزيون في الجزائر

سنعرض في هذا المبحث الجوانب التاريخية والقانونية لنشأة التلفزيون في الجزائر منذ فترات الاستعمار وصولا إلى فترات مختلفة بعد الاستقلال، إن ظهور التلفزيون في الجزائر مرتبط بالاستعمار الفرنسي الذي أدخله إلى الجزائر، فقد بدأ بث التلفزيون في الجزائر بتاريخ 24 ديسمبر 1956 لخدمة مصالح وأغراض المستعمر، وكانت هذه المحطة تابعة للمؤسسة الأم بباريس، بحيث كانت بمثابة فرع مكمل للإذاعة والتلفزيون الفرنسية RTF، ولم تكتفي فرنسا بإنشاء محطة الجزائر المركزية بل

¹: رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، مرجع سبق ذكره، ص 171.

²: نفس المرجع السابق، ص 171.

أنشئت محطات جهوية بقسنطينة ووهران وكانت معظم البرامج المقدمة أجنبية المصدر¹، وذلك لخدمة الأهداف الاستعمارية والمتمثلة في السيطرة الكاملة على الجزائر، كما أن هذه الإدارة فكرت أيضا في تلبية الحاجيات الإعلامية للمعمرين، كما كانت تعمل على إبراز علاقة الهيمنة على المجتمع الجزائري مشوهة في أغلب الأحيان نضاله سياسي، ورصيده الحضاري والثقافي.

والواقع أن دخول التلفزيون إلى الجزائر لم يكن إلا نتيجة متطلبات وأهداف معينة يمكن تلخيصها فيما يلي:

✓ الرغبة في الاستجابة للحاجيات الثقافية والفنية والترفيهية للجماهير المعمرين.

✓ تمديد نطاق السيطرة الاستيطانية واخماد نضالات الشعب الجزائري تحت ستار اشباع حاجياته الثقافية بتشويه هذه الثقافة أو استلابها نهائيا.

✓ اقناع الأقلية الأوروبية الساكنة في الجزائر بالسياسة الاستعمارية المنتهجة وخلق رأي يبرر هذه السياسة ويدعمها.

✓ مؤازرة التجار الفرنسيين في مد السوق الفرنسية للصناعة الإذاعية والتلفزيونية عن طريق توسيع نطاقها إلى الجزائر².

وفي 28 أكتوبر 1962 احتلت القوات الجزائرية مباني الإذاعة والتلفزيون، وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم وتوقفت البرامج التي كانت تنقل من فرنسا إلى الجزائر، وكان الفرنسيون يعتقدون أن كل شيء سيتوقف بعدهم³.

وقد شرعت الجزائر بالاعتماد على نفسها داعية كل الاطارات الوطنية التي سبق لها العمل في مجال الاتصال في صفوف جيش التحرير الوطني إلى تسلم الإذاعة والتلفزة الجزائرية RTA، وبذلك رفعت الجزائر شعار وراية التحدي للنهوض بالمؤسسة الإعلامية وتسخيرها لمرحلة البناء والتشييد، وتحقيق أهداف المجتمع في إعلام وطني مستقل يعبر عن اهتماماته ورغباته الإعلامية.

¹: رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، مرجع سبق ذكره، ص 175.

²: عبد الحميد حيفري، التلفزيون الجزائري الواقع وآفاق، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 29.

³: نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص 91.

وأصبح المذيع يعلن عن الميكروفون وأمام الكاميرا هنا راديو وتلفزيون الجزائر بدلا من هنا راديو الجزائر التي كانت تزداد أثناء الاحتلال الفرنسي، وفي نفس يوم استرجاع الراديو والتلفزيون تمكن الجزائريون من متابعة النشرة الإذاعية وخاصة نشرة الثامنة التلفزيونية تحت راية الاستقلال المجسدة في العلم الوطني الذي نصب فوق مبنى الإذاعة والتلفزيون.¹

لقد تم وضع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري تحت سلطة وزارة الإعلام، فأول مرسوم إعلامي إذاعي أصدر في الفاتح أوت 1963 وهو خاص بتأسيس وتنظيم الإذاعة والتلفزة الجزائرية، حيث يعتبرها هذا المرسوم مؤسسة عمومية تابعة للدولة لها طابع تجاري وصناعي تتمتع بصلاحيحة النشر الراديوغرافي والمتلفز.

حيث ركزت الدولة على تجهيز القطاع من خلال وضع ثلاث مخططات هي: المخطط الثلاثي (1967-1969)، المخطط الرباعي الأول (1970-1973)، المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)، فخصصت أكثر من 310 مليون دينار جزائري ثم ارتفعت سنة 1982 إلى 560 مليون دينار جزائري.²

وخلال فترة السبعينات أنشئت عدة محطات للربط والتوزيع، بحيث أصبح شمال البلاد يستطيع مشاهدة التلفزيون سنة 1970، وأنشأت محطتان بسوق أهراس ومغنية 1972، وباتنة سنة 1974، وفي سنة 1975 أنشئت محطة بالمدينة والمشرية، بحيث أصبح سنة 1976 95% من التراب الجزائري يشاهد التلفزيون، لترتفع النسبة إلى 97%.³

وزيادة على هذا فقد أنشئت دارين جامعتين للراديو والتلفزيون بقسنطينة ووهران، بحيث يمكن تبادل البرامج بين العاصمة وهاتين البلديتين، كما أنشئت محطة أخرى للاتصال بالخارج بواسطة الأقمار الصناعية لتسهيل الاتصال بين الشمال والجنوب، كل هذه الجهود مكنت الإرسال بالراديو والتلفزيون من أن يغطي جميع التراب الجزائري.

¹: نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 91.

²: فؤاد شعبان، عبدة مصطفى، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012، ص 145.

³: زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان مطبوعات الجامعية، 2007، ص 108.

وأعيدت هيكلة مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني بموجب المرسوم 86-146 المؤرخ في 01 جويلية 1986، وحدد تاريخ ميلاد أربع (04) مؤسسات عمومية وهي:

- المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري ENTV.
- المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية ENRS.
- المؤسسة الوطنية للبث التلفزيوني ENTD.
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري ENPA.

إن إعادة هيكلة قطاع التلفزة الجزائرية قد جاء ضمن اللائحة السياسية الإعلامية التي نوهت بالدور الفعال الذي يمكن أن يلعبه الإعلام والتلفزة بصفة خاصة في بناء مجتمع عصري، وقد نصت اللائحة بالإسراع في توفير جميع الشروط الموضوعية التي تعمل على تجسيد كل ما ورد في النصوص الرسمية واللوائح السياسية المتعلقة بحق المواطن في اعلام موضوعي وشامل ومسؤول، إلى جانب تنويع وسائل الاعلام وتوسيعها حتى تصبح في متناول كل الفئات في جميع جهات الوطن¹.

وبموجب المرسوم 86-147 المؤرخ في 01 جويلية 1986 تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون، وهي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري، لها شخصية معنوية واستقلال مالي تحت وصاية وزارة الاتصال والثقافة وتمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني، مهمتها إعلام المشاهد والمساهمة في تربيته والترفيه عنه بإنتاج برامج متنوعة، إضافة إلى صيانة وتطوير وسائلها وأجهزتها التقنية وتسيير أرسيفها السمعي البصري².

وهكذا تواصلت مسيرة التلفزيون بالحرص على مواكبة التطورات السريعة والمتواصلة في مجال الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الخاصة بعالم الاتصال ليبدأ مشوار جديد للتلفزيون.

شهد قطاع الإعلام في الجزائر بعد عام 1990 تغييرات كبيرة كانت نتيجة لدستور 1989 وصدور قانون الإعلام 1990، هذا الأخير الذي فتح المجال أمام الإعلاميين لتأسيس وإنشاء الصحف

¹: نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 107.

²: نفس المرجع السابق، ص 108.

ورفع الرقابة التي كانت مسلطة من قبل الحزب الواحد، إلا أن قطاع السمي البصري ظل مستثنيا من هذه التغييرات، وفي مقدمتها التلفزيون حيث شددت الدولة الوصاية على الوسيلة.

وقد جاء مرسوم 91-101 ليؤكد الطابع الحكومي والعمومي للمؤسسة باعتبارها مؤسسة للخدمة العمومية، تتضمن كل النشاطات كالإعداد والإثراء والانتاج والتوزيع للبرامج على كامل التراب الوطني لأجل غايات محددة وهي: الإعلام والتثقيف والترفيه، وعلى المؤسسة ضمانات التعددية واستقلالية المعلومة وتشجيع الاتصال الاجتماعي المعد من قبل الحكومة والهيئات العامة التابعة للدولة لها، وفي نفس الاطار يجب أن يقوم بالمهام والوظائف التالية¹:

- تغطية كل نشاطات الحكومة.
- تغطية الحملات الانتخابية.
- نقل مناقشات البرلمان.
- تغطية نشاطات الأحزاب السياسية والجمعيات والنقابات.
- بث برامج ذات طابع متخصص.
- بث الأشرطة الوثائقية والتحقيقات والمجالات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة.

¹: محمد شطاح، اشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الفضائيات العربية دراسة حالة Canal ALGERIE والجزائرية الثالثة، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، سكيكدة، عدد05، 2010، ص ص 425-426.

المبحث الثاني: القنوات الفضائية الخاصة

المطلب الأول: نشأة القنوات الفضائية

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية، فلا يكاد يمر يوم إلا ونشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة.

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينات عندما صنع الاتحاد السوفياتي سابقا (مركبة) فضائية تزن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبيريا، وبعدها وضع الاتحاد السوفياتي سابقا برنامجا للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة، من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعى إيكراي أطلق الأول منها عام 1976¹.

وشهدت كذلك سنة 1976 الانطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر بالقارة الأوروبية، وتبعتها مبادرات انفرادية أو ثنائية على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا في أكتوبر 1979².

فقد أطلقت فرنسا أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر سنة 1985 يسمى TDF1 وقد تم توزيع قنوات القمر على القناة الفرنسية الأولى TF1 والقناة الفرنسية الثانية F2 والقناة الفرنسية السابعة TV7³.

وانطلاقا من سنة 1987 دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الأوروبية ميدان البث التلفزيوني المباشر، وأصبحت مساحة البث تمتد من إسبانيا والبرتغال إلى دول أوروبا الشرقية من بريطانيا والدول الاسكندنافية إلى دول الشمال الإفريقي⁴.

¹: نسيمه طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، الجزائر، مؤسسة كنوز للحكمة، 2011، ص 08.

²: نصير بوعلي، البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة، مجلة الاتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 04، 2000، ص 10.

³: نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر دراسة ميدانية، الجزائر، دار الهدى، 2005، ص 68.

⁴: نصير بوعلي، البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

وفي جوان 1989 أطلقت الوكالة الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ أريان، ويسمى هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية بالقمر أولمبيس Olympus وقررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناته ذات القدرة العالية بموجب عقد مدته خمس سنوات¹

أما بريطانيا فقد أطلقت عام 1989 القمر British satellite Broadcasting للبث التلفزيوني المباشر، وفي عام 1993 أطلق أول قمر أمريكي للبث المباشر لغرض الاتصالات سمي (تايكوم-1) وأطلق القمر الثاني منه عام 1994 وكان لهذين القمرين دور كبير للمشاهدين الأمريكيين في التقاط 150 محطة تلفزيونية خارجية بواسطة هوائيات صغيرة الحجم².

أما إيطاليا فقد أطلقت قمرها الصناعي الأول الخاص بالبث المباشر في شهر أبريل 1990، ثم أطلقت قمرها الصناعي الثاني الاحتياطي في سنة 1993 وعليه ثلاث قنوات للبث المباشر، في حين وضعت اسبانيا خطة لإطلاق قمرين صناعيين عام 1991 ونجحت في ذلك حيث بدأ تشغيلهما مباشرة في 1992³.

أما اليابان فقد بدأ أول بث تلفزيوني لها في يوليو 1985، ليغطي إرساله الجزر اليابانية ويستمر على مدى الأربع والعشرين ساعة يوميا، وبذلك سجلت اليابان أنها أول دولة في العالم تستخدم أقمار البث التلفزيوني المباشر، أي الذي يصل من مركز الإرسال إلى أجهزة التلفزيون المنزلية مباشرة⁴.

وهكذا بدأت الأقمار الأوروبية واليابانية والأمريكية والأسبانية تأخذ مكانها في الفضاء لبث برامجها من خلال القنوات الفضائية الأجنبية التي تتعدى الحواجز الجغرافية للدول الأخرى، كما انعكس تطور المحطات الأرضية فانخفض القطر الهوائي الخاص بهذه المحطات وتطورت أجهزة البث التي تنقل الإشارة إلى القمر الصناعي، ومن ثم فقد بدأ السباق العالمي في تطوير التكنولوجيا الخاصة

¹: أياد شكري البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999، ص 31

²: عبد الله فتحي الظاهر، علي احمد خضر العماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية (عين العالم على العراق)، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص ص 78-79.

³: نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر دراسة ميدانية، مرجع سبق ذكره، ص ص 68-69.

⁴: محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، الإسكندرية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص 26.

بها واستخدم نظام التضغط الرقمي في تصميمها وهو يتيح إمكانية مضاعفة عدد البرامج التي تذاغ على كل قناة قمرية رئيسية.

لقد برزت فكرة القمر الصناعي العربي لأول مرة في إطار مؤتمر إعلامي وليس في مؤتمر للمواصلات، وقد تبنى اتحاد إذاعات الدول العربية الدعوة لهذه الفكرة ودعا في سنة 1971 أعضاءه لإقامة لجان وطنية في كل بلد عربي للتخطيط لمرحلة القمر الصناعي وقد أقامت عشر دول عربية تلك اللجان، وفي 1972 نظم اتحاد إذاعات الدول العربية أول مؤتمر عربي حول الاتصال الفضائي، وفي 1973 بدأ التبادل الإخباري والتلفزيوني العربي في ثلاث مناطق فرعية في المغرب والمشرق والخليج¹.

وقد أقامت الجامعة العربية في سنة 1975 وحدة اتصال فضائي بالتعاون مع الاتحاد الدولي للمواصلات، ولكن لم تحقق هذه الجهود نتائج ملموسة حتى تم إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات في 14/04/1976، وظهرت عربسات كإحدى التنظيمات التابعة لجامعة الدول العربية بهدف توفير واستثمار قطاع فضائي جوي لتقديم الخدمات العامة والمتخصصة في مجال المواصلات السلكية واللاسلكية لكل الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية².

وتوالت الاجتماعات في هذا الصدد إلى أن أطلق القمر الصناعي عربسات في فبراير 1985 معلنا دخول العرب في نادي الأقمار الصناعية كعضو يرتاد عصر الفضاء لأول مرة، وكما أطلق الثاني عربسات B1 في جوان 1985 وهو يرتبط بمحطتين أرضيتين أحدهما في المملكة العربية السعودية والأخرى في تونس، وأطلقت مصر في أواخر الستينات القمر نايلسات 101 لأغراض البث التلفزيوني التجاري والاتصالات وكان هذا دعماً لغرض القمرين السابقين³.

ولقد ساهمت الأقمار الصناعية العربية في الدفع بالدول العربية إلى تأسيس قنوات فضائية خاصة بهم، كما تقوم عربسات بمجهود متميز يتجلى في تقديم خدمات البث المباشر للبرامج التلفزيونية العربية حيث توال إطلاق القنوات الفضائية العربية حتى أصبح لكل دولة عربية عدة قنوات فضائية.

¹: محمد نصر مهننا، مدخل إلى الإعلام العربي في عالم متغير، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص 172.

²: نفس المرجع السابق، ص 172.

³: عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية (عين العالم على العراق)، مرجع سبق ذكره، ص 84-85.

لقد بدأت مصر بإنشاء أول قناة فضائية عربية سنة 1990 عبر القمر العربي عرصات بهدف ربط المغتربين المصريين بدولتهم الأم عن طريق التأثير الإعلامي فيهم، وإطلاعهم على جوانب التغيير الايجابي في بلدهم ثم مخاطبة بقية المنطقة العربية والإفريقية.

وفي أواخر العام نفسه بدأت السعودية إرسالها الفضائي إلى العالم مركزة على البرامج الثقافية والعربية بسبب مكانة هذه الدولة دينيا وثقافيا في المنطقة والعالم، وقد بدأ ذلك بنقل الصلوات اليومية مباشرة من الحرم المكي¹.

وفي عام 1991 شرع بعض المستثمرين السعوديين في بث قنوات مركز إذاعة الشرق الأوسط MBC من لندن والتي وفرت خدمة إخبارية وبرامج حوارية للمشاهدين العرب على النسق الشائع في الغرب عموما، كما شرع مستثمرون سعوديون آخرون في إطلاق شبكات فضائية عربية ذات مضامين عربية مسلية راديو تلفزيون العرب ART².

إذ تعتبر قناة التلفزيون الشرق الأوسط MBC وراديو تلفزيون العرب ART من بين أهم القنوات الإقليمية العربية التي وجدت إقبالا من أغلبية مشاهدين العرب.

ثم تابعت الدول العربية في إنشاء قنواتها الفضائية حتى أصبح لها جميعا قنوات فضائية ارتبطت معظمها بوزارة الإعلام أو جهات رسمية أخرى، فالكويت بدأت بثها عام 1992، وقناة دبي الفضائية وتونس وأبوظبي في العام نفسه أيضا، وشهد عام 1993 إطلاق القنوات الفضائية اللبنانية والأردنية والمغربية والعمانية ثم ست قنوات مصرية أخرى على القمر الفضائي نايل سات وفي عام 1994 ظهرت إلى النور قنوات عربية أخرى سودانية، جزائرية وموريتانية وشهد عام 1996 انطلاق القناة الفضائية السورية وفي العام الموالي انطلقت قناة ال بي سي LBC اللبنانية والقناة الليبية ثم اليمنية وقناة الشارقة الفضائية، ثم كانت قناة عجمان الفضائية سنة 1998³.

¹: طه أحمد الزيدي، حسين علوي، الطائين يسرى خالد ابراهيم، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه، عمان دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 21.

²: نسيمه طيشوش، القنوات الفضائية وأثرها على قيم لدى الشباب، مرجع سبق ذكره، ص 13.

³: طه أحمد الزيدي، حسين علوي، الطائين يسرى خالد ابراهيم، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه، مرجع سبق ذكره، ص 89.

أما العراق ظهرت بها أول قناة فضائية حكومية بالبت يوم 17 جويلية 1998 بعد أن تم حجز قناة قمرية على القمر نايل سات وقد بثت برامجها لمدة خمس ساعات باليوم من الساعة (7-12) مساءً، وبعد ذلك امتد البث ليكون أربع وعشرين ساعة يومياً¹.

المطلب الثاني: تصنيفات القنوات الفضائية

منذ أن ظهر التلفزيون في الوطن العربي في النصف الأخير من القرن الماضي وملكيته قاصرة على الحكومة، لكن مع إطلاق العديد من الأقمار الصناعية في المنطقة العربية ورواج الخصخصة تحررت القنوات الفضائية من سيطرة الحكومة، وأتاح للأفراد والهيئات الغير الحكومية تأسيس وإنشاء القنوات الفضائية التي أصبحت تمثل تحدياً كبيراً للقنوات الرسمية أرضية كانت أو فضائية إذ يمكن تصنيف القنوات الفضائية إلى:

أولاً- من حيث الملكية: قنوات حكومية (عمومية)، قنوات خاصة

1. القنوات العمومية: وهي القناة التي تعود ملكيتها إلى الحكومة هذه الدولة أو تلك، ويأتي أغلب تمويل هذه القنوات من ميزانية الدولة المالكة للقناة بقطع النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم الاستهلاك على الأجهزة، فالقناة العمومية هي القناة الحكومية.²

2. القنوات الخاصة: يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل القناة الخاصة وهي القناة التي يأتي رأسمالها كلياً أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، وقد يستعمل البعض كلمة حرة أو مستقلة في هذا المعنى.

لكن نرى في استخدام هذين الكلمتين تجاوزاً لمفهوم الحرية والاستقلالية التي تبقى نسبية في معظم الأحيان، ذلك أن مساهمة الحكومات في رأس مال هذه القنوات بشكل أو بآخر لا يكاد يغيب عن جل هذه القنوات، ولكن كان الغموض يسود خارطة تمويل كل القنوات الخاصة، كما أنه يكفي أن يتابع خطاب هذه القناة أو تلك حتى نلتمس انتمائها ولون الخطاب الذي تسعى لترويجه.³

¹: عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية (عين العالم على العراق)، مرجع سبق ذكره، ص 89

²: المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (56) 2006، ص 11.

³: نفس المرجع السابق، ص 11.

ثانيا- من حيث البرامج

1. القناة العامة: ويطلق عليها أيضا بالقنوات جامعة أو شمولية، عندما ظهرت القنوات التلفزيونية في القطاعين العمومي والخاص كانت كلها قنوات شمولية، والقناة الجامعة أو الشمولية هي القناة التي تبث برامج تجمع بين أكثر من مجال اهتمام، وتشتمل برمجتها على مواد مختلفة الأغراض والأهداف من إعلام وثقيف وترفيه¹.

2. القناة المتخصصة: وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو لتتوجه إلى جمهور محدد، إن القناة المتخصصة هي التي تركز اهتمامها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع الجمهور.

ويمكن تصنيف القنوات المتخصصة إما حسب البرنامج أو الجمهور المستهدف:

1-2. حسب البرنامج:

- القنوات الترفيهية: وهي القنوات التي تبث المادة الموسيقية والمسلسلات الدرامية والأشرطة السينمائية إضافة إلى القنوات تخاطب عبر الإرساليات القصيرة.
- القنوات الثقافية: وهي القنوات التي تبث برامج ثقافية أو وثائقية .
- القنوات الإخبارية وهي القنوات المتخصصة في مجال الأخبار والحوارات.
- قنوات الخدمات: تقدم إعلانات وتقوم بدور وسيط بين المشاهد والمعلن في المجالات العقارية مثلا أو في مجال التسويق التلفزيوني بالإضافة إلى قنوات الرياضية والاقتصادية، الصيد... إلخ²

2-2. حسب الجمهور المستهدف:

- قنوات تتوجه إلى جمهور مقسم حسب سنوات العمر أو مراحلته مثل قنوات أطفال.
- قنوات تتوجه إلى جمهور مقسم حسب الجنس كأن تتجه قناة إلى جمهور المرأة.

¹: المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة ، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² المنصف العياري، قنوات القطاع الخاص العربية، المقاربة الكمية والمهمة المستحيلة، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، عدد03، 2006، ص 24.

- قنوات تتوجه إلى جمهور مقسم حسب انتماءاته الدينية أو الإيديولوجية.¹

ثالثا- من حيث البث

1. القنوات المفتوحة: حيث تصل هذه القنوات إلى منازل المشاهدين من خلال الأطباق وفقا لحجم ونوع الاستقبال دون دفع أي مقابل مادي لهذه القنوات، وتعتمد معظم القنوات نظام البث المفتوح ويكون بث بعض القنوات مفتوحا على بعض السواتل المشفرة عندما يكون ضمن باقة من القنوات.

2. القنوات المشفرة: وتكون الإشارة الصادرة من القمر الصناعي أو محطة البث في هذه الحالة مركبة بطريقة معينة (بشفرة خاصة)، بحيث لا يمكن استقبالها إلا إذا كان لدى المشاهد جهاز لفك الشفرة يسمى ديكودور ولا يحصل على الخدمة إلا بدفع الاشتراك المحدد.²

رابعا- من حيث لغة البث

هناك قنوات تبث باللغة العربية ويبث بعض برامجها بلغات أخرى إلى جانب العربية، وهناك قنوات تبث باللغة الأجنبية فقط.

المطلب الثالث: واقع القنوات الفضائية العربية.

لقد استبشر المشاهد العربي خيرا عندما تسابقت الدول العربية على الحصول على مكان في الأقمار الصناعية لبث قنواتها الفضائية، ولهذا فقد نالت بعض القنوات مكانا متميزا لها في البيوت العربية، نظرا لأن هذه القنوات جاءت للتعبير عن الذات العربية ولتأخذ مكانها على الساحة الإقليمية والدولية حتى لا تترك الفراغ للآخرين، وبذلك دخلت هذه القنوات الفضائية العابرة للحدود والحواجز، إذ أن هناك العديد من العوالم التي ساهمت في ارتقاء الإعلام العربي نذكر أهمها:

¹: المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة، مرجع سبق ذكره، ص 12

²: حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة (الفرص والتحديات ..الواقع والطموحات)، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ، ص33.

- انفتاح الاتصالات بين الدول والمناطق في ظل العولمة والتطورات التقنية بما في ذلك الأطباق الفضائية، وسع قاعدة الإعلام المرئي وجعله في متناول أكبر عدد من المشاهدين وبالتالي جعله أكثر تأثيراً.
 - توفير تقنيات متطورة للتواصل مع المراسلين مثل: الهواتف المحمولة العاملة بواسطة الأقمار الصناعية.
 - تحكم وكالات الأنباء العالمية الكبرى في مجال انسياب الأخبار وفي تقديمها وتفسيرها المتحيز أحياناً للأحداث التي تقع في المنطقة العربية.
 - ترسيخ بعض الفضائيات العربية في السنوات الأخيرة لتقاليد صحافية جديدة، واتباع طريقة التعامل مع الحدث تتسم بالاتصال المباشر مع المراسلين عبر الأقمار الصناعية والهواتف الجواله والتغطية المكثفة والنقل الفوري للحدث وللمؤتمرات الصحفية.
- كذلك من أهم النتائج التي حققتها هذه القنوات أن المواطن العربي أصبح بفضل ضغطة زر ZAPINK ينتقل من بلد إلى آخر ليطلع على أهم الأحداث في وقتها الحالي.
- فالمحلل للبرامج القنوات الفضائية العربية يجد أن " معظم القنوات الفضائية غلب على إنتاجها البرامجي الطابع الترفيهي المقلد لما ينتجه الغرب، والدليل على ذلك انتشار الأغنيات التلفازية المنفذة بأسلوب ما يعرف بالفيديو كليب الذي تعد فيه المرأة قاسماً مشتركاً والأداة الرئيسية للجذب، وهي بهذا المنظور الترويجي في منزله أي سلعة استهلاكية، كما تعتمد معظم القنوات الفضائية العربية على المرأة في الإعلانات¹ وهذه الطريقة تفتقد هذه البرامج العربية التي توضع الطابع العربي المميز للثقافة العربية الأصلية.
- ومما يدعو للدهشة أن نسبة كبيرة من البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية تحاول فيها تقليد الغرب، إلا أن نسبة لا بأس بها منقولة تماماً من برامج أجنبية وكأن قريحة الإبداع العربي قد تعطلت واكتفت بالاقتباس والتقليد.

¹: محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، مرجع سبق ذكره، ص 64

فقد انطلقت هذه القنوات وتوسعت في ساعات البث من دون ميزانيات مناسبة لشراء الأجهزة أو إنتاج البرامج، وقد أدى هذا الوضع إلى ضعف مستوى ما تقدمه هذه القنوات من حيث الشكل والمضمون، وعلى هذه القنوات أن تعمل بالحد الأدنى من المطلوب بحيث توازن ما تنفقه من صرف رخيص على برامج الأغاني والترفيه ومع ما تنفقه على برامج الفكر والثقافة والإبداع، ولما تتصف برامج الفضائيات بالرداءة تعكس الإعداد الضعيف لهذه البرامج.¹

فالمحلل للخطاب العربي السياسي يلاحظ أنه يتسم بسمات وخصائص لا تجذب المشاهد أهمها:

- " السلطوية: فالخطاب العالمي العربي وبالذات السياسي يخضع في غالب الأمور لرغبة السياسية الحاكمة.

- الأحادية: اعتاد المشاهد العربي أن يسمع خبرا واحدا من مصدر واحد لا ينافس أحده وهذا الخبر غير قابل للرفض أو التحليل .

- الرسمية: تخضع المؤسسة الإعلامية في العالم العربي للجهات الرسمية .

- القدسية: فالرسالة العربية وبالذات السياسية غير قابلة للرفض، ومن هذا المنطلق يفضل المشاهد العربي مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية بفضل تنوع برامجها وعرضها للأحداث الجارية والقدرة على التحليل، وبالتالي جذب واستقطاب عقل المشاهد العربي.²

المتبع لهذه القنوات الفضائية العربية يلاحظ فروقا في التعامل مع المادة الإعلامية، فبعضها مرتبط بالقنوات المحلية بالاتصال المباشر ثم يتم نقل الرسالة الإعلامية الفضائية إلى العالم الخارجي مثل القنوات السودانية، والسعودية والجزائرية.

وهناك من القنوات من سعت إلى نقل السياسات العامة لدولها وحكوماتها بشكل واضح إلى العالم، وفي هذه الحالة تعتمد الفضائيات العربية على البرامج المنتجة محليا ولكنها موجهة للمشاهد الخارجي، ولا تفوتنا الإشارة إلى أن هناك قنوات عربية فضائية أنشئت لأغراض اقتصادية وسياسية، ويمكن رصد المشهد الفضائي العربي من خلال النقاط التالية:

¹: فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، عمان، دار أسامة، ط1، 2010، ص13

²: محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، مرجع سبق ذكره، ص 69.

أولا- تكاثر الفضائيات العربية

لقد تسابقت الدول العربية لإطلاق القنوات الفضائية حتى وجدنا الفضاء العربي خلال بضع سنوات يمتلئ بعدد هائل من القنوات القابلة للزيادة يوما بعد آخر تتنافس لاستقطاب المشاهد العربي، فالفضاء العربي يشهد تكاثرا من حيث عدد القنوات التلفزيونية التي يعجز المشاهد عن متابعتها، وتجعل من العسير القيام بعملية حصر دقيقة تمكن من توزيع هذه القنوات حسب توجهها واهتمامها باستثناء القنوات الحكومية¹.

كما هناك العديد من القنوات تشرع في بث شارتها أو في بث تجريبي ثم تختفي دون سابق إعلام أو دون تقديم أي مبرر، أو تظهر تحت مسمى معين ثم يتغير هذا المسمى ويتواصل البث دون أي إشارة مثال ذلك " تحول قناة ستار أكاديمي اللبنانية إلى قناة نغم في هذه الحالة لا يعتبر الإشكال كبيرا ولكن حين تتغير هوية القناة دون سابق إعلام مثل قناة قناتي التي كانت موجهة للأطفال ثم انقطعت عن البث وعادت إلى الخارطة التلفزيونية بالمسمى نفسه لكن لتتحول إلى قناة ترفيهية"².

ويرى البعض أن المنطقة العربية سوف تشهد قريبا ظاهرة تملك كل دولة عربية لقناة فضائية أو منظومة قنوات متعددة الخدمات إلى تملك كثير من دولنا العربية لقمريها الصناعي الخاص، وهذا سينقل العرب من مرحلة جديدة لها إفرزاتها وانعكاساتها الجديدة على الفضائيات العربية، ودليل بداية التوجه نحو هذه المرحلة هو "محاولة النظام العراقي قبل سقوطه إطلاق سلسلة أقمار بابل، وتخطيط المملكة العربية السعودية لإطلاق قمر صناعي خاص بها تحت اسم SABS"³.

إذ بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية حوالي 776 هيئة، منها 26 هيئة حكومية و750 هيئة في القطاع الخاص، وتبث هذه الهيئات وتعيد بث 1320 قناة تلفزيونية من بينها 168 قناة عمومية و1132 قناة خاصة متعددة اللغات ومتنوعة التخصص، والجدول التالي يوضح تطور عدد القنوات في السنوات الماضية على النحو التالي⁴:

¹: حسن نيازي الصيف، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات، مرجع سبق ذكره، ص 37.

²: المنصف العياري، قنوات القطاع الخاص العربية، المقاربة الكمية والمهمة المستحيلة، مرجع سبق ذكره، ص 22

³: حسن نيازي الصيف، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات، مرجع سبق ذكره، ص 39.

⁴: اللجنة العليا لتنسيق بث القنوات الفضائية العربية، البث الفضائي العربي التقرير لعام 2012-2013، إصدارات إذاعات الدول العربية، ص 20.

الجدول رقم 3: يوضح تطور عدد القنوات من سنة 2009 إلى سنة 2013.

السنوات	عدد الهيئات	قنوات حكومية	قنوات القطاع الخاص	المجموع
سنة 2009	398	97	599	696
سنة 2010	470	124	609	733
سنة 2011	608	109	960	1069
سنتي 2012-2013	776	168	1152	1320

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد زيادة قنوات القطاع الخاص من سنة 2009 إلى سنة 2010 هو عدد ضئيل مقارنة مع زيادة سنة 2010 إلى سنة 2011، وربما يرجع هذا إلى التغييرات السياسية التي عرفتها المنطقة العربية في هذه الآونة .

ثانيا- الإنتاج بين الضعف والاستيراد والتقليد

كان من المفروض أن يقود تكاثر القنوات الفضائية إلى طفرة في الإنتاج باتساع نطاق السوق العربية وتزايد الطلب ولكن ذلك لم يحدث كما كان متوقعا.

إذ أصبح من عادات الفضائية العربية أن يقلد بعضها البعض، إذ تتجه بعض القنوات إلى إنتاج وإعداد برامج تشبه البرامج التي تبث في قناة أخرى، والتي تلقى رواجا واسعا بين أوساط المشاهدين إلى حد أن يكون البرنامج نسخة طبق الأصل لبرنامج ناجح في قناة أخرى، بل وصل الأمر إلى درجة اقتباس اللهجات المحلية من قبل مقدمي البرامج في بعض الفضائيات وصارت متشابهة، مما يدفع للتساؤل: ما جدوى تعدد الفضائيات العربية؟ مادامت إلى هذا الحد¹.

وعلى سبيل المثال حينما خرج علينا برنامج من سيربح المليون الذي يقدمه جورج قرداحي رأينا برامج كثيرة أخذت نفس الطابع، وانصب اهتمام الفضائيات على هذا النمط من البرامج التي يقوم على المسابقات والجوائز المالية مثل برنامج وزنك ذهب .

¹: عبد المالك الدناني، البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2002، ص 150.

أما عن البرامج ذات طابع الحوارى فنجد برنامج الرأى والرأى الأخر، قضية ونقاش، رغم أنهما اختلفا فى الأساس إلا أنهما يتشابهان فى طريقة التقديم والديكور وطبيعة المواضيع المطروحة، مما يجعلنا نتساءل ونقول أين روح الإبداع أين التجديد والابتكار؟

إن القنوات الفضائية العربية التى تتوجه إلى الشعوب العربية تسعى باستمرار إلى تقليد القنوات التلفزيونية الأجنبية، وهذا يعنى أننا ننقل التجربة الأجنبية فى مجال البث التلفزيونى المباشر مما دفعت القنوات العربية إلى الاقتباس دون الأخذ بعين الاعتبار السياق الثقافى والحضارى الذى تتواجد فيه.¹

كما تتجه بعض الفضائيات العربية إلى إعداد وتقليد القنوات الأجنبية فى إعداد وتقديم برامجها، فمثلا هناك تشابه بين قناة الجزيرة القطرية وشبكة CNN الأمريكية فى تغطية الأخبار وبرامج الحوار، فضلا عن أن أغلب برامج قناة الجزيرة تشبه إلى حد كبير برامج شبكة CNN، ويأتى فى مقدمة برنامج Cross Fire الذى يقدمه المعلق الأمريكى لأري كنيج، بينما يظهر البرنامج نفسه فى قناة الجزيرة باسم الاتجاه المعاكس الذى يقدمه د. فيصل القاسم.²

كما يظهر برنامج هنا الجزائر الذى تبثه قناة الشروق الجزائرية والذى يقدمه قادة بن عمار الذى يأخذ نفس طريقة التقديم برنامج اتجاه المعاكس.

أما البرنامج الثانى الذى تقدمه قناة الجزيرة يحمل اسم الرأى والرأى الأخر الذى يقدمه سامى حداد، وهو نسخة مقلدة من برنامج كلا الوجهين الذى يقدمه الأمريكى جيسى جاكسون لشبكة CNN، أما البرنامج الثالث فى قناة الجزيرة بعنوان حصاد الأسبوع الذى يعد نسخة طبق الأصل لبرنامج نهاية الأسبوع بقناة³ CNN، وهنا تكمن أهمية البحث عن أساليب جديدة مشوقة لكسب المشاهد العربى وجذبه لمتابعتها، والجدول الآتى يبين واقع إنتاج فى بعض القنوات العربية.

¹: نصر الدين العياضى، كيف نحى وسائل الاتصال الجماهيرى؟ ومن يحى المجتمع منها؟، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 01، 2001، ص 12.

²: عبد الملك الدنانى، البث الفضائى وتحديات العولمة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 151

³: نفس المرجع السابق، ص 151.

الجدول رقم 4: واقع انتاج البرامج في بعض القنوات العربية¹.

نسبة البرنامج			البرامج اسم القناة
البرامج الأجنبية	البرامج العربية	البرامج المحلية	
%54	%12	%34	Canal ALGERI
%54	%12	%53	التلفزيون السعودي 1
%8.08	%25.62	%66.26	قناة الجزائرية 2
%10	%35	%55	الفضائية الأردنية
%20	%40	%40	قناة الإمارة
%10	%20	%70	قناة ابوظبي
%10	%50	%40	قناة البحرين الفضائية
%50	%55	%40	شبكة الأخبار العربية ANN
%12	%08	%80	قناة الجزيرة
%30	%10	%60	تلفزيون لبنان
%4.24	%30.98	%64.78	تلفزيون الكويت
%50	%55	%40	قناة الرابعة عجمان
%40	00	%60	قناة المنار
%10-%5	%30-%20	%70-%60	تلفزيون قطر
%60	%10	%30	قناة الأطفال (باقة الأوائل)

ثالثا- التنافس بين الفضائيات

مع زيادة عدد القنوات الفضائية زادت حدة استقطاب الجماهير العربية، وفي هذا الصدد نجد بعض القنوات التي تحترم جمهور المشاهدين وتقدم له المضمون المناسب، وعلى الجانب الآخر نجد قنوات أخرى تقدم الشكل والمضمون المبتذل من أجل جذب الجمهور لمضامين لم يتعود عليها من قبل، معتمدة في ذلك على التقليد ومحاكاة النموذج الغربي في المضمون والإخراج اعتقاداً منها أن ذلك هو الطريق الوحيد للنجاح والحصول على إعجاب الجماهير وارتباطهم بالقناة.

¹: هيثم الهيثم، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، مرجع سبق ذكره ص78.

ولا يقتصر التنافس بين الفضائيات العربية وحدها على استقطاب المشاهد العربي، فهناك منافسة حادة من قبل قنوات أجنبية تسعى إلى الحصول على مكانة لدى المشاهد العربي، وعلى سبيل المثال القناة الفرنسية TV5Orient التي تبث على القمرين عرب سات ونيل سات، وقناة BBC World التي تسعى للوصول إلى المشاهد العربي مستفيدة من رصيد التقدير الذي حققته إذاعة BBC لدى المستمع العربي، فضلا عن دخول الولايات المتحدة الأمريكية بقوة معتبرك المنافسة من خلال إطلاقها القناة الحرة¹.

وأمام هذا التنافس فإن بقاء واستمرارية القناة يتوقف على مدى قوتها، وحكمة قياس قوة أي قناة يتوقف على ما يلي:

✓ مدى اعتماد الجمهور على القناة، كالاتتماد على القناة من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات إبان الأزمات.

✓ نسبة التعرض للقناة وكثافة المشاهدة.

✓ ارتفاع نسبة الإعلانات في القناة.

✓ المنقول عن القناة في وسائل الإعلام أو القنوات الأخرى وهو ما يعبر عن ريادتها.

وقد خلقت المنافسة الشرسة بين مختلف الفضائيات (عربية، أجنبية، حكومية، خاصة) إلى ظهور الابتدال في البرامج، أين نجد نسبة كبيرة من البرامج مسخرة لبرامج المنوعات والغناء والرقص والإعلانات والمسابقات... إلخ وتعليقا على ذلك يرى الدكتور عبد المالك الدناني " في ظل هذا التنافس الغير المدروس بين الفضائيات العربية، الحكومية والخاصة كثرت أخطاء وتعددت أشكال الخروج على الأهداف النبيلة المرسومة للإعلام العربي في مواجهة التحديات التي فرضتها عولمة البث"².

رابعا- سقوط احتكار الدول لحق البث

منذ أن ظهر التلفزيون في الوطن العربي في النصف الأخير من القرن الماضي وملكيته قاصرة على الحكومة، لكن مع إطلاق العديد من الأقمار الصناعية في المنطقة العربية ورواج ظاهرة الخصخصة

¹: حسن نيازي الصيف، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات. مرجع سبق ذكره، ص 42

²: عبد المالك الدناني، البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية، مرجع سبق ذكره ص 153.

تحررت القنوات الفضائية من سيطرة الحكومة، وأتاح للأفراد والهيئات غير الحكومية تأسيس وإنشاء القنوات الفضائية التي أصبحت تمثل تحدياً كبيراً للقنوات الرسمية أرضية كانت أو فضائية، فقد اتجه الجمهور إلى الاعتماد على القنوات الخاصة الجديدة بسبب تمتعها بدرجة حرية أكبر في التعبير، مما اضطر بالحكومة لأن تعطي أكبر حرية للتعبير لمواجهة المنافسة مع القنوات العربية الخاصة والقنوات الأجنبية.¹

وهكذا فإن الفضائيات العربية لم تحقق الهدف الأساسي الذي أنشئت من أجله، ألا وهو التصدي للفضائيات الأجنبية داخل الوطن العربي نظراً لعدم وجود إستراتيجية إعلامية عربية موحدة بين الفضائيات العربية، وهذا يقتضي الاعتماد على الكوادر العربية في إنتاج البرامج التي تعبر عن الثقافة العربية، وبالتالي تخدم قضايا الأمة العربية في شتى المجالات الاقتصادية السياسية، الاجتماعية، التعليمية.

المطلب الرابع: القنوات الفضائية وتأثيراتها السياسية

على الرغم من أهمية البرامج التي تبثها القنوات الفضائية في التعرف على الأحداث العالمية، وتجديد الثقافة الوطنية الراكدة، والوقوف على كل جديد تعرفه الساحة السياسية، إلا أن الكثير من البرامج يسهم في صنع رأي عام منحاز لمصالح بعض الدول، ويرسم صورة للشعوب العربية في الداخل والخارج نتيجة لتحريفه وتشويه الأحداث السياسية التي تحدث داخل المجتمع العربي، كما أصبحت القنوات الفضائية ذات فاعلية سياسة لتجاوزها الحدود السياسية بين الدول، وبوصفها مصدر لتكوين انطباعات الناس ومعاييرهم ووجهات نظرهم السياسية، بل مهيأة لإحداث آثار انقلابية في حياة المجتمعات وشعوب العالم، وتعددت الآثار السياسية للقنوات الفضائية حيث يمكن تحديد أبرز التأثيرات السياسية في النقاط التالية:

¹: حسن نيازي صيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 39-40.

أولاً- تحول الأنظار إلى موضوعات سياسة محددة

إذ نجد أن القنوات الفضائية تعمل على تركيز الانتباه على موضوعات سياسية معينة وجعلها بؤرة الاهتمام السياسي، في حين تغض الطرف وتبتعد مواضيع أخرى عن دائرة الضوء مع نقل مشاعر عاطفية ووجهات نظر معينة إزاء تلك الموضوعات.¹

ثانياً- إثارة الشك السياسي

تمثل البرامج السياسية والإخبارية الوافدة من خلال القنوات الفضائية بعض الأنباء والأحداث والأخبار الكاذبة والشائعات التي تخدم مصالحها السياسية داخل البلاد النامية بصفة عامة والعربية بصفة خاصة، ويؤدي هذا إلى حدوث خلل سياسي داخل المجتمعات النامية ممثلاً في انتشار الشك السياسي داخل المجتمع وكذا عدم الثقة في رجال السياسة²، فمثلاً تبرز قنوات فضائية تملك سيادة الروح الديمقراطية في المجالات السياسية بوجه خاص، وهذه الجوانب غير مألوفة لدى المواطن العربي إلا في حدود معينة، لذا فإن التعرض لتلك القنوات يخلق صوراً وانطباعات جديدة حول أنظمة الحكم العربية، وبذلك سيبدأ الشعب بالتشكيك في حكمة حاكمه لأنه شرع في الإنصات لأصوات مغايرة ومن ثم سيبدأ بالمطالبة بتغييرات جديدة، أي أنه سيقارن وبصورة غير واعية أو واعية بين حياته السياسية التي يعيشها وبين المجتمعات الأخرى لاسيما الغربية منها.

ثالثاً- الإغراق في الأخبار السياسية

إن هذه القنوات تنقل أخبار العالم كله وأحداثه السياسية المنتقاة وبطرق حية أو شبه حية، مما يحفز المشاهدين على إبداء اهتمام أكبر بها، وهي بالطبع تنقل ما يطلقه السياسيون والمفكرون من تصريحات وآراء ووجهات نظر وتوقعات قد تكون غايتها دعائية مما يحرف الخبر عن مصداقيته، ثم إن إغراق الأفراد في خضم الأخبار السياسية تجعل نسبة من الجمهور ميالة إلى إبداء رأيها في الشؤون المطروحة استناداً إلى ما يصلها من تلك القنوات.³

¹: علي أحمد المعماري، دراسات في علم الاجتماع السياسي، عمان، غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص 219.

²: محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، مرجع سبق ذكره، ص 134.

³: علي أحمد المعماري، دراسات في علم الاجتماع السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 220.

رابعاً- صنع القرار السياسي

تستغل الدول المتقدمة امكانياتها التكنولوجية المتطورة والمتمثلة في امتلاك وكالات الأنباء وأقمار البث المباشر في تشويه المعلومات والأخبار التي تصل إلى المشاهد في دول العالم العربي، وهذا له أثره السياسي لدى الفرد والمجتمع وخاصة أن صانعي القرار السياسي يتأثرون بما يشاهدونه ويسمعونه من أخبار ومعلومات، فالمعلومات التي تقدم من خلال وسائل الإعلام تتعرض للتشويه، وأن هذا التشويه قد يكون له تأثير على صنع القرار السياسي الذي قد تصله معلومات مشوهة عن موضوع أو مسألة يدرسها لاتخاذ القرار بشأنها، وبالتالي فإن القرار لا يكون سليماً وقد يسبب له بعض المشكلات أو الأزمات، وكذلك قد تصل إلى المواطنين بعض المعلومات المشوهة بخصوص جهود صانعي القرار ويؤثر هذا على مواقفهم تجاه صنع القرار¹.

خامساً- الاغتراب السياسي

يترتب على مشاهدة الأخبار والمعلومات الكاذبة الوافدة رغم اتسامها بالدقة في النشر وتغطية الأحداث، ونشوء نوع من الاغتراب السياسي لأنها ترسم له واقع خيالي يؤثر على سلوكه السياسي ويشعر في مجتمعه بالاغتراب عن واقع بلاده السياسي، ويميل إلى الدول التي تتمتع بأسلوب سياسي يتمتع بالحرية والديمقراطية².

وعدم احترام القوانين وتدهور العلاقات الخارجية وتهديد السلام العالمي يشعر الفرد باغترابه عن وطنه، وأن المجتمع والسلطة لا يحسان به ولا يعينان أمره وبأنه، لا قيمة له في هذا المجتمع ويؤدي ذلك إلى فقدان الفرد الحماس والدافع للمشاركة الفعالة، وينشأ لدى المواطن العربي الذي يتعرض للمعلومات والأخبار الكاذبة والمشوهة كرها للواقع الذي يعيش فيه، وحبا للواقع الذي ترسمه له الدول المتقدمة، ومن هنا ينشأ ما يسمى بالاغتراب سواء كان سياسياً، اجتماعياً، ثقافياً وقد لا يقف الأمر عند مجرد السلبية بل يصل إلى التمرد حيث يحقد الفرد على مجتمعه وسلطته وواقعه.

¹: محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، مرجع سبق ذكره، ص135.

²: نفس المرجع السابق، ص137.

سادسا- التبعية السياسية

فالتبعية السياسية تعني فقدان الفرد لحريته ولذاته بسبب عوامل خارجية اقتصادية وسياسية، فهو بذلك رد فعل لحالة الاغتراب السياسي عندما يعتقد الفرد أن السياسة أو الحكومة في مجتمعه يسيرهما آخرون لصالح البعض على أسس وقواعد غير عادلة تتكون النتيجة أن يصبح الفرد أسيرا وعبدا لبعض الأفكار الخاطئة، هذا إذا لم تأسره التيارات المعادية لقيم المجتمع والتي يمكن أن يتبناها الفرد ويتبعها دون وعي¹.

المطلب الخامس: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

قبل الحديث عن الفضائيات الجزائرية الخاصة لا بد من التطرق إلى القنوات الفضائيات التابعة لمؤسسة للتلفزيون الجزائري، فالمشهد يضم القناة الأرضية وهي قناة عامة تبث عبر كامل التراب الوطني بفضل مؤسسة البث التلفزيوني والإذاعي ومقرها بوزريعة بالعاصمة، ومن أهم الانجازات التي حققتها المؤسسة العمومية للتلفزيون مع بداية التسعينات، إنشاء قناة عابرة الحدود ولتكون أداة التواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج وبالأخص في أوروبا، وكان ميلاد تأسيس القناة الجزائرية الثانية عام 1994، هذه القناة التي سميت فيما بعد كنال ألجيري **canal Algérie** حاولت أن تجلب انتباه المشاهدين الأجانب المهتمين بتطور الأحداث السياسية والاقتصادية في الجزائر، وبعد هذه القناة وبسنوات قليلة كان ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998، تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001 موجهة للجالية الناطقة بالعربية، وفي 18 مارس 2009 أطلق البث التجريبي لقناتين وهما القناة الرابعة وهي ناطقة بالأمازيغية بمختلف لهجاتها والقناة الخامسة مخصصة للقرآن الكريم.

أولا- نماذج لبعض القنوات الجزائرية الخاصة

تحصي ساحة الإعلام الجزائري أكثر من عشرين قناة تلفزيونية خاصة، لا يتجاوز عمر أقدميتها أربع سنوات، عند الانطلاقة كان التنافس على من يظفر بلقب أول قناة جزائرية خاصة، " وأول القنوات الجزائرية الخاصة كانت "قناة خليفة" في باريس عام 2002 من دون رخصة مسبقة من المصالح الفرنسية المختصة، عبر الساتل هوتيبيرد. وقد أسسها عبد المؤمن رفيق خليفة، صاحب

¹: محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، مرجع سبق ذكره ، ص 138

"مجموعة الخليفة" التي تضم الخطوط الجوية "الخليفة" و"الخليفة بنك"، وقد أغلقت بعد ثمانية أشهر فقط من افتتاحها بسبب الإفلاس وحل المجموعة ومتابعة مالكها من قبل القضاء الجزائري¹. وبعد تلك التجربة بعشر سنوات ظهرت في الجزائر القنوات الخاصة، وهي على النحو الآتي:

1. النهار TV: هي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين، قناة تابعة لصحيفة "النهار الجديد"، ويديرها أنيس رحماني. انطلقت القناة ببثها التجريبي في السادس من مارس 2012، بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمرو ونور اليقين مغريش. اتخذت القناة مقرها الرئيس بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمرنايلسات. تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أن برامجها مزيجاً بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية وهذا من خلال برنامج قهوة وجورنال².

2. الشروق TV: وهي أيضاً امتداد للجريدة الورقية "الشروق"، وتبث من الأردن، في حين أن مقرها الرئيسي موجود في الجزائر، كانت انطلاقتها في الذكرى السابعة والخمسين لاندلاع الثورة التحريرية المباركة والذكرى الحادية عشر لتأسيس يومية (الشروق)، فيما بدأ بثها الرسمي في 15 مارس 2012 كقناة فضائية عامة، وبعد عامين كاملين من الانطلاق الرسمي لتلفزيون الشروق، وبتاريخ 19 مارس 2014 أطلقت المؤسسة قناة أخرى وهي قناة الشروق الإخبارية³.

3. قناة المغربية: تعتبر قناة المغربية الجزائرية إحدى القنوات الفضائية الخاصة العربية التي ظهرت حديثاً، تهتم القناة ببث مجموعة من البرامج الحوارية والإخبارية التي لها علاقة وطيدة بالواقع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي للمواطنين في المغرب العربي (المملكة المغربية، الجزائر، تونس ليبيا، موريتانيا) وقد تم تأسيس قناة المغربية خلال شهر نوفمبر 2011 وشرعت في بث برامجها ابتداءً من تاريخ 16 ديسمبر 2011، من العاصمة البريطانية لندن، تحت إشراف السياسي والإعلامي الجزائري سليم صاحي، ومن بين أشهر برامج قناة المغربية الجزائرية حصة واش قالو في جورنال، كما تبث

1: https://ar.wikipedia.org/wiki/تلفزيون_الخليفة تاريخ النظر 20/12/2015 على الساعة 15:15.

2: [قناة_النهار_\(الجزائر\)](https://ar.wikipedia.org/wiki/قناة_النهار_(الجزائر)) تاريخ النظر 15/01/2016 على الساعة 15:15.

3: [تلفزيون_الشروق](https://ar.wikipedia.org/wiki/تلفزيون_الشروق) تاريخ النظر 15/01/2016 على الساعة 15:15.

العديد من الحصص في بث حي مباشر تتيح عبره للمشاهدين للتعبير عن آرائهم في مواضيع مختلفة تمس العديد من القطاعات.¹

4. نوميديا نيوز: هي قناة إخبارية، اتخذت هذا الاسم تيمنا بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة (نوميديا نيوز) وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية، العربية والدولية.²

5. كاي بي سي KBC: تأسست قناة "الخبر" أو هيئة "الخبر" للإذاعة والتلفزيون من رحم جريدة "الخبر" التي تطورت بعد سنوات من العمل لتصير مجموعة إعلامية، وبدأ البث التجريبي للقناة في العاشر من فيفري 2014، أما البث الرسمي فبدأ في شهر جوان، وهي قناة عامة ذات طابع إخباري، وتضم طاقما شابا من الصحفيين.

يأتي موقع kbc.algerie.dz ليكون رقما مهما وفاعلا بين المواقع المحلية والعربية ويسعى لاحتلال الريادة في مجال منصات الخدمات الإخبارية والترفيهية والتفاعلية في الجزائر والعالم العربي. إذ يقوم الموقع الآن بتغطية أحدث الأخبار، كما يعمل على تقديم كل ما هو جديد عبر قناة الخبر، وتستمر "مجموعة الخبر" في تقديم كل ما هو جديد عبر منصات التفاعلية على الإنترنت وكونها الوجهة الفضلى بامتياز لجمهورها العريض.³

6. "دزاير TV": هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق بثها في 8 ماي 2013 مملوكة لرجل الأعمال الجزائري علي حداد.

7. الجزائرية: تم إطلاقها على القمر الصناعي (أتلانتيك بيرد 7)، انطلق بثها الرسمي ابتداء من 05 جويلية 2012 بشبكة برمجية متنوعة، شعارها (قناة كل الجزائريين)، مقرها الجزائر.

¹: تاريخ النظر <http://www.dz-modern.com/2013/09/almagharibia-tv-algerie-frequence-sur-nilesat-HotBird.html> على الساعة 19:30 2016/02/20.

²: تاريخ النظر 2015/02/26، على الساعة 11:30 <http://www.startimes.com/f.aspx?t=34409993>

³: حول-القناة <http://web.kbc.algerie.tv/content/>، تاريخ النظر 2015/02/21 على الساعة 10:55

8. قناة الهقار: تم افتتاحها في شهر ماي 2012، يوجد مقر بثها في لندن، القناة ملك لـ "حسان بومعروف" صاحب شركة المشروبات "فلاش" وشريكه "محمد مولودي" صاحب دار الوعي للنشر، القناة عامة ناطقة بالعربية .

9. قناة جرجرة: خاصة ببرامج الأطفال، انطلق بثها التجريبي على (الساتل) في أبريل 2013.

10. قناة سميرة: موجهة للمرأة، انطلق بثها في شهر أوت 2013.¹

ثانيا- واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة

وعن واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة، قالت الإعلامية نايلة من الإذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية، لـ "العربي الجديد": "أنه بعد مرور بضع سنوات على انطلاق الفضائيات الجزائرية الخاصة، ظهر تباين في عملية نقل الخبر وتغطيته وكيفية عرضه للمشاهد، والتباين بين هاته القنوات يكمن في نوعية الصورة المقدمة، من الناحية الجمالية، وهناك فضائيات هدفها نشر أفكار معينة موجهة إلى فئة محددة من المجتمع، تستخدم لغة عامية، ومواضيع مبسطة، وأخرى على عكس ذلك تبحث عن النخبة وتتميز بتنوع القضايا واللغة السليمة والحرفية والقنوات، التي مدراءها من الإعلام، يظهر في محتواها العمل الإعلامي الجيد، أما القنوات، التي يملكها أصحاب المال، فتبدو تجارية أكثر.²

ويرى الإعلامي محمد يزيد "أن تجربة الإعلام السمعي البصري الخاص لا تزال فتية وبحاجة إلى التطوير، سواء تعلق الأمر بالجانب التقني وجماليات الصورة، أو من ناحية الكفاءات والطاقات المعتمدة في المجال الصحفي والتقديم"، وكان بالإمكان الاعتماد على خبرات الإذاعة والتلفزيون الرسمي، في تأطير الشباب الملتحقين بهذا الفضاء السمعي البصري الخاص، الذي يقترب أكثر من أسلوب الصحافة المكتوبة في ما يخص المواد المقدمة، وللأسف فإن بعض هذه القنوات الخاصة تعمل على إثارة قضايا دون المستوى، مع غياب اعتمادها على مصادر ومراجع ثابتة، مما يثير التساؤلات حول جدية هذه القنوات.³

¹: <http://www.startimes.com/f.aspx?t=34409993>، مرجع سبق ذكره

²: جازية سليمان، الفضائيات الخاصة بالجزائر اعتماد على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، متاح على الموقع: <http://www.alaraby.co.uk/miscellaneous/> تاريخ النظر 2015/02/26، على الساعة 11:05

³: جازية سليمان، الفضائيات الخاصة بالجزائر اعتماد على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، مرجع سبق ذكره.

وتفتقر معظم الفضائيات الخاصة إلى المهنية واللغة الإعلامية المتميزة والخطاب الإعلامي المسؤول، ولا ترتقي برامجها إلى مستوى ما يقدم في الفضائيات العربية الأخرى، ولم تقارب هموم الناس ومشاكلهم الحقيقية. وعلى الرغم من الميزانيات الضخمة لبعض هذه القنوات، إلا أنها لا تنفق إلا القليل على الإنتاج.

إذ فرضت الكلفة العالية للاستثمار في مجال إنتاج المواد الإعلامية أثرها على انتشار كم هائل من برامج الحوار والمناقشات والمناظرات الكلامية، وهي برامج تستغرق زمنا طويلا ملء وقت الإرسال وبكلفة مادية قليلة نسبيا مع إنتاج الأفلام والبرامج الوثائقية والمسلسلات، واتسمت هذه البرامج بالإثارة والجرأة في طرح موضوعات شائكة غير معتادة في البث الأرضي، وتسمح هذه البرامج بمشاركة الجمهور من خلال الهاتف، مما أدى إلى توسيع هامش الحرية المتاح لبعض المواطنين في مخاطبة وسائل الإعلام والتفاعل معها.

إلا أن هذه القنوات ساهمت في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن، خاصة في مناطق الجزائر العميقة ونقل معاناة أهاليها وإسماع صوت المهتمين وإلقاء الضوء على انشغالات الفئات الدنيا والشرائح الاجتماعية الهشة، وبالفعل تحتل الأخبار المحلية حصة لا بأس بها ضمن الشبكة البرمجية هذا من جهة، من جهة أخرى أن معظم هذه القنوات لم تقدم جديدا وأنها لم تنجح سوى في استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا ومضمونا، إلا أن رداءة المضمون لا تجد لها تبريرا في ظل انتهاج سياسة استغلال المشاهد وتسطيع عقله وتضييع وقته من خلال الإكثار من البرامج الكوميديّة التافهة التي لا تتوفر على أدنى العناصر الضرورية للعمل الفني، وكذا كثرة البرامج الحوارية الجامدة التي لا تناقش المشاكل الحقيقية للمواطن إلا في ما ندر¹، ومن أبرز الأمور التي أدت بالفضائية الجزائرية الخاصة إلى هذا الوضع:

(1) غياب مؤسسات إعلامية متخصصة ذات تجارب سابقة فإن أولى المحاولات في السمي البصري قامت بها صحف مطبوعة، تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد للانتقال من المكتوب إلى المرئي، مما شاب تجاربها الكثير من القصور.

(2) الفراغ القانوني في مجال القطاع السمي البصري في الجزائر فوضوي وغير منظم وغير

¹ : <http://arabi.assafir.com/article.asp?aid=1797&refsite> تاريخ النظر 2016/02/25، على الساعة 20: 25.

مهيكل، ورغم صدور قانون الإعلام الجديد 05-12 وقانون السمي البصري 04-14 إلا أنهما يحملان جملة من الفجوات القانونية والعديد من العراقيل التي تعمل على تضيق الحرية على العمل الاعلامي.

(3) ظهور هذه القنوات على الفضاء الجزائري لم يحقق قفزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم جديدة فيما يخص حرية التعبير، واحترافية الممارسة الإعلامية مما يجعل هذه القنوات تبدو أكثر كلاسيكية في الطرح أي أنها لم تمارس نوعاً من القطيعة مع ممارسات المؤسسات العامة، كما لم تؤسس لقيم مهنية جديدة، تبرهن استقلاليتها.

(4) ضعف مصادر التمويل لهذه القنوات جعل منها تعتمد فقط على تسجيل البرامج وإعادتها، وأيضاً الاعتماد على صحفيين الذين تنقصهم الخبرة في المجال الإعلامي جعل من أصحاب القنوات الفضائية يجدون صعوبة كبيرة في فرض وجودهم في الساحة الإعلامية وجذب المشاهد الجزائري نحو شبكة برامجهم.

ثالثاً- التحديات التي تواجه الفضائيات الجزائرية الخاصة.

أصبح الإعلام اليوم على مواجهة العديد من التحديات التي تعوق مسيرته، وتنعكس سلباً بشكل أو بآخر على مضمون ما يقدم خاصة في الفضائيات الجزائرية الخاصة، حيث تواجه هذه الأخيرة العديد من التحديات المهنية والتكنولوجية أهمها مايلي:

1. التحديات المهنية: وتتمثل في:

➤ تدني الأداء المهني للإعلام العربي بصفة عامة والجزائري خاصة، حيث يركز على الأخبار الرسمية والمعالجة الجزئية للأحداث من خلال خطاب إعلامي تقليدي إيديولوجي لا يصلح في عصر التدفق السريع للمعلومات.

➤ أزمة الإعلاميين الذين يتعرضون لشتى أنواع الضغوط والرقابة والتصفية الجسدية والأدبية، فضلاً عن قصور برامج التأهيل والتدريب في مواكبة التطورات الإعلامية السريعة واضطراب علاقاتهم بمصادر المعلومات، بسبب عدم توفر ضمانات ممارسة المهنة.

➤ أزمة المصادقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وهو الأمر الذي أكدته إغلاق قناة الأطلس مؤخرا لمجرد قيامها بتغطية الاحتجاجات المعارضة وكذا غلق قناة الوطن.

➤ سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر، ولا تلي الاحتياجات الإعلامية للجماهير.

➤ سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام مما أفقده الكثير من حيويته وجاذبيته وبالتالي حد من مقدرته على الوصول والتأثير وجعله موضعا للمساءلة عن الوعي الذي ينشره؟

2. التحديات التكنولوجية: ويتمثل أبرزها في ظهور شبكة الانترنت كمصدر عالمي للمعلومات

مما طرح العديد من التحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية من أهمها: تكريس الخلل الإعلامي والمعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها، وكذا نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة) فضلا عن الخلل التقني المتكرر سواء انقطاع الصوت أو الصورة وغيرها من المشاكل التقنية التي تواجهها، زيادة على هذا مشاكل التمويل والبت وتكاليف الصناعة الإعلامية وعدم وجود الاستوديوهات، خاصة وأن الكثير من القنوات تبث انطلاقا من شقق متواضعة.¹

¹: هالة إسماعيل بغدادي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص ص 12-13

خلاصة

لقد أصبحت القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المشاهدين لما لها من عديد الآثار على مشاهديها، وذلك من خلال ما تقدمه من كم هائل من البرامج المتنوعة من حيث الشكل والمضمون، وبالتالي تمثل القنوات الفضائية قوة إعلامية لا يستهان بها في تشكيل إدراك وتصورات الرأي العام بشأن نظام الحكم والسلطة، كما تمثل القنوات الفضائية إحدى الوسائل الهامة في نقل المعلومات والمعارف والخبرات إلى الجمهور، مما يساهم في تكوين أفكار واتجاهات والقيم الثقافية والاجتماعية والسياسية للأفراد، وهذا ما يؤدي إلى تدعيم علاقة الفرد وإحاطته بالأحداث المختلفة وتدعيم ارتباطه وعلاقته بالمحيط الذي يعيش فيه.

الفصل الرابع

البرامج التلفزيونية والإعلام

السياسي

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي .

تمهيد

نتناول في المبحث الأول من هذا الفصل البرامج التلفزيونية والتي تعتبر العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة تلفزيونية، وتتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى أفلام تسجيلية إلى برامج منوعات وبرامج ثقافية وأدبية ودينية إلخ، وتتجه إلى جمهور من مختلف شرائح المجتمع، وتطرقنا فيه إلى مفهوم البرامج التلفزيونية وأنواعها، القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية وخطوات إعداد البرامج، معد البرامج وأخيرا البرامج السياسية.

أما المبحث الثاني تناولنا فيه الاعلام السياسي الذي أصبح يهتم بكيفية توظيف واستغلال وسائل الإعلام المختلفة في العملية السياسية، إذ يقوم بنقل وتحليل النشاط السياسي وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، وتم التطرق فيه إلى مفهوم الإعلام السياسي وأهدافه وظائف الإعلام السياسي، والعلاقة بينه وبين النظام السياسي وأخيرا المعوقات التي تواجه الإعلام السياسي.

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية

المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية وأنواعها.

يعرف البرنامج التلفزيوني على أنه " فكرة أو مجموعة الأفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين"¹.

كما يعرف البرنامج التلفزيوني بأنه " القالب الفني الذي تقدم من خلاله المواد الإعلامية وذلك لتحقيق الأهداف التي يسعى لتحقيقها، سواء تثقيفية أو تعليمية أو ترويجية وغيرها من الأهداف، وهو أيضا اللبنة أو الوحدة التي يتشكل من مجموعها نسخ الخدمة التي تقدمها المحطة التلفزيونية"².

لذلك هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها امكانيات مختلف الوسائل الاعلامية، وتعتمد أساسا على الصورة المرئية المتحركة سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو أشرطة، بتشكيل أو تكوين يتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانب الفكرة خلال مدة زمنية محددة.³

بإمكان تقسيم البرامج التلفزيونية بحسب طبيعة موضوعاتها وأهدافها إلى:

أولا- البرامج الإخبارية

وهي البرامج التي تتخذ من المادة الإخبارية الخبر أساسا لمحتواها، ويعد هذا النوع من البرامج في الوقت الحاضر من أكثر البرامج شعبية واستقطابا لاهتمامات الناس ومتابعاته، وهناك العديد من التعريفات لمفهوم البرنامج الإخباري ومنها: " هو البرنامج الذي يهتم بشرح وتفسير الأحداث والتعليق عليها وتتولى الإدارة المركزية للبرامج الإخبارية إعداد هذه البرامج".

وفي تعريف آخر فإن البرامج الإخبارية هي تلك البرامج التي تقوم بمهمة أساسية في مجال تحليل وتفسير الأحداث التي تقع يوميا، كما تهتم بمناقشة كافة القضايا المحلية والدولية التي تهم المواطن مع

¹: فهد بن عبد الرحمن الشمييري، التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، 2010، ص221.

²: هاني ابراهيم البطل، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2011، ص 193.

³: عصام نصر سليم مدخل إلى انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، عمان (الأردن)، الأفق المشرقة للنشر والتوزيع، ط1، 2001، ص106.

عرض كافة الآراء المتعلقة بهذه القضايا حتى يكون المشاهد على علم بكل ما يدور حوله ويتولى قطاع الأخبار إعداد وتقديم هذه البرامج¹ ومن أشكاله:

1. النشرات الإخبارية: وتتكون من مجموعة أخبار متنوعة وهامة للمستمع أو المشاهد خلال فترة زمنية، وتقدم بعض القنوات مواجيز الأهم وآخر الأخبار نظرا لتباعد مواعيد النشرات الإخبارية والتطورات.

2. البرنامج الإخباري الخاص: وهو برنامج تسجيلي يسجل سلفا ويرتبط غالبا بمناسبات وطنية وأساسية، ويتضمن هذا البرنامج الذي يمكن أن تصل مدته إلى نصف الساعة أو أكثر، ويمكن أن يتضمن أيضا بعض المقابلات والأخبار الحديثة².

3. موجز الأنباء: والموجز شكل من أشكال التواصل والتفاعل الحي بين المحطة والمشاهد لتزويده بكل ما هو جديد من المعلومات والأحداث وتطوراتها والأخبار ومستجداتها.

هذا الشكل يتم بالقصر والاختصار في مضامينه ويترك التفاصيل للنشرة الإخبارية الرئيسية كما يهدف هذا الشكل إلى التنوع والحركة والسرعة في الانتقال من مادة إلى أخرى، وموجز الأنباء يتميز بالفائدة التي يقدمها في جذب انتباه المشاهد وتركيز اهتمامه وتوجيهه إلى الذي ستكملة النشرة الإخبارية الرئيسية حتى يتمكن من متابعتها³

4. التقرير الإخباري: هو وصف لحدث أو واقعة تجرى في مكان ما، ولها من القيمة الإخبارية ما يجعلها تستحق المتابعة والاهتمام⁴.

وكذلك يمكن تقسيم البرامج الإخبارية إلى الندوات الحوارية، التحليلات والبرامج التسجيلية، والمقابلات والأحاديث واللقاءات وقراءة الصحف، والتعليق ووقائع المؤتمرات والنشاطات البرلمانية والحكومية والمنظمات المهنية وغيرها، هذه الأشكال جميعا تشكل محتوى البرامج الإخبارية ومنها يظهر أن نشرات الأخبار لا تمثل إلا جانبا واحدا من هذا العمل.

¹: هاني ابراهيم البطل، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 270.

²: حسين بوشيش، برامج الرأي وقناة الجزيرة الفضائية، الجزائر، دار الوسام العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص ص 85، 86.

³: صلاح عبد الحميد، فن التحرير الصحفي، الجزائر، أطفالنا للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص 236.

⁴: عبد النبي خزعل، فن التحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الفضائية، لبنان، دار النهضة العربية، ط1،

وهذه البرامج جميعها يشكل الخبر أو القصص الإخبارية العمود الفقري في بنائها، فلا يمكن تصور قيام هذا النوع من البرامج إذا لم يكن الحدث الإخباري هو الأساس في صياغة وتحرير مضمونها الذي يدور على جوانب الاختيار والتقييم والتفسير.

ثانيا- البرامج الدرامية

وهي البرامج التي تعتمد على كتابة مسرحية أو قصة يمتزج فيها الواقع بخيال المؤلف، وتعد هذه المواد الدرامية من أهم البرامج التي تلبي احتياجات البث الطويل واللامحدود للقنوات التلفزيونية التي تبث على مدار الساعة¹، ويشمل التمثيلات والمسلسلات والأفلام بكافة موضوعاتها الاجتماعية والبوليسية والتاريخية والدينية والكوميديا وغيرها.

ثالثا- البرامج الثقافية والتعليمية

وهي برامج تسعى إلى مد الجمهور بمعلومات ثقافية، تساهم في اكتسابه معارف جديدة لمواكبة آخر التطورات ومعايشة التجارب الجمالية والإبداعية في مجالات متعددة، والبرنامج الثقافي يركز على موضوعات الفن والأدب والمسرح،² واتسعت دائرة الموضوعات التي تهتم بها البرامج الثقافية وهي بمجموعها تحاول أن تعكس الوجه الحضاري المشرق للمجتمع بما فيه من فنون راقية وآداب وعلوم في إطار يساهم في حفز الأفراد على أداء أدوارهم في عملية التغيير الاجتماعي وبناء المستقبل، وفي غرس المفاهيم وبلورة القيم والاتجاهات وتغليب الثقافة الرئيسية للمجتمع على الثقافات الفرعية أو الوافدة.

إن ألوان المتعة القصصية قد أثرت على الجوانب الإخبارية والإعلامية نفسها حتى أصبحت الأحداث السياسية تقدم بطريقة مسرحية، كما تطورت أساليب الكتابة الإعلامية لتتروى أخبار الجريمة والسياسة وأنباء الفضاء والحرب والسلام بطريقة إنسانية تقرب من قصص الفني أو الأدب.

أما البرامج التعليمية فهي برامج ثقافية موجهة إلى فئات محددة من الجمهور بهدف اكسابها المعلومة أو المهارة ومنها البرامج التعليمية...³

¹: عبد النبي خزعل، فن التحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الفضائية، مرجع سبق ذكره، ص 86 .

²: نفس المرجع السابق، ص. 86.

³: عبد النبي خزعل، فن التحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الفضائية، مرجع سبق ذكره، ص 86.

رابعاً- البرامج الترفيهية والمنوعة

تتخذ أشكالاً برمجية متنوعة، كالدراما والأخبار الفنية والثقافية والموسيقى والفكاهة، برامج المسابقات والألغاز وغيرها، وضمن هذا النوع من البرامج التي غالباً ما تعتمد على شخصية المقدم، كعامل مهم لجذب الجمهور إضافة إلى المضمون المسلي، وينظر إليها في الغالب على أنها برامج ترفيهية ترويجية وكجزء من روح الشعوب وتراثها وقيمها، وتعد برامج الترفيه من البرامج الشائعة في التلفزيون وتحظى بشعبية كبيرة، لا تخلو منها أي قناة تلفزيونية لذلك نجد جميع وسائل الاتصال الجماهيري تسعى نحو برامج الترفيه تقدمها بأشكال وأساليب متنوعة تناسب وظائف وخصائص الوسائل التي تعرضها.

وهناك من اصطلح على البرامج الفكاهية والعاطفية والمسلية ببرامج المنوعات، وهذه البرامج تمتاز بشعبيتها الكبيرة والتي يتزايد الطلب عليها باستمرار تتطلب إعداداً خاصاً عن طريق استخدام الكلمة الرقيقة والرشيقة والبسيطة والخفيفة التي تستمد عمقها من الثرات الحضاري والموروث الثقافي لكل مجتمع وتتطلب مهارات فنية وقدرة على الابداع.¹

خامساً- البرامج الدينية

وهي البرامج التي تفسر وتشرح العلاقة بين المخلوق والخالق والفضائل التي يدعو الدين إلى نشرها في المجتمع، يقصد بالبرامج الدينية بالنشاط الإعلامي المتخصص في علوم الدين في إطار الاعلام العالم الملتزم بالإسلام،² أي كل نشاط إعلامي مرئي ومسجل وحي ومتخصص في الدين الاسلامي وقضاياهم ومهمتهم بالجوانب الحياة كافة عبر برنامج مخصص لتلك الأغراض.

والبرامج الدينية هي نشاط إعلامي متخصص في إطار العلم الملتزم بالإسلام وهي أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية ونشر الوعي الديني وشرح مبادئ الدين الاسلامي، وتحتوي على الأحاديث واللقاءات والندوات وكذلك التمثيلات والمسلسلات الدينية وذلك بغرض التوعية والتوجيه.

¹: مصطفى حميد كاظم طائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، ط1، 2008، ص ص 288، 289.

²: محمد علي بن هدية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية دراسة تحليلية ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية والجمهور السعودي والعربي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 1423-1424هـ، ص 02.

وتهدف البرامج الدينية إلى تعميق مفاهيم الدعوة الإسلامية وفضائل الأخلاق وتعميق الإيمان فكراً وسلوكاً وتربية النشئ على أسس إسلامية¹، كما تهتم البرامج الدينية في التلفزيون بتغطية الأعياد والمناسبات الهامة كصلاة العيدين والجمعة وليلة القدر ومسابقات القرآن الكريم.

سادساً- البرامج الجماهيرية

وهي البرامج التي تفتح المجال للمشاهد للتعبير عن آرائه بحرية وعرض أي مشكلة تواجهه يطرحها للنقاش على الهواء بمعية ضيوف البرنامج المختصين، كما يندرج ضمن هذا النوع من البرامج المسابقات والألعاب التي يحدث فيها التواصل مع المشاهدين عن طريق الهاتف أو الفاكس والأنترنت حينما لا يكون حاضراً في الاستديو أو المسرح المخصص لتصوير البرنامج.

وظهر هذا النوع من البرامج منذ السبعينات ما سمي ببرامج المشاركة التي يتيح للتلفزيون فيها المجال للجمهور للمشاركة في الإعداد والتصوير، وقد بدأ هذا النوع من البرامج في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، ويتداخل هذا النوع من برامج الجماهير مع برامج المنوعات وبعض الحصص الإخبارية السياسية².

سابعاً- برامج تلفزيون الواقع

ظهرت في السنوات الأخيرة توجه جديد في تصوير البرامج الجماهيرية يعتمد على نقل مشاهد واقعية للمشاركين تسلط عليهم الكاميرات على مدار 24 ساعة متواصلة، ترصد من خلالها كافة حركاتهم وسكناتهم لتنقلها إلى ملايين المتابعين في منازلهم بحجة إضفاء المصداقية على البرنامج، والذي غالباً ما يدور حول لعبة أو منافسة للظفر بجائزة ولقب في آخره، ويتم وفق هذا الأسلوب إشراك الجمهور في اختيار أفضل المتسابقين بناءً على التصويت الهاتفي، الذي تجني من خلاله شركات الهاتف والتقنوات أرباحاً طائلة، ومن أشهر برامج هذا النوع البرامج الموسيقية المعروفة بـستار أكاديمي³.

¹: محمد عوض، مدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 196.

²: حسينة بوشيش، برامج الرأي في قناة الجزيرة الفضائية، مرجع سبق ذكره، ص 87

³: نفس المرجع السابق، ص 87 .

ثامنا- البرامج الوثائقية

تأتي البرامج الوثائقية من حيث التسلسل مباشرة بعد الدراما، إلا أن العديد من العاملين في حقل الأخبار والأحداث الخاصة والقصص والموسيقى والدراما هي أعلى الأشكال الفنية، "إن البرامج الوثائقية تتركب من الفنون الخلاقة لوسائل البث التلفزيوني، وهي تلعب دورا في زيادة تفهم الجماهير عن طريق تفسير الماضي وتحليل وتوقع المستقبل، أحيانا تجري هذه الأمور في برنامج واحد درامي يعطي المضمون الفكري والعاطفي في آن واحد"¹، ويعتبر عنصر التشويق عنصرا مهما لأن البرنامج التوثيقي يعتمد على الحقائق، فإننا نعرف ما سيحدث في أغلب الحالات وعليه فعنصر التشويق هنا يعني الإثارة والتطلع إلى معرفة المزيد من مشاعر الناس الداخلية حتى بعد اكتشاف حقيقة الحدث. والبرامج الوثائقية تتميز بما يلي:²

✓ أنها برامج تعتمد على الحقائق وحدها بعيدا عن الخيال.

✓ أنها برامج تخاطب العقل لا العاطفة وقابلة للتطوير بصفة مستمرة.

✓ أنها برامج يمكن أن تدخل فيها الدراما أو الأداء الدرامي كعنصر أساسي.

✓ أنها برامج لها أهداف تثقيفية أو تعليمية أو تنويرية أو تحريضية أو إقناعية لا تخلو من المتعة.

✓ أنها برامج تتناول النشاط البشري، وتتناول الإنسان من حيث تاريخه، ماضيه، حاضره،

همومه، مشاكله وثقافته وحضارته.

✓ أن الوثائق المتاحة هي إحدى أدوات البرامج، وأن البرامج في ذاتها تعتبر وثيقة يمكن

استخدامها أو استخدام بعض أجزائها في برامج وثائقية أخرى أو الاستدلال بها في الأبحاث والدراسات

كحقائق من حقائق التاريخ.

¹: روبرت هيلارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2013، ص224.

²: عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال وانتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 1996، ص ص، 115-114.

المطلب الثاني: القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية.

تتعدد القوالب الفنية التي تقدم من خلالها البرامج التلفزيونية بداية من أبسط قالب فني وهو الحديث المباشر مروراً بالحوار أو المقابلة والندوة والتحقيق، إلا أننا نجد أن أغلب البرامج تأخذ أحد القوالب الفنية التالية: الحوار أو المقابلة، الندوة، التحقيق، أو الروبورتاج، الحديث المباشر، وقد يجمع البرنامج أكثر من قالب فني.

أولاً- قالب الأحاديث

وأبرز البرامج تعتمد أسلوب الأحاديث التلفزيونية في تقديمها وعرض موضوعاتها، وفي هذا النوع من البرامج يكون المتحدث هو الشخصية المحورية التي تستقطب الاهتمام وتثير انتباه المشاهدين لأهمية الموضوع وطبيعته، ويأتي المضمون وأهميته في المرتبة الثانية، ومن الطبيعي أنه كلما كان الموضوع يتناول قضايا ذات مساس مباشر بحياة المواطنين ومصالحهم وقيمهم ومعتقداتهم كلما كان أكثر استقطاباً للجمهور.

ويمكن أن نحدد خصائص الحديث المباشر الجيد وحصرها فيما يلي¹:

- ✓ الاستحواذ على مستمع الحديث ويجب الحفاظ عليه طوال كتابة الحديث وإلقائه.
- ✓ الاستهلاك الجذاب الحي.
- ✓ تفادي الكلمات الغامضة والزخارف اللغوية الجافة إلا إذا كانت ضرورية فلا بد من شرحها.
- ✓ مراعاة أن المستمع قد ينصرف عن الحديث أو ينشغل عن متابعته بأي عمل آخر وكذا فيحسن الربط دائماً بين ما يحتويه الحديث من أجزاء.
- ✓ بساطة التركيب اللغوي مع مراعاة سرعة الإلقاء في الحديث، إذ ترتبط مدة الحديث بسرعة تلاوته من جانب المتحدث وقد وجد أن متوسط سرعة التلاوة الطبيعية لا تزيد عن سبعة أسطر في دقيقة.

¹ : يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 199.

يعتبر الحديث من أصعب البرامج رغم سهولة تنفيذه وإخراجه، ونجاح الحديث التلفزيوني يتوقف إلى حد كبير على شخصية المتحدث من خلال جذب الانتباه الدائم للمشاهدين له، ولذا فإن هناك العديد من الصفات المطلوبة في مقدم هذا النوع من البرامج أهمها:

✓ أن يكون المقدم ذا شخصية اجتماعية عامة ذات مستوى عال من الرقي الثقافي، الأدبي أو السياسي أو العلمي أو الديني.

✓ يتصف بالعلم الغزير والتواضع.

✓ يجب أن يكون المتحدث لبقا يستخدم التعبيرات الجميلة بمنطلق واضح سليم وغير متكلف.

✓ يتصف بالصراحة والشفافية واللغة المباشرة التي تشعر المشاهدين وكأنه صديق يتحدث اليهم بكل ألفة ومحبة.

ثانيا- قالب المقابلة أو البرامج الحوارية

تستخدم كلمة حوار في الفن التلفزيوني لكي تشير إلى أحد عناصر الدراما، أي أنها تقابل كلمة Dialogue، كما تستخدم كلمة الحوار بمعنى مقابلة Interview كقالب في البرامج التلفزيونية وهذا المعنى هو ما نقصده أي الحوار، بمعنى المحادثة ذات هدف أي أن هناك شخصين أو أكثر في موقف تواصل حول موضوع معين، حيث يقوم القائم بالمقابلة بإجراء الحوار لهدف معين في إطار الخدمة التلفزيونية بوجه عام.¹ كما يعرف الحوار بأنه عملية تواصلية متكافئة بين اثنين فأكثر بهدف الوصول إلى الحقيقة بعيدا عن الخصومة والتعصب.

إذا تعرف المقابلة بأنها فن المواجهة والمحاورة والمناقشة يقوم على سياقات معينة بهدف شرح موضوع أو قضية تشغل اهتمام الرأي العام، أو استجلاء خبرات معينة أو تحليل وتفسير موقف أو ظرف معين من قبل ضيف أو ضيوف المقابلة الذين هم إما من المتخصصين في موضوع المقابلة أو من المطلعين على مجريات الأحداث والظروف التي تمس اهتمامات الرأي العام.²

يوفر هذا القالب فرصا أكبر للمشاهدين للتعرف على الجوانب غير المرئية من حيث الشخصية العامة من مسؤولين سياسيين ونجوم سينما ورياضيين وعلماء وغيرهم، ويتيح أيضا منبرا لهؤلاء لكي

¹: طارق السيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سبق ذكره، ص 104 .

²: مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، مرجع سبق ذكره، ص 277.

يعرفوا بمواقفهم إزاء القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية التي ينشغل بها الرأي العام أو تهتم بها شرائح معينة من المجتمع، ونجاح هذا البرنامج الذي يعتمد على قالب المقابلة مرتبط بتكامل ثلاثة أركان وهي مقدم البرنامج، الموضوع، الضيف، فمن دون مقدم واسع الاطلاع وذو تجربة في ميدان العمل التلفزيوني، محبب لدى الجمهور يفقد البرنامج عنصرا أساسيا من نجاحه، كذلك نفس الحال عند غياب الضيف المقابل ذي المستوى الرفيع في مجال تخصصه وصلته المباشرة بموضوع المقابلة، ولو توفر هذان العنصران على قدرهما وأهميتهما وكان الموضوع الذي تدور حوله المقابلة دون مستوى اهتمام الناس تافها لا قيمة له فإن البرنامج كله يصبح فاشلا.

وعليه فإن العناصر الأساسية التي يتكون منها هذا القالب الفني هي:¹

➤ هدف البرنامج: وقد يكون الهدف هو الحصول على الأخبار أو الوقوف على رأي حول موضوع أو قضية أو شرح وتفسير الخبر، كما يمكن أن تكون الشخصية نفسها التي تستضيفها هي الهدف الأصلي للبرنامج.

➤ الشخصية التي يجري معها الحوار: وهي الأساس الذي تقوم عليه المقابلة والتي تقدم للمشاهد من خلالها الآراء والأفكار والمعلومات.

➤ مقدم البرنامج: وهو إن كان يمثل شخصية المحطة التي يعمل بها، إلا أنه في نفس الوقت يعد نائبا عن المشاهد في تقديم الأسئلة للضيف، ومن ثم فعليه أن يتمثل ما يدور في ذهن الجمهور من أسئلة حول موضوع الحوار وي طرحه على ضيف البرنامج.

➤ موضوع الحوار: وينبغي أن نفرق بين هدف البرنامج وموضوعه، فالهدف ما يسعى البرنامج إلى تحقيقه أما موضوع فهو فكرة التي يدور حولها النقاش، والتي يسعى البرنامج إلى شرحها أو تفسيرها أو تكوين رأي عام أو موقف تجاهها.

➤ صياغة أسئلة الحوار: وهي عناصر الموضوع المطروح بحيث تصبح الاجابات على هذه الاسئلة هي كل أجزاء أو جوانب الموضوع وكل ما يهم المشاهد معرفته حول هذا الموضوع.

وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم البرامج التي تعتمد على الحوار أو المقابلة إلى ثلاث أنواع مميزة:

¹: هاني ابراهيم البطل، الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص274.

• حوار الرأي: يستهدف أساسا الحصول على رأي الضيف في قضية أو حدث أو موضوع معين، وقد يكون هذا الضيف خبيرا في مجاله أو مسؤولا حكوميا، وقد يطول أو يقصر الحوار بناء على الموضوع وأهميته للجمهور¹.

وعلى هذا فإن الأساس الذي يقوم عليه هذا النوع من برامج الحوار هو آراء الشخص الذي تجري معه المقابلة، وليس مقدم البرنامج والحوار هنا غالبا ما يكون ارتجاليا دون الاستعانة بنص مكتوب، وهذا يحتم على الذي يدير هذا الحوار أن يرتب أسئلة في ذهنه بطريقة دراماتيكية لها بداية، وسط، نهاية وعلى من يتصدى لهذا الشكل من الحوار أن يكون ملما بالموضوع الذي يسأل فيه فإن أي نقطة تبين جهله للموضوع لن يغفرها المشاهد.

• حوار المعلومات: يقصد بهذا النوع من أنواع الحوار ذلك الذي يهدف إلى إعطاء معلومات معينة للجمهور في موضوع ما ربما لأهميته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية... التي ترى الوسيلة الإعلامية أن من واجبها إعطاؤها للجمهور مساهمة منها في الخدمة العامة، فإن هدف هذا النوع من الحوارات هو الحصول على أخبار أو أي معلومات حول حدث أو واقعة أو موضوع معين².

• حوار الشخصية: ويهدف هذا النوع من أنواع الحوار إلى تقديم شخصية تثير الانتباه بشكل أو بآخر وهذه الشخصيات إما أن تكون معروفة لدى الجمهور من قبل وبشكل آخر ثابت كرجل السياسة مثلا، وإما أن تكون شخصية عادية ولكنها أثارت انتباه الناس بمناسبة حادث معين، كالفوز في بطولة رياضية كبرى، أو تحقيق عمل خارق أو ما إلى ذلك³.

وأخيرا فإن المقابلة شكل يمكن أن يتبع ليشمل مجالات متنوعة من الموضوعات فيمكن أن تتناول المقابلة موضوعا سياسيا أو اجتماعيا أو فنيا أو اقتصاديا.

ثالثا- الندوة أو المناقشة

رغم أن كلمة المناقشة قد يقصد بها اختلاف وجهات النظر، وأن كلمة الندوة قد يقصد بها تعدد جوانب الموضوع إلا أننا في البلدان العربية نستخدم الكلمتين بمعنى واحد، وتعرف برامج

¹: طارق سيد أحمد خليفي، فن الكتابة في الإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 142.

²: يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، ملجع سبق ذكره، ص 213.

³: هاني ابراهيم بطل، الانتاج الاداعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 275.

الندوات بأنها البرامج التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المختصين للبحث في موضوع معين وتناوله من كافة جوانبه، سواء اتفقت آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم.

يعتمد شكل هذا البرنامج بالدرجة الأولى على قيام مناقشة جدلية حول موضوع معين بين عدد من الأشخاص يتراوح بين ثلاثة وخمسة أشخاص، وهناك قول مأثور يذكر في هذا الصدد إذا أردت ندوة ناجحة: "اجمع الخصوم في الفكر معاً ودعهم يتعاركون أمام الميكروفون والكاميرا"، والمناقشات في التلفزيون أثبتت أنها من أحسن الأشكال وأكثرها تأثيراً في معالجة الموضوعات الجدلية التي تضطرب حولها الآراء¹، لأن من خلال المناقشة يمكن تقديم وجهات النظر المختلفة للمشاهد، فبرامج المناقشات بهذا الوصف يمكن أن يقال عنها أنها تساعد المشاهدين على التفكير والتحليل.

والندوة شكل برنامجي يمكن استخدامه لمناقشة أي نوع من القضايا أو المشاكل في أي مجال من المجالات الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية، بشرط أن تكون قضايا خلافية تتعدد فيها الآراء، إذا لا يتصور عقد ندوة لمناقشة الحقائق الثابتة والمسلم بها، كما يفضل أن تكون هذه الموضوعات ذات علاقة وثيقة بالمشاهدين ومؤثرة في حياتهم.

ويمكن الاستفادة من شكل الندوة لتحقيق الأهداف التالية:

❖ إثارة تفكير المشاهدين لاكتساب أفكار أو تكوين اتجاهات جديدة، ولهذا فإنه ليس من ضروري أن تنتهي الندوة إلى حل واحد، بل يمكن أن تترك النتائج لاستخلاص المشاهد بناء على ما قدمته الندوة من حقائق وآراء.

❖ توضيح عناصر المشكلة التي تشغل بال الجمهور وإبراز العناصر الجوهرية فيها بما يفتح الطريق أمام المشاهد للوصول إلى نتائج سليمة لحل المشكلة.

❖ عرض وجهات النظر المتنوعة بالنسبة لقضية معينة يساعد الجمهور على تفهم المشكلات التي تعترض طريق الحل، وبالتالي تزيد من فهمه لأبعاد المشكلة.

❖ التعرف على ما هو مشترك بين الآراء المتعارضة قد يعيق في حل المشكلة، والندوة قالب يمكن أن يكتسب حيوية إذا أحسن إعداده وإدارته.

¹: يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 216.

ولتحقيق هذه الأهداف لا بد من الإعداد والتخطيط لإنجاح هذا البرنامج الذي يبدأ باختيار الموضوع ثم اختيار أسماء المشاركين فيه ثم الوصول إلى من يدير المناقشة أو الندوة الذي يستطيع قيادتها والتحكم في مسارها بحكمة مستتيرة نشطة ترتبط بها اهتمام المشاهدين.

1. اختيار موضوع المناقشة: يشترط في موضوع المناقشة أو الندوة أن يكون مثارا بشكل أو آخر في المجتمع أو في الصحف، كما يشترط أن يكون متعلقا باهتمام أكبر قدر ممكن من المشاهدين واتساعه لوجهات نظر متعددة، واحتمال تناوله أكثر من زاوية والوصول به إلى مجموعة من الآراء، كأن يكون موضوع متعلقا بتفسير ظاهرة معينة يذهب كل إلى تفسيرها من وجهة نظر خاصة، أو أن يكون موضوعا يقتضي من الباحثين فيه استصدار مجموعة من الأحكام تختلف باختلاف الزاوية التي يتناول بها الموضوع أو مشكلة طارئة كل ينظر إلى حلها من وجهة نظر معينة.

2. اختيار المشاركين في المناقشة أو الندوة: هناك أسس تتبع في اختيار المشاركين في المناقشة، وعلى المعد لهذا الشكل من البرامج أن يتبع هذه الأسس، فبعضهم يفضل أن يختار ضيوفا على أساس الخبرة والمعرفة بالموضوع الذي تدور حوله المناقشة، بصرف النظر عن شهرتهم وجاذبيتهم لدى المشاهدين فهو يريد أن يصل إلى الحقيقة، والبعض يفضل اختيار الضيوف على أساس شهرتهم وجاذبيتهم بغض النظر عن خبرتهم ومعرفتهم بالموضوع، وهذا يريد اجتذاب أكبر عدد من المشاهدين لضمان نجاح البرنامج، ونحن نعتقد أن اختيار المشاركين في المناقشة أو الندوة يتوقف على ظروف الموضوع ومضمونه ووقت بثه والجمهور المستهدف منه والغاية المنشودة... والاختيار يتم على أساس الخبرة وحدها.

3. مقدم الندوة أو المناقشة: يتوقف نجاح الندوة إلى حد كبير على الشخصية المسؤولة عن إدارتها، إذ يجب أن يكون ذا شخصية جذابة قادرة على إدارة الحوار واكتساب الجمهور، أن يتسم بالحيادية بين الآراء المختلفة، ولا يفرض آراءه وأحكامه الخاصة بالموضوع بل عليه أن يلقي الأضواء دائما على المشتركين وأفكارهم .

وأن يكون قادرا على إثارة المشاركين للتعبير عن آراءهم، وأن يكون حادا للذهن يستطيع أن يلتقط نقاط الاتفاق بين الآراء المختلفة ويؤكددها، كما يقدم تلخيصا وافيا لكل مرحلة من مراحل النقاش.

أن يكون قادرا على التدخل عند احترام المناقشة للتهدئة والعودة بها إلى مسارها الطبيعي دون أن يغضب أحد المشتركين أو يغضب المشاهدين¹.

وتنقسم برامج المناقشات إلى:

- المائدة المستديرة: يعد هذا النوع من البرامج الشائعة في التلفزيون، إذ يقوم مقدم البرنامج باستضافة عدد من الضيوف حول مائدة مستديرة، لمناقشة موضوع معين يتم تبادل الآراء والأفكار حوله بسلاسة وبساطة وتلقائية، وقد يكون موضوع المناقشة مشكلة معينة تهم الجمهور يسعى البرنامج إلى محاولة إيجاد حلول منطقية لها، ويقتصر دور مقدم البرنامج على تنظيم وتوجيه المناقشة وتوزيع الأدوار بين المتحاورين حتى لا يحصل خروج عن الموضوع².

- المناظرة: وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثل طرفين من الأطراف يحمل كل منهما رؤية جديدة ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجها لوجه داخل الأستوديو أو يكون أحد منهما في مكتبه أو بلده ويرى الآخر على شاشة التلفزيون عبر الأقمار الصناعية³.

وتظهر برامج المناظرات في أوقات الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية وفي أوقات الأزمات السياسية بين الحكومات وقوى المعارضة، ويقدم من خلال فريقين على طرفي نقيض، مثل الحزب الحاكم والمرشحين في المعارضة أين يستخدم كل طرف إمكاناته ومهاراته، وكل ما عنده من أساليب من أجل تدعيم آرائه وأفكاره وعرض وجهات نظره أمام الجمهور.

- الندوات الجماهيرية: والمقصود بها ذلك النوع من برامج الندوات التي يحضرها جمهور من المشاهدين، ومثل هذه الندوات يمكن انعقادها داخل أحد الأستوديوهات المناسبة لذلك أو بإحدى القاعات، أما بالنسبة لمشاركة الجمهور فقد يكون حضور الجمهور لمجرد التواجد ومتابعة الحوار والمناقشات فقط، وتلك مسألة هامة تضيف على المناقشات قدرا كبيرا من الحماس من جانب المتحدثين في البرنامج، إحساسا منهم بأنهم يواجهون بالجمهور مباشرة، وفي حالات أخرى يشترك

¹: هاني ابراهيم البطل، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 277.

²: مصطفى حميد كاظم طائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، مرجع سبق ذكره، ص 285.

³: هاني ابراهيم البطل، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 278.

جمهور الحاضرين في المناقشات بالفعل، ويتم ذلك عن طريق توجيه الأسئلة أو المشاركة بالتعليق وإبداء الرأي فيما يقال أو إضافة إلى ما قيل بالفعل¹.

رابعاً- قالب المجلة التلفزيونية

أخذ هذا القالب اسمه من الصحافة المقروءة باعتبار أن المجلة التقليدية تتضمن موضوعات متفرقة كثيرة لعناوين شتى معظم اهتمامات الناس وتدخل في مناقشتها بشيء من العمق والتفصيل قد لا تتاح للصحافة اليومية، كذلك يتضمن قالب المجلة التلفزيونية صفات مرئية لزوايا متعددة ضمن الموضوع الواحد كما في المجلة العسكرية أو الرياضية أو الثقافية أو الفنية أو العلمية... ويدخل في قالب المجلة أنواعا من الريبورتاج والمقابلات الحوارية من داخل الأستوديو وخارجه تدخل في صلب البرنامج وتكون جزءا منه².

إن الغرض من هذا النوع من البرامج هو تقديم مادة ثقافية أو علمية غزيرة المعلومات بوقت قصير قد لا يمتد لأكثر من نصف ساعة، لذلك يراعى فيها عند التقديم عناصر الاثارة والتشويق وتقديم الجديد النافع الذي يلامس مشاعر الناس وحاجاتهم الاجتماعية.

خامساً- قالب الريبورتاج

الريبورتاج باللغة الانجليزية يشير إلى التغطيات الإعلامية بموضوع معين أو واقعة بما فيها من أخبار وتحليلات، ويعد هذا الشكل من أكثر الأشكال استخداما في التلفزيون، ومن مزاياه أنه يعطي للمشاهد الشعور يقربه من الحدث بل ومعايشته، وغالبا ما يكون مضمونه موجها نحو الحقائق الموضوعية، ولضمان نجاح هذا الشكل من البرامج لا بد من التدقيق في اختيار الموضوع وطريقة العرض ووصف كامل للعناصر مع إضافة لمسة إنسانية³.

ويختلف الريبورتاج باختلاف موضوعاته وأهدافه المتباينة كتسليط الضوء على المشكلات الاجتماعية التي تشكل ظاهرة تمس الرأي العام مثل مشكلات الطلاق، التسول، الانحرافات الاجتماعية، وهناك ريبورتاجات تتعلق بمشكلات عامة مثل أزمة الدخل والخدمات العامة، وهناك مشكلات سياسية تتابعها عدسات الكاميرا مثل الفساد الإداري، والكساد الاقتصادي وارتفاع

¹: هاني ابراهيم البطل، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 278 .

²: عبد النبي خزل، فن التحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية، مرجع سبق ذكره، ص 68-69.

³: عصام نصر سليم، مدخل إلى انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 120

الأسعار... والربور تاج يناسب البرامج التي تتعرض للمشكلات أو التي تسعى إلى تغيير الأنماط السلوكية وكذلك للدعاية السياسية أو البرامج الإخبارية.

المطلب الثالث: خطوات إعداد البرامج التلفزيونية

إن إنتاج البرامج في التلفزيون يستلزم من البداية أن يكون الإعلاميون على دراية كاملة بالاستراتيجية الإعلامية والخطط الإعلامية المنبثقة عنها وبالجمهور المستهدف وكيف يمكن الوصول إليه، وما هي أنسب الأشكال البرمجية والأسلوب الأمثل الذي يحقق ذلك، بحيث يكونون بدراية كاملة بديموغرافية الجمهور المستهدف من حيث: السن والجنس والانتماءات العرقية، السياسية، الدينية...

إن إنتاج البرامج في التلفزيون عبارة عن تحويل الفكرة المصاغة فنيا على الورق على هيئة نص أو شبه نص غير مخطط له مسبقا إلى مادة مسجلة على شريط فيديو، بحيث تكون المادة صالحة للبت طبقا لمعايير محددة مقبولة ثقافيا وفنيا وسياسيا وإيديولوجيا¹.

إنه باختصار شديد عبارة عن عملية تحويل الفكرة إلى منتج نهائي قابل للبت عن طريق التلفزيون، أما المنتج فهو الشخص المسؤول مسؤولية كاملة عن هذا الانتاج.

كذلك يعرف الانتاج التلفزيوني بأنه عملية تحويل الفكرة المكتوبة إلى برنامج تلفزيوني مرئي لتحقيق هذا الهدف مثل الكاميرا الإلكترونية بلقطاتها المتنوعة وعدستها وحركتها وزواياها المختلفة، ومن إضاءة وديكور وإكسسوار، هذا بالإضافة إلى عناصر الصوت من كلام منطوق وموسيقى ومؤثرات صوتية².

يتطلب إعداد البرامج التلفزيونية إعدادا مسبقا وخطوات سليمة ومدروسة لإخراج محتوى جدير بالمشاهدة حتى وإن كان العمل يبتث على الهواء مباشرة، فإنه لا يجب ترك المجال لوقوع أخطاء فادحة أو تجاوزات، ويمر إعداد البرنامج بالمراحل التالية:³

¹: عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 46.

²: أشرف فهدى خوخة، مبادئ دراما والايخراج التلفزيوني، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص 21.

³: سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص 189، 191.

أولاً- اختيار الفكرة (الموضوع)

يستطيع المعد من خلال معاشته الكاملة للواقع المحيط به واحساسه بمشكلاته وقضاياها واهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده، وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة والقراءة للكتب المختلفة، والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات كل هذه تمثل روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي رأس المال المعد، ولا بد أن تكون الفكرة المختارة تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، ويتم تحديد الموضوع أو الفكرة تبعاً لأجندة القناة أو المعد أو الأحداث الطارئة على الساحة المحلية، الإقليمية، أو الدولية.

ثانياً- تحديد الهدف

يتراوح هدف البرنامج ما بين الإعلام أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية والتثقيف كالبرامج السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، أو الترفيه كالبرامج الرياضية، وبرامج المنوعات، أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية أو الزراعية.

ثالثاً- جمع المادة العلمية

تبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد إلى حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

وذلك بمعرفة كل ما يتعلق بموضوع البرنامج سواء كانت المادة مكتوبة أو تسجيلات فلمية أو مقابلات مع شخصيات من شأنها مد البرنامج بمعلومات تفيده.

رابعاً- كتابة السيناريو

يعرف كتاب ومعدّو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني: أولهما النصوص الكاملة فهي التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها ويحدد كافة تفاصيلها من البداية حتى النهاية.

أما الشكل الثاني فهو النصوص غير الكاملة، وفي هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرنامج أن يتحكم في كل عناصر البرنامج، ومن ثم يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج أو النقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه.

ويكتب السيناريو الكامل أو شبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين أو عمودين، فالقسم الأول يكون على يمين الصفحة، ويشمل ثلث المساحة فقط ويخصص للصورة والمرئيات فقط ويشمل عادة على العناصر التالية، المناظر، الديكورات الأشخاص، سائر الكائنات الحية الإكسسوارات وشرح ما يجري من أحداث وحركة والمادة الفيلمية والشرائح، واللوحات وكافة وسائل الاتصال المرئية.

أما القسم الآخر فيشغل المساحة المتبقية ويقع على يسار الصفحة، ويخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية والموسيقى الصوتية.

خامسا- الاتصال والتنسيق

وهي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج ومقدم البرنامج، والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المخطط لها والسيناريو المكتوب.

كلها خطوات ومعلومات أساسية لا بد منها من أجل نجاح البرنامج، وبذلك لا ينحصر الإنتاج في مجرد توفير الإمكانيات البشرية والمادية والفنية بل يتعدى ذلك إلى وجود فكرة عبقرية إلى وجود وجهة نظر إلى وجود جمهور مستهدف للرسالة الإعلامية التي يتم بثها، وهي المنتج النهائي أو المحصلة النهائية لعملية الإنتاج، بينما يكون كل ذلك موضوعا على أساس استراتيجية إعلامية ثابتة ثم تخطيط إعلامي سليم قائم على أساس تلك الاستراتيجية.

المطلب الرابع: معد البرنامج

يعرف معد البرنامج بأنه الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني، ونطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية¹.

وتعتبر وظيفة معد البرنامج من الوظائف المهمة فهي العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر في التلفزيون (التقديم، التصوير، الديكور المونتاج...)، كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع مرئي، وتسعى السطور القادمة إلى الاطلاع على المؤهلات اللازمة لمن يرغب العمل في وظيفة معد برامج التلفزيون، علما بأن هذا النوع من الوظائف هو خليط من المهبة والعلم والممارسة.

إن المبرمجين أخصائيين من طراز رفيع، تتنافس الشركات التلفزيون العملاقة على توظيفهم أو الاستفادة من خدماتهم مثلما تتنافس على توظيف نجوم الشاشة الصغيرة، إنهم قادرون على المزج الغريب للتقنيات الممنهجة بالحدس والأحاسيس لبناء شبكة برامجية تلفزيونية².

في كل الأحوال يجب على الكاتب قبل أن يبدأ كتابته أن يفكر أولاً في كيفية ظهور ما يكتبه على الشاشة، كما أن على معد البرامج أن يستوعب جيداً مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية وكيفية استخدام كل عنصر فيها، لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد.

فالصورة ومكوناتها وزوايا التصوير وشكلها وحجمها والأضواء والملابس وحركات وإيماءات الشخصيات كلها عناصر على الكاتب أن يوضحها في النص الذي يكتبه على شكل تعليمات، سواء كان النص درامياً أو غير درامي علاوة على استخدام عناصر الصوت ومكوناته والتعبير عنه في النص، كل هذه المقومات تشكل فن الإعداد التلفزيوني.

¹: سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 186.

²: Alain le deberdere , Nathalie coste, **Briser Les chain Itroudction à l' après télévision** , paris , la découvert,1988, 51

- وهناك مجموعة من السمات والمؤهلات والعلامات التي ينبغي توفرها في معد البرامج والتي منها¹:
- القدرة على التعبير عن الأفكار، وتتجلى هذه القدرة في مقدرته على الكتابة.
 - القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع.
 - مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها.
 - المعايضة الكاملة للواقع والإحساس الشديد بمشكلات مجتمعه.
 - القدرة على التخيل والابتكار.
 - الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.
 - الإلمام بالتشريعات الإعلامية.
 - الإلمام بالثقافة العامة، والمقصود بها مجموعة المعارف والاهتمامات المتنوعة التي تشمل السياسة، التاريخ، الاقتصاد... وهذه الثقافة الموسوعية تعد جزءاً لا يتجزأ من مدركات الكاتب ورصيداً مهماً من الأفكار والمعلومات التي كثيراً ما تعينه على أداء عمله.
 - التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، بمعنى أن يتزود الكاتب بمجموعة المعارف الأساسية والعلوم والفنون التي تتصل بالعمل التلفزيوني وترتبط به، ومن ذلك الدراما والموسيقى والتذوق الفني والتمثيل والنظريات الأدبية والفنية المختلفة، فضلاً عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون الكاتب قد اختار العمل فيه.
 - وأخيراً المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر تفرضه طبيعة الانتاج التلفزيوني أولاً وأخيراً، حيث يخضع لمفاجآت ولظروف متغيرة في كثير من جوانبه.
 - وتتجلى الأهداف الأساسية للمبرمج في نقطتين أساسيتين هما: الوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين، وكذا شد المشاهدين لأكبر مدة زمنية ممكنة، ويدخل هذان الهدفان ضمن مؤشر قياس المشاهدة التي تحدد بنسبة تغلغل أية حصة تلفزيونية في أوساط المشاهدين، أو تبين المدة التي يقضيها كل فرد أمام شاشته لمشاهدة البرامج وللوصول لأكبر قدر ممكن من المشاهدين، وتلجأ القنوات

¹: سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سبق ذكره، ص 188

التلفزيونية إلى البرامج الأصلية والجذابة كالبحت عن الأفلام والأحداث الرياضية والمنوعات التي تستحوذ على أكبر مشاهدة، ولتكثيف مدة المشاهدة لابد من الإيقاع لجلب المشاهدين الذين يهتمون بالبرامج القصيرة¹، فيجب العناية بالمستوى الثقافي والعلمي أولاً ثم المستوى الشكلي لمختلف مقدمي البرامج، والاعتناء أكثر باللحظات المصاحبة للإعلان عن البرامج المختلفة وذلك بالاختيار الأنسب للقطات التي تسلب ألباب المشاهدين وتجعلهم يتشوقون لمعرفة الأحداث التي يضمها البرنامج في مجمله، وبالتالي يتشوقون للمتابعة وضبط موعد البرنامج مع الأجنحة الخاصة بهم لمعرفة مدى ملائمة التوقيت المعلن عنه مع جدولهم الزمني والالتزام بالمواعيد التي تم تحديدها سواء في الآجال القريبة أو البعيدة.

المطلب الخامس: البرامج السياسية

تحتل البرامج الإخبارية والسياسية مكانا في خريطة البرامج في المحطات التلفزيونية، وعن طريقها يمكن توصيل المعلومات والأخبار والرأي فيها والشرح لها وتفسيرها إلى المشاهد دون أن يشعر بالملل، وهي مجال للإبداع أمام مخرجي ومقدمي وكتاب هذه البرامج، هذا وقد خطت البرامج السياسية بخطوات واسعة في سبيل تقديم الأخبار وشرحها وتفسير الأحداث وإبداء الرأي فيها.

تعرف البرامج السياسية على أنها برامج متخصصة في الشؤون السياسية، تحتاج إلى معد مختص بدوره يتمتع بنضج سياسي ووعي بالمتغيرات والتطورات على كافة الأصعدة، والمقدرة على ربط الأحداث استنادا إلى الثقافة العالية والمعلومات التي يحوزها، ولا تقتصر البرامج السياسية على الفقرات والنشرات الإخبارية بما فيها تلك المطولة، بل تتعدى إلى برامج عادة ما تنتجها أقسام الأخبار، تركز اهتمامها على موضوع واحد تتم مناقشته بإسهاب مع المسؤولين والمحللين السياسيين، وغيرهم من الفاعلين في الشؤون السياسية².

وتهدف البرامج السياسية إلى تغطية جميع مستويات المشاهدين وتأخذ أشكال الإنتاج التلفزيوني المختلفة، فقد تكون في شكل برنامج حوارى أو برنامج جماهيري أو في شكل مجلة أو حتى في شكل

¹: نعيمة واكد، استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة البرمجية التلفزيونية، دراسة وصفية تحليلية للبرمجة بالقناة الأرضية، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2013، ص 59.

²: حسينة بوشيج، برامج الرأي في قناة الجزيرة الفضائية، مرجع سبق ذكره، ص 103-104.

حديث، ويهدف مضمونها إلى تحقيق وظيفة الإعلام والأخبار عن طريق الشرح والتفسير حتى يستطيع المشاهد أن يستوعبها ويكون وجهة نظرتجاه الأحداث. وهكذا فإن عملية تغطية وإعداد وانتاج وتنفيذ نشرات الأخبار والبرامج الاخبارية والسياسية في التلفزيون تعتبر عملا جماعيا يهدف في المقام الأول إلى تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المشاهدين ليقبلوا عليها من أجل تزويدهم بالمعلومات، وترتبط درجة تأثير البرنامج السياسي التلفزيوني بشخصية القائم بالاتصال، إذ تزداد درجة التأثير كلما زادت درجة ثقة الجمهور به. فضلا عما يمتلكه من مقومات الشخصية التلفزيونية الناجحة.

وتهدف البرامج الحوارية السياسية إلى تحقيق الأمور الآتية¹:

- ✓ إيصال الحقائق والمعلومات إلى الجماهير بطريقة سلسة وسهلة قريبة إلى نفوسهم، وتعرض الجوانب المتعددة للموضوع بطريقة قريبة من همومهم وأمالهم.
- ✓ محاولة الوصول إلى تقديم حل للموضوع المختلف عليه وذلك بعرض وجهات نظر مختلفة، فعن طريق الحوار يظهر لنا أن وجهات نظر قد فازت على غيرها فتقدم هي بعدها الحل الصحيح للمشكلة المطروحة.
- ✓ تحث البرامج الحوارية الآخرين على المزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجتة، فهي إن اكتفت بالتنبيه إلى أهميته ومناقشة جوانبه المتعددة وما يحيط به من وجهات نظر مختلفة، ولكنها لم تنتهي إلى حقائق معينة بل تركت الباب مفتوحا أمام المتلقين.

¹: راضي رشيد حسن، إيثار طارق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبية الاعلام (برنامج ولكم القرار أنموذجا)، مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد73، 2012، ص516.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

المطلب الأول: الإعلام السياسي مفهومه، أهدافه.

أولاً- مفهوم الإعلام السياسي

قد تعددت تعريفات الإعلام السياسي بتعدد اجتهادات علماء السياسة والإعلام:

يعرف الإعلام السياسي بأنه الإعلام الذي يتخذ السياسة موضوعاً له ويزوج في وظيفته بين فرعين من العلوم، هما الإعلام والسياسة. فيستخدم السياسية الاعلام وسيلة والسياسة مضمونا، والسياسة في هذا المجال لها مفهوم واسع يتعلق بجوانب الحكم والادارة، الاقتصاد، المجتمع، الثقافة والشؤون العسكرية وتغليبها جميعها بالطابع السياسي¹.

الإعلام السياسي هو الإعلام الذي تغلب عليه الطوابع السياسية والدعاية والدعوة، ويستهدف تغيير أو تثبيت أو انحياز أو تجسيد اتجاهات الجمهور من خلال زيادة الاهتمام بمجريات الأحداث السياسية، أو إضعاف هذا الاهتمام أو تحويل مساراته دون قضايا أخرى.

كما يعرف الإعلام السياسي بأنه تلك المادة الاعلامية المتصلة بمضمون سياسي ما، أو أي موضوع له دلالة سياسية تتولى وسائل الإعلام نشره عن قضايا أو أحداث أو أية مجريات سياسية داخلية أو خارجية، سواء جاء ذلك بصورة عارضة أو مؤقتة أو مستمرة أي على المدى الطويل أو المدى القصير حسب طبيعة وظروف الحدث أو الموضوع السياسي².

والإعلام السياسي لا يمكن أن يكون محايداً، فهو دائماً يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز إليها صراحة أو ضمناً، ولذا فإنه يمثل سلاحاً ذو حدين حيث يكون نعمة إذا أحسن استخدامه في توعية الجماهير وتنويرها، ويكون نقمة إذا أسئ استخدامه وعمد إلى تضليل الجماهير وإبعادها عن المشاركة السياسية الحقيقية .

والإعلام السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي، وسياسته الخارجية والقرارات يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة ومناسبة، وهي تكون كذلك إذا حصلنا عليها بواسطة أداة الإعلام

¹: حسينة بوشيش، برامج الرأي وقناة الجزيرة الفضائية، مرجع سبق ذكره، ص 103.

²: عزيز عبدة، الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص126

جديدة تعبر عن الواقع الذي نريده، وتمدنا بالحقائق التي نحتاجها دون تشويه أو تحريف، أي إذا ما استخدم الحكام قنوات اتصال جديدة وفعالة تنقل للمواطنين تعليمات أو أوامر الحكام بدقة¹.

وتعتمد السلطة في العادة على وسائل الإعلام للدعاية السياسية والهيمنة والتواصل بفعل قدرتها على التأثير في الجماهير، إلا أن وسائل الإعلام أيضا تعكس ردود الأفعال القائمة وتستجيب لمتطلبات الواقع كونها تتخذ الموضوعات القائمة موضوعا لها، ومن هذا المنطلق نجحت القنوات الفضائية الإخبارية في كسب الجماهير وتمكنت من تحويل اهتماماتها، وترجع أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة السياسية المعاصرة إلى عدة أسباب أهمها:

1- ضخامة حجم المتلقين سواء من المواطنين العاديين أو من أعضاء النخب اللذين يتعرضون لما تقدمه هذه الوسائل من مواد ورسائل إعلامية.

2- ثقة المتلقين في صدق ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.

3- سعي وسائل الإعلام الدائم لجذب المتلقين وزيادة أعدادهم من خلال أشكال متنوعة للفنون الإعلامية، والتي قد يبدو بعضها أنه ليس له مضمون سياسي وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات سياسية.

4- الكم الهائل للرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام يوميا تجعل المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له وسائل الإعلام.²

كما يعرف الإعلام السياسي بأنه المضمون السياسي لوسائل الإعلام الذي له أثر، ويقصد أن يكون لهذا المضمون أثر في توزيع أو استخدام السلطة في المجتمع، كما يعرف بأنه العملية التي تقوم من خلالها قيادة الأمة وإعلام مواطنيها لإضفاء معنى على الوسائل المتعلقة بسير السياسة العامة.³

ويعرفه محمد أبو سمرة على أنه أحد أنواع أو فرع من فروع الإعلام الذي يهدف بشكل خاص إلى توصيل رسالة إعلامية من الدولة أو مؤسساتها، بهدف تحقيق التأثير في الجماهير لتحقيق أغراض

¹: مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2006 ص 25.

²: نفس المرجع السابق، ص 37

³: فتيحة زماموش، الحراك الاجتماعي في تونس من خلال الصحافة الجزائرية، روية، المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والاشهار، 2013، ص 29.

تخدم السياسة العامة للدولة أو مؤسساتها في المجال السياسي، وتوعية الجمهور نحو أهداف الوطن السياسية بخصوص الولاء والانتماء للنظام الحاكم أو الحزب الحاكم أو موقف الدولة من دولة أخرى، ويمكن هناك بروز موضوع الاشاعات والحرب النفسية لوسيلة من وسائل الإعلام السياسي أو الإعلام السياسي المضاد¹.

إذن فالإعلام السياسي هو حلة إخبارية منظمة هادفة تطلقها الدولة (المرسل) إلى الجمهور (المتلقي) لتنفيذ التأثير في نفوسهم لتحقيق أهداف تتعلق بسياسة الدولة تجاه موقف محدد أو معين.

ثانيا- أهداف الإعلام السياسي

تستخدم الأنظمة السياسية وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

1. التنقيف السياسي: تعمل أنظمة الحكم وخاصة الشمولية منها، أي التي تخضع لسلطة مركزية حكم فردي أو حكومات الحزب الواحد على الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام المختلفة من أجل تنمية وخلق وعي سياسي لدى جماهيرها تجاه قضية معينة قد تكون إيديولوجية، اقتصادية، سياسية، الخ².

2. التأثير في اتجاهات الرأي العام: حيث تعمل أنظمة الحكم المختلفة على استخدام وسائل الإعلام والاتصال من أجل توجيه الرأي العام تجاه سياساتها وبرامجها الاقتصادية، الاجتماعية وكسب ثقته لإضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات، وهذا الأمر يتطلب من الحكومة أن تعمل بكفاءة لضمان درجة ملائمة من الاتصال بينها وبين الجماهير، حيث يتم طرح القرارات بعد الوقوف على توجهات الرأي العام من خلال رصده في وسائل الإعلام³.

3. التسويق السياسي: وهو عملية عرض للأفكار والمواقف على الجمهور المتلقي عبر مختلف وسائل الإعلام بهدف تسويقها والترويج لها، حيث يقوم السياسيون بعرض أفكارهم ومواقفهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور، ولابد أن يكون السياسيون على مقدرة في عرض أفكارهم، ومواقفهم هي التي تحكم مدى نجاحهم أو إخفاقهم في قبول الجمهور لما يطرح عليه، ويستخدم التسويق السياسي

¹: محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، عمان، دار الراجحة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص ص 19-20.

²: مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 35.

³: محمد حمدان مصالحة، الاتصال السياسي مقترح نظري تطبيقي، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، 2002، ص 57.

عادة في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية كالرئاسة والمجالس النيابية أو البلدية، حيث يتم الاستعانة بمكاتب متخصصة في مجال الإعلام والدعاية السياسية لتصميم برامجها الانتخابية بصورة تكفل نجاح العملية الاتصالية والنفوذ إلى نفوس المتلقين وهم جمهور الناخبين وضمان تأييدهم السياسي¹.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية للإعلام السياسي:

من أجل التوصل إلى مفهوم أوضح وأشمل للإعلام السياسي وجدنا أنه من الضروري توضيح عدد من المفاهيم ذات الصلة بالإعلام السياسي، وأحيانا تكون إحدى وسائله أو سببا في ظهوره ومن أهمها:

أولا- البيئة السياسية:

وهي إحدى وسائل الإعلام السياسي من خلال التأثير المعرفي على الاتصال الشخصي وانعكاساته على السلوك السياسي للفرد، فالأحداث والأزمات السياسية تخلق بيئة فاعلة ومؤثرة على ممارسة وسلوك الأفراد، وتساعدهم على المشاركة السياسية مع الأحداث والأزمات نتيجة متابعتهم للأخبار والأحداث والتحليلات عبر وسائل الإعلام المتنوعة، وكذلك يكتسب الناخبون معلوماتهم السياسية من بيئتهم المحيطة بهم في الحملات الانتخابية من خلال الإعلام السياسي، عن طريق انتشار الرسائل الإعلامية التي تلبى الرغبات الذاتية، وإن جمهور الإعلام السياسي هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام المتنافسة على مصادر الإشباع المعلوماتي التي تحقق له أكبر قدر ممكن من الإشباع لتحقيق أهدافه ومتطلباته².

وتشكل وسائل الإعلام انعكاسا للبيئة السياسية ومرآة للصراعات والتفاعلات السياسية، وبدون هذه الوسائل لا يستطيع أفراد المجتمع خارج الحلقة السياسية الاطلاع على مجريات الأحداث السياسية، فالبيئة السياسية تبنى من قبل وسائل الإعلام، وفي الوقت نفسه هذه البيئة السياسية هي التي تحكم طبيعة عمل ووظائف وسائل الإعلام خاصة في الوظيفة السياسية منها.

¹: الشريف السامي، دور الإعلام في التنمية الثقافية للمجتمعات النامية، مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، العدد 173، كانون ثاني 2003، ص ص 29، 30.

²: بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، الأردن، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط 1، 2014، ص 95.

ثانيا- الدعاية السياسية

هي نشر الأفكار والعقائد والمواقف السياسية على أوسع نطاق بهدف إيصالها إلى أكبر عدد ممكن، ويستخدم الدعاة أفضل وسائل الاتصال وأكثرها تأثيراً في الناس، وتعرف الدعاية السياسية "بأنها محاولة إعلامية للتأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم، ووسيلتها نشر معلومات وحقائق أو إنصاف حقائق أو حتى أكاذيب في محاولة منظمة للتأثير على الرأي العام، فهي عملية تلاعب بالعواطف والمشاعر يقصد فيها الوصول لخلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي"¹ ومن خصائص الدعاية السياسية الآتي:

❖ تمثل وجهة نظر أو مضمون فكري نفسي موجه.

❖ وجود حجة تؤيد وجهة نظر.

❖ وجود جماعة مقصودة.

❖ أداة صالحة فعالة لنقل وجهة النظر.

❖ هدفها تغيير آراء أو أفكار أو عقول أو مواقف الفئة المستهدفة.

ومن بين الأسس التي تقوم عليها الدعاية السياسية هي أنها قائمة على العقيدة أو فكرة واضحة المعالم، واستعداد الشعب لتلقي الفكرة حتى لو بطريقة جزئية كما تولد تغييراً معيناً في الموقف أو الاستجابة.

ويستغل خبير الدعاية الموضوع فهو يسبب اهتماماً وتصاعداً في الآراء وتغيير السلوك، ويستغل الموقف في محاولة خلق شعور إجماعي من الرأي العام، كذلك ينسجم خبير الدعاية مع دوافع الجمهور، وخبير الدعاية يميل إلى التضخم لإشباع متطلبات سيكولوجية معينة².

ثالثا- الإعلان السياسي

إن الاتصال يلعب دوراً هاماً في التسويق السياسي وكذلك في تنفيذ استراتيجية البيع لأفكار مرشح أو حزب معين، وباعتبار أن الإعلان السياسي هو نوع من الاتصال غير الشخصي مدفوع القيمة

1: حازم محمد حمداني، الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 33.

2: نفس المرجع السابق، ص 122.

ومحدد المصدر ويستهدف توصيل معلومات أو أفكار معينة خاصة بطروحات المرشح أو الحزب، باستخدام مختلف وسائل الإعلام الجماهيري.

أما عن مضمون الإعلان السياسي فيكون من خلال البحث عن الحجج التي تهدف لكسب موافقة الناخبين بصفة عامة. أي البحث عن الحجج التي تهدف لكسب موافقة الناخبين واختبار هذه الحجج، حيث يتم ذلك في ضوء عدة معايير بعضها موضوعي أما الآخر فهو شخصي، كما يتحدد محور بناء مضمون الإعلان السياسي طبقاً لكل من:

✓ الأيديولوجية السياسية والتي يجب عرضها أولاً.

✓ منهجية الاتصال والتي يجب أن تتصف بالبساطة وأن تشكل حلاً للرأي العام.

وما أن يتم تحديد المضمون للإعلان ومكونات الاستراتيجية يجب إعادة قولبة المكونات في ضوء دوافع وتطلعات الجماهير وكذلك الأهداف الموضوعية¹.

رابعاً- التسويق السياسي

يمكن تعريف التسويق السياسي بأنه مجموعة من الأنشطة التي تستهدف تعظيم وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي أو لحزب معين أو برنامج أو فكرة معينة. بما في ذلك الدعم المادي الجماهيري باستخدام كافة وسائل الاتصال الجماهيري أو أي وسائل أخرى ضرورية².

وفي ضوء هذا التعريف نجد أنه يحتوي على ثلاثة أبعاد وهي:

(1) البعد الأول هو الاتساع الذي يشير إلى عدد القضايا المطروحة أو البرامج والأفكار الخاصة بالحزب أو المرشح (برنامج سياسي، اقتصادي، اجتماعي...).

(2) البعد الثاني هو العمق، والذي يشير إلى مدى تعدد الطروحات الخاصة بحل المشاكل أو تنفيذ البرنامج الواحد.

(3) البعد الثالث هو الترابط الذي يشير إلى استخدام وسيلة أو عدة وسائل مشتركة أو مستشار اعلاني أو إعلامي واحد لنشر برنامج أو عدة برامج انتخابية.

¹: عبد السلام أبو قحف، التسويق السياسي فن البيع- التفاوض، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2004، ص 31

²: نفس المرجع السابق، ص 13

كما يعرفه " انجرام " و" ليز " مارشمنت" والذي يرى أن التسويق السياسي الشامل أكثر شمولاً من الاتصال السياسي، وأنه يمكن أن يطبق على السلوك الكلي للكيانات السياسية والأحزاب والمرشحين، وليس على الحملات السياسية والانتخابية فقط، وأنه يبني على مفاهيم التسويق وليس على استخدام استراتيجيات وأساليب التسويق فقط¹. أي أن مفاهيم التسويق يجب أن تتضمن في أي مجال من مجالات سلوك الكيانات والأحزاب السياسية، وفي سياساته وقياداته، على أساس أنها كلها تؤثر في النهاية على الناخبين المستهدفين.

ويمكن ذكر بعض الأساليب الممكن استخدامها في التسويق السياسي وهي كالاتي²:

- ❖ دراسة الرأي العام والتي تتم على أساس التحليل الاجتماعي والديمقراطي وتحليل نتائج الحملات الانتخابية، ودراسة مواقف وسلوك وميول المواطنين.
- ❖ تحديد أساليب الإعلام والإعلان وتقرير الحملة الانتخابية أو تخطيطها.
- ❖ تحليل معطيات السوق السياسي.
- ❖ تحديد المنتج السياسي.
- ❖ تحديد أساليب الاتصال الجماهيري مع مراعاة الإقناع وفئات الجماهير المستهدفة وقواعد الإقناع السياسي.

المطلب الثالث: وظائف الإعلام السياسي

يمكننا أن نلخص أهم الوظائف السياسية التي تقوم بها وسائل الإعلام فيما يلي:

أولاً- الوظيفة الإخبارية ومراقبة البيئة الخارجية

تقوم وسائل الإعلام في المجتمع المعاصر بدور " حارس البوابة "، وحراس البوابة هم من يقومون بجمع الأخبار والقائمون عليها والعاملون في المؤسسات الإعلامية المختلفة، ويمكن دراسة وظيفة المراقبة على مستويين: أولاً وظيفة المراقبة الإعلامية على المستوى العام. ثانياً وظيفة المراقبة الإعلامية على المستوى الخاص.

¹: راسم محمد الجمال، خبيرة معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام والاصلاح السياسي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005، ص 28.

²: عبد السلام أبو قحف، التسويق السياسي فن البيع- التفاوض، مرجع سبق ذكره، ص15.

ونقصد بالوظيفة الأولى أن وسائل الإعلام تقوم بصناعة الكثير من برامج العمل السياسي، وتساعد أيضا على تحديد المطالب السياسية التي تثار، وأي هذه المطالب لها فرصة الإرضاء وأنها سوف يؤجل أو يهمل، وبالتالي فإن وظيفة المراقبة العامة للبيئة تكون وظيفة سياسية من خلال تحديد الأحداث التي سيتم تغطيتها وأي الأحداث سيتم تجاهلها، ومن هنا فإن وسائل الإعلام تؤثر في القضايا التي ستتاح لها الفرصة لتصبح موضوعا للمناقشات السياسية والعمل السياسي، وفي حالة غياب التغطية الإعلامية فإن هذه الأحداث يقل تأثيرها السياسي أو قد لا يكون لها تأثير سياسي أصلا. ونقصد بالمراقبة على المستوى الخاص تأثير وسائل الإعلام على المواطن، فوسائل الإعلام تخبر المواطن بالظروف الاقتصادية والأخبار الرياضية والطقس والأعمال والأحداث الثقافية والاجتماعية والصحة والحياة العامة وخاصة المشهورين.

كما تقوم وسائل الإعلام بوظيفة نقل الأخبار التي تؤكد أن النظام السياسي يعمل لمواجهة الأزمات المتجددة والأخطار المفترضة، وهذا من أجل الحفاظ على التماسك الاجتماعي للشعب، وبالتالي توفير الظروف المواتية للاستقرار السياسي للنظام السياسي القادم كلما كانت الحكومة قادرة على القيام بوظائفها.

ثانيا- الوظيفة التفسيرية للأحداث

تقوم وسائل الإعلام بتفسير وقائع الأحداث ووضعها في سياقها العام وتوقع نتائجها، وهذا يعني أن التفسير الذي تقدمه وسائل الإعلام حول واقعة أو قضية أو حدث معين يؤثر على النتائج السياسية، لأن الاصطلاحات والمفاهيم التي تستخدمها وسائل الإعلام لتفسير أو تحليل أو شرح قضية معينة وتشخيصها تعتبر نقطة هامة في تشكيل الآراء وتطوراتها.¹

ثالثا- التنشئة السياسية

هذه الوظيفة أشار إليها "هارولد لا زويل" في نظرياته إذ يقول أن "التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها تشكيل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها أو تغييرها، والسمة الأساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان".²

1: محمد الهاشي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص ص 37-40.

2: مجد هاشم الهاشي، العولة الدبلوماسية والنظام العالمي الجديد، عمان(الأردن)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص75.

ويقصد بالتنشئة السياسية كيفية نقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل إلى آخر، وهي تهتم بشخصية الفرد وتطويرها وفق نموذج معياري مسبق لتعميق التوجهات والقيم السياسية الشائعة والمستقرة في المجتمع، كما تسعى إلى تنمية مدركات الفرد وتعزيز قدراته السياسية بحيث يستطيع التعبير عن ذاته من خلال سلوكيات ينتجها في الحياة السياسية، ويأتي ذلك من خلال قيام الاعلام السياسي بإكساب المواطن تفاصيل الحياة السياسية والقضايا الخاصة بالحملات الانتخابية والمرشحين وكل ما يخص النسق السياسي.

رابعا- التلاعب أو التأثير المدروس في العملية السياسية

تعمل وسائل الإعلام على التلاعب المباشر بالعملية السياسية، فقد يكون عرض بعض الأخبار السياسية إثارة ردود الأفعال العامة وخلق مطالب سياسية جديدة، أو القيام بإثارة النخبة السياسية من أجل القيام ببعض الاصطلاحات¹.

خامسا- التوعية الوطنية:

من خلال استخدام كافة وسائل الإعلام المختلفة لخلق الوعي الوطني للجماهير وحثهم على الانتماء الوطني والولاء القومي².

سادسا- وظيفة التثقيف السياسي:

لا ينتج الوعي في حالة مصاغة ومتبلورة نهائيا بل يتبلور وفق ديناميكية خاصة تتجلى فيها عوامل داخلية وخارجية، ويبنى الوعي السياسي على تراكم التصورات والآراء والمفاهيم المكتسبة من قبل، ويساهم الاعلام السياسي في تثبيت البعض منها، وتصنيف أفكار وآراء جديدة من أجل دعم الوعي السياسي ليؤثر بفعالية في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعارف والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها لبناء شخصيته السياسية والحركة السياسية في المجتمع .

سابعا- وظيفة التعبئة السياسية:

يؤدي الاعلام السياسي دورا كبيرا في التعبئة السياسية، فهو يقوم بتهيئة الأفراد نفسيا ومعنويا وذهنيا لاستقبال أحداث سياسية متوقعة مثلا يسبق بعض نتائج الانتخابات غير المتوقعة التي لا

¹: مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 39.

²: محمد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، مرجع سبق ذكره، ص 76

يستحسنها المواطن، فهو يقوم بالتمهيد لتقبل شيء معين في إطار سياسات واستراتيجيات مرسومة من قبل، وعادة ما تكون هذه الوظيفة تسبق المواعيد الانتخابية بأنواعها.¹

المطلب الرابع: العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي.

يمكن توصيف العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي بأنها علاقة تأثير متبادل، ويختلف حجم التأثير الذي يتبادلته الطرفين وفق مجموعة من المتغيرات وهي: طبيعة العلاقة بينهما، درجة الديمقراطية التي يتمتع بها المجتمع، درجة الحرية السياسية التي يتمتع بها الإعلام في معالجة قضايا المجتمع ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات الإعلام على الواقع المعاش.

تعبر المقولة الشهيرة لألموند **Almond** "كل شيء في سياسة اتصال" عن ماهية الأدوار والوظائف المتعددة التي تقوم بها وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي، لدرجة تجعل من الصعب على النظم السياسية أن تتعايش دون الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة. ويؤكد الباحثون في مجال السياسة والاتصال عن أهمية العلاقات المتبادلة بينها، فالعلاقة بين الطرفين علاقة وثيقة للغاية وكلاهما يتأثر ويؤثر بالآخر، فوسائل الإعلام تمثل حلقة وصل لرجال السياسة مع الجماهير والنخبة، وكذلك تعد أحد القنوات الرئيسية للتعبير عن مصالح الجماهير وتوصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة وصانعي القرارات السياسية.²

ويصف البعض العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي بالمعقدة، فمن ناحية تسعى وسائل الإعلام في خدماتها المقدمة للجمهور لمراعاة احتياجات ورغبات جماهيرها، وتوخي المصلحة العامة فيما تقدمه من رسائل اعلامية، ومن ناحية أخرى تسعى وسائل الإعلام إلى إضفاء الشرعية على النظام السياسي وإقناع الجماهير بأحقية السلطة، وبيان إيجابيات القرارات والممارسات المختلفة للقيادة السياسية.³

كما يرى البعض الآخر أن العلاقة بين الاعلام والسياسة علاقة متغيرة، وترتبط في تغيرها بالتحويلات والتغيرات التي تحدث في السياسة والإعلام، وفي جوانب مختلفة للحياة في المجتمعات

¹: تاريخ النظر 2016/08/09، على الساعة 19:30 ، http://www.arab-unity.com/default_ar.aspx?ID=245

²: حنان يوسف، الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، القاهرة، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ط2، 2006، ص 71.

³: رباب عبد الرحمن هاشم، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر، القاهرة، دار العالم العربي، ط1، 2011 ص 91.

الانسانية فأى تحول يقع في المجال السياسي لا بد أن يكون له أثره في الإعلام، وبالمثل تؤثر المتغيرات الإعلامية على السياسة بمستوياتها ومجالاتها المختلفة¹.

ومن جانب آخر فإن طبيعة التأثير بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية تختلف من مجتمع لآخر ومن نظام سياسي لآخر، ففي النظم الديمقراطية تمارس وسائل الإعلام تأثيراً أكبر في النظام السياسي مما عليه الحال في الأنظمة السياسية الأخرى.

وتتبلور العلاقة بين النظام السياسي والإعلامي من خلال ما يلي:

➤ أن وسائل الإعلام أداة رقابية وتوجيهية مؤثرة في سياسات وقرارات المؤسسة السياسية استناداً للمقولة الشهيرة أن الصحافة هي السلطة الرابعة.

➤ أن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الإعلام لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية².

➤ يؤثر النظام السياسي على وسائل الإعلام المختلفة من خلال مجموعة من الوسائل الرسمية وغير الرسمية التي يستخدمها النظام السياسي للتأثير على وسائل الإعلام ومن بينها التشريعات والقوانين، التحكم في مصادر المعلومات، حجب المعلومات والبيانات، الرقابة المسبقة واللاحقة وغيرها من الوسائل التي يتحكم من خلالها النظام السياسي فيما يقدم للجمهور.

➤ تؤثر وسائل الإعلام على النظام السياسي، حيث تقوم وسائل الإعلام بنقل المعلومات والبيانات المختلفة للصفوة السياسية، بالإضافة إلى نقل ردود أفعال الجمهور تجاه سياسات وقرارات النخبة السياسية مما يساعد في اتخاذ وصنع القرار السياسي³.

➤ تساهم وسائل الإعلام المختلفة في نقل وتحليل النشاط السياسي الذي تقوم به النخبة الحاكمة، مما يجعل الجمهور قادراً على تكوين معارفه واتجاهاته تجاه الأحداث والقضايا المختلفة وبالتالي اتخاذ سلوكيات اتجاهها⁴.

¹: محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ط1، 2009، ص05.

²: سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي، المملكة العربية السعودية، القنوات ط1، 1427هـ، ص23.

³: رباب عبد الرحمن هاشم، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر، مرجع سبق ذكره، ص92.

⁴: Conway Hendson , **International relation conflict and cooperation at the turn of the 21st centry**, , New York the megraw hill company, 1998, p09.

ولا تقف العلاقة بين النظام السياسي والنظام الاعلامي عند حد التأثير والتأثر فقط، بل إن العلاقة بينهما تنبع أيضا من خلال رغبة كل من النظامين في المحافظة على النظام الآخر، حيث يسعى النظام السياسي إلى الحفاظ على النظام الإعلامي القائم، باعتباره الأداة التي يتم من خلالها نشر آراء وأفكار القائمين على السلطة ومن ثم التأثير على الجمهور لتشكيل الرأي العام، ومن ناحية أخرى تسعى وسائل الإعلام للحفاظ على شرعية النظام السياسي، نظرا لكون القائمين بالاتصال جزء من النظام السياسي وينتمون إليه، أو للحفاظ على مصالحهم السياسية ويبدو ذلك في وسائل الإعلام الحكومية بصفة خاصة.

ومما لا شك فيه أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثيرا على النظام السياسي والإعلام، حيث لم تعد هذه النظم قادرة على مواجهة تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فضلا عن الاتصال الحر المتدفق من العالم الخارجي عبر وسائل الإعلام، الدولة والفضائيات المختلفة، ويمكن تناول التأثيرات المختلفة التي نتجت عن التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والنظم السياسية فيما يلي¹:

➤ إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات: ساعدت ثورة المعلومات في توفير مصادر وسائل متعددة ومستقلة للمعلومات مما قلص من قدرة النظم السياسية على التحكم والتأثير في المواطن، ومن ناحية أخرى أدت ثورة المعلومات في ظل عصر السماوات المفتوحة إلى الحد من قدرة النظم السياسية على إخفاء الممارسات المختلفة لتلك النظم وخاصة فيما تعلق بقضايا الحريات، حقوق الانسان، وقضايا الفساد...

➤ نشر الوعي السياسي لدى المواطنين: أدت ثورة الاتصال وظهور وسائل اتصالية متنوعة إلى زيادة مستوى المعرفة والوعي لدى المواطنين وتزويدهم بالتجارب والخبرات المختلفة في الدول الأخرى، وخاصة فيما يتعلق بقضايا التنمية والديمقراطية، محاربة الفساد، تطبيق مبادئ شفافية، مما أدى إلى رفع سقف طموحاتهم وتطلعاتهم وبالتالي المطالبة بمزيد من الاصلاحات في مجتمعاتهم.

➤ تدعيم القوى السياسية المختلفة: أسهمت ثورة الاتصالات والمعلومات في تعزيز وتفعيل دور الأحزاب والقوى السياسية، وذلك من خلال اتاحة المزيد من وسائل الإعلام التي تمكن تلك القوى من نشر أفكارها ومبادئها والوصول إلى الجمهور، بالإضافة إلى التعريف ببرامجها وأنشطتها المختلفة.

¹: رباب عبد الرحمن هاشم، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر، مرجع سبق ذكره، ص 92-93.

➤ انتشار وسائل الإعلام الخاصة: أدت ثورة المعلومات والاتصال إلى اتجاه نحو خصخصة وسائل الإعلام، مما سمح للقطاع الخاص بالدخول في مجال الإعلام والاتصال، حيث نشأت العديد من الصحف الخاصة والفضائيات الخاصة، مما كان له أثراً واضحاً في تقليص سيطرة النظام السياسي على الأفكار والمعلومات والمعارف التي يتم تقديمها للجمهور، وأصبحت وسائل الإعلام الحكومية تواجه منافسة حقيقية من جانب وسائل الإعلام الخاصة في تلبية احتياجات الجمهور، وأصبح الجمهور يعتمد على مصادر أخرى تنعم بالتححرر الجزئي من السيطرة الحكومية.

المطلب الخامس: المعوقات التي تواجه الإعلام السياسي.

يواجه الإعلام السياسي كغيره من مجالات الإعلام الأخرى بعض المشكلات أو الصعوبات التي تحد من دوره، إلا أن هذه المشكلات تبدو أثارها واضحة في مجال الإعلام السياسي، حيث تتضخم المشاكل الصغيرة لتصبح قضايا تحدد مصير الإعلام بأكمله، وفي كثير من الأحيان تضع هذه المشكلات أمام الإعلام السياسي من العقب ما يصل بدوره إلى مرحلة العدم، وأبرز المشكلات التي تواجه الإعلام السياسي هي:

➤ المصداقية: دائماً محل شك حتى وإن كان صادقاً فالناس لا يثقون بمن يعمل في هذا المجال فكيف يثق بالإعلام السياسي، فإذا لم يثق الجمهور في صدق الإعلام السياسي فلن يثق في الذين يعملون في مجاله.

➤ إبراز الأخبار الطيبة والتركيز عليها والتهوين من شأن الأخبار السيئة، فنحن نركز على الإنجازات فقط ولا نغطي الجوانب السلبية وغيرها.

➤ استغلال الإعلام السياسي في بعض الدول من جانب المسؤولين على نحو يتصف بالأنانية لبناء أمجادهم الشخصية، وينعكس ذلك بصورة سلبية عن دور الإعلام السياسي في تحقيق أهدافه، حيث التحيز الصادر عن اللاوعي يسود عند تناول الأخبار والموضوعات والتحليلات والنقاشات السياسية¹.

¹: بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، الأردن، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط 1، 2014، ص 110.

- اتجاه الإعلام السياسي إلى الكم، حيث الإغراق في تناول الموضوعات السياسية يغطي على الكيف لخدمة التوجهات السياسية والذي لا يكون موفقا في كثير من الأحيان، خاصة إذا حاول الإعلام السياسي تجاوز الحدود لمخاطبة الرأي العالمي، حيث تختلف القيم من مجتمع إلى آخر.
- ومن المشكلات التي تواجه الإعلام السياسي المحاذير الذي تكتنف تناول بعض الموضوعات السياسية في ظروف معينة، حيث تفترض بعض القيود على الإعلام السياسي صعوبات تحول دون تناول مثل هذه الموضوعات أو التعليق عليها، فتصبح مسألة تناولها غير مأمونة العواقب خاصة إذا كانت الرقابة على الإعلام السياسي.
- تركيز الاهتمام على أحداث وقضايا أو موضوعات سياسية معينة، وقد يكون هذا التركيز بدرجة ملحوظة، وبنفس المستوى تجاهل الاهتمام بأحداث وقضايا ومشكلات أخرى قد تكون على قدر كبير من الأهمية، وكأن المسألة تقع تحت سيطرة تصنيفات لموضوعات معينة أكثر من التركيز على ما تفرضه الظروف المحلية والدولية من اهتمام بأحداث وقضايا ومشكلات آنية، وقد يمتد الأمر إلى أبعد من ذلك حيث الابتعاد عن الموضوعية بل وحتى الميل إلى الجدل العنيف.
- وكذلك من المشكلات التي تواجهه تغول المصادر على الإعلام السياسي ومحاولة استغلاله لتحقيق أغراض سياسية معينة، من خلال تسريب بعض الأخبار والمعلومات ذات المضامين الهادفة إلى تحقيق غايات عامة أو شخصية، وهنا يتحول الإعلام السياسي إلى بطل ميت في نظر الناس حتى وإن كان الأمر يبدو في ظاهره على غير ذلك¹.

¹: أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، بنغازي، دار الكتب الجامعية، ط1، 1997، ص - ص 177-179.

خلاصة

تؤدي البرامج التلفزيونية دورا أساسيا في خارطة البرامج التلفزيونية المختلفة، سواء كانت ترفيهية، اجتماعية، سياسية... إلخ طبقا لما تفرضه طبيعة الفضائية، إذ يفترض الحوار أو المحادثة أو المقابلة كأحد أشكال البرامج التي تحقق أهداف التلفزيون. كما تؤدي البرامج السياسية دورا أساسيا في إعطاء توضيح لاتجاهات القنوات الفضائية لا سيما بعد التطور الكبير الذي حدث لوسائل الاعلام المختلفة المتمثلة في البث الفضائي، حيث باستطاعة معد البرنامج أن يستضيف أكثر من شخصية بغض النظر عن المكان، وأن يجمع بين شخصيات من بلدان مختلفة في برنامج واحد عبر الأقمار الصناعية والحوار معهم، مما يؤدي إلى حصول المشاهد على المعلومات والآراء بشكل مباشر من مصادر الأصلية.

أما بخصوص الإعلام السياسي فهو يتميز بالقدرة على التأثير والتغيير والإقناع وتغطية الموضوعات السياسية التي يسعى إلى تحقيق أهداف سياسية، فالسياسي يتحدث إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام لفرض ممارسة السلطة، وكذلك الأفراد الذين يشاركون في العملية السياسية يعبرون عن آراءهم وقضاياهم من خلال وسائل الإعلام. وهكذا تستمر العلاقة التكاملية الجدلية بين الإعلام والسياسة.

الفصل الخامس

الوعي والوعي السياسي

المبحث الأول: مدخل عام للوعي.

المبحث الثاني: الوعي السياسي.

تمهيد:

يعتبر الوعي السياسي موضوعا مهما في الفكر السياسي من خلال تأثيره في الأحداث السياسية ومعطياتها، فهو يعد اليوم أمرا ضروريا في المجتمعات التي تعيش فترة من الجمود الفكري والمعرفي، نظرا لما يتوفر عليه من مفاهيم وصورة علمية أكاديمية لتحليل الواقع السياسي المحلي أو الدولي تحليلا أكاديميا بعيدا عن الشعارات والنظرة العاطفية.

وقد عززت وسائل الإعلام من دورها في المجال السياسي من خلال نشر الحقائق والمعلومات والمعارف عن مختلف القضايا السياسية المحلية والدولية بطريقة موضوعية، مساهمة بذلك في تشكيل وعي وثقافة سياسية للأفراد تمكنهم من معرفة ما يجري حولهم من أحداث ووقائع، وإدراك دورهم في صنع القرار السياسي، هذا وقد تم التطرق في هذا الفصل في المبحث الأول إلى مفهوم الوعي وأنواعه والاتجاهات المفسرة له، أما المبحث الثاني تناولنا فيه مفهوم الوعي السياسي، أهميته، ووسائل تكوينه وأخيرا أنماط ومستويات الوعي السياسي.

المبحث الأول: مدخل عام للوعي

المطلب الأول: مفهوم الوعي

تتعد مفاهيم الوعي ما بين اللغة والفلسفة، علم النفس والعلوم الاجتماعية. ويعرف الوعي بأنه المعرفة والإدراك والتنبه والفهم للنفس والعالم الخارجي وللانتماء الاجتماعي، وينتج عن التأمل للعالم الموضوعي والعمل والفعل الاجتماعي بكل أوجهه، ويؤدي الوعي إلى اتخاذ مواقف فردية وجماعية عملية أي أن الوعي مرتبط بالسلوك¹.

أما في علم النفس يستخدم بمعنى الشعور، وهناك الوعي وهو حالة اليقظة، واللاوعي هو اللاشعور في حالات النوم والإغماء.

وجاء في لسان العرب ووعي بمعنى حفظ قلب الشيء، ووعي الشيء، والحديث يعيه وعيا أي حفظه وفهمه وقبله، فهو واعي².

ويعرف قاموس Le petit Larousse de la Médecine الوعي بالمعنى السيكولوجي يعني المعرفة التي يمتلكها كل واحد حول وجوده، حول أفعاله والعالم الخارجي.

ويعرفه إبراهيم مذكور على أنه: إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به، وهو على درجات من الوضوح والتعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في الجماعة³.

يرجع أصل كلمة الوعي إلى كلمة conscientia اللاتينية وهي كلمة من طرف الفاعل فقط بل أن هذا الموضوع يعد مرجعا للفاعل نفسه، ويقابل نفس الكلمة أي الوعي conscientia ويقصد بالوعي على أنه عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته وإدراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها⁴.

¹: عبد الوهاب الكيلالي، موسوعة العلوم السياسية، بيروت، المؤسسة العربية لدراسات والنشر، ج7، ط5، 2009، ص ص 291-292.

²: ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دارصادر للطباعة والنشر، المجلد15، 2000، ص 254.

³: إبراهيم مذكور، معجم علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975، ص644.

⁴: عبد الله بوجلال، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد04، خريف1990، ص43.

وهذا بخلاف عن التوعية التي قد يخلط بينها وبين الوعي، فيقصد بها إيجاد الوعي وإكسابه للفرد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة معينة أو رأي معين، واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج.

وكان علماء النفس في الماضي يعرفون الوعي بأنه شعور الكائن الحي بنفسه وما يحيط به¹.

كما يمكن تعريف الوعي بأنه توفير المعلومات الصحيحة عن أمر أو قضية أو مشكلة وتكوين الميول والاتجاهات نحوها ثم الممارسة الصحيحة إزاءها، ويرى بعض العلماء أن الوعي يؤسس على ثلاثة جوانب وهي:

- العقل وهو الجانب المعرفي.
- الإيمان به وهو الجانب الوجداني.
- والعمل به وهو الجانب التطبيقي أي السلوكي.

أما عبد الله بوجلال يشير إلى وجود مفهومين لا بد من التمييز بينهما، المفهوم الأول الذي يحصر الوعي في التبني السلبي لفكرة أو مجموعة أفكار يلقتها حاكم الفرد أو حزب للمواطنين بالاستخدام المكثف لكل وسائل الثقافة والتعليم والإعلام مع حظر كامل على كل مصدر لمعلومات مختلفة ورأي مخالف،² فالتلقين على هذا النحو يظل عادة في مستوى الوعظ والإرشاد الذي تتأثر به إقلا من المواطنين، وهو إذا كان فعالية ونجاح يصبح نوعاً من غسيل المخ يلغي إرادة الفرد ويعتم بصيرته ويصادر بالتالي حرية في الاختيار.

أما المفهوم الثاني للوعي فهو إدراك المواطن في حرية بحقيقة قضايا المجتمع الذي يعيش فيه وإشراكه في البحث عن حلول لها، وإبداء الرأي في ما يقترح من قرارات بشأنها، ثم الإسهام على مستويات مختلفة في صنع القرار النهائي ومتابعة تنفيذه، وهذا النوع من الوعي هو وعي المواطن الذي تحرر من القهر السياسي والاقتصادي والاجتماعي، والذي يمارس بالفعل دوره في صنع المستقبل بشعور كامل بالمسؤولية.

¹: عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، دمشق، دار القلم، 2000، ص 09.

²: عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مجلة المستقبل، العربي، عدد 147، 1991، ص 45.

ويحتوي الوعي على بعدين أحدهما إيديولوجي ويربط بتشخيص قضايا المجتمع ومشكلاته وتفسيرها وطرح أساليب تناولها وحسمها، أما البعد الثاني فيرتبط بالتجربة اليومية والتاريخية للفرد وللطبقة والمجتمع من خلال ما تعكسه القيم والتقاليد ونمط التنشئة الاجتماعية والسياسية وأسلوب الضبط الاجتماعي¹.

ونميز أخيرا بين وعي اجتماعي عام يشير إلى مجمل القضايا والأمور التي لا تخص فئة اجتماعية معينة ولكن تخص المجتمع ككل، والثاني وعي اجتماعي يخص فئة اجتماعية معينة يرتبط بمصالحها وتصوراتها وطموحاتها المستقبلية.

ويعرفه صفوان حسين بأنه عملية معرفية تتدخل فيها عوامل مرتبطة بالمراحل التي تصاحب الفرد خلال مختلف أطواره الحياتية، والتي تتجسد في خبراته ومهاراته المتراكمة عبر الزمن وتشكل الجزء الأكبر من معارفه وإدراكاته العقلية².

ومجمل هذه التعريفات تتضمن أن مفهوم الوعي يرتبط بخصائص نفسية والمتمثلة في إدراك الفرد لخصائصه الشخصية والعقلية، أي يكون على إدراك تام لقدراته في التعرف وتأويل وفهم الأمور وفقا لاستعداداته ومؤهلاته وكذا قدرته على إدراك محيطه الخاص.

المطلب الثاني: أنواع الوعي.

هناك أشكال مختلفة ومتعددة للوعي وقد يرجع السبب إلى اختلاف المرحلة التاريخية التي تمر ومرت بها المجتمعات، وكذلك قد يرجع إلى المؤثرات سواء الاجتماعية منها والثقافية والعلمية والدينية وكذلك الاقتصادية والسياسية، وهذا قد يدعو إلى خلق أشكال جديدة من الوعي، فهناك عدة صيغ وأشكال للوعي تتعدد بتعدد المجالات الحياتية الاجتماعية للفرد فهناك وعي قومي، وعي طبقي، حقوقي، بيئي، ديني، ثقافي، اقتصادي، إعلامي قانوني، أخلاقي وسياسي وهذا الأخير هو موضوع دراستنا، ويمكن أن نلخص أهمها فيما يلي:

¹: عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

²: صفوان حسين، في الاتصال الثقافي والوعي، الجزائر، دار المعرفة، 2011، ص 62.

أولا- الوعي القومي

هو التحسيس بالهوية القومية والانتماء لشعب أو أمة بفعل أو روابط الجنس والثقافة والتاريخ واللغة والمصالح والمصير المشترك، والوعي السليم يكون نتيجة توافر عوامل تكوين الأمة، وهذا ما أكده قسطنطين زيرق في كتابه الوعي القومي نشر عام 1939 أن أهم الأسس التي تبني عليها القومية هي اللغة، الثقافة، العادات، الذكريات التاريخية والمصلحة الحاضرة والمستقبلية¹.

أي فعل الإدراك والتفهم لكونهم أبناء قومية واحدة وقبول هذا الانتماء، وكثيرا الوعي القومي بسلوكية ثقافية ونضالية وسياسية محددة ألا وهي العمل من أجل نصر القوم والقومية التي ينتمي إليها الفرد بشتى الطرق والوسائل.

ثانيا- الوعي الطبقي

هو تعبير اشتراكي ماركسي يعني، إدراك أبناء فئة اجتماعية، اقتصادية معينة على أنهم أبناء طبقة اجتماعية واحدة. وهذا الإدراك يستند إلى التماثل في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية وتجانس في المصالح والأهداف.

وتحدد النظرية الماركسية الانتماء الطبقي انطلاقا من علاقة الطبقة بوسائل الإنتاج وموقعها في عملية الإنتاج، والوعي الطبقي عندها حتمي وأساسي في اتجاه العملية التاريخية التي تنطلق من صراع الطبقات لتصل في النهاية لانتصار الطبقة العاملة وإلغاء الملكية وتحقيق المجتمع الشيوعي اللاتبقي².

ثالثا- الوعي الحقوقي

يعبر الوعي الحقوقي بأنه رؤية الأفراد والجماعات في المجتمع لحقوقهم وواجباتهم كمواطنين وتصورهم لشرعية أو عدم ممارستهم وممارسات الآخرين، ويرتبط هذا ارتباطا وثيقا بوعي الظروف التي يعيش في إطارها كل شخص والمعايير التي تنظم العلاقة بينه وبين الآخرين سواء كانت مستمدة من الأعراف والتقاليد أو القواعد القانونية السائدة وبالتالي تضبط سلوكهم³.

¹: عبد الوهاب الكيلالي، موسوعة العلوم السياسية، مرجع سبق ذكره، ص 296

²: نفس المرجع السابق، ص 292.

³: إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، 2013 ص 20.

والوعي الحقوقي هو جملة من الآراء التي تعكس علاقة البشر بالحق القائم والتصورات التي يملكها البشر حول حقوقهم وواجباتهم وحول شرعية أو عدم شرعية هذا السلوك أو ذاك، والوعي الحقوقي يساعد في ترسيخ الحقوق في الحياة العادية للناس.

رابعاً- الوعي البيئي

يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها في إطار تحملهم المسؤولية البيئية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة¹.

خامساً- الوعي الديني

إن مفهوم الوعي الديني يشير إلى أنه يحتوي على أشكال معرفية وقيم متنوعة ومتعددة حول أبعاد العلاقات بين البشري وبين البشر والطبيعة وبين البشر والكون وحول علاقة الفرد بالخالق عز وجل حتى لو تعددت أشكال هذا الربط، وهو يتألف من وعي فردي يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية².

فالوعي الديني هو إدراك نفسي وتصور عقائدي من حيث أبعاده ومكوناته التي تشتمل على العلاقات والعبادات والأوامر والنواهي وما ينجم عنها من الثواب والعقاب التي تؤثر وتتأثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والاجتماعي والسياسي³.

وفي النهاية يمكن القول بأن الوعي الديني يحتل مكانة كبيرة في الوعي عموماً، نظراً لارتباطه بالعقائد والمعتقدات لا يمكن التشكيك فيها.

¹: فتيحة كحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي موقع FACEBOOK أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، 2012/2011، ص 86.

²: إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 23.

³: نفس المرجع السابق، ص 24.

سادسا- الوعي الاقتصادي

ويشتمل على علاقات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك وأنماطها، وهنا يجب على الفرد أن يعي دائما أن الهدف الأول لغالبية التجار هو غرس النزعة الاستهلاكية في الفرد¹، إذ يقصد به معرفة الآراء والتصورات والنظريات والقوانين الاقتصادية، ومنه التعرف على علاقات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، الاستثمار، الديون على كافة المستويات: المحلية، الإقليمية أو الدولية، والتبعية الاقتصادية، التي تتماشى مع عجلة التبعية السياسية والتصرف بأسواق النفط والعملات وما إلى ذلك.

سابعا- الوعي الثقافي

ونعني به المستوى الملائم الذي يصل إليه الفرد بتوسيع دائرة معارفه في مختلف مجالات حياته حتى يقف على أحداث التطورات المحلية والعالمية، ولا يمكن أن نطلق على الإنسان المثقف من يتقن القراءة والكتابة ولا من حصل على درجات أو شهادات جامعية، وإن كان إتقان القراءة والكتابة يعد مطلباً مهماً ووسيلة لاكتساب الثقافة، وإنما المثقف هو من امتلك قدراً من الوعي الاجتماعي والثقافي الذي لا يمكنه من رؤية مجتمعه من منظور شامل، وبالتالي لا يستطيع أن يحلل هذه القضايا على مستوى نظري متماسك².

والوعي الثقافي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالحياة وبكل جوانب التاريخ الاجتماعي، وهو يعبر عن محاولة منظمة ومخططة بشكل أساسي وحاسم على نحو أناس ذوي مستويات معنوية عالية وفكرية، يتفاعلون بقوة ويقومون الظواهر الثقافية في هذا المجال³.

ثامنا- الوعي الإعلامي

يتشكل الوعي الإعلامي بتحقيق مستوى معقول من معرفة الفرد بما يلي:

- الوعي بالجهة الإعلامية (المرسل)

- الوعي بالمضمون الإعلامي (الرسالة)

¹: إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 24.

²: نفس المرجع سابق، ص 25.

³: صفوان حسين، في الاتصال الثقافي والوعي، مرجع سبق ذكره، ص 62.

- الوعي بالجهة المستهدفة التي تبث إليها الرسالة (المستقبل)

وفي حال عدم تمكن الفرد من إدراكه بالأمور الثلاثة السالفة ولم يدرك جيدا ما يبث من خلال وسائل الإعلام فإنه سيقع ضحية التضليل الإعلامي، لأن المتلاعبين بالعقول والعواطف في أجهزة الإعلام متواجدين بكثرة، فالوعي الإعلامي كما يبث السلبي ضار بين الايجابي النافع وبذلك توازن النظرة للإعلام¹.

خصوصا إذا كان إزاء معلومات تمس أمن المجتمع والأفراد على حد سواء، ويمكن للفرد الواعي أن يستفيد من الرسائل الإعلامية بصفة ايجابية بالرغم من سلبياتها.

تاسعا- الوعي القانوني

هو عملية حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في مجتمع ما أو عدة مجتمعات، والقواعد والنصوص القانونية التي تنظم سلوك الأفراد في هذا المجتمع أو تلك المجتمعات من وجوه متعددة².

لأن عدم المعرفة أو الجهل بالقانون و الخطأ في فهمه تؤدي بالأفراد الذين يقدمون بحسن نية أحيانا على أفعال يجرم عليها القانون، ومن أهم النشاطات التي تسهم في الوعي القانوني: النشاطات الاجتماعية والنشاطات الثقافية مثل: المحاضرات والندوات وحلقات البحث والمؤتمرات والمراسلات والمكتبات ووسائل الإعلام وغيرها.

عاشرا- الوعي الأخلاقي

يتضمن مفهوم الوعي الأخلاقي مشاعر أخلاقية كالوطنية وروح المواطنة وغيرها من القيم العامة، نظرات حول السلوك الخلقى وغير الخلقى، ومبادئ ووصايا للسلوك وقيما أخلاقية وأهدافا ومثلا، وغيرها من العناصر كما يشمل مفهوم الوعي الخلقى على النظريات الأخلاقية التي تعلق ضرورة السلوك وتصوغ أهدافا ومثلا أخلاقيا³ ، ومن هنا يتضح لنا أن الوعي الخلقى كنوع مميز للوعي

¹: إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 26.

²: نفس المرجع السابق، ص 22.

³: إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 23.

الاجتماعي يتميز به الإنسان. إن هذه المنظومة تشكل المحرك الأساسي للسلوك الجمعي لدى الفرد وتكون في نفس الوقت معيارا اجتماعيا يقيم من خلاله الفرد من قبل المجتمع.

المطلب الثالث: الاتجاهات المفسرة للوعي

احتلت قضية الوعي مكانة واضحة في الثورات السيسولوجي وتباينت بشأنها آراء وأفكار العلماء الاجتماعيين طبقا لاهتماماتهم واتجاهاتهم في دراسة المجتمع والظواهر الاجتماعية، كما نالت قضية الوعي اهتمام علماء السياسة أيضا خاصة مع بدايات الاتجاه السلوكي في الدراسات السياسية التي يعتبرها البعض الميلاد الثاني لعلم السياسة، وفيما يلي نكتفي بعرض بعض الاتجاهات المفسرة لقضية الوعي وهي كالاتي: الاتجاه البنائي الوظيفي، الاتجاه الماركسي، الاتجاه الفينومينولوجي والاتجاه السلوكي.

أولا- الاتجاه البنائي الوظيفي

ينظر هذا الاتجاه إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا يشترك في القيم والأهداف التي لها صفة العمومية في حين تعد الدولة نسقا فرعيا تقوم بدور فعال في تحقيق وظائف ترتبط بأهداف المجتمع، وهذا يعني أن البنائية الوظيفية تنظر إلى السياسة باعتبارها أداة تتحقق عن طريق أهدافها. كما ترى الوظيفية في تناولها للقوة بأنه يتم توظيفها من خلال السياسة لتتم عن طريقها الأهداف العامة، حيث تؤمن الوظيفية بالاعتماد المتبادل بين عناصر المجتمع المختلفة وتكامل الأجزاء في كل واحد، وهي المقولة ذاتها التي دارت حولها فكرة الاتفاق عند كونت وفكرة الضمير الجمعي عند دوركايم وفكرة التوازن عند باريتو.

وفيما يتعلق بفكرة كونت **Auguste Comte** عن الوعي فتتضح من أفكاره حول علم الاجتماع الذي عرفه في مؤلفه " الفلسفة الوضعية " بأن دراسة ظواهر العقل الانساني والأفعال الانسانية الناتجة عنه، والأفكار بالنسبة لكونت هي التي تحكم العالم وتجعله منظما أو هي التي تحيله إلى حالة من الفوضى، كما ذهب كونت إلى أن جوهر العملية التاريخية هو تطور الفكر¹.

¹: صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، الاسكندرية، دار وفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2003، ص 53.

أما عن اهتمام دوركايم بقضية الوعي فتتضح من خلال مناقشته لمفهوم الضمير الجمعي الذي يصوغ الأشكال والقوالب التي يفكر من خلالها الأفراد، فهذا يمثل عنده الشكل الأعلى للحياة العقلية وهو الذي يبلور كل الأشياء في شكل أفكار تكون موضع اتصال وتواصل، وهو الذي يجهز العقل بالقوالب الملائمة لكل الأشياء والتي تجعل من الممكن له أن يفكر من خلالها¹.

ويمكن القول بأن مساهمة دوركايم في مسألة الوعي أنه يرى أن الوعي الجمعي سابق للوعي الفردي لأن وجود المجتمع سابق عن وجود الفرد، وبالتالي فهو يؤكد على ضرورة انصياغ الإنسان لما هو قائم في المجتمع.

واهتم سوروكين Sorokin بموضوع الوعي والمعرفة وقد رد كل أشكال المعرفة إلى الثقافة وانعكاس معايير الثقافة على المدركات العقلية للإنسان ومن هنا كانت الصلة في تمايز العقلية وتباين أساليب المعرفة طبقا لاختلاف لون الثقافة السائدة، فالثقافة السائدة عند سوروكين هي الأساس الوجودي الذي عنه ينبثق الفكر وتتشكل المعرفة عن طريق اكتساب السمات الثقافية ومن ثم يتكون ما يسميه سوروكين بالعقلية الثقافية².

ومما سبق يتضح اهتمام علماء الوظيفة بموضوع الوعي وارتباطه بثقافة المجتمع وأثر المعايير الاجتماعية والثقافية في تشكيل الوعي الانساني.

ثانيا- الاتجاه الماركسي

وقدمت الماركسية المحدثه اجتهاداتها النظرية حول قضية الوعي من خلال مؤسسي هذا الاتجاه ومنهم: هيرت ماركيز، انطوان غرامشي، ولوسيان جولدمان، وفرانزفانون، وشارل بلتهيم، وغيرهم. فاعتبر أن الوعي عملية دينامية ومحافظة في الوقت نفسه، فهي دينامية عندما يحاول الإنسان مد نشاطه إلى العالم من حوله، ومحافظة عندما يحاول الحفاظ على البناءات الفكرية الداخلية، فالإرادة والوعي يلعبان دورا أساسيا في ظروف الحياة الراهنة، وربما يكون هذا الدور ايجابيا أو سلبيا، فإذا

¹: صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 55، 56.

²: نفس المرجع السابق، ص 67.

أرادت الطبقة العاملة أن تصبح الطبقة المسيطرة فعلياً أن تهتم بوعيها الطبقي وتنميته عن طريق التنظيم السياسي ومؤسسات المجتمع المدني والأحزاب السياسية¹.

أما ماركيز، فقد تركز جل عمله على نقد المجتمع الصناعي المعاصر، حيث يكون الإنسان في هذه المجتمعات "أحادي البعد" بفعل التكنولوجيا، وبالتالي يصبح وعيه زائفاً، ولذلك دعى إلى تغيير هذا الواقع، من خلال رفضه في مستويين: المستوى الفكري، وغايته رفض أساليب التفكير القائمة، ونقد مستمر للواقع تدعمه هذه الأساليب. أما المستوى الثاني فهو الواقعي، وغايته رفض الواقع من خلال السلوك الذي يحطم كل مظاهر القهر المفروضة على الأفراد².

كما اهتم جرامشي بقضية الوعي من خلال اهتمامه بدور المثقفين في بلورة فكر الطبقة التي ينتمون إليها وصياغته في مواجهة فكر الطبقات الأخرى وبما يتلاءم مع تحقيق مصالحها، فالمثقفون عنده هم منظموا الوعي، إلا أن المثقفين المؤهلين ذهنياً وفكرياً لا يستطيعون قيادة الطبقة والفكر بل تحويل هذه الثقافة إلى سلوك عملي فتتحول الثقافة إلى أيديولوجية تقود الجماهير فضلاً عن قيام الحزب بمهمة قيادة الصراع الطبقي³.

ويعد كل من "ماركس" و"انجلز" أول من أشاروا في كتابهما الأيديولوجيا الألمانية عن العلاقة بين بنية الوعي الاجتماعي بنشاط البشر. وقد تناول نفس العلاقة وأيدهما عالما النفس السوفيتيان أونيشتاين وليونتييف "على أن هناك ارتباط بين بنية النفس البشرية ونشاطها، وقد أكد ليونتييف على أن الظواهر والعمليات النفسية لا تملك وجوداً فعلياً إلا في بنية النشاط الإنساني، وأن بنية وعي الإنسان ما ترتبط ببنية نشاطه⁴.

ثالثاً- الاتجاه الفينومينولوجي:

أما الاتجاه الفينومينولوجي (الظاهراتي) فيؤكد على أن حياة العالم توجد في العلوم الاجتماعية، وكانت مؤلفات "إيدموند هوسرل" هي الصوت المرتفع في نقد الموضوعية والفينومينولوجي

¹: Richard.R., Weiner, **Cultural Marxism And Political Sociology**, Sage Publication, 1981, p72.

²: رفيق محمود المصري، مستوى الوعي السياسي لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني (فتح)دراسة تطبيقية، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي عشر، عدد02، يونيو2007، ص ص 45، 46.

³: صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 77.

⁴: أ. ك. أوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، بيروت، دار ابن خلدون، ط 2، 1982، ص 125.

عنده، هي علم الوعي، فهي مقدمة عملية لإدراك العالم الخارجي، ونتيجة لذلك كل معرفة تحصل عليها، تتم داخل الوعي، وإذا كانت نظرية الوعي ترى أن انعكاس الوعي يتم من خلال ذات الإنسان، حين إذن تكون مهمة الفينومينولوجية هي تفسير معاني الوعي، كما يحاول هذا الاتجاه دراسة أشكال الخبرات الواعية لدى الإنسان، بمعنى أنها تحاول الوصول إلى أعماق الخبرات الإنسانية، فهي محاولة لوصف الأشياء والظواهر والوعي، وبذلك أصبح الوعي وسيلة وهدفا في الوقت نفسه¹.

وجاءت دراسة قضايا المعرفة والوعي في إطار هذا الاتجاه مرتكزة على المفهوم أساسي في الفلسفة الظاهرية، وهو قصدية الوعي أي كونه موجها نحو موضوع والتي تعني تأكيد المبدأ المثالي الذاتي، ليس هناك موضوع بدون ذات، ويعتمد المنهج الظاهراتي على مسلمتين أساسيتين هما:

- الامتناع عن إصدار أية أحكام فيما يتعلق بالواقع الموضوعي وعن تجاوز حدود التجربة الذاتية.

- اعتبار موضوع المعرفة نفسه الوعي الخالص وليس الوجود الحقيقي.

واهتم شوتز بقضية المعرفة وعلاقتها بالقوة، ويتضح ذلك من خلال اهتمامه بالتباين المعرفي بين الناس، فالمعرفة المتداولة تتوزع اجتماعيا توزيعا متباينا، مما يؤدي في رأيه إلى ظهور فئة من الناس تتميز بالمبادأة الفكرية في مقابل فئة أخرى تتخذ دور الاستجابة الفكرية. ويعتمد هذا الاتجاه على مجموعة من المفاهيم عن الوعي والقصدية، وهذه المفاهيم تنطلق من إطار فلسفي كما أنها تتضمن نظرية وصفية للمعرفة كما تبدو في شعور الأفراد.²

رابعا- الاتجاه السلوكي

لا شك أن محاولة أصحاب هذا الاتجاه السلوكي الوصول إلى صيغة علمية للدراسات السياسية من خلال تطوير التعميمات الامبريقية المنظمة واستخدامها في تفسير الظواهر السياسية، من خلال التركيز على السلوك السياسي قد أسهم بشكل مباشر في إثارة الاهتمام بمسألة الوعي، ويمكن تحديد ذلك على النحو التالي³:

¹: رفيق محمود المصري، مستوى الوعي السياسي لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني (فتح) دراسة تطبيقية، مرجع سبق ذكره، ص 49.

²: صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

³: نفس المرجع السابق، ص ص 123-130.

✓ إن اهتمام السلوكيين بتحليل النشاطات السياسية للأفراد والجماعات الرسمية وغير الرسمية، يعني أنهم قد تمكنوا من نقل بؤرة الدراسات السياسية من الدولة والقوانين والدساتير والفلسفة السياسية إلى الفرد وسلوكه السياسي ودوره في الحياة السياسية، وكل هذا بالطبع أحدث اهتماماً بالثقافة السياسية والوعي السياسي للأفراد والمتغيرات السوسولوجية والسيكولوجية المرتبطة بالسلوك السياسي ودورها في تربية المواطنين أكثر وعياً وأكثر مشاركة في الحياة السياسية.

✓ كان اهتمام السلوكيين بالأنشطة وأنماط السلوك السياسي المتفاعلة دوراً مهماً في خلق المزيد من التقارب بين علم السياسة من جانب وبين علم الاجتماع من جانب آخر، وأصبح ينظر إلى البيئة الاجتماعية على أنها المجال الأوسع الذي يتم من خلاله السلوك السياسي ويتأثر به.

✓ إن السلوكية وسعت من مجال الدراسات السياسية، وأعطت موضوع الوعي اهتماماً كبيراً من خلال تأكيدها أن سلوك الفرد ونشاطه السياسي لا ينفصل عن نشاط الجماعة، وبذلك برز موضوع الوعي السياسي، كأحد الموضوعات المرتبطة بالسلوك بدلاً من التركيز على المؤسسات والدساتير والفلسفات السياسية.

✓ كان لتأثر علماء السلوكية بعلماء النفس أثراً واضحاً أيضاً في إثارة الاهتمام بموضوعات الوعي والمشاركة السياسية ودوافعها والاتجاهات السياسية، وهي قضايا تتصل بالجوانب السيكولوجية والثقافة في آن واحد.

✓ إن تركيز علماء السلوكية على السلوك السياسي قد أدى إلى تشعب وتعدد الاهتمام بأبعاد هذا السلوك ودور مؤسسات المجتمع في تشكيله كالأُسرة، المدرسة، الأحزاب، وسائل الإعلام... وبذلك تكون السلوكية قد غيرت من التناول التقليدي للمتخصصين في الدراسات الاجتماعية والسياسية فيما يتعلق بدراسة السلوك السياسي، وأوضحت أهمية دراسة العوامل البيئية التي تشكل في مجموعها الإطار الاجتماعي المهيأ لنمو الوعي.

المبحث الثاني: الوعي السياسي

المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي

يعبر الوعي السياسي عن رؤية الأفراد للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين، وأهداف وبرامج التنظيمات والأحزاب السياسية ومواقفهم منها، أي أن الوعي السياسي هو ما يوجد لدى الفرد من المعارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستوى المحلي والدولي، ويشمل هذا المعرفة بالبناء الرسمي للحكومة ورؤسائها وموظفيها وأدوارهم.

إن الوعي السياسي هو مجموعة المبادئ والقيم والمشاعر المغروسة لدى أفراد المجتمع الحكام والمحكومين التي تدفعهم وتساعدهم على الممارسة الفعلية للحرية السياسية، وهذا ما يؤدي إلى وجود تأثير على مجريات النظام السياسي.¹ فالوعي السياسي يشير إلى مدى معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وكذلك قدرته على التصور الكلي للواقع المحيط به وفهمه لما يجري حوله من أحداث ووقائع. أما عبد الله بوجلال فيعرف الوعي السياسي أنه عندما ينظم أفراد المجتمع أنفسهم في أحزاب وتنظيمات معينة ويمارسون نشاطا سياسيا لتحقيق أهداف جماعتهم ضمن تلك التنظيمات فهذا العمل يتطلب وعيا سياسيا.²

وبشكل آخر هو إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه، ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحيطة به والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة وغياب الوعي يعطل دور الفرد والجماعة، فلا بد من معرفة الواقع ورصد الجوانب والقوى المؤثرة فيه، فضلا عن رصد الأحداث وتحليلها واستكشاف خلفياتها وأبعادها وأثارها وإلا كانت النتيجة عدم القدرة على استقراء اتجاهات الأحداث والعجز عن وضع الخطط مناسبة وعدم الاستفادة من الفرص المتاحة.³

¹: العقون سعاد، المدرسة الجزائرية بين الدمج الاستعماري وبناء الوعي السياسي 1962-1970، ملحة الفكر والمجتمع، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد 04، أبريل 2010، ص 52.

² عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 44.

³: نصر الدين بوزيان، الاتصال السياسي في الجزائر مشاكل التأخر واستراتيجيات التطور، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 160.

يقصد بالوعي السياسي مجموعة من الأنماط والاتجاهات والمعارف والقيم التي تشكل الثقافة السياسية لأفراد مجتمع معين تجاه سلطتهم السياسية، فهو قدرة المواطن على بناء تصور شامل للواقع الذي يعيشه كحقيقة كلية مرتبطة وملتصدة بالعناصر، وهذا معناه قدرته على تحليلها واستخلاص نتائجها.

ومن أهم مؤشراتته:

- إدراك الأفراد للأوضاع والمتغيرات السياسية على اختلاف مستوياتها.
- إقبال على المشاركة السياسية، سواء كان ذلك في مستوى الترشح أو الانتخاب.
- تعبير الأفراد عن مدى اهتمامهم بالأمور السياسية والمشاركة فيها يختلف عن التعبير من الفرد إلى آخر كل حسب قدرته.

ويمكن إجمالاً تعريف الوعي السياسي بأنه الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف وقيم واتجاهات سياسية تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه من أجل تغييرها وتطويرها.

ويعتبر بييرفون غيرولاس أن الوعي السياسي برز كمعرفة للفرد للخطر المهدد للبناء الاجتماعي الذي هو عنصر فيه، وهذا الخطر قد يكون داخلياً أو خارجياً في آن واحد وقد يكون الوعي السياسي أحياناً على أشكال ودرجات متنوعة ومختلفة، يمثلها الوعي الحزبي المشارك في الصراعات الداخلية، والوعي بالوحدة الإجمالية للبناء الاجتماعي في مواجهة البنى وهو ما يعرف بالوعي الوطني فالوعي الوطني والوعي الحزبي وجهان للوعي السياسي¹.

من التعريفات السابقة نخلص إلى أن الوعي السياسي يتكون من عدة عناصر هي:

- 1) مجموعة من المعارف والأفكار والمفاهيم السياسية المرتبطة بالقضايا والأحداث للواقع المحيط، والمؤسسات والقضايا والقيادات السياسية على المستوى المحلي والقومي والعالمي.

¹: موسى حلس، دور الجامعة في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة (دراسة تحليل نظري)، بحث مقدم إلى مؤتمر جامعة القدس المفتوحة المنعقد برام الله في 02-5-2007، ص 7.

- (2) ممارسة سياسية تجعل لدى الفرد القدرة على الوصول للحقائق.
- (3) إدراك للواقع السياسي والتاريخي للمجتمع، وإدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار، استنادا إلى الثقافة السياسية لهم.
- (4) تصور كلي لحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس كوقائع منفصلة وأحداث متناثرة لا يجمعها رابط.
- (5) المشاركة في العمليات السياسية المختلفة من خلال وسائل مشروعة.
- (6) تحليل وتفسير التصورات السياسية المحلية والعالمية في ضوء منهج علمي، يمكن الأفراد من فهم أحداث الماضي، وتفسير الواقع، والتنبؤ بالمستقبل.
- ومما سبق نخلص إلى أن الوعي السياسي يمثل مجموعة من المعارف والأفكار والمفاهيم التي تتكون لدى أفراد المجتمع على المستويين المحلي والعالمي، والتي تشكل الثقافة السياسية للمجتمع أو قد تكون نتيجة لها، وهو يعكس مستوى إدراك أفراد المجتمع لواقعهم السياسي ويمكنهم من تفسير وتحليل الأحداث السياسية والتاريخية، والتأثير في صنع القرار السياسي من خلال المشاركة في العملية السياسية بالوسائل المشروعة.

المطلب الثاني: أهمية الوعي السياسي.

إن أهمية الوعي السياسي في الفترة الراهنة يعد ضرورة إنسانية في ظل واقع صعب ومزيم ترمر به المنطقة العربية عموما والجزائر خاصة في الآونة الأخيرة، وتكمن أهميته من خلال الحاجة إلى ذلك الوعي نظرا لارتباطه بالواقع الإنساني وهمومه ومشاكله، فالوعي السياسي يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروفًا اعتيادية وغير اعتيادية.

إن قيمة الوعي وأهميته وغاياته، فهو إما أن يكون وعيا إيجابيا يضيف إلى رصيد المجتمع عطاءا من شأنه رفعته وتقدمه وعلو شأنه، وإما أن يكون سببا ينتقص من قدرته ومكانته، ولا شك في أن الوعي هو المدخل الرئيسي للتعامل مع العصر من منطلق الارتكاز على جذور عقيدة قوية تدعونا

للانطلاق نحو أفاق المستقبل بلا خوف، وبدون هذا الوعي المرتبط بالعقيدة القوية تتوالد التدايعات السلبية المرتبطة بغياب الوعي، فتتأثر قيم الولاء والانتماء ويصبح الإنسان مجرد ريشة في مهب ربح¹.

ويمكن إبراز أربع نقاط في موضوع أهمية الوعي السياسي يمكن أن نلخصها في مايلي:

أولاً- قضية النهضة الحضارية

يساعد الوعي على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات، كل هذا يكون بمثابة سبيل للوعي السياسي باتجاه تطور المجتمع ونهضته، كما أن النهضة الحضارية والفكرية لا يمكن تحقيقها دون الربط بين الوعي التاريخي والوعي بالأمور التي يمر بها الأفراد في الفترة الراهنة، لأن الخلفية الثقافية غالباً ما ترتبط بمعرفة الأحداث التاريخية وتحليلها تحليلًا علمياً، ومن ثم بناء الخطط المستقبلية لها من حيث زرع المفاهيم المدنية في عقول الجيل الجديد لكي تمكنه من إحداث التغييرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المطلوبة في المستقبل، لأن بناء الوعي السياسي لا يمكن أن يتحقق في مرحلة وإنما يتطلب ذلك عدة مراحل لا بد من توفرها في سبيل النهوض بالواقع السياسي للمجتمع².

إن غياب الوعي السياسي يؤدي في العادة إلى ضياع الكثير من الفرص المتاحة والممكنة، ويقود إلى التخلف وعدم مواكبة العصر والتطور، فالوعي السياسي يقوم بأكثر الأدوار نشاطاً في المجتمع، لأنه يمثل حلقة الوصل بين الاقتصاد ومختلف أنواع الوعي، ويمتاز الوعي السياسي بكونه موجهاً ومنصبا على هدف ما، أي أنه يعكس الوجود الاجتماعي في أهداف ومهام تتقيد بها الطبقات إبان نضالها لتحقيق مصالحها³.

ثانياً- تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية

كما أن الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة المبالغ في رصد عوامل التخلف، وكذلك رصد الإيجابيات، حيث يساعد

¹: إمام شكري إبراهيم أحمد قحطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مصر، مركز الاسكندرية للكتاب، 2009، ص 156.

²: سالم حسن رمضان يوسف، تحديات التحول السياسي، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2014، ص ص 373، 374.

³: صلاح محمد عبد الحميد، ممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 18.

الوعي السياسي للمحيط الذي يعيش فيه الإنسان على تحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة، بحيث يعطي للواقع مشهدا علميا وأكاديميا يخدم الدارسين في هذا المجال.

فكما هو معروف فإننا نعاني من وجود وعي سياسي، وحتى إن وجد فذلك الوعي إما مدافع عن ممارسات السلطة بما فيها من احتكار واستبداد نظرا للانتهازية السياسية لدى البعض، ونظرا لتخلف المجتمع المدني ومؤسساته المتعددة والمختلفة، وتكمن أهمية الوعي السياسي في إعادة ترتيب وصياغة الأفكار والمعتقدات التي سادت في حياة الشعوب في البلدان المتخلفة.

ثالثا- تحديد دور الدولة ومؤسساتها

عن طريق الوعي السياسي يحدد دور الدولة ومؤسساتها في التعامل مع القضايا الحيوية التي تحدث داخل المجتمع، كما يساعد على إخراج المجتمع من الانغلاق والجمود والسيطرة الشمولية للدولة في حياة المواطنين فإن السياسات الحكومية تتأثر برأي الشارع إلى حد بعيد، ونرى ذلك بصورة جلية في الحركات الاجتماعية والسياسية التي تقوم بها المجتمعات والنقابات في البلدان المتقدمة، وحين يشعر المواطن بحقوقه الطبيعية لا بد من العمل من أجل الحصول على تلك الحقوق بصورة الرأي وتفعيل دور الشارع في المطالبة بحقوق العامة¹.

رابعا- القضاء على الاستبداد السياسي

كما أن الوعي السياسي يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل وأخطر الأزمات، إذ يعد الاستبداد السبب الرئيسي وراء التخلف في مختلف المجالات الأخرى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، ويعد الوعي السياسي أفضل طريقة للتخلص من الاستبداد والقمع، وذلك عن طريق معرفة الشعب لما له من حقوق وما عليه من واجبات، وإن أي تطور حدث في الدول المتقدمة قد كان سببه نمو الوعي السياسي والفكري لديهم².

وعلى هذا يمكن القول أن أهمية الوعي السياسي من الركائز الأساسية لبناء الأمم والنهوض بها، فكلما كان هناك وعي سياسي عال كلما كان هناك ثبات واستقرار ونهوض للمجتمع، وكلما كان هناك غياب للوعي السياسي كان هناك اهتزاز وعدم اتزان داخل المجتمع، ويصبح ذلك المجتمع متأخرا

¹: سالم حسن رمضان يوسف، تحديات التحول السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 376.

²: زيرفان سليمان البرواري، الوعي السياسي وتطبيقاته الحالة الكردستانية نموذجا، مطبعة خاني، ط1، 2006، ص ص 29، 30.

ومتخلفا مقارنة بالمجتمعات الواعية، فعدم التطلع والنهوض بهذه المجتمعات إلى مستوى راقى يسهم في ضعفها وانهارها وهذا نتاج عن غياب الوعي السياسي.

ومن خلال ما سبق نستنج أنه لا بد للمجتمع من أن يدرك أهمية الوعي السياسي وقيمه وسبل تكريس حالة لمفهوم الديمقراطية، ومساندة الأصوات والقوى السياسية التي تنادي بتثقيف الفرد والمجتمع سياسيا، فأى نظام سياسي يحتاج إلى وجود وعي سياسي يغديه ويحافظ عليه، فإذا كان هناك حكم فردي تسلطي فإنه يوائمه وعي سياسي تتمحور عناصره في الخوف من السلطة والإذعان لها وضعف الميل إلى المشاركة، وفتور الإيمان بكرامة وذاتية الانسان، وينتج عن عدم إتاحة الفرصة لظهور المعارضة، أما عندما يكون الحكم ديمقراطيا فإنه يوائمه وعي سياسي يؤمن بحقوق الإنسان، ويقنع بضرورة حماية الإنسان وكرامته في مواجهة أي اعتداء على هذه الحريات حتى لو كان من قبل السلطة.

المطلب الثالث: أدوات تشكيل الوعي السياسي.

تتعدد الأدوات التي تساعد على اكتساب الوعي السياسي، وذلك باعتبار الإنسان منذ ولادته يعيش مؤسسات عديدة بدءا من الأسرة مروراً بالمدرسة وجماعات الرفاق ووسائل الإعلام، وهذه المعيشة تؤدي إلى إكسابه معلومات وحقائق مثل السياسية، ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه السياسي إيجابا أو سلبا على نحو مباشر أو غير مباشر.

وهذه الوسائط تلعب دورا هاما في تزويد الناشئة بالمعلومات والأفكار والقيم، وتساعدهم على اكتساب الثقافة السياسية التي تشكل لديهم وعيا سياسيا يهيئهم للمشاركة أي العملية السياسية مستقبلا، ورغم تعدد هذه الوسائط ونسبية كل منها إلا أنه من الضروري، أن يتم التنسيق والتكامل في الإعداد والتوجيه السياسي لهذه الوسائط أو المصادر، فالحقيقة أن لهذه الوسائط أو المصادر المختلفة الرسمية أو غير الرسمية لا تعمل منفصلة عن بعضها البعض، بل هي وسائط تتكامل في التأثير وهي على النحو التالي:

أولا- الأدوات غير الرسمية

1. الأسرة: تعد النواة الأولى في تلقي البيئة السياسية، حيث يبدأ الطفل باكتساب الوعي بنفسه ككائن حي له مقومات ذاتية، وكذلك اكتساب الوعي السياسي بالوسط الاجتماعي الذي يحيط به،

فقد أكد عالم الاجتماع الفرنسي دوركايم على دور الوالدين والأسرة في تنشئة الطفل سياسياً، وذلك لأن جميع المكونات الثقافية الأولى تكون من الأسرة والوالدين، فهي البداية الأساسية والأولى للبنية السياسية للطفل¹.

وتحتل الأسرة في كل الثقافات المرتبة الأولى في التنشئة السياسية، نظراً لما لوحظ من تشابه بين الآباء والأبناء في المعرفة السياسية والاختيار الحزبي، كما تشير نتائج البحوث الحديثة إلى وجود تشابه بين الآباء والأبناء في الانتماء الحزبي والالتزام بالقضايا والآراء السياسية².

ويشير دايفيد ايستن إلى وجود ثلاث مراحل ضرورية في حياة الطفل السياسية³:

• مرحلة التسييس: حينما يشعر الطفل بوجود عالم سياسي ومواقع سياسية في محيطه الاجتماعي.

• مرحلة الشخصية: حيث يدرك الطفل من خلاله تعرفه على بعض الوجوه السياسية والتي تكون بمثابة نقاط اتصال مع النظام.

• مرحلة تصوير وتكوين قيم محددة: عندما ينظر الطفل للسلطة من خلال بعض وجهات النظر التي كونها عنها كأن تكون مقبولة لديه أو يرفضها شعورياً، وتملكه بردود فعل معينة مرضية أو غير مرغوبة فيها.

والتنشئة السياسية في مرحلة الأسرة هي في الحقيقة محاولة إدخال ذهن الطفل للتعرف على الواقع السياسي بشكل بدائي وبسيط، من خلال التعرف على رموز السلطة وبعض الأمور المتعلقة بالسياسة من دون أن يكون لذلك الطفل أي تحفظات، مما يجده في الواقع من الأمور السياسية والأحداث والظروف.

فقد توصل هيربرت هايمان إلى أن الأسرة تعد أهم المصادر في تعليم النشء المعارف السياسية، كما خلص ايستون Easton من خلال دراساته الميدانية إلى أن التعليم السياسي يبدأ بصورة أساسية

¹: سالم حسن، رمضان يوسف، تحديات التحول السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 380.

²: سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم دراسة ميدانية لطلاب المدارس الثانوية، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص 49.

³: صلاح محمد عبد الحميد، ممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 25، 26.

من خلال الأسرة في فترة ما قبل المدرسة، حيث يستقي الأطفال من الوالدين الكثير من المعلومات الأساسية عن المجتمع، كما أن المعلومات والخبرات التي يكتسبها الفرد خاصة السياسية في سياق الأسرة تظل مؤثرة في سلوكه حتى فيما بعد الاستقلال عن الأسرة¹.

وعلى الرغم من تعدد مؤسسات التطبيع الاجتماعي والجماعات التي تؤثر في توعية الطفل، إلا أن الأسرة تعتبر من أهم المؤسسات التي تقوم بهذه العملية، فهي الخلية الأولى التي يحتك بها الطفل ويكتسب منها أبعاد وعناصر التوعية التي تنعكس على المراهق في مراحل حياته.

2. جماعة الرفاق: ويقصد بها مجموعة الأصدقاء والزملاء المحيطين بالفرد سواء داخل نطاق الأسرة أو في المدرسة، ويستمر تأثير جماعات الرفاق على جميع مراحل الحياة في الجامعة عن طريق التنظيمات غير الرسمية والجماعات والأمر الجامعية، وفي العمل وحتى بعد أن يعتزل الفرد الوظيفة² لهذا تتزايد درجة الترابط بينهم كذلك التأثير المتبادل، ولا شك أن لتلك الجماعات دوراً أساسياً في نقل وتعزيز القيم التي يكتسبها أعضاء تلك الجماعات.

ولقد برزت أهمية جماعات الرفاق ودورها في عملية تكوين الوعي السياسي مع التحولات الاجتماعية التي حدثت في العقود الأخيرة، والتي صاحبها ضعف في الروابط الاجتماعية بين الأبناء والآباء.

كما نجد أن العلاقات داخل الأسرة والمدرسة تتسم بمبدأ السيطرة والخضوع، بينما تقوم هذه العلاقات داخل جماعات الرفاق على مبدأ الديمقراطية، حيث توفر جماعات الرفاق لأعضائها مجالاً أرحب للتكيف مع البيئة الاجتماعية والثقافية، وتتسع فيها مجالات المناقشة وتتعدد الآراء، ويمكن أن تضطلع جماعات الرفاق بوظيفتين رئيسيتين هما³:

❖ **نقل وتعزيز الثقافة السياسية:** إذ يمكن عن طريق هذه الجماعات نقل الثقافات الفرعية سواء كانت طبقية أو مهنية أو عرقية أو دينية.

¹: سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم دراسة ميدانية لطلاب المدارس الثانوية، مرجع سبق ذكره، ص 183-184.

²: محمود حسن اسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور أخبار التلفزيون، مصر، دار النشر للجامعات، ط1، 1997، ص38.

³: نفس المرجع السابق، ص 38.

❖ غرس قيم ومفاهيم جديدة: قد يتعلم المرء عن طريق جماعة الرفاق اتجاهات ونماذج سلوكية جديدة، إذ أن جماعة الرفاق تتيح لأعضائها أول فرصة لمعايشة مجموعة لحالة غير أسرية تلقنهم كيفية أداء أدوارهم، وتنشئهم على أنماط جديدة في التفكير والإدراك والسلوك، وتلعب جماعات الرفاق دورا مهما في التعليم السياسي.

ومن هنا يبرز دور جماعة الرفاق في تنمية الوعي السياسي، حيث تمد الفرد بدور كبير في تكوين وبناء القيم والاتجاهات من خلال عضويته في الجماعة، كما أنها تسهم بدور كبير في تكوين وبناء القيم والاتجاهات السياسية للأفراد داخل المجتمع.

ثانيا- الأدوات الرسمية

1. المؤسسات التعليمية: تعتبر المؤسسات التعليمية وسيطا اجتماعيا وضعه النظام السياسي بهدف تكريس الوضع القائم، وفي هذا الإطار تعد المناهج الدراسية وبقية جوانب العملية التعليمية والتربوية إحدى الآليات المتاحة للحفاظ على البناء السياسي.

إذ تمثل المدرسة المؤسسة الرسمية الأولى التي توظفها النظم السياسية في بث وترويج قيم معينة تتفق أهدافها لدى صغار النشء، ففي معظم النظم السياسية في الدول النامية بصفة خاصة ينادى بهذه المؤسسة غرس القيم والاتجاهات التي تراها ملائمة لأهدافها، من خلال المقررات الدراسية التي تقدمها للنشء، وتكتسب المدرسة أهمية خاصة في ذلك لاعتبارات عديدة منها: طول الفترة التي يقضيها الفرد في التعليم وارتباط النظام المدرسي بالدولة وخضوعه للسلطة السياسية، فالتعليم هو الأداة الرئيسة لإحداث التغيير الاجتماعي¹.

وقد أكد عالم السياسة الأمريكي (ماريام) على دور المدرسة باعتبارها النظام التربوي الرسمي التي تقوم بعمليات التدريب المدني، وأن التلاميذ يكتسبون أولى عمليات التنشئة من خلال المدرسة، فهي التي تعمق من شعور الأفراد للانتماء إلى المجتمع وتساهم في بناء شخصية الطفل وثقافته عن طريق فهم العادات والتقاليد، وتجعله عضوا مشاركا في المجتمع وللمناهج الدراسية والكادر العلمي والطلبة أثرهم على اكتساب الوعي السياسي².

¹: سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم دراسة ميدانية لطلاب المدارس الثانوية، مرجع سبق ذكره، ص 50.

² سالم حسن رمضان يوسف، تحديات التحول السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 382.

وهكذا فإن التعليم في كل الأحوال هو السبيل إلى تشكيل الوعي السياسي، إذ يتم من خلال نقل المعارف السياسية بصورة مباشرة وصورة غير مباشرة، وتأكيد الشعور بالوطنية والولاء وبث القيم والاتجاهات الإيجابية للأفراد نحو بلدهم ونظامهم السياسي.

وترجع أهمية الدور الذي تلعبه المدرسة في تكوين الوعي السياسي إلى¹:

- طول الفترة التي يقضيها التلميذ في التعليم والتي تمتد من بداية الحضانه إلى المرحلة الجامعية.
- تدرج الوعي السياسي لدى المتعلم بتدرج مراحل التعليم، حيث يوجد تناسب طردي بين علو المرحلة التعليمية وارتفاع درجة الوعي لدى التلاميذ.
- تخلق المدرسة وعيا سياسيا على مستوى رفيع بقواعد اللعبة السياسية في المجتمع، وتتيح للفرد مزيدا من المشاركة في العمل السياسي ومزيدا من النفوذ في هذا المجال، فالتعليم هو مفتاح للمشاركة والممارسة السياسية.
- وجود تنظيمات على مستويات متعددة تغرس المشاركة والممارسة السياسية تفصيلا في داخل نفوس النشء.
- ربط النظام المدرسي بصلات إدارية بالدولة، أي أن التعليم الرسمي يعني بالنسبة للدولة الكثير من التطلع لأفاق المستقبل، وهو الأداة الرسمية لإحداث تغيير في الاتجاهات للإسراع في تحقيق معدل التنمية وتحديد أنماط سياسة جديدة.
- كما تعد الجامعة من أهم المؤسسات لإنتاج الكوادر والأفكار وتطويرهما، وللجامعة دور حيوي وبارز في حياة المجتمعات البشرية، وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادة ما كانت الجامعات بمثابة قوة ضغط على الحكومة من خلال تقييد بعض ممارستها السياسية، وتمارس الجامعة دورها الايجابي إذا ما تم الربط بين المعرفة والانتاج، أي ربط الجامعة بهيوم ومشاكل المجتمع والعمل على تثقيف

¹: محمود حسن اسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور أخبار التلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 41، 42.

المواطنين ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية، ومراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي السياسي ونشره بين الطلبة والمجتمع، ويظهر دور الجامعة في اكتساب الوعي السياسي من خلال اهتمامات الجامعة بالأحداث السياسية التي يمر بها المجتمع¹.

2. الأحزاب السياسية: تتعد تعريفات الحزب السياسي بتعدد الأيديولوجيات من ناحية وبتعدد الزاوية التي تنظر منها، إذ يعرف على أنه اتفاق عدد من الأفراد على مجموعة من المبادئ والأهداف يبتغون من إنجازها تحقيق الصالح العام، أو على الأقل تحقيق مصالح أعضاء الحزب، وهم أساساً فئة من فئات المجتمع، كما يعرف بأنه تنظيم لأشخاص يهتمون بضبط بناء القوة في المجتمع، والتأثير عليه والعمل من خلاله على نحو يرون أنه ملائم لمصالحهم ولمصالح المجتمع العليا².

وغالباً ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية في الفترات الأولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الأحزاب ضئيلاً بالنسبة للتوعية السياسية، وغالباً ما تكون الاتجاهات التي تفرسها الأحزاب السياسية في الدول المتقدمة منسجمة مع القيم التي تفرسها العائلة والمدرسة، أما في البلدان المتخلفة فتسعى الأحزاب السياسية إلى غرس قيم غالباً ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها الأفراد في طفولتهم، حيث يقتصر التغيير والتطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات³.

ومن هنا فإن الأحزاب السياسية تساهم بدور فعال عن طريق تزويد أعضائها بالمعارف السياسية وتكوين اختيار الكوادر السياسية، بالإضافة إلى ذلك تستطيع المساعدة على تكوين الرأي العام وتوجيهه نحو مسألة من المسائل التي تمس المصالح المشتركة للمجتمع، إذ تسعى الأحزاب السياسية إلى تكوين الوعي السياسي لأعضائها من خلال البرامج التي تضعها وسائل الإعلام الخاصة بها، وكذا المحاضرات والندوات وغيرها من الأنشطة، كما تسعى الأحزاب إلى التأثير في غير أعضائها بهدف الترويج لبرامجها وانضمام أفراد جدد إليها.

¹: صلاح محمد عبد الحميد، ممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 27

²: محمود حسن اسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور أخبار التلفزيون، مرجع سبق ذكره، ص 42

³: سالم حسن رمضان يوسف، تحديات التحول السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 384.

ومن هنا يتضح لنا الدور الذي تلعبه الأحزاب السياسية في صياغة الثقافة السياسية للمجتمع من خلال برامجها ومبادئها وعمليات التوعية المنظمة التي تقوم بها، وبصورة عامة يمكن القول أن الأحزاب السياسية تساهم في تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية من خلال التأثير في الرأي العام، تكوين الثقافة السياسية، التربية السياسية، الاندماج الاجتماعي¹.

فالأحزاب السياسية هي من أهم المؤسسات المعاصرة التي تؤثر في مجرى الأحداث السياسية في المجتمع ونهوضه، لكن أهمية الأحزاب تكمن في مناقشة بعضها مع البعض الآخر في استلام مراكز الحكم وممارسة السلطة للسيطرة على أمور ومقدرات المجتمع، فتعمل الأحزاب السياسية على وضع استراتيجيات للتنمية والتخطيط لتطوير مجتمعاتها وتغيير تصوراتها أو عاداتها الفكرية، سواء بتعديل الوضع التقليدي السائد وتبديله بما هو أفضل، أو عن طريق برامج التنمية والتعجيل بتطبيق تكنولوجيا العصر واستخدامها لمحاربة التخلف والبدائية والنمطية².

حيث أن دور الحزب يزداد ويتعاظم في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة إلى حد كبير، ويرجع ذلك عادة إلى غياب أو تخلف وسائل الاتصال الجماهيري في هذه الدول، أو عدم كفاية وفعالية شبكات ونظم الاتصال السائدة فيها، وفي مواجهة هذا القصور يعمل الحزب الحاكم في هذه الدول عادة على تطوير شبكة اتصال جماهيري قوية وفعالة، يمكن عن طريقها تحقيق الاتصال السياسي المطلوب داخل بناء الحزب، وبين أعضائه، وبين الحزب وجموع المواطنين، وتوفير مخرج إعلامي متقن وواضح، يفصح للجماهير عن الخطط والبرامج والسياسات³.

وتندرج أهم وظائف الأحزاب السياسية في تشكيل الوعي السياسي، وتقديم البرامج السياسية والطرق السلمية لتنفيذها، وتقديم المعلومات الاقتصادية والاجتماعية بالطرق المبسطة الواضحة، وكذلك تدعيم الثقافة السياسية والجماهيرية وخلق القيم والمعايير السياسية وتوسيع قاعدة الوعي السياسي، كما يعتبر الحزب أداة تنظيمية لتنظيم الأفراد مع الأفراد وخلق قنوات اتصال والاسهام في البناء الوطني في الحياة السياسية ووضع السياسات العامة، أي القبول العام بالقرارات والقوانين

¹: حسن أبو حمود، علم الاجتماع السياسي، منشورات جامعة دمشق، مطبعة ابن حيان، 2007/2006، ص 86.

²: مولود زايد الطيب، التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، عمان، المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، ط1، 2001، ص 83.

³: J. A. Schlesinger, **Political parties units**, in D, L, Sills, Vol .11, P 434.

والسياسات من خلال خلق آليات ربط المواطنين بالدولة ومؤسساتها، وكذلك المشاركة السياسية الفاعلة وتأمين الرخاء النفسي للمواطن¹.

3. وسائل الإعلام: تعد وسائل الإعلام من القنوات المهمة في تنشئة الفرد وصقل شخصيته، وإكسابه العديد من المعارف والأنماط السلوكية والمهارات لما لها من أثر مباشر ينقل أفكار الفرد أو يبلورها إلى مواقف أخرى أكثر نوعية.

ويرى أنطوان أوريم أن لوسائل الاتصال الجماهيري دورا هاما في تشكيل الآراء والاتجاهات والقيم والمعتقدات السياسية والايديولوجية عند الأطفال أو الراشدين في نفس الوقت، وخاصة أن الفرد العادي يمكنه أمام هذه الوسائل لفترات متعددة لإشباع حاجاته الأساسية من المعلومات والأخبار والأحداث، كما تسهم في تكوين اتجاهات ورغباته وتطلعاته المستقبلية².

ويعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام من حيث التأثير في توجهات الناس السياسية نظرا لاقتران الصوت بالصورة، وقدرته على توصيل رسالته لجميع طبقات المجتمع بمن فيهم غير المتعلمين، بالإضافة إلى الأسلوب الشيق ما يجعل وسائل الإعلام خاصة المرئية والمسموعة منها ذات خطورة وتأثير في عملية التنشئة السياسية، لا سيما في عصر البث الفضائي وانتشار الفضائيات التي غزت العالم بسرعة قياسية.

وتكشف نتائج الدراسات المختلفة عن هيمنة وسائل الإعلام واستحواذها على اهتمام الأفراد، ففي الولايات المتحدة الأمريكية توصل ويبر وفليمنج 1998 من خلال دراستهما على عينة من الطلاب أن التلفزيون أتى كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية والاقتصادية لهؤلاء الطلاب ثم الصحف ثم الوالدين، وفي مصر خلص سيد أبوضيف 1993 من خلال دراسته على عينة من طلاب جامعة قناة السويس أن وسائل الإعلام تعد المصدر الأول لهؤلاء الطلاب للمعرفة السياسية ثم الكتب المتخصصة³.

¹: بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام البرلماني والسياسي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص ص 44، 45.

²: عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة المعاصرة، بيروت، دار النهضة العربية، للطباعة والنشر، ط1، 2001، ص 456.

³: سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم دراسة ميدانية لطلاب المدارس الثانوية، مرجع سبق ذكره، ص ص 184، 185.

وتساهم وسائل الإعلام في ربط المجتمع المحلي بالمجتمع الوطني، وتوعية المواطن بالقضايا الوطنية والعالمية ونقل القيم الجديدة إلى الجماهير، وتشارك في تكوين قيمها وترسيخها، حيث تقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات عن قرارات وسياسات النخبة الحاكمة إلى الجماهير، ونقل المعلومات عن مطالب وردود فعل الجماهير إلى النخبة.

ويتوقف دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي على ما يلي¹:

- نوع الوسيلة الإعلامية المتاحة للفرد.
- ردود فعل الفرد لما يتعرض له في وسائل الإعلام حسب سنه.
- خصائص الفرد الشخصية ومدى ما يحققه من اشباع حاجاته.
- درجة تأثر الفرد بما يتعرض له في وسائل الإعلام.
- الإدراك الانتقالي حسب المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الذي ينتمي إليه الفرد.

ومما سبق يتضح لنا أن وسائل الإعلام تمثل أداة هامة في تشكيل الوعي السياسي، من خلال ما تقدمه من برامج سياسية وإخبارية ومتابعتها اليومية وتحليلاتها وتفسيراتها الدورية للأحداث والمعطيات التي تستطيع أن تؤثر في أفكار الأفراد واتجاهاتهم، وتساهم في تشكيل الخريطة المعرفية والإدراكية لهم، إذ تعمل على خلق الإحساس بالمواطنة والانتماء وخلق حد أدنى من الاتفاق حول القيم، ومن جانب آخر تزود الفرد بالمعلومات عن الوقائع السياسية المختلفة، كما تقدم نماذج وأنماط سلوكية جديدة لمشاركة في الحياة العامة .

المطلب الرابع: أنماط ومستويات الوعي السياسي.

أولاً- أنماط الوعي السياسي

1. الوعي الفردي والجماعي: يقصد بالوعي الفردي العالم الروحي للفرد، ويتحدد هذا الوعي بالخصائص الفردية في وعي الإنسان مثل: المشاعر، العواطف، الأفكار، ويتكون الوعي الفردي أساساً تحت تأثير الوعي الجماعي، فالعناصر المكونة للوعي الجماعي هي التي توجه سلوك الفرد، والوعي الفردي

¹: اسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 39..

يتحدد من خلال نشاط الجماعة، فعن طريق احتكاك الأفراد بعضهم ببعض تتشكل فيما بينهم الروابط والمشاعر والآراء¹.

أما الوعي الاجتماعي " الجماهيري" فيعني المعارف والتصورات والأفكار والآراء التي تجمع عليها الطبقات المشكلة للمجتمع، وهذا الوعي يتشكل في إطار الممارسة العملية، ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بالواقع القائم وإقامة علاقة والتفاعل معه، وهو وعي مبعثر لا يتسم بأي سمة نقدية، وهو ليس بمعزل عن أفراد معينين، بل يوجد في أذهانهم على شكل أفكار ونظريات ومشاعر ورغبات معينة بها مجموعة من الناس، ويعبر الوعي الجماهيري عن المصالح المشتركة لطبقة ما أو عن أي جماعة اجتماعية أخرى².

والعلاقة بين هذين المستويين توصف بأنها علاقة جدلية، وذلك لأن الوعي الفردي يؤثر في الوعي الاجتماعي، مع الأخذ بعين الاعتبار أن الوعي الاجتماعي ليس مجرد جمع بسيط لمجموع وعي الأفراد، لأنه يكسب وعي الأفراد خصائص المرحلة التاريخية للبناء الاجتماعي.

2. الوعي الاعتيادي والوعي النظري المجرد: يعد الوعي الاعتيادي أحد أنماط الوعي السياسي

الذي يولد لدى الناس من خلال ممارستهم لنشاطهم العملي اليومي المعتاد، ويشمل هذا الوعي على المعايير والتصورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية، وعن أوضاعهم وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم سواء كانت تصورات واقعية أو سطحية، وهناك تصورات غير واقعية انبثقت عن الظروف المباشرة لحياة الناس وأخرى واقعية عن الواقع المحيط بهم³.

أما الوعي النظري المجرد فيعني الغوص في أعماق الواقع لاكتشاف جذور الظواهر والقوانين التي تحكم وجودها، ويعلل حركاتها وبغية تفسيرها للحفاظ على العلاقات القائمة أو تغييرها، ويأخذ العلماء والمفكرين على عاتقهم صياغة هذا النمط من الوعي ليبدو في شكل منظومة عقائدية أو نظرية ومعارف علمية وعملية متراكمة⁴.

¹: إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين دراسة عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب، الإسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب، 2009، ص 126

²: إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³: نفس المرجع السابق، ص 29.

⁴: إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين دراسة عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب، مرجع سبق ذكره، ص 128.

ولا يعني وجود هذين النمطين من الوعي أنهما منفصلان تماما، والحد القائم والفاصل بينهما في الحياة الواقعية نسبي وغير ثابت، فعلى سبيل المثال ينطلق العلماء والمفكرين من الوعي الاعتيادي لمعالجتهم لإيديولوجية حياتهم، ويعتمدون على كثير من عناصر هذا الوعي مثل الخرافات، وبالمقابل فإن الصيغ النظرية والإيديولوجية تعكس الوعي الاعتيادي مباشرة بالوضع الطبقي¹.

ثانيا: مستويات الوعي السياسي

يمكن تحديد مستويات الوعي السياسي في الفئات التالية:

1. **المستوى النظري:** ويقصد به مستوى الأفكار والأيدولوجيات التي يحتويها موضوع الوعي من قيم ثقافية ومعايير وعواطف، ويمر هذا المستوى بمراحل ثلاث وهي مرحلة المعرفة والإدراك، مرحلة الاهتمام السياسي ومرحلة الانضمام السياسي².

- **مرحلة المعرفة والإدراك:** وهي المرحلة التي أطلق عليها هيغل مرحلة الاستكشاف، ويكون الفرد على مستوى الإدراك المباشر وفهم الحقائق دون التأثير في الموقف بشكل مباشر، كما تعتبر هذه المرحلة استعدادا للوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقاءها.

- **مرحلة الاهتمام السياسي:** أي مرحلة الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ذلك الارتباط الذي يخالف الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها وعناصر الاهتمام تتمحور حول أربع مستويات الانفعال مع الجماعة، الانتقال بالجماعة، التوحد مع الجماعة وأخيرا تعقل الجماعة.

- **مرحلة الانضمام السياسي:** إذ يحتاج الوعي السياسي إلى مؤسسة لتكوينه فكريا، قد تكون مؤسسة: تربوية، سياسية، أو دينية، والانضمام إلى هذه المؤسسات قد يوجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد، فعندما تكون هذه المؤسسات اجبارية كالمدرسة، فبالضرورة يعكس الوعي الرسمي للسلطة على وعي الطلاب قصد مساندة النظام أو تبريره والدفاع عنه، أما انضمام الفرد لجماعات اختيارية يصعب على السلطة السيطرة على وعي الأفراد، وفي أغلب الأحيان لا يظهر وعي الأفراد المنظم في هذه الجماعات إلا في حالة صدام مع السلطة.

¹: إسماعيل سلمان ابو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، مرجع سبق ذكره، ص 30.

²: نفس المرجع السابق، ص ص 40-41.

2. مرحلة الممارسة: وهي مرحلة يصبح فيها وعي الفرد قادرا على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة أو بعضها، ما يتناسب مع دوره في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنها، وتعتبر الحركات السياسية والطلابية من أهم مظاهر الوعي السياسي والتي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطالب ورغبات الطلاب، وإذا كان الوعي السياسي عاملا مساعدا في الممارسة السياسية فإن دوره لا يتأتى إلا بتوافر مجموعة من الشروط أهمها¹:

✓ الشعور بالافتقار السياسي: هو الحالة الذهنية يشعر فيها الفرد بأنه يمتلك القدرة على فهم مواطن الصواب في النظام الاجتماعي العام، فيؤازرها ويسعى إلى تثبيتها وتنميتها وفهم مواطن الخلل، فيسعى إلى التنديد بها وكشف عواقبه السلبية على الفرد وعلى الجماعة ثم يبدي رأيه الصائب دون خوف من لوم أو عقاب.

✓ الاستعداد للمشاركة السياسية: هذا الشرط يستوجب وعي الفرد بأن ممارسة الحرية السياسية ممارسة فعلية بغية المشاركة في صياغة السياسات والقرارات واختيار الحاكم وأعضاء المجالس النيابية على الصعيدين المحلي والمركزي.

✓ التسامح الفكري المتبادل: وهو أن يكون النظام السياسي مرنا بحيث يسمح لكافة التوجهات السياسية أن تعبر عن نفسها من خلال قنوات مشروعة على المستويين الرسمي والشعبي.

✓ توافر روح المبادرة: فينبغي على كل فرد في المجتمع أن يشعر شعورا ايجابيا تجاه الدولة التي تحكمه.

✓ الاحترام المتبادل قبل الأشخاص: إذ لا بد من توافر القناعة بأن السلطة السياسية مودعة في المؤسسات فهي مستقرها ومستودعها.

✓ الثقة المتبادلة: لا بد أن تكون ثقة متبادلة بين الحاكم والمحكوم من جهة، وبين المؤسسات السياسية الدستورية الحاكمة وبعضها البعض من جهة أخرى.

¹: إمام شكري ابراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين دراسة عن دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب، مرجع سبق ذكره، ص ص 137-138.

خلاصة:

وفي الأخير نستخلص أن الإعلام بوسائله المختلفة يلعب دورا بارزا في تشكيل وتعزيز الوعي السياسي، من خلال إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية التي تحيط به، يستطيع من خلالها الفرد تكوين آرائه وتوجهاته تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية، وهذا بلا شك سيحدث تنمية سياسية شاملة تساعد في تشكيل قاعدة من العلوم والمعرفة، وتعمل على تغيير سلوك الأفراد.

الفصل السادس

الدراسة الميدانية

المبحث الأول: تحليل وتفسير بيانات الجداول.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد:

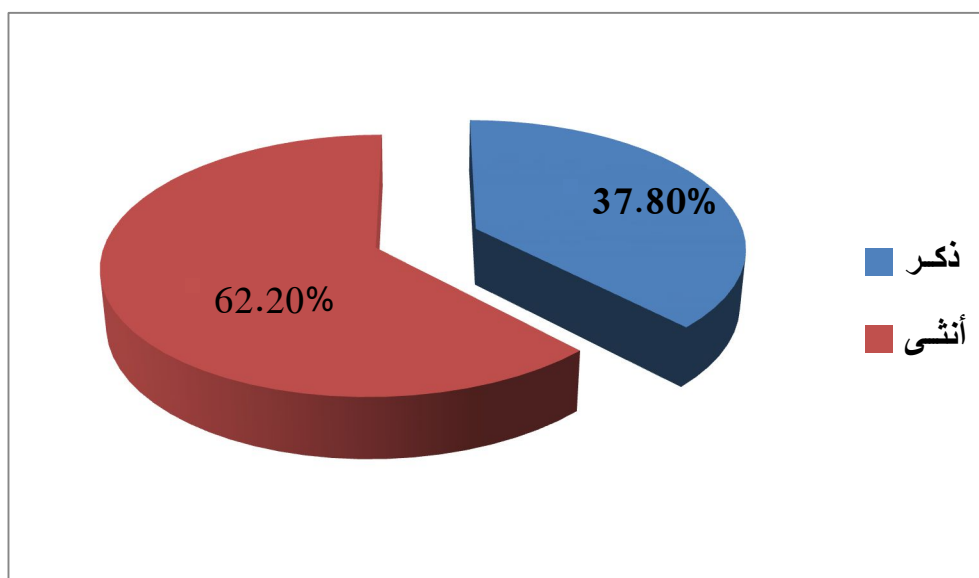
يتضمن هذا الفصل تحليل نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بعادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين (جامعة الجزائر، جامعة قسنطينة، جامعة وهران) للبرامج السياسية بقناة النهار TV، ومدى اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات السياسية من خلال الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية واختباراً² للأسئلة الواردة في استمارة البحث، التي أجريت على عينة حجمها 500 مبحوث من طلبة الجامعات سألقة الذكر.

المبحث الأول: تحليل وتفسير بيانات الجداول.

الجدول رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
37.80%	189	ذكر
62.20%	311	أنثى
100%	500	المجموع

الشكل رقم 4: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



يوضح لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الجنس إذ تبين لنا تفوق الإناث على الذكور، إذ بلغ عددهم بـ 311 طالبة بنسبة 62.20%، أما الذكور فبلغ عددهم بـ 189 طالب ما يعادل نسبة 37.80%.

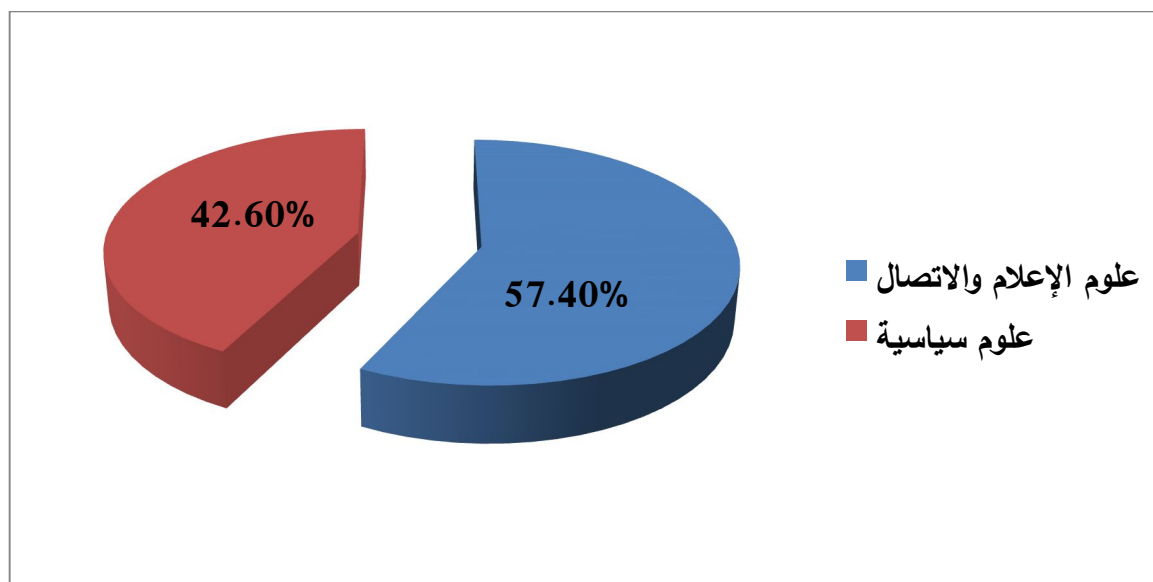
وهذا راجع إلى أن عدد الطالبات بالجامعة الجزائرية يفوق عدد الطلبة (الذكور) هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن عدد الإناث في تخصصي علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية أكثر من

الذكور وهذا حسب الاحصائيات المتحصل عليها من طرف الادارة*، وذلك لأن الإناث يميلون إلى التخصصات الأدبية على عكس الذكور الذين يفضلون التخصصات العلمية.

الجدول رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علوم الإعلام والاتصال	287	57.40%
علوم سياسية	213	42.60%
المجموع	500	100%

الشكل رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص



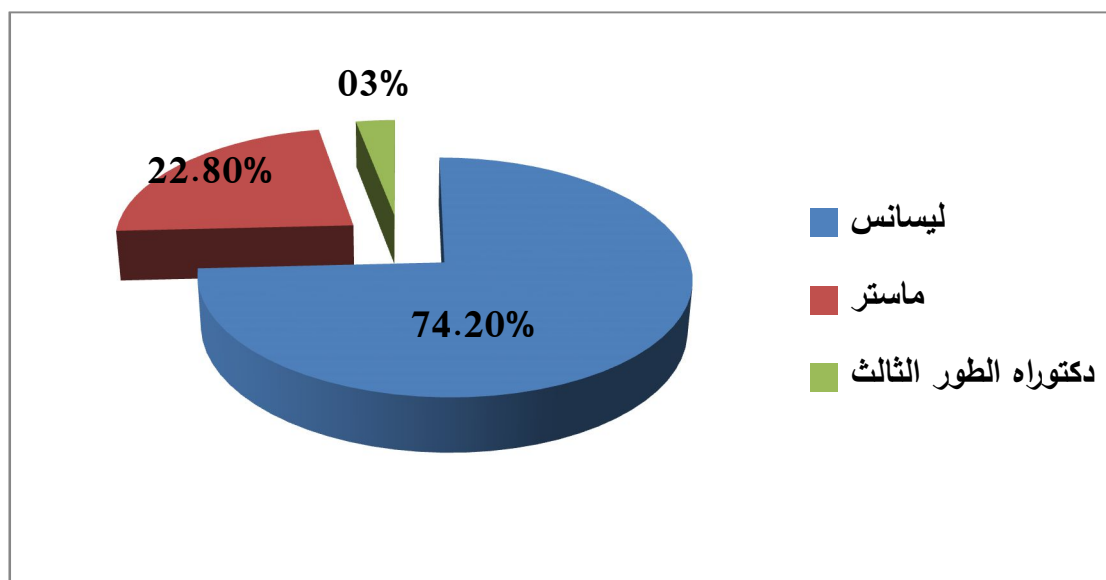
يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال هم الأكثر في عينة الدراسة، حيث بلغ عددهم بـ 287 طالب أي بنسبة 57.40% بينما طلبية العلوم السياسية بلغ عددهم بـ 213 طالب ما يعادل نسبة 42.60%.

* انظر ملحق رقم 04 الخاص بعدد الطلبة في الجامعات الثلاث.

الجدول رقم 7: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
74.20%	371	ليسانس
22.80%	114	ماستر
03.00%	15	دكتوراه الطور الثالث
100%	500	المجموع

الشكل رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس هم الأكثر، حيث بلغ عددهم بـ 371 طالب ما نسبته 74.20% ثم تليها نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الماستر بـ 114 طالب ما يعادل نسبة 22.80%، وأخيرا طلبة الدكتوراه الطور الثالث بنسبة 03%.

ويرجع ارتفاع نسبة طلبة الليسانس إلى ارتفاع نسبة النجاح في شهادة البكالوريا في السنوات الأخيرة، حيث بلغت نسبة النجاح سنة 2013 بـ 44.02%، وسنة 2014 بـ 45.01%¹، وسنة

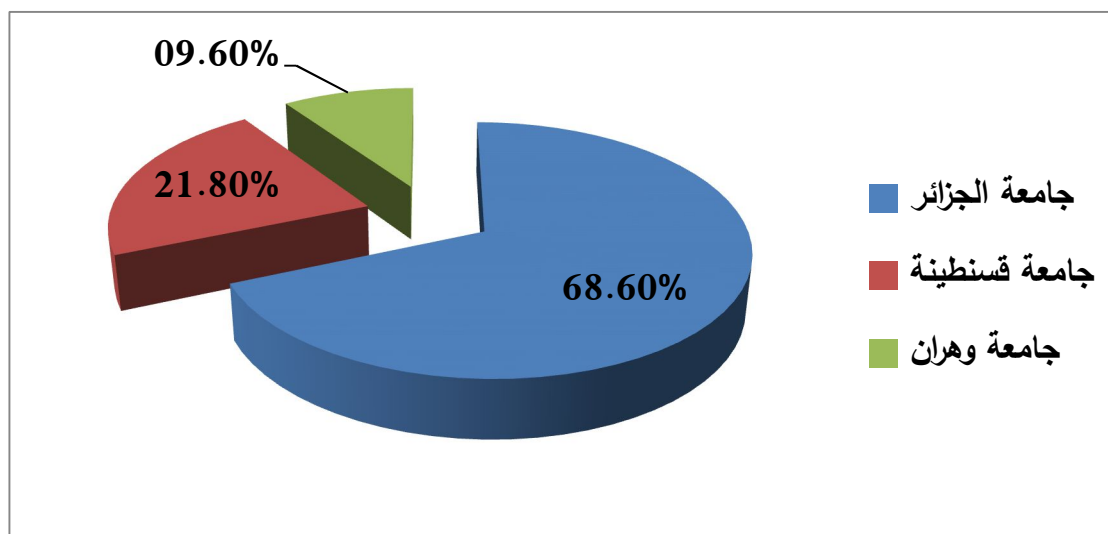
¹: تاريخ النظر 2016/07/13 على الساعة 22:45، <http://www.aps.dz/ar/algerie/5984-01>

2015 بـ 51.36% وسنة 2016 بـ 49.79%¹، بالإضافة إلى نظام LMD الجديد بالجامعات الجزائرية، لذلك فإن نسبة الماستر والدكتوراه قليلة، إذ أن عدد المناصب المفتوحة في درجة الماستر والدكتوراه محدودة ووفق شروط.

الجدول رقم 8: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجامعة.

الجامعة	التكرار	النسبة المئوية
جامعة الجزائر	343	68.60%
جامعة قسنطينة	109	21.80%
جامعة وهران	48	09.60%
المجموع	500	100%

الشكل رقم 7: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجامعة



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ارتفاع عدد طلبة جامعة الجزائر، حيث بلغ عددهم 343 طالب بنسبة 68.60% ثم تليها طلبة جامعة قسنطينة 109 طالب بنسبة 21.80%، وأخيرا طلبة جامعة وهران إذ بلغ عددهم بـ 48 طالب ما يعادل نسبة 09.60%.

¹: جريدة الخبر أولين 12/07/2016 الساعة 11:27. <http://www.elkhabar.com/press/article/108835>

المطلب الأول: عادات وأنماط مشاهدة قناة النهار TV.

الجدول رقم 9: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس طبيعة المشاهدة
%	ت	%	ت	%	ت	
16.60%	83	11.40%	57	5.20%	26	دائما
62.80%	314	38.40%	192	24.40%	122	أحيانا
20.60%	103	12.40%	62	8.20%	41	نادرا
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
ك ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		ك ² المحسوبة
05.991		0.05		02		01.804

عند قراءة بيانات الجدول نلاحظ ما نسبته 62.80% من الطلبة أحيانا ما يشاهدون قناة النهار TV، ثم يليهم 20.60% من الطلبة نادرا ما يشاهدون قناة النهار TV، وأخيرا 16.60% من الطلبة دائما ما يشاهدون قناة النهار TV.

ويرجع انخفاض نسبة الطلبة الذين يشاهدون قناة النهار TV بصفة دائما إلى كثرة القنوات الفضائية الإخبارية سواء محلية أو عربية أو جزائرية، كذا ارتباط الطلبة بالدراسة والبحث العلمي بالإضافة إلى تعدد وسائل الإعلام كالأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تعرف اقبالا كبيرا من طرف الطلبة.

كما توجي هذه النسب إلى حداثة ظهور قناة النهار TV على الساحة الاعلامية الجزائرية، فالإعلام في المجتمع الجزائري كان يركز على النظام الأحادي، أي اعلام الدولة التي عملت على تحديد آلية الخطاب الاعلامي الاتصالي وتقنيته، وذلك من خلال الامتلاك الشرعي لتلك الوسائل خاصة في السمي البصري.

كما نلاحظ ارتفاع عدد الإناث الذين يشاهدون قناة النهار TV أحيانا بـ 192 طالبة بنسبة 38.40%، والذكور بـ 122 طالب بنسبة 24.40%، أما من يشاهدون قناة النهار TV بصفة نادرا

فبلغت النسبة عند الإناث بـ 12.40% والذكور بـ 08.20%، أما بصفة دائمة فبلغت نسبة الإناث بـ 05.20% والذكور بـ 11.40%.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مشاهدة قناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا أنه ليس هناك فروق، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 01.804 وهي أقل من كاي² الجدولية التي قدرت بـ 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 10: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	
16.60%	83	07.80%	39	08.80%	44	دائماً
62.80%	314	25.20%	126	37.60%	188	أحياناً
20.60%	103	09.60%	48	11.00%	55	نادراً
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		02.113

يبين لنا الجدول أعلاه مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين لقناة النهار TV وفق التخصص إذ نلاحظ أن 37.60% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال يشاهدون قناة النهار TV أحياناً، وعند طلبة العلوم السياسية بلغت النسبة بـ 25.20%، ثم تليها بصفة نادراً فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 11%، فحين بلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 09.60% وأخيراً بصفة دائمة تقاربت النسبة بين تخصصي علوم الإعلام والاتصال بـ 08.80% والعلوم السياسية بـ 7.08%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² تبين لنا عدم وجود علاقة بين متغير التخصص ومدى مشاهدة الطلبة لقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 02.113 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.4991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير

دال إحصائيا مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، وهذا معناه أن متغير التخصص لا يؤثر في طبيعة مشاهدة قناة النهار TV.

الجدول رقم 11: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	طبيعة المشاهدة
16.60%	83	0.40%	02	4.20%	21	12.00%	60	دائما
62.80%	314	2.00%	10	16.60%	68	47.20%	236	أحيانا
20.60%	103	0.60%	03	5.00%	25	15.00%	75	نادرا
100%	500	3.00%	15	22.80%	114	74.20%	311	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		12.343

يتضح لنا من خلال الجدول أن 47.20% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس يشاهدون قناة النهار TV بصفة أحيانا، وطلبة الماستر بنسبة 16.60% و 02% طلبه دكتوراه الطور الثالث، أما الذين يشاهدون قناة النهار TV بصفة نادرا فبلغت نسبة طلبه الليسانس ب 15% وطلبة الماستر ب 05% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث ب 0.60%، أما الذين يرون عكس ذلك أي بصفة دائمة فبلغت نسبة طلبه الليسانس ب 12% وطلبة الماستر ب 04.20% وطلبة الدكتوراه ب 0.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي ومدى مشاهدة الطلبة لقناة النهار، TV حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة ب 12.343 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال إحصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 12: يبين الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV حسب الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الأوقات المفضلة
%	ت	%	ت	%	ت	
%03.60	18	%01.80	09	%01.80	09	الصباح
%03.40	17	%01.80	09	%01.60	08	الظهيرة
%20.40	102	%13.00	65	%07.40	37	المساء
%26.80	134	%15.00	75	%11.80	59	الليل
%45.80	229	%30.60	153	%15.20	76	حسب الظروف
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488		0.05		04		05.542

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة للأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV، حيث جاء الاختيار حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 45.80%، وفي المرتبة الثانية في الليل بنسبة 26.80% والمرتبة الثالثة في المساء بنسبة 20.40%، في حين تقاربت نسبة فترة الصباح والظهيرة بـ 03.60% و 03.40% على التوالي، وهذا الترتيب يتفق مع نتائج دراسة الباحث سمير لعرج بعنوان " دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري "¹ إذ توصل إلى أن الأوقات المفضلة للطلبة الجامعيين لمشاهدة برامج التلفزيون الجزائري هي فترة السهرة والمساء بنسب 66.72% و 23.26% على التوالي.

وما يمكن قوله من خلال هذه النتائج أن كثافة المشاهدة تقل في الفترة الصباحية وفترة الظهيرة، لكن سرعان ما تبدأ في الارتفاع بداية من الفترة المسائية، ويرجع هذا كون الطلبة يكونون في فترة الصباح والظهيرة متواجدين بالجامعة.

¹ : سمير لعرج ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية ، أطروحة مقدّمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006 / 2007، ص 133.

ويكمن تفسير ارتفاع نسبة المشاهدة حسب الظروف والفترة المسائية والليل بأن الطلبة خلال هذه الأوقات متواجدين بالبيت على عكس فترة الصباح والظهيرة يكونون متواجدين في الجامعة ومشغولين بالدراسة، كما أن جل برامج قناة النهار TV التي يقبل أفراد العينة على مشاهدتها تكون في الفترة المسائية والليل، أما الفترة الصباحية تكون عادة لإعادة البرامج التي تبث في السهرة.

كذلك نلاحظ تفوق نسبة الإناث على الذكور ماعدا في فترة الصباح تساوت النسبة وتقاربت في فترة الظهيرة، فبلغت نسبة الإناث في الاختيار حسب الظروف بـ 30.60%، أما الذكور بنسبة 15.20% ثم المرتبة الثانية في فترة الليل بـ 15% عند الإناث و 11.80% للذكور، أما المرتبة الثالثة في فترة المساء فبلغت النسبة عند الإناث بـ 13% والذكور بـ 07.40%

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا أنه ليس هناك فروق، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 05.542 وهي أقل من كاي² الجدولية التي قدرت بـ 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال إحصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 13: يبين الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV حسب التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص الأوقات المفضلة
%	ت	%	ت	%	ت	
03.60%	18	01.60%	08	02.00%	10	الصباح
03.40%	17	01.20%	06	02.20%	11	الظهر
20.40%	102	07.00%	35	13.40%	67	المساء
26.80%	134	11.60%	58	15.20%	76	الليل
45.80%	229	21.20%	106	24.60%	123	حسب الظروف
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488		0.05		04		04.758

يتضح لنا من خلال الجدول أن 24.60% من طلبة علوم الإعلام والاتصال يفضلون مشاهدة قناة النهار TV حسب ظروفهم الخاصة، أما طلبة العلوم السياسية فبلغت نسبتهم بـ 21.60% ثم تأتي بعد ذلك فترة الليل بنسبة 15.20% لطلبة علوم الإعلام والاتصال و 11.60% لطلبة العلوم السياسية، ثم تليها فترة المساء فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 13.40% وطلبة العلوم السياسية بـ 07%، في حين كانت نسبة فترة الظهر والصباح نسب ضئيلة فقد بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 02.20% في فترة الظهر وفترة الصباح بـ 02%، أما طلبة العلوم السياسية فبلغت نسبتهم بـ 01.20% في الظهر و 01.60% في الصباح.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير التخصص والأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 04.758 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 14: يبين الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV حسب المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الأوقات المفضلة
%03.60	18	%00	00	%01.40	07	%02.20	11	الصباح
%03.40	17	%00	00	%0.40	02	%03.00	15	الظهر
%20.40	102	%0.80	04	%05.40	27	%14.20	71	المساء
%26.80	134	%01.40	07	%05.80	29	%19.60	98	الليل
%45.80	229	%0.80	04	%09.80	49	%35.20	176	حسب الظروف
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
15.507				0.05		08		09.973

يتبين لنا من خلال الجدول أن 35.20% من طلبة الليسانس يفضلون مشاهدة قناة النهار TV حسب ظروفهم، في حين بلغت نسبة طلبة الماستر بـ 09.80% وطلبة الدكتوراه بـ 0.80%، أما فترة الليل فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 19.60% وطلبة الماستر بـ 05.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.40%، وفي فترة المساء بلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 14.20% وطلبة الماستر بـ 05.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%، كذلك نلاحظ أننا في فترة الظهر والصباح تكون نسبة المشاهدة ضئيلة، فبالنسبة لطلبة الليسانس في فترة الظهر بلغت نسبتهم بـ 03% والصباح بـ 02.20% أما طلبة الماستر بـ 0.40% في الظهر و01.40% في الصباح، في حين انعدمت نسبة المشاهدة في كلا الفترتين بالنسبة لطلبة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي والأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 09.973 وهي أقل من كا² الجدولية 15.507، عند درجة حرية 08 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 15: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV في اليوم حسب متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
%43.80	219	%24.40	122	%19.40	97	ساعات المشاهدة
%29.40	147	%19.80	99	%09.60	48	أقل من ساعة
%05.80	29	%03.00	15	%02.80	14	من ساعة إلى ساعتين
%21.00	105	%15.00	75	%06.00	30	أكثر من ساعتين
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	حسب توقيت البرنامج
المجموع						
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
07.815		0.05		03		10.793

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه توزيع الطلبة حسب الوقت المخصص لمشاهدة قناة النهار TV جاء اختيار أقل من ساعة في اليوم في المرتبة الأولى بنسبة %43.80، ثم المرتبة الثانية من ساعة إلى ساعتين في اليوم بنسبة %29.40، ثم جاء الاختيار حسب توقيت البرنامج في المرتبة الثالثة بنسبة %21 وأخيرا أكثر من ساعتين في اليوم بنسبة %05.80.

وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة الدكتور هويدا مصطفى بعنوان "دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب"¹، حيث أظهرت نتائج دراسته انخفاض في معدل كثافة مشاهدة الفضائيات العربية بشكل عام من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة %43.50، في مقابل %24.20 لمعدل المشاهدة المرتفع ثلاث ساعات فأكثر، وتوصلت منال كبور في دراسة بعنوان "الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي حيال عملية السلام مع إسرائيل أساتذة

¹: هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الإرهاب دراسة على عينة من الجمهور العربي، تونس، مجلة الاتحاد الاذاعات الدولية العربية، العدد 04-03، 2007، ص 64، 65.

جامعة باتنة أنموذجا¹، أن أغلب أفراد العينة عادة ما يخصصون "ساعة" لمشاهدة برامج الفضائيات الإخبارية بنسبة 35.10%، يليها في المرتبة الثانية مدة "ساعتين" بنسبة 26.54%، وبنسبة 20.64% أقل من ساعة فقط في مشاهدة هذه البرامج، في حين جاءت مدة "ثلاث ساعات" في المرتبة الرابعة بنسبة 12.09%، كما توصل نصير بوعلي في دراسة "التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر"²، خلافا لنتائج هذه الدراسة إلى أن أغلب الشباب يقضون عددا من الساعات اليومية في مشاهدة الفضائيات بمتوسط ثلاث ساعات يوميا، يليها معدل الساعتين، ثم الساعة، أربع ساعات، وأخيرا مدة ست وخمس ساعات، في حين احتلت مدة أقل من ساعة آخر المراتب على الإطلاق.

ويرجع انخفاض الحجم الساعي الذي يخصصه الطلبة لمشاهدة قناة النهار TV بسبب ارتباطهم بالدراسة بالدرجة الأولى، وكما أن الأنترنت أصبحت وسيلة تساعدهم في الحصول على آخر الأخبار في أي وقت ومكان، كما أن أغلب القنوات الفضائية أصبح لها مواقع إلكترونية خاصة بها وتطبيقات في الهواتف الذكية مما يتيح للطلبة الاطلاع على آخر المستجدات، أما ارتفاع نسبة المشاهدة أقل من ساعة يعود إلى أغلب البرامج قناة النهار TV لا تتجاوز ساعة من الزمن.

كما يوضح لنا الجدول تفاوت بين الذكور والإناث في الحجم الساعي الذي يقضونه في مشاهدة قناة النهار TV، حيث نلاحظ تفوق عدد الإناث على الذكور في اختيار أقل من ساعة، إذ بلغت النسبة عند الإناث بـ 24.40% أما الذكور بـ 19.40%، ثم من ساعة إلى ساعتين فبلغت نسبة الإناث بـ 19.80% فحين قدرت النسبة عند الذكور بـ 09.60%، أما حسب توقيت البرنامج 15% للإناث و 06% للذكور، في حين تقاربت النسبة بين الفئتين في أكثر من ساعة 02.80% للذكور و 03% للإناث.

فيرجع التفاوت بين نسبة الإناث والذكور فيما يتعلق بمدة التعرض كون الإناث أكثر مكوثا في البيت، كما أن ارتفاع نسبة الإناث في مشاهدة قناة النهار TV أقل من ساعة يرجع إلى أن الإناث

¹: منال كبور، الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي حيال عملية السلام مع إسرائيل أساتذة جامعة باتنة أنموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2010/2009، ص 113.

²: نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دراسة ميدانية، مرجع سبق ذكره، ص 155.

يفضلن مشاهدة القنوات الفضائية الأخرى التي تختص في بث المسلسلات والأفلام المدبلجة، وقناة النهار TV هي قناة إخبارية سياسية بالدرجة الأولى، أما تقارب نسبة أكثر من ساعة بين الذكور والإناث يعود إلى أن الذكور يميلون إلى البرامج الإخبارية والسياسية على عكس الإناث، وهذا رغم تفوق نسبة الإناث على الذكور في عينة الدراسة إلا أن هناك تقارب بينهما.

كما يتبين لنا من خلال نتائج الجدول وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV بين الذكور والإناث، وتبين لنا بأن هناك علاقة حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 10.973، وهي أكبر من كاي² الجدولية 07.815، عند درجة حرية 03 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 16: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV في اليوم حسب متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	ساعات المشاهدة
43.80%	219	18.80%	94	25.00%	125	أقل من ساعة
29.40%	147	12.40%	62	17.00%	85	من ساعة إلى ساعتين
05.80%	29	02.60%	13	03.20%	16	أكثر من ساعتين
21.00%	105	08.80%	44	12.20%	61	حسب توقيت البرنامج
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
07.815		0.05		03		0.722

يتضح لنا من خلال الجدول أن 25% من طلبة علوم الإعلام والاتصال يشاهدون قناة النهار TV أقل من ساعة في اليوم، في حين بلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 18.80%، أما من يشاهدون قناة النهار TV من ساعة إلى ساعتين في اليوم فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 17% وطلبة العلوم السياسية بـ 12.40%، ثم تليها حسب توقيت البرنامج بـ 12.20% لطلبة

علوم الإعلام والاتصال و08.80% لطلبة العلوم السياسية، وأخيراً أكثر من ساعتين في اليوم بنسب ضعيفة إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ03.20% وطلبة العلوم السياسية بـ09.60%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير التخصص وعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ0.722 وهي أقل من كاي² الجدولية 07.815، عند درجة حرية 03 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 17: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV في اليوم حسب المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي ساعات المشاهدة
		%	ت	%	ت	%	ت	
%43.80	219	%01.60	08	%10.40	52	%31.80	159	أقل من ساعة
%29.40	147	%0.80	04	%06.40	32	%22.20	111	من ساعة إلى ساعتين
%05.80	29	%0.20	01	%01.80	09	%21.00	19	أكثر من ساعتين
%21.00	105	%0.40	02	%04.20	21	%16.40	82	حسب توقيت البرنامج
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
12.592				0.05		06		02.785

يتبين لنا من خلال الجدول أن ما نسبته 31.80% من طلبة الليسانس يشاهدون قناة النهار TV أقل من ساعة في اليوم، وبلغت نسبة طلبة الماستر بـ10.40% وطلبة دكتوراه الطور الثالث بـ01.60%، ثم تليها من ساعة إلى ساعتين في اليوم بـ22.20% لطلبة الليسانس و06.40% لطلبة الماستر، وطلبة الدكتوراه بلغت نسبتهم بـ0.80%، أما حسب توقيت البرنامج فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ16.40% وطلبة الماستر بـ1.80% وطلبة الدكتوراه بـ0.20%

وأخيرا بلغت نسبة طلبة الليسانس الذين يشاهدون قناة النهار TV أكثر من ساعتين في اليوم بـ 21% وطلبة الماستر بـ 01.80% وطلبة الدكتوراه بـ 0.20%.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس لمشاهدة قناة النهار TV أكثر من ساعتين، وانخفاض نسبة عند طلبة الماستر والدكتوراه إلى أن الطلبة في مستوى الماستر والدكتوراه أكثر انشغالا بالدراسة والبحث العلمي على عكس طلبة الليسانس.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي وعدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 02.785 وهي أقل من كاي² الجدولية 12.592، عند درجة حرية 06 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 18: يبين طبيعة مشاهدة البرامج السياسية حسب الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مشاهدة البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
08.20%	41	04.20%	21	04.00%	20	دائما
58.20%	291	38.20%	191	20.00%	100	أحيانا
33.60%	168	19.80%	99	13.80%	69	نادرا
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		04.328

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الطلبة الذين يشاهدون البرامج السياسية بصفة أحيانا بنسبة 58.20%، ثم تليها الطلبة الذين نادرا ما يتعرضون للبرامج السياسية بقناة النهار TV بنسبة 33.60% أما الطلبة الذين يتعرضون بصفة دائمة لهذه البرامج فبلغت نسبتهم بـ 08.20%. ويمكن تفسير انخفاض نسبة مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV بصفة دائمة إلى أن هناك بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة التي تبث مثل هذه البرامج ذات طابع سياسي، كما أن

هناك بعض المصادر الأخرى التي تنافس قناة النهار TV كوسيلة اعلامية والبرامج السياسية كمضمون، إذ نجد مثلا الأنترنترنت وكذا الفضائيات العربية والأجنبية في تزويد الطلبة بالمعلومات السياسية، وهذا ما أكده الجدول رقم 09 الذي وضح لنا أكثر من نصف أفراد العينة يشاهدون قناة النهار TV بـ "أحيانا" بنسبة بلغت 62.80%.

كما نلاحظ تفوق نسبة الإناث عن الذكور في مشاهدة البرامج السياسية في قناة النهار TV بصفة أحيانا، إذ ارتفعت النسبة إلى 38.20% أما عند الذكور فبلغت بـ 20% أما بصفة نادرا فبلغت نسبة عند الإناث بـ 19.80% أما الذكور بـ 13.80%، في حين تقاربت النسبة بين الجنسين الذين يشاهدون البرامج السياسية بصفة دائما إذ بلغت النسبة عند الإناث بـ 04.20% والذكور بـ 04%.

أما تقارب النسبة بين الجنسين في مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV بصفة دائمة رغم قلة عدد الذكور في عينة الدراسة مقارنة بالإناث، إلا أنه كان هناك تقارب في النسبة هذا ما يدل على أن الذكور هم الأكثر ميولا لمثل هذه البرامج ذات الطابع السياسي، ويحرصون على مشاهدتها بصفة دائمة مقارنة مع الإناث.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مدى مشاهدة أفراد العينة للبرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث، تبين لنا بأن ليس هناك علاقة حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 04.328 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين، أي أن التخصص يؤثر في طبيعة مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV.

الجدول رقم 19: يبين طبيعة مشاهدة البرامج السياسية حسب التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص مشاهدة البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
%08.20	41	%05.20	26	%03.00	15	دائما
%58.20	291	%27.80	139	%30.40	152	أحيانا
%33.60	168	%09.60	48	%24.00	120	نادرا
%100	500	42.60	213	%57.40	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		23.962

يتضح لنا من خلال الجدول أن 30.40% من أفراد العينة هم طلبة علوم الإعلام والاتصال يشاهدون البرامج السياسية بقناة النهار TV بصفة أحيانا و 27.80% لطلبة العلوم السياسية، أما الذين يشاهدون نادرا فبلغت نسبة طلبة الإعلام والاتصال بـ 24%، في حين انخفضت النسبة عند طلبة العلوم السياسية إلى 09.60%. أما الذين يشاهدون بصفة دائمة للبرامج السياسية بقناة النهار TV فهم قليلون، فبلغت نسبة طلبة الإعلام والاتصال بـ 03% وطلبة العلوم السياسية بـ 05.20%.

ويرجع ارتفاع نسبة طلبة العلوم السياسية الذين يشاهدون بصفة دائمة مقارنة بطلبة علوم الإعلام والاتصال وانخفاضها بصفة نادرا إلى طبيعة التخصص، فهم دائما يواكبون الأحداث السياسية ومعرفة ما يجري في العالم لأن تخصصهم يفرض عليهم ذلك.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن هناك علاقة بين متغير التخصص ومدى مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 23.962 وهي أكبر من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 20: يبين طبيعة مشاهدة البرامج السياسية حسب المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي مشاهدة البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%08.20	41	%0.20	01	%02.20	11	%05.80	29	دائما
%58.20	291	%02.00	10	%14.20	71	%42.00	210	أحيانا
%33.60	168	%0.80	04	%06.40	32	%26.40	132	نادرا
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		02.760

يتضح لنا من خلال الجدول أن 42% من طلبة الليسانس يشاهدون البرامج السياسية بقناة النهار TV بصفة أحيانا وطلبة الماستر بـ 14.20%، و 02% لطلبة الدكتوراه الطور الثالث، أما الذين نادرا ما يشاهدون البرامج السياسية بقناة النهار TV فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 26.40% وطلبة الماستر بـ 06.40% وطلبة الدكتوراه بـ 0.80%، وأخيرا تأتي فئة من يشاهدون البرامج السياسية بصفة دائمة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 05.80% وطلبة الماستر بـ 02.20% وطلبة الدكتوراه بـ 0.20% وهي نسب ضئيلة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي ومدى مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 02.760 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 21: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معية المشاهدة ومتغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
%33.60	168	%13.20	66	%20.40	102	معية المشاهدة
%02.40	12	%01.00	05	%01.40	07	بمفردك
%64.00	320	%48.00	240	%16.00	80	الأصدقاء
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	مع العائلة
المجموع						
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		61.969

يبين لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب معية المشاهدة، أن أغلب الطلبة يفضلون مشاهدة البرامج السياسية مع العائلة بنسبة 64.00% ثم تليها نسبة من يفضلون المشاهدة بمفردهم بـ 33.60% وأخيرا مع الأصدقاء بنسبة 02.40%.

وهذا ما يتفق مع النتائج التي توصل اليها الباحث الياس طلحة " دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"¹ إلى أن الشباب الجامعي يشاهدون قناة الجزيرة مع العائلة، حيث بلغت نسبتهم بـ 39.28% ثم جاء في المرتبة الثانية حسب الظروف بنسبة 38.09% ثم في المرتبة الثالثة بمفردهم 19.04% وأخيرا مع الأصدقاء 03.57% وتقريبا هو نفس الترتيب التي توصلنا إليه في دراستنا.

وتشير هذه النتائج إلى تمسك العائلة الجزائرية بعادة السهر حول جهاز التلفاز وخاصة أن معظم البرامج التي تبثها قناة النهار TV ذات طابع اخباري سياسي، تكون محور حديث أفراد العائلة من خلال تعرضها للأحداث الراهنة في الجزائر والوطن العربي.

¹: الياس طلحة، دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على جامعتي الامير عبد القادر وقسنطينة مرجع سبق ذكره، ص 221.

كما نلاحظ أن أغلبية الذكور يفضلون مشاهدة قناة النهار TV بمفردهم بنسبة 20.40%، أما الإناث فبلغت نسبتهم بـ 13.20% في حين نلاحظ ارتفاع نسبة الإناث اللواتي يفضلن مشاهدة مع العائلة بـ 48% أما الذكور بنسبة 16% أما مع الأصدقاء فارتفعت النسبة عند الذكور مقارنة مع الإناث إذ بلغت النسب على التوالي 01.40% و 01%.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الذكور الذين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية بمفردهم مقارنة مع الإناث، إذ أصبح أمراً ضرورياً في المجتمع الجزائري كل غرفة بها جهاز تلفزيون وجهاز استقبال، أما تفسير ارتفاع نسبة الذكور عن الإناث الذين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية مع الأصدقاء يعود إلى أن الذكور لهم فرصة مشاهدة التلفزيون خارج البيت كالمقاهي مثلاً، بينما لا تتوفر لدى الإناث سوى في الإقامات الجامعية.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في معية مشاهدة أفراد العينة البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 61.969 وهي أكبر من كاي² الجدولية 5.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين. الجدول رقم 22: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معية مشاهدة ومتغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص معية المشاهدة
%	ت	%	ت	%	ت	
33.60%	168	16.00%	80	17.60%	88	بمفردك
02.40%	12	0.40%	02	02.00%	10	الأصدقاء
64.00%	320	26.20%	131	37.80%	189	مع العائلة
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		05.393

يتضح لنا من خلال الجدول أن 37.80% من طلبة الإعلام والاتصال يفضلون مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV مع العائلة وطلبة العلوم السياسية بلغت نسبتهم بـ 26.20%، أما

الذين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية بمفردهم فبلغت نسبة طلبة الإعلام والاتصال بـ 17.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 16%. وأخيرا من يفضلون مشاهدة البرامج السياسية مع الأصدقاء فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 02% وطلبة العلوم السياسية بـ 0.40% وهي نسب ضئيلة مقارنة بالنسب السابقة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير التخصص ومعية مشاهدة أفراد العينة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 05.393 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 23: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معية مشاهدة ومتغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	معية المشاهدة
33.60%	168	1.20%	06	8.20%	41	24.20%	121	بمفردك
02.40%	12	0.20%	01	0.20%	01	02.00%	10	الأصدقاء
64.00%	320	1.60%	08	14.40%	72	48.00%	240	مع العائلة
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488				0.05		04		03.161

يتبين لنا من خلال الجدول أن 48% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس يفضلون مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV مع العائلة، ونسبة طلبة الماستر بلغت 14.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.60%. أما الذين يشاهدون البرامج السياسية بمفردهم فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 24.40% وطلبة الماستر بـ 08.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.20%. أما الذين يشاهدون البرامج السياسية مع الأصدقاء فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ

02%، في حين تساوت النسبة بين طلبة الماجستير وطلبة الدكتوراه الطور الثالث فبلغت النسبة بـ 0.2% وهي نسبة ضعيفة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي ومعية مشاهدة أفراد العينة للبرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 03.161 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 24: توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مناسبة الوقت
%	ت	%	ت	%	ت	
%19.00	95	%11.60	58	%07.40	37	نعم
%15.60	78	%09.00	45	%06.60	33	لا
%65.40	327	%41.60	208	%23.80	119	حسب البرنامج
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		01.003

يوضح لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية، إذ جاء في المرتبة الأولى الاختيار حسب البرنامج بنسبة 65.40% ثم جاء اختيار من يناسبهم وقت بث البرنامج بنسبة 19% وأخيراً من لا يناسبهم بنسبة 15.60%.

كذلك توصل الباحث الياس طلحة في دراسته الموسومة بـ "دور قناة الجزيرة الاخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"¹ إلى نفس الترتيب، حيث جاءت في المرتبة الأولى الشباب

¹: الياس طلحة، دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على جامعتي الامير عبد القادر وقسنطينة مرجع سبق ذكره، ص 231.

الجامعي اللذين يناسبهم وقت بث الحصة بقناة الجزيرة حسب الحصة، ثم في المرتبة الثانية من يناسبهم الوقت وفي المرتبة الثالثة من لا يناسبهم.

كما نلاحظ تفاوت النسب بين الذكور والإناث، كما حافظت على نفس الترتيب إذ بلغت النسبة عند الإناث للاختيار حسب البرنامج بـ 41.60% أما الذكور فبلغت النسبة بـ 23.80% أما بالنسبة للمرتبة الثانية جاء اختيار من يناسبهم وقت بث البرامج، إذ بلغت النسبة عند الإناث بـ 11.60% والذكور بنسبة 07.40% أما المرتبة الثالثة من لا يناسبهم وقت البرنامج كانت النسبة عند الإناث بـ 09% والذكور بـ 06.60% .

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 01.003 وهي أقل من كاي² الجدولية 5.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 25: توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية وفق متغير التخصص.

التخصص		علوم الإعلام والاتصال		العلوم السياسية		المجموع	
مناسبة الوقت		%	ت	%	ت	%	ت
نعم		11.20%	56	07.80%	39	19.00%	95
لا		07.80%	39	07.80%	39	15.60%	78
حسب البرنامج		38.40%	192	27.00%	135	65.40%	327
المجموع		57.40%	287	42.60%	213	100%	500
كاي ² المحسوبة		درجة الحرية		مستوى الخطأ		كاي ² الجدولية	
02.071		02		0.05		05.991	

يتضح لنا من خلال الجدول 38.40% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال أن فترة عرض البرامج السياسية تناسبهم حسب كل برنامج، وبلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 27%، أما الذين يناسبهم وقت عرض البرامج السياسية بقناة النهار TV بـ 11.20%

لطلبة علوم الإعلام والاتصال وبلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 07.80% ، وأخيرا الذين لا يناسبهم وقت عرض البرامج السياسية بقناة النهار TV فتساوت النسبة بين التخصصين بـ 07.80%. كذلك نلاحظ أن النسبة تساوت بين الاختيارين عند طلبة العلوم السياسية بين من يناسبهم ومن لا يناسبهم وقت بث البرامج السياسية بقناة النهار TV.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير التخصص ومدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 02.071 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 26: توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مناسبة الوقت
19.00%	95	0.20%	01	05.00%	25	13.80%	69	نعم
15.60%	78	0.20%	01	03.00%	15	12.40%	62	لا
65.40%	327	02.60%	13	14.80%	74	48.00%	240	حسب البرنامج
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		04.314

يتبين لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه أن 48% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أن وقت عرض البرامج السياسية بقناة النهار TV يناسبهم حسب وقت كل برنامج، أما طلبة الماستر فبلغت نسبتهم بـ 14.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.60%. أما الذين يناسبهم وقت بث البرنامج فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 13.80% وطلبة الماستر بـ 05% وطلبة الدكتوراه

الطور الثالث بـ 0.20%، وأخيراً من لا يناسبهم وقت عرض البرامج السياسية بقناة النهار TV فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 12.40% وطلبة الماستر بـ 03% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20%. كما يبين لنا الجدول أن هناك نوع من التقارب في النسب بين طلبة الليسانس وطلبة الماستر في الاختيار الأول والثاني أي من يناسبهم، ومن لا يناسبهم وقت بث البرامج السياسية، في حين تساوت عند طلبة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي ومدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 04.314 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 27: يبين ترتيب البرامج السياسية حسب مشاهدتها في قناة النهار TV.

الرتبة	المجموع	التكرار المعدل	المعامل	التكرار	الرتبة	البرامج السياسية
04	1533	144	6	24	1	المدار
		355	5	71	2	
		396	4	99	3	
		330	3	110	4	
		184	2	92	5	
		104	1	104	6	
01	2362	1350	6	225	1	قضية ونقاش
		595	5	119	2	
		204	4	51	3	
		123	3	41	4	
		52	2	26	5	
		38	1	38	6	
06	1389	90	6	15	1	دفاعكم
		195	5	39	2	
		352	4	88	3	
		312	3	104	4	
		372	2	186	5	
		68	1	68	6	
05	1400	234	6	39	1	مسيرة شخصية
		360	5	72	2	
		228	4	57	3	
		240	3	80	4	
		172	2	86	5	
		166	1	166	6	
02	1930	396	6	66	1	عين وحدث
		535	5	107	2	
		556	4	139	3	
		306	3	102	4	
		102	2	51	5	
		35	1	35	6	
03	1904	798	6	133	1	قهوة وجورنال
		440	5	88	2	
		256	4	64	3	
		201	3	67	4	
		122	2	61	5	
		87	1	87	6	

يبين لنا الجدول أعلاه ترتيب البرامج السياسية التي يشاهدها الطلبة الجامعيين على قناة النهار TV، ويأتي في الصدارة برنامج قضية ونقاش في المرتبة الأولى، ويليه برنامج عين وحدث في المرتبة الثانية، أما في المرتبة الثالثة برنامج قهوة وجورنال ثم يأتي برنامج المدار في المرتبة الرابعة، وجاء في المرتبة الخامسة برنامج مسيرة شخصية، وأخيرا برنامج دفاعكم في المرتبة السادسة.

ويرجع اختيار الطلبة لبرنامج قضية ونقاش ضمن المرتبة الأولى من بين البرامج السياسية التي يشاهدونها، إلى أن هذا البرنامج يتناول القضايا الراهنة والمهمة، ويتم مناقشتها بحضور محللين سياسيين ونخبة متخصصة في الموضوع المطروح، وبالتالي تتعد الآراء حول الموضوع ما يزيد البرنامج أهمية، كذلك يساهم في تزويد الطلبة بمعلومات حول قضايا الساعة ومعرفة اتجاهات المحللين نحو القضايا، كذلك نفس الأمر بالنسبة لبرنامج عين وحدث فهو لا يقل أهمية عن البرنامج السابق، أما بالنسبة لبرنامج قهوة وجورنال الذي احتل المرتبة الثالثة هو أن هذا البرنامج يختص في قراءة مضامين الصحف اليومية الوطنية، أي ما يعرف بمعرض الصحافة وهو يث في الفترة الصباحية كل أيام الأسبوع ما يسمح للطلبة بمعرفة آخر الأخبار اليومية والأحداث التي تنال اهتماما من طرف الصحف، ومن ثم مناقشة الموضوع أكثر تداولا بين الجرائد باستضافة شخصية ذات صلة بالموضوع وإبداء رأيه حول القضية الذي هي من أولويات أجندة الصحف.

المطلب الثاني: طبيعة البرامج السياسية بقناة النهارTV.

الجدول رقم 28: يوضح مميزات البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	مميزات البرامج
%11.20	56	%08.00	40	%03.20	16	مقدم برنامج متميز
%07.20	36	%03.40	17	%03.80	19	الإخراج الجيد
%24.40	122	%14.00	70	%10.40	52	أسلوب الحوار مفهوم
%51.40	257	%33.20	166	%18.20	91	تناولها مواضيع هامة
%05.80	29	%03.60	18	%02.20	11	كلها
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488		0.05		04		08.358

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أن البرامج السياسية بقناة النهارTV تتميز بتناولها لمواضيع هامة وذلك بنسبة 51.40%، ثم من يرون أنها تتميز بأسلوب الحوار مفهوم بنسبة 24.40%، وهناك فئة ترى أن مقدم برنامج متميز بنسبة 11.20%، أما من يرون بأن الإخراج جيد فكانت نسبتهم 07.20%، وهناك فئة أخرى أجابت باختيار كلها ولكن كانت ضئيلة بنسبة 05.80%.

وما يمكن قوله من خلال عرض هذه النتائج جاء هذا الترتيب منطقياً، أن الصفات التي تتميز بها البرامج السياسية بقناة النهارTV هو تناولها لمواضيع مهمة وبأسلوب حوار مفهوم؛ وهذا ما من شأنه أن يوفر للطالب الجامعي الجو والأسلوب الملائم لتلقي الرسالة الإعلامية أو مشاهدة الحدث السياسي، فكون المواضيع المقدمة للمشاهد مهمة بالإضافة إلى أن أسلوب الحوار مفهوم وبسيط وبعيد عن التعقيد، كلها تعتبر عوامل من شأنها أن تجعل المشاهد أو الطالب الجامعي يستفيد من المواضيع المقدمة للنقاش بشكل جيد ويستطيع تذكرها وأن يستوعبها ويستفيد منها.

كما يتضح لنا من خلال الجدول أن 33.20% من الإناث يرون أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتميز بتناولها للمواضيع الهامة، والذكور بلغت نسبتهم بـ 18.20%، أما الذين أجابوا بأسلوب الحوار مفهوم فبلغت نسبة الإناث بـ 14% والذكور بـ 10.40%، أما الذين يرون بأن مقدم البرنامج متميز فبلغت نسبة الإناث بـ 08% والذكور بـ 03.20%، في حين تقاربت النسبة بين الجنسين في اختيار الإخراج الجيد بـ 03.80% للذكور و 03.40% للإناث، أما الذين يرون بأنها تتميز بكل هذه المواصفات إذ بلغت نسبة الإناث بـ 03.60% والذكور بـ 02.20% وهي نسب ضعيفة.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 08.853 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 29: يوضح مميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص مميزات البرامج
%	ت	%	ت	%	ت	
11.20%	56	03.60%	18	07.60%	38	مقدم برنامج متميز
07.20%	36	02.20%	11	05.00%	25	الإخراج الجيد
24.40%	122	09.00%	45	15.40%	77	أسلوب الحوار مفهوم
51.40%	257	24.80%	124	26.60%	133	تناولها مواضيع هامة
05.80%	29	03.00%	15	02.80%	14	كلها
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488		0.05		04		09.912

يتضح لنا من خلال الجدول أن هناك تقارب بين طلبة علوم الإعلام والاتصال وطلبة العلوم السياسية الذين يرون بأن مميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV تتميز بتناولها مواضيع هامة، إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 26.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 24.80%، أما

الذين يرون بأن لها أسلوب حوار مفهوم فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 15.40% وطلبة العلوم السياسية بـ 09% ثم تلتها نسبة من يرون بأن لها مقدم برنامج متميز إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 07.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 03.60%، ثم الإخراج الجيد بـ 05% لطلبة علوم الإعلام والاتصال و02.20% لطلبة العلوم السياسية وأخيرا من يرون بأنها تتميز بكل هذه المميزات إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 02.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 03%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن هناك علاقة بين التخصص ومميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 09.912 وهي أكبر من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 30: يوضح مميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مميزات البرامج
11.20%	56	0.20%	01	04.00%	20	07.00%	35	مقدم برنامج متميز
07.20%	36	00%	00	01.60%	08	05.60%	28	الإخراج الجيد
24.40%	122	0.40%	02	05.40%	27	18.60%	93	أسلوب الحوار مفهوم
51.40%	257	02.40%	12	10.80%	54	38.20%	191	تناولها مواضيع هامة
05.80%	29	00%	00	01.00%	05	04.80%	24	كلها
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
15.507				0.05		08		11.694

يتبين لنا من خلال الجدول أن 38.20% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتميز بتناولها للمواضيع الهامة و10.80% لطلبة الماستر، أما طلبة الدكتوراه فبلغت نسبتهم بـ 02.40% أما الذين يرون بأن لها أسلوب حوار

مفهوم فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 18.60% وطلبة الماجستير بـ 05.40% وطلبة الدكتوراه بـ 0.40%، ثم من أجابوا أن ما تتميز به البرامج السياسية بقناة النهار TV هو مقدم البرنامج فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 07% وطلبة الماجستير بـ 04% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20%، في حين كانت النسبة ضعيفة بالنسبة للإخراج الجيد 05.60% لطلبة الليسانس و01.60% لطلبة الماجستير، أما الذين يرون بأنها تتميز بكل هذه الموصفات 04.80% لطلبة الليسانس و01% لطلبة الماجستير الذين أجابوا بأنها تتميز بكافة هذه المميزات، في حين انعدت النسبة عند طلبة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 11.694 وهي أقل من كاي² الجدولية 15.507، عند درجة حرية 08 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 31: يبين طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	طريقة التقديم
19.80%	99	12.80%	64	07.00%	35	جيدة
68.00%	340	43.60%	218	24.40%	122	متوسطة
12.20%	61	05.80%	29	06.40%	32	ضعيفة
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		06.359

يتبين لنا من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة كان رأيهم أن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي متوسطة وذلك بنسبة مرتفعة بلغت نسبة بـ 68%، ثم تلتها بطريقة جيدة بنسبة 19.80%، وأخيرا بطريقة ضعيفة بنسبة 12.20%.

وهذا راجع إلى أن أغلبية مقدمي البرامج السياسية بقناة النهار TV هم طاقات شبانية تفتقر إلى التجربة والخبرة في الميدان السمعي البصري، وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 28 إذ توصلنا إلى 11.20% من أفراد العينة يرون بأن البرامج السياسية تمتاز بمقدم البرنامج متميز وهي نسبة ضعيفة، كذلك عدم إلمام مقدم البرنامج بالموضوع المطروح بكافة جوانبه مما يؤدي إلى سيطرة الضيوف على البرنامج.

كما نلاحظ تفوق الإناث على الذكور في الاختيار الأول والثاني، فبلغت نسبة الإناث اللواتي أجابوا بأن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV متوسطة وذلك بنسبة 43.60%، في حين بلغت عند الذكور بـ 24.40%، أما بطريقة جيدة فبلغت نسبة الإناث بـ 12.80% والذكور بـ 07%، أما الاختيار الثالث تفوق الذكور على الإناث والذي مفاده أن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي ضعيفة فبلغت نسبة الذكور بـ 06.40% والإناث بـ 05.80%.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 06.359 وهي أكبر من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 32: يبين طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص طريقة التقديم
%	ت	%	ت	%	ت	
19.80%	99	09.20%	46	10.60%	53	جيدة
68.00%	340	28.40%	142	39.60%	198	متوسطة
12.20%	61	25.00%	25	07.20%	36	ضعيفة
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.767

يتضح لنا من خلال الجدول أن 39.60% من طلبة علوم الإعلام والاتصال يرون أن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي متوسطة، وعند طلبة العلوم السياسية بلغت بـ 28.40%، ثم من يرون بأنها جيدة فبلغت النسبة عند طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 10.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 09.20%. وأخيرا الذين يرون عكس ذلك بأن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي ضعيفة إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 07.20% وطلبة العلوم السياسية بـ 05%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² بأن ليس هناك علاقة بين متغير المستوى العلمي ومدى مشاهدة الطلبة لقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.767 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، بدرجة حرية 02 وعند مستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 33: يبين طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي طريقة التقديم
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
19.80%	99	0.20%	01	04.40%	22	15.20%	76	جيدة
68.00%	340	02.20%	11	16.80%	84	49.00%	245	متوسطة
12.20%	61	0.60%	03	01.60%	08	10.00%	50	ضعيفة
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		07.714

يتبين لنا من خلال الجدول أن 49% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أجابوا بأن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي متوسطة وبلغت نسبة طلبة الماستر بـ 16.80% وطلبة الدكتوراه بـ 02.20%، أما الذين يرون بأنها جيدة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 15.20% وطلبة الماستر بـ 04.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20%، إذ بلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 10% وطلبة الماستر بـ 1.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.60%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي وطريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 07.714 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين. الجدول رقم 34: يبين طريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس طريقة الإخراج
%	ت	%	ت	%	ت	
22.00%	110	14.20%	71	07.80%	39	جيد
67.40%	337	42.40%	212	25.00%	125	متوسط
10.60%	53	05.60%	28	05.00%	25	رديء
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		02.308

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين أجابوا بأن إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV هي متوسطة وذلك بنسبة 67.40%، ثم تلتها نسبة من يرون بأن إخراج هذه البرامج هي جيدة فبلغت نسبتهم بـ 22% وأخيرا إخراج رديء بنسبة 10.60%.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الطلبة الذين يرون بأن إخراج البرامج السياسية هي متوسطة، هذا راجع إلى الأجهزة والمعدات التقنية المستخدمة في إعداد البرامج السياسية (آلات التصوير، برامج المونتاج ومعالجة الصور)

كما نلاحظ أن 42.40% أجابوا بأن إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV هو متوسط وبلغت نسبة الذكور بـ 25%، أما الذين يرون بأنه جيد فبلغت نسبة الإناث بـ 14.20% والذكور بـ 07.80%، أما الذين أجابوا بأنه رديء فتقاربت نسبة الإناث والذكور إذا بلغت النسبة بـ 05.60% و05% على التوالي.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ

02.308 وهي أقل من χ^2 الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين. الجدول رقم 35: يبين طريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	طريقة الإخراج
%22.00	110	%09.60	48	%12.40	62	جيد
%67.40	337	%28.20	141	%39.20	196	متوسط
%10.60	53	%04.80	24	%05.80	29	رديء
%100	500	%42.60	213	%57.40	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.284

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن 39.20% من طلبة علوم الإعلام والاتصال أجابوا بأن إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV هو متوسط و 28.20% لطلبة العلوم السياسية، أما الذين يرون بأنه جيد فبلغت نسبة طلبة الإعلام والاتصال بـ 12.40% وطلبة العلوم السياسية بـ 09.60%، وأخيرا من يرون عكس ذلك أي أنه رديء فتقاربت النسبة بين التخصصين 05.80% لعلوم الإعلام والاتصال و 04.80% لطلبة العلوم السياسية.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص وإخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.284 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 36: يبين طريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	طريقة الإخراج
22.00%	110	0.40%	02	05.00%	25	16.60%	83	جيد
67.40%	337	02.20%	11	15.40%	77	49.80%	249	متوسط
10.60%	53	0.40%	02	02.40%	12	07.80%	39	رديء
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
ك ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		ك ² المحسوبة
09.488				0.05		04		04.769

يتضح لنا من خلال الجدول أن 49.80% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أجابوا بأن إخراج البرامج السياسية هو إخراج متوسط و 15.40% لطلبة الماستر و 02.20% طلبة الدكتوراه الطور الثالث، ثم تليها من يرون بأن الإخراج جيد فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 16.60% وطلبة الماستر بـ 05% وطلبة الدكتوراه بـ 0.40% وأخيرا من يرون بأنه رديء فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 07.80% وطلبة الماستر بـ 02.40% وطلبة الدكتوراه بـ 0.40% وهي نسب ضعيفة جدا مقارنة بالنسب السابقة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار ك² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي وإخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة بـ 04.769 وهي أقل من ك² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 37: يوضح ما يشهد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
36.40%	182	23.00%	115	13.40%	67	الصورة والصوت جيد
29.20%	146	17.80%	89	11.40%	57	التركيب الجيد
34.40%	172	21.40%	107	13.00%	65	التناسق في العرض
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.171

من خلال قراءة بيانات الجدول أعلاه نلاحظ ارتفاع نسبة طلبة الذين يرون أن ما يشد انتباههم في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV هو الصورة والصوت الجيد وذلك بنسبة 36.40%، ثم تناسق في العرض بنسبة 34.40% وأخيرا التركيب الجيد بـ 29.20%، إذ أسفرت النتائج أن هناك تقاربا في النسب بين الصورة والصوت الجيد والتناسق في العرض.

كما بلغت نسبة الإناث الذين أجابوا بأن ما يشد انتباههم في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV هو الصورة والصوت الجيد وذلك بنسبة 23% والذكور بـ 13.40%، أما الذي يشد انتباههم في الإخراج التناسق في العرض فبلغت نسبة الإناث 21.40% والذكور 13%، وأخيرا التركيب الجيد فبلغت نسبة الإناث بـ 17.80% والذكور بـ 11.40%.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في ما يشد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.171 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 38: يوضح ما يشد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	
36.40%	182	15.60%	78	20.80%	104	الصورة والصوت جيد
29.20%	146	12.20%	61	17.00%	85	التركيب الجيد
34.40%	172	14.80%	74	19.60%	98	التناسق في العرض
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.058

يتضح لنا من خلال الجدول أن 20.80% من طلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال يرون أن ما يشد انتباههم في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV هو الصورة والصوت الجيد، وبلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 15.60%، أما التناسق في العرض فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 19.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 14.80% وهي نسبة متقاربة بالنسبة الذين يرون الصورة والصوت جيد، وأخيراً من يرون بأن ما يشد انتباههم في الإخراج هو التركيب الجيد إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 17% وطلبة العلوم السياسية بـ 12.20%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص وما يشد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.058 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 39: يوضح ما يشد انتباه أفراد العينة في اخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المستوى العلمي		ليسانس		ماستر		دكتوراه الطور الثالث		المجموع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
127	25.40%	50	10.00%	05	01.00%	182	36.40%		
116	23.20%	27	05.40%	03	0.60%	146	29.20%		
128	25.60%	37	07.40%	07	01.40%	172	34.40%		
371	74.20%	114	22.80%	15	03.00%	500	100%		
كا ² المحسوبة		درجة الحرية		مستوى الخطأ		كا ² الجدولية			
05.208		04		0.05		09.488			

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة طلبة الليسانس كانت متقاربة في الاختيارات الثلاث، إذ بلغت نسبة التناسق في العرض بـ 25.60% والصورة والصوت الجيد بـ 25.40% والتركيب الجيد بـ 23.20%. أما طلبة الماستر فبلغت نسبة الذين يرون أن ما يشد انتباههم في إخراج البرامج السياسية هو الصورة والصوت الجيد بـ 10%، وتلتها التناسق في العرض بـ 07.40% وأخيرا التركيب الجيد بـ 05.40%، أما طلبة الدكتوراه الطور الثالث فبلغت نسبة الذين أجابوا بأن ما يشد انتباههم في إخراج البرامج السياسية هو التناسق في العرض بـ 01.40% والصورة والصوت الجيد بـ 01% والتركيب الجيد بـ 0.60%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي وما يشد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 05.208 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 40: يوضح مدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهار TV للأحداث الراهنة وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مواكبة الأحداث
%	ت	%	ت	%	ت	
32.40%	162	17.60%	88	14.80%	74	دائما
52.20%	261	35.20%	176	17.00%	85	أحيانا
15.40%	77	09.40%	47	06.00%	30	نادرا
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		07.361

يتبين لنا من خلال الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين يرون بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV أحيانا ما تواكب الأحداث الراهنة وذلك بنسبة 52.20%، أما الذين يرون دائما تواكب الأحداث الراهنة فبلغت نسبتهم بـ 32.40%، أما الذين يرون عكس ذلك أي نادرا ما تواكب البرامج السياسية بقناة النهار TV الأحداث الراهنة فبلغت نسبة بـ 15.40%.

كما نلاحظ تفوق فئة الإناث على الذكور الذين يرون بأن أحيانا ما تواكب البرامج السياسية بقناة النهار TV الأحداث الراهنة فبلغت نسبة عند الإناث بـ 35.20% والذكور بـ 17%، أما دائما فبلغت النسبة عند الإناث بـ 17.60% والذكور بـ 14.80% أما نادرا ما تواكب البرامج السياسية بقناة النهار TV فبلغت النسبة عند الإناث بـ 09.40% والذكور بـ 06%.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مواكبة البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 07.361 وهي أكبر من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 41: يوضح مدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهار TV للأحداث الراهنة وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	مواكبة الأحداث
32.40%	162	13.80%	69	18.60%	93	دائما
52.20%	261	22.20%	111	30.00%	150	أحيانا
15.40%	77	06.60%	33	08.80%	44	نادرا
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.001

يبين لنا الجدول أعلاه ارتفاع عدد الطلبة الذين هم مسجلون في تخصص علوم الإعلام والاتصال الذين يرون أن البرامج السياسية بقناة النهار TV أحيانا ما تواكب الأحداث الراهنة، إذ بلغ عددهم 150 طالبا ما يعادل نسبة 30% أما عدد طلبة العلوم السياسية قدر بـ 111 طالبا ما نسبته 22.20%، كما نلاحظ تفوق عدد طلبة الإعلام والاتصال في اختيار دائما بنسبة 18.60% أما طلبة العلوم السياسية فبلغت نسبتهم بـ 13.80%، في حين تقاربت النسبة بين التخصصين في الاختيار الأخير (نادرا) فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 08.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 06.60% هذا مقارنة بالاختيارات السابقة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.001 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 42: يوضح مدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهار TV للأحداث الراهنة وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مواكبة الأحداث
32.40%	162	0.40%	02	02.20%	11	29.80%	149	دائما
52.20%	261	01.80%	09	12.80%	64	37.60%	188	أحيانا
15.40%	77	0.80%	04	07.80%	39	06.80%	34	نادرا
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		64.269

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أجاوبوا بأن أحيانا ما تواكب البرامج السياسية بقناة النهار TV الأحداث الراهنة وذلك بنسبة 37.60%، أما الطلبة من مستوى الماستر فبلغت نسبتهم بـ 12.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بلغت نسبتهم بـ 01.80%، أما الذين يرون بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV أنها تواكب الأحداث الراهنة بصفة دائمة فبلغت النسبة عند طلبة الليسانس بـ 29.80% وطلبة الماستر 02.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.40%. أما الذين يرون عكس ذلك أي بصفة نادرة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 06.80% والماستر بـ 0.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن هناك علاقة بين التخصص ومدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 64.291 وهي أكبر من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 43: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014 وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الانتخابات الرئاسية 2014
%	ت	%	ت	%	ت	
69.00%	345	42.60%	213	26.40%	132	مؤيدة
09.00%	45	05.40%	27	03.60%	18	معارضة
22.00%	110	14.20%	71	07.80%	39	محايدة
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كا 2 الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا 2 المحسوبة
05.991		0.05		02		0.381

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر من نصف من أفراد العينة كانت وجهة نظرهم أن البرامج السياسية بقناة النهار TV كانت مؤيدة في تغطيتها للانتخابات الرئاسية لسنة 2014 وذلك بنسبة 69%، أما الذين يرون بأنها كانت محايدة فبلغت نسبة بـ 22%، أما الذين يرون بأنها كانت معارضة في تغطيتها للانتخابات الرئاسية لسنة 2014 فبلغت نسبتهم بـ 09%.

كما يتبين لنا من خلال الجدول ارتفاع نسبة الإناث عن الذكور في الإجابة أن تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية لسنة 2014 كانت مؤيدة إذ بلغت نسبة عند الإناث بـ 42.60% والذكور بـ 26.40%، أما الذين يرون بأنها كانت محايدة فبلغت النسبة عند الإناث بـ 14.20% والذكور بـ 07.80%، أما الذين كانت نظرتهم بأنها معارضة فبلغت نسبة عند الإناث بـ 05.40% والذكور بـ 03.60% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب السابقة.

حيث يرى الطلبة أن القناة وبالرغم من تظاهرها بالحيادية إلا أنها كانت متحيزة للرئيس وكانت مشجعة للحملة الرابعة من خلال التغطيات الميدانية، وكذلك استضافتها لشخصيات سياسية مساندة للرئيس بوتفليقة بالإضافة إلى أنها لم تكن تنقل آراء المواطنين المعارضين للعهد الرابع، وذكر الإيجابيات والأعمال التي قام بها الرئيس في السنوات الماضية.

وبالرغم من أن القناة كانت تبدي نوع من التوازن في عرض برامج المترشحين وتقدم انتقادات شكلية للرئيس، لكنها لم يستطيعوا إخفاء مساندتهم كونها اكتفت بقولها أن الرئيس مريض لكنها لم تتحدث عن الوضع الصحي الحقيقي للرئيس، لأنها كانت تحاول إقناع المتلقي أن الوضع الصحي للرئيس يعتبر وضعاً مؤقتاً فقط، وهذا التأييد ظهر واضحاً بشكل كبير في الأيام الأخيرة من الحملة الانتخابية.

وهذا ما صرح به أنيس رحماني مدير عام لمجمع النهار " نعم دعمنا الرئيس في أبريل 2014، وإذا أعاد التاريخ نفسه سنعيد دعمه مرة ثانية، ولم نخف مواقفنا، فقد دعمنا مجاهداً وأحد صناعات الثورة وأحد رجالات الدبلوماسية الجزائرية الذي كان له الفضل في إخراج الجزائريين من دوامة العنف والإرهاب، ولم ندعم مخابرات أجنبية لحكم الجزائر بالنسبة لنا، فإن دعمنا للرئيس بوتفليقة كمجاهد، فإن ذلك لا يعني تزكية أعمال الحكومة ولا أعمال الوزراء ولا حتى الولاية، فنحن قناة ننقل انشغالات المواطن ولسنا بوقاً للسلطة مثلما يظن البعض"¹.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014 بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.381 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

¹ - http://www.ennaharonline.com/ar/latestnews/228151-نحن-قناة-إخبارية-ولسنا-فضائية-إباحية-أو-قناة-فايسبوك. تاريخ

الجدول رقم 44: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014 وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص الانتخابات الرئاسية 2014
%	ت	%	ت	%	ت	
69.00%	345	28.40%	142	40.60%	203	مؤيدة
09.00%	45	03.40%	17	05.60%	25	معارضة
22.00%	110	10.80%	54	11.20%	56	محايدة
100%	500	42.60%	213	57.40%	217	المجموع
كأ ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كأ ² المحسوبة
05.991		0.05		02		23.415

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ارتفاع نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV كانت مؤيدة في تغطيتها للانتخابات الرئاسية، حيث قدرت نسبتهم بـ 40.60% أما طلبة العلوم السياسية فبلغت نسبتهم بـ 28.40%، في حين تقاربت النسبة بين التخصصين إذ بلغت نسبة طلبة الإعلام والاتصال الذين يرون بأنها كانت محايدة بـ 11.20% وطلبة العلوم السياسية بـ 10.80% كذلك هناك تقارب في اختيار معارضة بين التخصصين إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 05.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 03.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كأ² تبين لنا بأن هناك علاقة بين التخصص وتغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014، حيث بلغت قيمة كأ² المحسوبة بـ 23.415 وهي أكبر من كأ² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 45: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014 وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الانتخابات الرئاسية 2014
69.00%	345	01.60%	08	17.60%	88	49.80%	249	مؤيدة
09.00%	45	00.40%	02	01.40%	07	07.20%	36	معارضة
22.00%	110	01.00%	05	03.80%	19	17.20%	86	محايدة
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		05.971

يتضح لنا من خلال الجدول أن تقريبا نصف أفراد العينة 49.80% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس كانت إجابتهم أن تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV كانت مؤيدة للانتخابات الرئاسية وطلبة الماستر بنسبة 17.60% وطلبة الدكتوراه بـ 01.60%، كما بلغت نسبة طلبة الليسانس الذين كانت وجهة نظرهم بأنها كانت محايدة بـ 17.20% وطلبة الماستر بـ 03.80% وبلغت نسبة طلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01%. وأخيرا من يرون بأنها كانت معارضة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 07.60% وطلبة الماستر بـ 01.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 00.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي وتغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 05.971 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 46: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV لقضية التعديل الدستوري وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تغطية التعديل الدستوري
%	ت	%	ت	%	ت	
%60.00	300	%36.20	181	%23.80	119	مؤيدة
%09.80	49	%07.40	37	%02.40	12	معارضة
%30.20	151	%18.60	93	%11.60	58	محايدة
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		04.161

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يرون أن توجه البرامج السياسية بقناة النهار TV التي غطت قضية تعديل الدستور كانت مؤيدة وذلك بنسبة 60%، أما 30.20% من المبحوثين يرون أنها كانت محايدة، فيما يرى اتجاه آخر بأنها كانت معارضة وذلك بنسبة ضعيفة بلغت 09.80%.

و يرجع اتفاق أغلبية الطلبة إلى تأييد القناة لقضية التعديل الدستوري لأنها استضافت أساتذة وخبراء حاولوا إبراز الجانب الإيجابي أكثر من الجانب السلبي لمشروع التعديل الدستوري، وكذلك يرون بأنها تحت ضغط الدولة وبالتالي دعم الحكومة وسياستها بأي شكل من الأشكال، ويمكن استخلاص نتيجة من خلال الجدول رقم 43 والجدول رقم 46 أن قناة النهار مؤيدة لنظام الدولة الجزائرية دائما تخدم مصالحها وسياستها.

كما نلاحظ ارتفاع نسبة الإناث عن الذكور الذين يرون بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV التي غطت قضية التعديل الدستوري وذلك بنسبة 36.20% للإناث و 23.80% للذكور، أما الذين كانت رؤيتهم بأنها كانت محايدة فبلغت النسبة عند الإناث 18.60% والذكور 11.60%، أما المعارضة فبلغت نسبة الإناث بـ 07.40% والذكور بـ 02.40%.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV لقضية التعديل الدستوري بين الذكور والإناث تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 04.161 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 47: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV لقضية التعديل الدستوري وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص تغطية التعديل الدستوري
%	ت	%	ت	%	ت	
60.00%	300	23.40%	117	36.60%	183	مؤيدة
09.80%	49	04.40%	22	05.40%	27	معارضة
30.20%	151	14.80%	74	15.40%	77	محايدة
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		04.230

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الطلبة المسجلين في علوم الإعلام والاتصال الذين يرون بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV كانت مؤيدة في تغطيتها لقضية التعديل الدستوري وذلك بنسبة 36.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 23.40%، في حين تقاربت النسبة في اتجاهين محايدة ومعارضة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين يرون بأنها كانت محايدة بـ 15.40% والعلوم السياسية بـ 14.80%، أما المعارضة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 05.40% وطلبة العلوم السياسية بـ 04.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص وتغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV لقضية التعديل الدستوري، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 04.230 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى

خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 48: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV لقضية التعديل الدستوري وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي تغطية التعديل الدستوري
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
60.00%	300	01.60%	08	15.40%	77	43.00%	215	مؤيدة
09.80%	49	0.60%	03	01.40%	07	07.80%	39	معارضة
30.20%	151	0.80%	04	06.00%	30	23.40%	117	محايدة
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		05.645

يتضح لنا من خلال الجدول أن 43% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس كانت إجاباتهم أن تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV كانت مؤيدة لقضية التعديل الدستوري وطلبة الماستر بنسبة 15.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.60%، كما بلغت نسبة طلبة الليسانس الذين كانت وجهة نظرهم بأنها كانت محايدة بـ 23.40% وطلبة الماستر بـ 06.00% وبلغت نسبة طلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%. وأخيراً من يرون بأنها كانت معارضة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 07.80% وطلبة الماستر بـ 06.00% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي وتغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV لقضية التعديل الدستوري، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 05.645 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04

ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

المطلب الثالث: البرامج السياسية والوعي السياسي.

الجدول رقم 49: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس اكتساب المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
%16.20	81	%08.20	41	%08.00	40	دائماً
%67.40	337	%45.20	226	%22.20	111	أحياناً
%16.40	82	%08.80	44	%07.60	38	نادراً
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		10.555

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تزود الطلبة بالمعلومات السياسية كانوا يجهلون بها بصفة أحياناً وذلك بنسبة 67.40 %، في حين تقاربت النسبة بين صفتي دائماً و نادراً إذ بلغت النسبة بـ 16.20% و 16.40% على التوالي.

وهذا ما يتفق مع نتائج الباحثان موسى عبدالرحيم حلس، ناصر علي مهدي في دراسة منشورة بمجلة جامعة الأزهر تحت عنوان دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني¹، حول درجة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام في الحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية، حيث أكد 76.20% من المبحوثين بأنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بنسبة متوسطة و 08.70% بنسبة محدودة، بينما أكد 15.10% من المبحوثين بأنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بنسبة كبيرة.

¹: موسى عبدالرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 2، ص 167.

كما نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق بين الذكور والإناث، أحيانا ما يتم اعتمادهم على البرامج السياسية بقناة النهار TV لمعرفة آخر التطورات السياسية الحاصلة في المجتمع، وتزودهم بالمعلومات السياسية وذلك بنسبة 45.20% للإناث و22.20% للذكور، في حين تقاربت النسبة بين الفئتين في اختياريين هما دائما ونادرا ، إذ بلغت نسبة الإناث الذين يرون دائما تزودهم بالمعلومات السياسية بـ 08.20% والذكور بـ 08% أما بصفة نادرا فبلغت النسبة بـ 08.80% للإناث و07.60% للذكور.

ويرجع هذا إلى أن هناك وسائل أخرى تتميز بالسرعة والأنية في نقل المعلومات السياسية كالأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك تعدد القنوات الفضائية سواء كانت عامة أو خاصة في نقل ومعالجة الأحداث السياسية.

ويمكن القول بأن هذه النتائج جاءت نسبية في ما يخص التزود بالمعلومات السياسية، فالطالب الجامعي يستفيد في حدود هذه الدراسة بمعلومات سياسية جديدة، تجعله على وعي ودراية بما يدور حوله من أحداث سياسية من خلال المعارف والخبرات والاتجاهات التي تنقلها له البرامج السياسية بقناة النهار TV، والتي تخلق وعيا عاما بالقضايا والأحداث السياسية المطروحة للنقاش.

وهذا يعود ربما إلى ضعف ثقة المبحوثين في قناة النهار TV وهو يعكس بدوره ضعف القناة في جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، وهذا يتوافق مع نتائج الجدول رقم 09 الذي وضح لنا أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة أحيانا ما يشاهدون قناة النهار TV ، وكذلك بين لنا الجدول رقم 18 أن 58.20% من أفراد العينة أحيانا ما يتابعون البرامج السياسية بقناة النهار TV، وهذا يدل على الاعتماد على الفضائيات العربية في متابعة آخر المستجدات على غرار قناة الجزيرة، العربية، France 24، وهذا ما أكدته دراسة " منال كبور " حول الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي حيال عملية السلام مع إسرائيل¹، حيث توصلت الباحثة إلى أن قناة الجزيرة تستأثر اهتمام المبحوثين، ثم تليها قناة العربية وقناة France 24 وEuro news، ويمكن إيجاز هذا التفضيل إلى ما حققته هذه القنوات من سبق صحفي في عدة مواضيع .

¹: منال كبور، الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي حيال عملية السلام مع إسرائيل أساتذة جامعة باتنة أنموذجا، مرجع سبق ذكره، ص 101.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 10.555 وهي أكبر من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 50: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص اكتساب المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
%16.20	81	%07.60	38	%08.60	43	دائماً
%67.40	337	%27.60	138	%39.80	199	أحياناً
%16.40	82	%07.40	37	%09.00	45	نادراً
%100	500	%62.60	213	%57.40	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		01.205

يتضح لنا من خلال الجدول ارتفاعاً في نسبة الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال الذين أجابوا أن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات سياسية بصفة أحياناً وذلك بنسبة 39.80%، في حين بلغت النسبة عند طلبة العلوم السياسية بـ 27.60%، كما نلاحظ تقارب بين النسب في الاختيارين بصفة دائمة ونادراً فكانت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال في اختيار دائماً بـ 08.60% و 07.60% لطلبة العلوم السياسية، أما بصفة نادراً فبلغت نسبة الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال بـ 09% والعلوم السياسية بـ 07.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى اكتساب أفراد العينة للمعلومات السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 01.205 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 51: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	اكتساب المعلومات السياسية
%16.20	81	%0.20	01	%02.80	14	%13.20	66	دائما
%67.40	337	%02.00	10	%15.80	79	%49.60	248	أحيانا
%16.40	82	%0.80	04	%4.20	21	%11.40	57	نادرا
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		04.071

يتبين لنا من خلال الجدول أن 49.60% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس يرون أن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات سياسية كانوا يجهلونها بصفة أحيانا، فبلغت نسبة طلبة الماستر بـ 15.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02%، أما الذين كانت وجهة نظرهم بأن دائما ما تزودهم البرامج السياسية بقناة النهار TV بالمعلومات كانوا يجهلونها فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 13.20% وطلبة الماستر بـ 02.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20%. وأخيرا من يرون عكس ذلك أي بصفة نادرا فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 11.40% وطلبة الماستر بـ 04.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومدى اكتساب أفراد العينة للمعلومات السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 04.071 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 52: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير الجامعة.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة اكتساب المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%16.20	81	%03.20	16	%09.00	45	%04.00	20	دائما
%67.40	337	%05.40	27	%48.00	240	%14.00	70	أحيانا
%16.40	82	%01.00	05	%11.60	58	%03.80	19	نادرا
%100	500	%09.60	48	%68.60	343	%21.80	109	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		13.576

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن 48% من طلبة جامعة الجزائر أجابوا بأن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV أحيانا ما تزودهم بمعلومات سياسية كانوا يجهلونها، وبلغت النسبة عند طلبة جامعة قسنطينة بـ 14% وطلبة الجامعة وهران بـ 05.40%. أما الذين صرحوا بأنه نادرا ما تزودهم بالمعلومات السياسية فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 11.60% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 05.40% وطلبة جامعة وهران بـ 01%، وأخيرا من كانت نظرتهم بأنها دائما تزودهم بالمعلومات السياسية فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 09% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 04% وبلغت النسبة عند طلبة جامعة وهران بـ 03.20% وهما نسبتين متقاربتين.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن هناك علاقة بين الجامعة ومدى اكتساب أفراد العينة للمعلومات السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 13.576 وهي أكبر من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 53: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق مغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس نوع القضايا
%	ت	%	ت	%	ت	
%33.20	166	%22.80	114	%10.40	52	قضايا دولية
%14.00	70	%09.00	45	%05.00	25	قضايا إقليمية
%52.80	264	%30.40	152	%22.40	112	قضايا محلية
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		05.490

يتضح لنا من خلال الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين يرون أن المعلومات التي يكتسبونها من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV هي معلومات تخص قضايا محلية وذلك بنسبة 52.80%، ثم تليها المعلومات الخاصة بالقضايا الدولية وذلك بنسبة 33.20% وأخيراً قضايا إقليمية بنسبة 14%.

وتوصل الباحثان موسى عبدالرحيم حلس، ناصر علي مهدي في دراسة منشورة بمجلة جامعة الأزهر تحت عنوان دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني¹، فلقد احتلت متابعة الأحداث المحلية المرتبة الأولى في الدوافع وأسباب التعرض لوسائل الإعلام بنسبة 74.40%.

وتدل النتائج السابقة على أن الطلبة الجامعيين أصبحوا أكثر انجذاباً واهتماماً حول القضايا المحلية، وقد يفسر ذلك على أنه رغبة من هؤلاء الطلبة في البحث عن الحقيقة ومشاهدة الواقع والأحداث الجارية في وطنهم، إضافة إلى اشباع رغبة الإثارة التي تصنعها بعض البرامج السياسية بقناة النهار TV. كذلك تعتبر قناة النهار TV قناة جزائرية تختص بتناول الأخبار والأحداث والمواضيع المتصلة بالبلد بالدرجة الأولى، أما القضايا الدولية من أجل تزويد الجماهير بما يحدث في العالم من قضايا وأحداث واحتجاجات، وهذا ما عرفه العالم في الآونة الأخيرة بدرجة كبيرة.

¹: موسى عبدالرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مرجع سبق ذكره، ص 161.

وهذا يعكس الواقع بظروفه السياسية التي تشكل الاهتمام الأعظم لغالبية أفراد عينة الدراسة بالبرامج السياسية التي تتناول الأحداث المحلية، والتي تنمي المعلومات السياسية للمبحوثين، وهذه المؤشرات تدل أيضا على مدى الوعي بالقضايا المحلية والاهتمام بالأحداث العالمية.

أما عن المعلومات التي اكتسبها أفراد العينة كانت حول القضايا المحلية بالدرجة الأولى فتمثلت في أحداث غرداية، قضية سونطراك، أزمة تيقنتورين، الاحتجاجات والاضرابات في مختلف القطاعات ... ثم تأتي في الدرجة الثانية قضايا دولية مثل أحداث الربيع العربي (سوريا وليبيا، اليمن...)، قضية اللاجئين السوريين في ألمانيا، أسباب التفجيرات لتنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام ما يعرف بداعش، الخلافات والنزاعات بين الدول مثل نزاع تركيا وروسيا إلى آخره من الأحداث العالمية، أما عن القضايا الإقليمية فتمثلت في قضية فتح الحدود بين الجزائر والمغرب وصراع حول الصحراء الغربية....

كما نلاحظ تفوق فئة الإناث على الذكور في الاختيارات الثلاث، حيث بلغت نسبة الطالبات الذين أجابوا بأن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات سياسية تخص القضايا المحلية وذلك بنسبة 30.40% والذكور بـ 22.40%، ثم تلتها القضايا الدولية بنسبة 22.80% للإناث و10.40% للذكور، وأخيرا قضايا إقليمية بلغت نسبة عند الإناث بـ 09% والذكور بـ 05%.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في نوع القضايا بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 05.490 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 54: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق مغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص نوع القضايا
%	ت	%	ت	%	ت	
33.20%	166	12.80%	64	20.40%	102	قضايا دولية
14.00%	70	08.40%	42	05.60%	28	قضايا إقليمية
52.80%	264	21.40%	107	31.40%	157	قضايا محلية
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		10.241

يتبين لنا من خلال الجدول أن 157 طالب أي ما يعادل نسبة 31.40% هم مسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال يرون أن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات سياسية تخص القضايا المحلية، في حين قدر عدد طلبة العلوم السياسية بـ 107 طالب بنسبة 21.40%، أما فيما يخص الذين يرون أن متابعتهم للبرامج السياسية بهذه القناة تزودهم بمعلومات تخص القضايا الدولية فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 20.40% وطلبة العلوم السياسية بـ 12.80%، أما القضايا الإقليمية فبلغ عدد طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 28 مبحوثاً، أي ما يعادل نسبة 05.60% و42 طالب للعلوم السياسية بنسبة 08.40%، وهنا نلاحظ تفوق نسبة طلبة العلوم السياسية على طلبة علوم الإعلام والاتصال.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن هناك علاقة بين التخصص ونوع القضايا، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 10.241 وهي أكبر من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 55: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق مغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	نوع القضايا
%33.20	166	%01.00	05	%05.80	29	%26.40	132	قضايا دولية
%14.00	70	%0.20	01	%03.60	18	%10.20	51	قضايا إقليمية
%52.80	264	%1.80	09	%13.40	67	%37.60	188	قضايا محلية
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		04.790

يتبين لنا من خلال الجدول أن ما نسبته 37.60% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس كانت رؤيتهم أن متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات ذات صلة بالقضايا المحلية، أما طلبة الماستر فبلغت نسبتهم بـ 13.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بنسبة 01.80%. أما الذين أجابوا بأن تزودهم بمعلومات خاصة بالقضايا الدولية فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 26.40% في حين بلغت نسبة طلبة الماستر بـ 05.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01%، وأخيراً هناك فئة من الطلبة يرون أن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات حول القضايا الإقليمية فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 10.20% وطلبة الماستر بـ 03.60% أما طلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ونوع القضايا، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 04.790 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 56: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق متغير الجامعة.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة نوع القضايا
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
33.20%	166	03.60%	18	20.60%	103	09.00%	45	قضايا دولية
14.00%	70	01.20%	06	09.80%	49	03.00%	15	قضايا إقليمية
52.80%	264	04.80%	24	38.20%	191	09.80%	49	قضايا محلية
100%	500	09.60%	48	68.60%	343	21.80%	109	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		05.436

يتضح لنا من خلال الجدول أن 38.20% من طلبة جامعة الجزائر أجابوا أن متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV تزودهم بمعلومات تخص القضايا المحلية، وبلغت النسبة عند طلبة جامعة قسنطينة بـ 09.80% وطلبة جامعة وهران بـ 04.80%. أما الذين كانت إجابتهم تتمثل في قضايا دولية فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 20.60% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 09% وطلبة جامعة وهران بـ 03.60%. وأخيرا الذين يرون بأن المعلومات التي تم اكتسابها من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV بقضايا إقليمية فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 09.80% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 03% وبلغت النسبة عند طلبة جامعة وهران بـ 01.20%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² بأنه ليس هناك علاقة بين الجامعة ونوع القضايا، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 05.463 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 57: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تذكر المعلومات
%	ت	%	ت	%	ت	
08.80%	44	05.20%	26	03.60%	18	دائما
66.60%	333	42.00%	210	24.60%	123	أحيانا
24.60%	123	15.00%	75	09.60%	48	نادرا
100%	500	62.20%	311	37.80%	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.365

يتضح لنا من خلال الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين يتذكرون ويسترجعون المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV بصفة أحيانا بنسبة 66.60%، ثم تليها بصفة نادرا بنسبة 24.60% وأخيرا بنسبة دائما بـ 08.80% .

وما يمكن استخلاصه من بيانات الجدول هو أن النتائج جاءت نسبية في ما يخص تذكر واسترجاع المعلومات التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV، وهو دليل على الاهتمام النسبي لعينة الدراسة بما تبثه البرامج السياسية بالقناة والاستفادة منه في زيادة المعارف السياسية لديهم، كما يرجع سبب تذكر المعلومات أحيانا إلى أهمية الموضوعات المطروحة للنقاش وكذا طريقة تقديم وإخراج البرامج السياسية بالقناة، كما هو موضح في الجدول رقم 31 الخاص بطريقة تقديم البرامج حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون بأنها كانت متوسطة بـ 68%، أما الجدول رقم 34 بين لنا إخراج البرامج السياسية الذي كان متوسطا حسب رأي أفراد العينة، إذ بلغت نسبتهم بـ 67.40% وهذا سيؤثر حتما على الطلبة في تذكر المعلومات واسترجاعها.

كما نلاحظ ما نسبته 42% من الإناث أحيانا ما يتذكرن المعلومات التي تبثها قناة النهار TV، أما الذكور فبلغت نسبتهم بـ 24.60%، ثم تأتي بعدها بصفة نادرا 15% للإناث و 09.60% للذكور، وأخيرا بصفة دائما ما يتذكرون ويسترجعون المعلومات السياسية التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV بـ 05.20% للإناث و 03.60% للذكور.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في تذكر المعلومات السياسية بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 0.365 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 58: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص تذكر المعلومات
%	ت	%	ت	%	ت	
08.80%	44	3.80%	19	05.00%	25	دائما
66.60%	333	28.80%	144	37.80%	189	أحيانا
24.60%	123	10.00%	50	14.60%	73	نادرا
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.254

يتبين لنا من خلال الجدول أن 37.80% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال يتذكرون المعلومات التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV بصفة أحيانا، في حين بلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 28.80%، أما بصفة نادرا فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 14.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 10% وأخيرا بصفة دائمة فكانت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 05% وطلبة العلوم السياسية بـ 03.80% وهي نسبة ضعيفة .

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى تذكر المعلومات السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 0.254 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 59: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	تذكر المعلومات
08.80%	44	0.40%	02	2.00%	10	6.40%	32	دائما
66.60%	333	1.80%	09	14.80%	74	50.00%	250	أحيانا
24.60%	123	0.80%	04	6.00%	30	17.80%	89	نادرا
100%	500	3.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		0.763

نلاحظ من خلال الجدول أن نصف أفراد العينة هم طلبة الليسانس ممن يتذكرون المعلومات السياسية بصفة أحيانا بنسبة 50% وطلبة الماستر بـ 14.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.80%، أما الذين يرون بأنه نادرا ما يتذكرون المعلومات التي تتناولها البرامج السياسية بقناة النهار TV فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 17.80% وطلبة الماستر بـ 06% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%، وأخيرا بصفة دائمة ما يتذكرون فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 06.40% وطلبة الماستر بـ 02% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومدى تذكر المعلومات السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.763 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 60: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير الجامعة.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة تذكر المعلومات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%08.80	44	%0.80	04	%05.80	29	%02.20	11	دائما
%66.60	333	%07.60	38	%43.80	219	%15.20	76	أحيانا
%24.60	123	%01.20	06	%19.00	95	%04.40	22	نادرا
%100	500	%09.60	48	%68.60	343	%21.80	109	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		07.011

يوضح لنا الجدول أعلاه أن 43.80% من طلبة جامعة الجزائر أحيانا ما يتذكرون ويسترجعون المعلومات التي اكتسبوها من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV، وبلغت النسبة عند طلبة جامعة قسنطينة بـ 15.20%، وطلبة جامعة وهران بـ 07.60%. في حين بلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر الذين يتذكرون المعلومات بصفة نادرا بـ 19% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 04.40% وبلغت نسبة طلبة جامعة وهران بـ 01.20%، وأخيرا من يتذكرون ويسترجعون المعلومات التي تم الحصول عليها بصفة دائمة فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 05.80% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 02.20%، وبلغت النسبة عند طلبة جامعة وهران بـ 0.80% وهي نسبة ضعيفة جدا.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين الجامعة ومدى تذكر المعلومات السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 07.011 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 61: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
%66.00	330	%44.40	222	%21.60	108	مناقشة القضايا
%34.00	170	%17.80	89	%16.20	81	نعم
100	500	%62.20	311	%37.80	189	لا
المجموع		المجموع		المجموع		المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
03.831		0.05		01		10.623

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يناقشون ما تم مشاهدته من قضايا وأحداث سياسية التي تبثها برامج قناة النهار TV وذلك بنسبة 66%، أما النسبة المتبقية من المبحوثين فهم لا يناقشون ما تم عرضه وبلغت نسبتهم 34%.

كما نلاحظ تفوق عدد الإناث على الذكور إذ بلغت نسبة الإناث التي تناقش المواضيع التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV بـ 44.40% والذكور بـ 21.60%، في حين تقاربت النسبة بين الجنسين إذ بلغت نسبة الإناث التي لا تناقش ما يتم عرضه في البرامج السياسية بـ 17.80% والذكور بـ 16.20%.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأنه هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 10.623 وهي أكبر من كا² الجدولية 03.831، عند درجة حرية 01 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 62: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	مناقشة القضايا
66.00%	330	29.60%	148	36.40%	182	نعم
34.00%	170	13.00%	65	21.00%	105	لا
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
ك ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		ك ² المحسوبة
03.831		0.05		01		02.007

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 36.40% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال أنهم يناقشون ما يبث في البرامج السياسية بقناة النهار TV وبلغت النسبة عند طلبة العلوم السياسية بـ 29.60%، أما المبحوثين الذين لا يناقشون المواضيع التي تناولتها البرامج السياسية بقناة النهار TV فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 21% وطلبة العلوم السياسية بـ 13%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار ك² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين التخصص ومناقشة القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة بـ 02.007 وهي أقل من ك² الجدولية 03.831، عند درجة حرية 01 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 63: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مناقشة القضايا
66.00%	330	02.20%	11	14.60%	73	49.20%	246	نعم
34.00%	170	0.80%	04	08.20%	41	25.00%	125	لا
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991				0.05		02		0.571

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن تقريبا نصف من أفراد العينة أي 49.20% هم بصدد تحضير شهادة الليسانس يناقشون القضايا والأحداث السياسية التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV، وبلغت نسبة طلبة الماستر بـ 14.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.20% . في حين بلغت نسبة طلبة الليسانس الذين لا يناقشون ما تم عرضه في البرامج السياسية بقناة النهار TV بـ 25% وبلغت نسبة طلبة الماستر بـ 08.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.8% . كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومناقشة القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.571 وهي أقل من كا² الجدولية 0.5991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 64: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجامعة.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
مناقشة القضايا								
نعم								
66.00%	330	06.40%	32	45.00%	225	14.60%	73	
لا								
34.00%	170	03.20%	16	23.60%	118	07.20%	36	
المجموع								
100%	500	09.60%	48	68.60%	343	21.80%	109	
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة		
05.991		0.05		02		0.080		

يبين لنا الجدول أن 45% من طلبة جامعة الجزائر يناقشون القضايا والأحداث السياسية التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV، وبلغت النسبة عند طلبة جامعة قسنطينة 14.60% ونسبة طلبة جامعة وهران بـ 06.40%، أما الذين لا يناقشون ما يتم عرضه من معلومات ومواضيع ذات طابع سياسي فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 23.60% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 07.20% وبلغت نسبة طلبة جامعة وهران بـ 03.20%، كما تبين لنا بيانات الجدول أن الطلبة الذين يناقشون يفوقون عن الطلبة الذين لا يناقشون بالنصف.

و يرجع ارتفاع نسبة طلبة جامعة الجزائر الذين يناقشون القضايا السياسية أنهم متواجدين في بيئة سياسية يكثر فيها الحديث عن السياسية ومواضيعها وكذلك هم أقرب إلى السلطات السياسية ومؤسساتها.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين الجامعة ومدى مناقشة القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.080 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 65: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس معية المناقشة
%	ت	%	ت	%	ت	
%23	115	%18,20	91	%04,80	24	الأسرة
%33,60	168	%21	105	%12,60	63	زملاء دراسة
%09,40	47	%05,20	26	%04,20	21	الأساتذة
%66	330	%44,40	222	%21,60	108	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		12.133

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 168 طالبا من أصل 330 طالبا الذين يناقشون المواضيع والقضايا السياسية، أي ما يعادل نسبة 33.60% من أفراد عينة الدراسة يناقشون مع زملاء الدراسة، أما الذين يناقشونها مع الأسرة فبلغت نسبتهم بـ 23%. ونسبة 09.40% يناقشونها مع الأساتذة.

وما يمكن استخلاصه من بيانات الجدول أن أفراد عينة الدراسة أكثر مناقشة مع زملاء الدراسة نظرا لأن عينة الدراسة هم الطلبة، بحيث يمضون معظم وقتهم مع بعضهم البعض سواء في الجامعة أو الإقامة الجامعية، وجاءت المناقشة بدرجة أقل مع الأساتذة نظرا لنقص احتكاك الطلبة بالأساتذة، كما أن معظم المناقشات تدور حول البحوث التي يكلف بها الطلبة وكذلك انشغالات الأساتذة بالبحوث والأعمال الإدارية، ونقص أماكن يلتقي فيها الأساتذة مع الطلبة، هذا ما يؤثر على زيادة معارفهم السياسية باعتبار أن الجامعة هي فضاء لتكوين الطالب وزيادة معارفه في تخصصهم العلمي، وكذلك زيادة في معلوماته السياسية وبالتالي تكوين اتجاه لديه.

كما يبين لنا الجدول أن هناك تفاوت بين الإناث والذكور، إذ بلغت نسبة الإناث اللواتي يناقشن المواضيع والقضايا السياسية التي تبثها برامج قناة النهار TV مع زملاء الدراسة بـ 21%، وبلغت النسبة عند الذكور بـ 12.60%، كذلك نفس الأمر بالنسبة للذين يناقشون مع الأسرة دائما تفوقت نسبة الإناث عن الذكور، حيث بلغت 18.20% للإناث و 04.80% للذكور، في حين تقاربت النسبة

بين الجنسين في المناقشة مع الأساتذة، إذ بلغت النسبة عند الإناث بـ 05.20% والذكور بـ 04.20%.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية مع من يناقش أفراد العينة القضايا السياسية بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 12.133 وهي أكبر من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 66: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص معينة المناقشة
%	ت	%	ت	%	ت	
23%	115	10%	50	13%	65	الأسرة
33,6%	168	15,60%	78	18%	90	زملاء دراسة
9,40%0	47	04%	20	5,40%0	27	الأساتذة
%66	330	%29,60	148	%36,40	182	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.357

يبين لنا الجدول أعلاه أن هناك تفاوت ضعيف في النسب بين الطلبة في كلا التخصصين، إذ بلغت نسبة الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال الذين يناقشون القضايا والأحداث السياسية التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV بـ 18%، وبلغت النسبة عند طلبة العلوم السياسية بـ 15.60%. أما الذين يناقشون مع أفراد أسرهم فبلغت نسبة طلبة الإعلام والاتصال بـ 13% وطلبة العلوم السياسية بـ 10%، وأخيراً من يناقشون مع أساتذتهم فهناك تقارب بين التخصصين، إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 05.40% وطلبة العلوم السياسية بـ 04%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين التخصص ومع من يناقش أفراد العينة القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ

0.357 وهي أقل من χ^2 الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 67: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير التعليمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	معية المناقشة
23%	115	0,40%	02	04,20%	21	18,40%	92	الأسرة
33,60%	168	01,80%	9	08,40%	42	23,4%	117	زملاء دراسة
09,40%	47	00%	00	02%	10	07,40%	37	الأساتذة
66%	330	02,2%0	11	14,60%	73	49,20%	246	المجموع
χ^2 الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		χ^2 المحسوبة
09.488				0.05		04		07.038

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 23.40% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس يناقشون القضايا والمواضيع السياسية التي تبثها قناة النهار TV مع زملاء الدراسة، وبلغت نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الماستر بـ 08.40%، وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.80%. أما الذين يناقشون مع أفراد أسرهم فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 18.40% وطلبة الماستر بـ 04.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.40%. وأخيرا الذين يناقشون مع الأساتذة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 07.40% وطلبة الماستر بـ 02% وانعدمت النسبة عند طلبة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار χ^2 تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومع من يناقش أفراد العينة القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة بـ 07.038 وهي أقل من χ^2 الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 68: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير الجامعة .

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	معية المناقشة
%23	115	%02,20	11	%13	65	%07,80	39	الأسرة
%33,60	168	%03	15	%25,60	128	%05	25	زملاء دراسة
%09,40	47	%01,20	6	%06,40	32	%01,80	9	الأساتذة
%66	330	%06,40	32	%45	225	%14,60	73	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		15.832

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن طلبة جامعة قسنطينة يناقشون المواضيع والقضايا السياسية التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV مع الأسرة بـ %07.80 ومع زملاء الدراسة بـ %05، والأساتذة بـ %01.80، في حين بلغت النسب عند طلبة جامعة الجزائر كالتالي: من يناقشون مع زملاء الدراسة بلغت نسبتهم بـ %25.60، ثم تليها نسبة من يناقشون مع الأسرة بـ %13، ثم مع الأساتذة بـ %06.40. أما طلبة جامعة وهران فبلغت نسبتهم على التوالي مع زملاء الدراسة بـ %03، مع الأسرة بـ %02.20، والأساتذة بـ %01.20.

إذ تبين لنا من نتائج الجدول أن طلبة جامعة الجزائر وجامعة وهران يفضلون مناقشة القضايا والأحداث السياسية التي تبثها البرامج السياسية بقناة النهار TV مع زملاء الدراسة، على عكس طلبة جامعة قسنطينة الذين يريدون المناقشة مع الأسرة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأنه هناك علاقة بين الجامعة ومع من يناقش أفراد العينة القضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 15.832 وهي أكبر من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 69: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تشكيل المعرفة
%	ت	%	ت	%	ت	
%12.40	62	%07.60	38	%04.80	24	بدرجة كبيرة
%62.20	311	%40.40	202	%21.80	109	بدرجة متوسطة
%25.40	127	%14.20	71	%11.20	56	بدرجة ضعيفة
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		03.164

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قناة النهار TV استطاعت أن تشكل معرفة سياسية لدى أغلبية المبحوثين بعد مشاهدتهم للبرامج السياسية وذلك بدرجة متوسطة حيث بلغت نسبتهم بـ 62% ثم تليها بدرجة ضعيفة بنسبة 25.40% وأخيرا بدرجة كبيرة بنسبة 12%.

ويمكن تفسير أن مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV تستطيع أن تشكل معرفة سياسية لدى الطلبة بدرجة متوسطة، وذلك لأن القناة حديثة النشأة ومازالت لا تملك امكانيات على تغطية كل الأحداث والتطورات التي تحدث في عالم بصفة عامة أو حتى في ربوع الوطن بصفة خاصة، وكذلك حتى نوع القضايا التي تقوم بمعالجتها هي قضايا لا ترتقي للمستوى العالي كما أن تحليل القضايا يكون سطحيا، هذا كله يؤثر على مشاهديها ويدفع الطلبة إلى متابعة برامج أخرى في فضائيات أخرى سواء عربية أو أجنبية ذات مستوى مرتفع للاطلاع على أهم الأحداث والقضايا السياسية لما لها من وزن على الساحة الإعلامية، وكذلك بروز الانترنت في المجال السياسي سمح للطلبة بالاطلاع على آخر الأخبار فهذه الأخيرة تسمح للأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى الجمهور العام فهي أيضا تتميز بالسرعة وحرية التعبير.

وكان معظم تبريرات أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يعتمدون على البرامج السياسية بقناة النهار TV بدرجة متوسطة في الحصول على المعلومات والمعارف السياسية، ذلك لأن مصادر استقاء المعلومات أصبحت متعددة، وهناك فضائيات بها برامج أكثر احترافية وتقدم معلومات بتفاصيل أكثر

على عكس البرامج السياسية بقناة النهار TV تعرض المواضيع والقضايا بشكل سطحي ودون التعمق في تفاصيل الأحداث والنتائج المترتبة عنها، كما يرى البعض بأن السياسية في الجزائر لا تتميز بالشفافية لا من ناحية التطبيق ولا من ناحية التعبير عن الرأي، وفي قناة النهار TV هناك آراء متصادمة بين المؤيد والمعارض مما يصعب معرفة الحقيقة .

كما نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 40.40% من الإناث استطاعت البرامج السياسية بقناة النهار TV أن تشكل معرفة سياسية لديهن بدرجة متوسطة، أما الذكور بلغت نسبتهم بـ 21.80%. أما بدرجة ضعيفة فبلغت نسبة الإناث بـ 14.20% والذكور بـ 11.20، وأخيرا بدرجة كبيرة فبلغت النسبة عند الإناث بـ 07.60% والذكور بـ 04.80% وهي نسبة ضعيفة جدا.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 03.164 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 70: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	تشكيل المعرفة
12.40%	62	05.40%	27	07.00%	35	بدرجة كبيرة
62.20%	311	25.60%	128	36.60%	183	بدرجة متوسطة
25.40%	127	11.60%	58	13.80%	69	بدرجة ضعيفة
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.777

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 36.60% من الطلبة الذين هم مسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال، أن مشاهدتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV استطاعت أن تشكل لهم معرفة سياسية بدرجة متوسطة، في حين بلغت النسبة عند طلبة العلوم السياسية بـ 25.60%. أما بدرجة ضعيفة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 13.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 11.60%، أما من استطاعت أن تشكل لهم معرفة سياسية بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 07% وطلبة العلوم السياسية بـ 05.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين التخصص واستطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 0.777 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 71: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	تشكيل المعرفة
12.40%	62	0.20%	01	02.40%	12	09.80%	49	بدرجة كبيرة
62.20%	311	01.80%	09	14.60%	73	45.80%	229	بدرجة متوسطة
25.40%	127	01%	05	05.80%	29	18.60%	93	بدرجة ضعيفة
100%	500	03%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488				0.05		04		01.390

يبين لنا الجدول أعلاه أن 45.80% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أن مشاهدتهم للبرامج السياسية استطاعت أن تشكل لهم معرفة سياسية بدرجة متوسطة، في حين بلغت نسبة طلبة الماستر بـ 14.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01.80%، أما بدرجة ضعيفة

فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 18.60% وطلبة الماستر بـ 05.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 01%، وأخيرا بدرجة كبيرة فكانت نسبة طلبة الليسانس بـ 09.80% وطلبة الماستر بـ 02.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20% وهي نسبة ضعيفة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي واستطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 01.390 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 72: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير الجامعة.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة تشكيل المعرفة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
12.40%	62	01.80%	09	07.00%	35	03.60%	18	بدرجة كبيرة
62.20%	311	06.60%	33	42.40%	212	13.20%	66	بدرجة متوسطة
25.40%	127	01.20%	06	19.20%	96	05.00%	25	بدرجة ضعيفة
100%	500	09.60%	48	68.60%	343	21.80%	109	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488				0.05		04		09.080

أسفرت نتائج الجدول أعلاه أن 42.40% من طلبة جامعة الجزائر استطاعت قناة النهار TV أن تشكل لهم معرفة سياسية بدرجة متوسطة من خلال مشاهدتهم للبرامج السياسية، و 13.20% لطلبة جامعة قسنطينة و 06.60% لطلبة جامعة وهران، أما بدرجة ضعيفة فبلغت النسبة عند طلبة جامعة الجزائر 19.20% و 05% لطلبة جامعة قسنطينة و 01.20% لطلبة جامعة وهران. وأخيرا من استطاعت أن تشكل لهم معرفة سياسية بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر بـ 07% وطلبة جامعة قسنطينة بـ 03.60% وطلبة جامعة وهران بـ 01.80% وهي نسب ضعيفة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين الجامعة واستطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 09.080 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 73: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تغير اتجاه
%	ت	%	ت	%	ت	
%28.60	143	%17.60	88	%11.00	55	نعم
%71.40	357	%44.60	223	%26.80	134	لا
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
03.831		0.05		01		0.037

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 71.40% لم تتغير اتجاهاتهم من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، وبلغت نسبة من تغير اتجاههم بـ 28.60%.

وهذه النتيجة هي عكس النتيجة التي توصل إليها الباحث الياس طلحة في دراسته بعنوان دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي¹ إذ توصل إلى أن 131 طالبا من مجموع 184 أي ما يعادل نسبة 65.47% من الطلبة الجامعيين تبينوا مواقف واتجاهات من خلال مشاهدتهم للحصص الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة.

ويرجع ارتفاع نسبة الطلبة الذين لم تتغير اتجاههم من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV إلى أن هذه القناة تفتقد إلى الخبرة والاحترافية، لأنها تعتمد على كفاءات وطاقات شبابية غير

¹: الياس طلحة، دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على جامعتي الامير عبد القادر وقسنطينة، مرجع سبق ذكره، ص 264.

مؤهلة ومدربة للممارسة العمل الإعلامي بشكل احترافي، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن القناة لا تستطيع التأثير في جمهورها، على عكس الفضائيات العربية والأجنبية استطاعت التأثير على مشاهديها كونها تتميز بالمصداقية والفورية في نقل الحدث من خلال التركيز على التفاصيل مما يقوي علاقة المشاهد بالشاشة ويضفي الجاذبية على الأخبار.

ونستخلص من هذه النتائج التي جاءت سلبية جدا أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة أجابوا بأنهم لا يتبنون مواقف أو اتجاهات سياسية من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV، وهذا ما يدل على أن القناة لا تساهم في زيادة المعارف السياسية وتبقى معلومة فيها نوع من الغموض للطالب الجامعي.

كما نلاحظ أن 44.60% من الإناث تم تغيير اتجاهاتهم من خلال مشاهدتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV و 26.80% للذكور، في حين بلغت نسبة الذكور الذين لم يتغير اتجاههم أثناء مشاهدة ب 11% وبلغت نسبة الإناث ب 17.60% .

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة ب 0.037 وهي أقل من كاي² الجدولية 03.831، عند درجة حرية 01 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 74: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	تغير اتجاه
%28.60	143	%13.00	65	%15.60	78	نعم
%71.40	357	%29.60	148	%41.80	209	لا
%100	500	%42.60	213	%57.40	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
03.831		0.05		01		0.667

يتبين لنا من خلال الجدول أن 41.80% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال لم يتغير اتجاهاتهم عند مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV أما طلبة المسجلين في تخصص العلوم السياسية فبلغت نسبتهم بـ 29.60%، في حين بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين تغيرت اتجاهاتهم نظرا لمشاهدتهم البرامج السياسية بقناة النهار TV بـ 15.60% وبلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 13%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين التخصص وتغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.667 وهي أقل من كا² الجدولية 03.831، عند درجة حرية 01 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 75: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	تغير اتجاه
%28.60	143	%0.40	02	%04.60	23	%23.60	118	نعم
%71.40	357	%02.60	13	%18.20	91	%50.60	253	لا
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كأ ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كأ ² المحسوبة
05.991				0.05		02		07.542

يتضح لنا من خلال الجدول أن نصف أفراد عينة الدراسة هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أي 50.60% لم يتغير اتجاههم بمشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV وبلغت نسبة طلبة الماستر بـ 18.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.60%. أما الذين تغير اتجاههم من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 23.60%، طلبة الماستر بـ 04.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كأ² تبين لنا بأن هناك علاقة بين المستوى العلمي وتغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كأ² المحسوبة بـ 07.542 وهي أكبر من كأ² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 76: يبين تغيير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق الجامعة المسجلين بها.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة تغيير اتجاه
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%28.60	143	%04.60	23	%17.20	86	%06.80	34	نعم
%71.40	357	%05.00	25	%51.40	257	%15.00	75	لا
%100	500	%09.60	48	%68.60	343	%21.80	109	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991				0.05		02		11.219

أسفرت نتائج الجدول أعلاه أن 51.40% من أفراد العينة هم مسجلين بجامعة الجزائر لم تتغير اتجاهاتهم من خلال متابعتهم البرامج السياسية بقناة النهار TV و15% من طلبة جامعة قسنطينة و05% هم طلبة مسجلين بجامعة وهران، في حين بلغت نسبة الطلبة الذين تغيروا اتجاههم بفضل متابعتهم البرامج السياسية بقناة النهار TV 17.20% طلبة جامعة الجزائر و06.80% طلبة جامعة قسنطينة و04.60% طلبة جامعة وهران.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن هناك علاقة بين الجامعة وتغيير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 11.219 وهي أكبر من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 77: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس نوع التغيير
%	ت	%	ت	%	ت	
%04	20	%02,20	11	%01,80	09	انخراط في الأحزاب السياسية
%04	20	%03	15	%01	05	المشاركة في الانتخابات
%05,40	27	%03	15	%02,40	12	حضور تظاهرات سياسية
%14,8	74	%09	45	%05,80	29	تعبير عن الرأي
%0,40	02	%0,40	02	%00	0	أخرى
%28,60	143	17,60%	88	%11	55	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488		0.05		04		04.150

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة الذين تغيرت اتجاهاتهم بفضل متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تمثل اتجاهاتهم في التعبير عن الرأي العام وقدر عددهم بـ 74 طالبا من أصل 143 طالبا الذين تغيرت اتجاهاتهم أي ما يعادل نسبة 14.80%، ثم جاء بعدها نسبة حضور التظاهرات السياسية بـ 05.40%. في حين تساوت النسبة بين الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات بنسبة 04% وأخيرا تمثلت في اتجاهات أخرى بنسبة 0.40%.

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة تعبير عن رأي كتحسين اكتسبه الطلبة من خلال متابعة البرامج السياسية وذلك حتى تكون لديهم معرفة ومعلومات سياسية حول القضايا والأحداث السياسية، وحتى إذا فتح باب النقاش يكون لهم رأي خاص بهم وباعتبارهم نخبة مثقفة في المجتمع لا بد أن يكون لديهم رأي، هذا ما أكدته الجدول رقم 61 الذي يقر بأن 66% من الطلبة يناقشون ما تم مشاهدته في البرامج السياسية بقناة النهار TV، وكانت مناقشتهم مع الأسرة، زملاء الدراسة والأساتذة.

أما انخفاض نسبة الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات وحضور تظاهرات سياسية، هذا يرجع إلى تخوف الطلبة من العواقب الأمنية للانتماء للأحزاب السياسية والخوف على مستقبلهم هذا من جهة، من جهة أخرى يرون أن الأحزاب السياسية القائمة لا تمثل تطلعاتهم ولا

تنقل انشغالهم، كذلك لا تقوم بالدور المطلوب منها وهو رفع المستوى الثقافي للطلبة على الصعيد السياسي، ما يتطلب من الأحزاب أن تكون على درجة من المرونة والقدرة على مواكبة متغيرات العصر. وتوصل الباحث أحمد شطرباش في دراسته " الوعي السياسي للطلبة الجامعيين"¹ أن 73.9% يعتقدون أنه ليس للأحزاب السياسية في الجزائر أي دور تقوم به لإثراء الثقافة السياسية ورفع الوعي السياسي للشباب الجامعي، فيما نجد 24.8% أن للأحزاب السياسية دورا محدودا في هذا المجال أما نسبة 1.3% من المجموع الكلي للعيينة بأن لها دورا واضحا في عملية التثقيف السياسي لا سيما للطلبة الجامعيين.

كما بينت دراسة ميدانية تناولت الحديث عن معوقات مشاركة الشباب الجامعي في الأحزاب السياسية نشرتها المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية التي تصدرها الجامعة الأردنية، أن الشباب الجامعي يحجم عن المشاركة في الأحزاب السياسية لأسباب متعددة، كان أهمها الخوف من تعرض مستقبلهم للخطر ونسبة 73.20% من أفراد العينة المكونة من 1355 طالبا وطالبة من ثلاث جامعات هي "الأردنية، اليرموك، مؤتة"².

كذلك خلصت دراسة أجراها المجلس الأعلى للشباب إلى أن الشباب لديهم قناعة واعتقادا بأنهم يستطيعون المشاركة في كل شيء ما عدا الانتماء للأحزاب بسبب الخوف من الملاحقات الأمنية ومعارضة الأهل، فيما أظهرت نفس الدراسة أن الأهل يرفضون رفضا تاما الانتماء الحزبي لأبنائهم خوفا عليهم من ضياع مستقبلهم المهني ومن الملاحقات الأمنية³.

كما نلاحظ تفاوت في النسب بين الجنسين إذ ارتفعت نسبة الإناث اللواتي أجنبن بالتعبير عن الرأي وذلك بـ 09% وبلغت نسبة الذكور بـ 05.80%، ثم تقاربت النسبة بين الجنسين في اختيار حضور التظاهرات السياسية، فبلغت النسبة عند الإناث بـ 03% والذكور بـ 02.40%. أما بالنسبة للانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات تساوت النسبة بين الجنسين بـ 04%، وأخيرا بلغت نسبة الإناث اللواتي يرين بأن هناك تغييرا آخر بـ 0.40% وانعدمت بالنسبة للذكور.

¹ : أحمد شطرباش، الوعي السياسي للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية، مرجع سبق ذكره، ص 188.

² : يوسف ضامن خطابية معوقات مشاركة الشباب الجامعي في الأحزاب السياسية دراسة ميدانية في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 02، العدد 03، 2009، ص 326.

³ : <http://www.alghad.com/articles/534877> . تاريخ النظر 2016/08/05، على الساعة 16: 05.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 04.150 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 78: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص نوع التغيير
%	ت	%	ت	%	ت	
04%	20	02,20%	11	01,80%	09	انخراط في الأحزاب السياسية
04%	20	01,80%	09	02,20%	11	المشاركة في الانتخابات
05,40%	27	02%	10	03,40%	17	حضور تظاهرات سياسية
14,8%	74	07%	35	07,80%	39	تعبير عن الرأي
0,40%	02	00%	0	0,40%	02	أخرى
28,60%	143	13	65	15,60%	78	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488		0.05		04		03.222

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن هناك تقارب كبير بين التخصصين في التعبير عن الرأي حيث بلغت نسبة الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال بـ 07.80% وعند طلبة العلوم السياسية بـ 07%، ثم تلتها حضور تظاهرات سياسية بنسبة 03.40% لطلبة علوم الإعلام والاتصال و 02% لطلبة العلوم السياسية، في حين تعاكست النسبة بين التخصصين في الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات، إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين أجابوا بالانخراط في الأحزاب السياسية بـ 01.80% والمشاركة في الانتخابات بـ 02.20%، على عكس طلبة العلوم السياسية بـ 02.20% الانخراط في الأحزاب السياسية و 01.80% المشاركة في الانتخابات.

أما بالنسبة للأخرى فكانت مسجلة لتخصص علوم الإعلام والاتصال بنسبة 0.40% أي ما يعادل مبحثين وانعدمت عند تخصص العلوم السياسية.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ونوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 03.222 وهي أقل من كاي² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 79: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		نوع التغيير
		%	ت	%	ت	%	ت	
%04	20	00	00	0,80%	04	03,20%	16	انخراط في الأحزاب السياسية
%04	20	0,20%	01	0,60%	03	03,20%	16	المشاركة في الانتخابات
%05,40	27	00%	00	0,40%	02	05%	25	حضور تظاهرات سياسية
%14,8	74	0,20%	01	02,60%	13	12%	60	تعبير عن الرأي
%0,40	02	00%	00	0,20%	01	0,20%	01	أخرى
%28,60	143	%0,40	02	%04,60	23	%23,60	118	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
15.507				0.05		08		06.180

يبين لنا الجدول أعلاه أن 23.60% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس تغير اتجاههم، وتمثل ذلك في التعبير عن الرأي العام بنسبة 12%، ثم حضور التظاهرات السياسية بنسبة 05% في حين تقاربت النسبة بين الطلبة في الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات و0.20% كان لهم تغيراً آخر. أما بالنسبة لطلبة الماستر فبلغت نسبة من تغير اتجاههم بـ 04.60%، التعبير عن الرأي العام بنسبة 02.60%، والاختيارات الأخرى لم تتجاوز نسبة 01%

(الانخراط في الأحزاب السياسية بـ 0.80% مشاركة في الانتخابات بـ 0.60% حضور التجمعات السياسية، وأخرى بـ 0.20%). أما طلبة الدكتوراه الطور الثالث تساوت النسبة بين التعبير عن الرأي والمشاركة في الانتخابات بمبحوث واحد لكل اختيار أي ما يعادل نسبة 0.20% في حين انعدمت النسبة للاختيارات الأخرى.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ونوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 06.180 وهي أقل من كاي² الجدولية 15.507، عند درجة حرية 08 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 80: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجامعة.

المجموع		جامعة وهران		جامعة الجزائر		جامعة قسنطينة		الجامعة نوع التغيير
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
04%	20	00,80%	04	02,40%	12	0,80%	04	انخراط في الأحزاب السياسية
04%	20	00,80%	04	02,40%	12	0,80%	04	المشاركة في الانتخابات
05,40%	27	0,40%	02	04,20%	21	0,80%	04	حضور تظاهرات سياسية
14,8%	74	02,60%	13	08%	40	04,20%	21	تعبير عن الرأي
0,40%	02	00%	00	0,20%	01	0,20%	01	أخرى
28,60%	143	04,60%	23	17,20%	86	06,80%	34	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
15.507				0.05		08		42.752

نلاحظ من خلال الجدول أن 40 طالبا من جامعة الجزائر من بين 143 طالبا الذين تغيير اتجاههم أي ما يعادل نسبة 08% كانت اجابتهم التعبير عن الرأي و 21 طالبا من جامعة قسنطينة بنسبة 04.20% و 13 طالبا من جامعة وهران بنسبة 02.60%. في حين تساوت النسبة عند طلبة

جامعة قسنطينة في الاختيارين: الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات بـ 0.80% ما يعادل 04 طلبة لكل اختيار، أما بالنسبة لطلبة جامعة الجزائر فتساوت النسبة بين الاختيارين الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات بـ 02.40% وبلغت نسبة حضور تظاهرات سياسية بـ 04.20%، كذلك بالنسبة لطلبة جامعة وهران تساوت في الاختيارين: الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات بنسبة 0.80%، وحضور تظاهرات سياسية بـ 0.40%. أما بالنسبة لأخرى فكان مبحوث واحد فقط بنسبة 0.20% لكل من جامعة قسنطينة وجامعة الجزائر. إذ بين لنا الجدول أن هناك اتفاقا كبيرا بين الطلبة في اختياري الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات رغم تفوق عدد طلبة جامعة الجزائر إلا أن هذا التفوق طبيعي ويعود إلى ارتفاع حصتهم في عينة الدراسة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن هناك علاقة بين الجامعة ونوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 42.752 وهي أكبر من كاي² الجدولية 15.507، عند درجة حرية 08 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

المطلب الرابع: تقييم البرامج السياسية بقناة النهار TV من وجهة نظر الطلبة.

الجدول رقم 81: يبين مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الموضوعية
%	ت	%	ت	%	ت	
%13.80	69	%08.00	40	%05.80	29	بدرجة كبيرة
%67.00	335	%44.40	222	%22.60	113	بدرجة متوسطة
%19.20	96	%09.80	49	%09.40	47	بدرجة ضعيفة
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		07.967

نلاحظ من خلال الجدول أن 67% من المبحوثين يرون أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتحلى بالموضوعية في طرح القضايا والأحداث السياسية بدرجة متوسطة، أما الذين يرون بأنها تتحلى بالموضوعية بدرجة ضعيفة بلغت نسبتهم بـ 19.20%، أما الذين أجابوا عكس ذلك أي بدرجة كبيرة فبلغت نسبتهم بـ 13.80%.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن 44.40% من الإناث يرون أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتحلى بالموضوعية عند طرحها وتغطيتها للأحداث السياسية بدرجة متوسطة، أما الذكور فبلغت نسبتهم بـ 22.60%، في حين تقاربت النسبة بين الجنسين أي الذكور والإناث في الاختيار بدرجة ضعيفة، فبلغت النسبة عند الإناث بـ 09.80% والذكور بـ 09.40%، أما الذين يرون عكس ذلك بأنها تتحلى بالموضوعية بدرجة كبيرة فبلغت النسبة عند الإناث بـ 08% والذكور بـ 05.80%.

وما يمكن استخلاصه من خلال بيانات الجدول أعلاه، أنه كلما كانت ثقة الجمهور في موضوعية القناة في طرحها للقضايا والأحداث السياسية أكبر كلما كان الإقبال أكثر وبالتالي تكون الاستفادة أكثر.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ

07.967 وهي أكبر من χ^2 الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 82: يبين مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	الموضوعية
13.80%	69	05.80%	29	08.00%	40	بدرجة كبيرة
67.00%	335	28.60%	143	38.40%	192	بدرجة متوسطة
19.20%	96	08.20%	41	11.00%	55	بدرجة ضعيفة
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
χ^2 الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		χ^2 المحسوبة
05.991		0.05		02		0.011

يتبين لنا من خلال الجدول أن 38.40% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال يرون أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتحلّى بالموضوعية في طرحها للقضايا والأحداث السياسية بدرجة متوسطة وبلغت النسبة عند طلبة العلوم السياسية بـ 28.60%، أما طلبة علوم الإعلام والاتصال فبلغت بدرجة ضعيفة نسبة 11%، وطلبة العلوم السياسية بـ 08.20%، أما الذين كانت نظرتهم أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتحلّى بالموضوعية عند طرحها بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 08% وطلبة العلوم السياسية بـ 05.80% وهي نسبة ضعيفة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار χ^2 تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة بـ 0.011 وهي أقل من χ^2 الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 83: يبين مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الموضوعية
13.80%	69	00%	00	02.40%	12	11.40%	57	بدرجة كبيرة
67.00%	335	02.40%	12	15.40%	77	49.20%	246	بدرجة متوسطة
19.20%	96	0.60%	03	05.00%	25	13.60%	68	بدرجة ضعيفة
100%	500	03.00%	15	22.80%	114	74.20%	371	المجموع
ك ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		ك ² المحسوبة
09.488				0.05		04		04.617

يتضح لنا من خلال الجدول أن 49.20% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس كانت اجابتهم أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتحلى بالموضوعية بدرجة متوسطة، أما الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الماستر فبلغت نسبتهم بـ 15.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.40%. أما الذين كانت رؤيتهم بأنها تتحلى بالموضوعية بدرجة ضعيفة بلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 13.60% وطلبة الماستر بـ 05% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.60%، أما الذين كانت إجابتهم عكس ذلك أي بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 11.40% وطلبة الماستر بـ 02.40% في حين انعدمت النسبة عند طلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار ك² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة بـ 04.617 وهي أقل من ك² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 84: يبين مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية للمبحوثين وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
%22.60	113	%16.00	80	%06.60	33	بدرجة كبيرة
%69.60	348	%40.00	200	%29.60	148	بدرجة متوسطة
%07.80	39	%06.20	31	%01.60	08	بدرجة ضعيفة
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		11.819

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين وما نسبته 69.60% كانت وجهة نظرهم أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تقدم المعلومات كافية عن الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة، ثم تلتها نسبة من يرون بأنها تقدم المعلومات بدرجة كبيرة بـ 22.60%، أما الذين كانت إجابتهم عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة فبلغت نسبتهم بـ 07.80%.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن 40% من المبحوثين هم إناث الذين أجابوا أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تقدم معلومات كافية عن الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة أما نسبة الذكور فقد بلغت بـ 29.60%، أما بدرجة كبيرة فبلغت نسبة الإناث بـ 16% والذكور بـ 06.66%. أما الذين يرون عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة فتقاربت النسبة بين الجنسين فبلغت نسبة الإناث بـ 06.20% والذكور بـ 01.60% وهي نسبة ضعيفة.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 11.819 وهي أكبر من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 85: يبين مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية للمبحوثين وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	
%22.60	113	%08.80	44	%13.80	69	بدرجة كبيرة
%69.60	348	%29.20	146	%40.40	202	بدرجة متوسطة
%07.80	39	%04.60	23	%03.20	16	بدرجة ضعيفة
%100	500	%42.60	213	%57.40	287	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		04.955

يتضح لنا من خلال الجدول أن 40.40% من الطلبة الذين هم مسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال كانت رؤيتهم أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تقدم لهم معلومات كافية عن الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة، وبلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 29.20%، أما الذين يرون بأنها تقدم معلومات كافية حول القضايا السياسية والمواضيع المطروحة بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 13.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 08.80%، أما بدرجة ضعيفة فتقاربت النسبة بين التخصصين إذ بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 03.20% وطلبة العلوم السياسية بـ 04.60% وهي نسبة ضعيفة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة بـ 04.955 وهي أقل من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 86: يبين مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية للمبحوثين وفق متغير المستوى العلمي.

المستوى العلمي		ليسانس		ماستر		دكتوراه الطور الثالث		المجموع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
90	18.00%	22	4.40%	01	0.20%	113	22.60%		
251	50.20%	84	16.80%	13	2.60%	348	69.60%		
30	6.00%	08	1.60%	01	0.20%	39	7.80%		
371	74.20%	114	22.80%	15	3.00%	500	100%		
ك ² المحسوبة		درجة الحرية		مستوى الخطأ		ك ² الجدولية			
03.942		02		0.05		05.991			

يبين لنا الجدول أعلاه أن نصف أفراد عينة الدراسة هم طلبة بصدد تحضير شهادة الليسانس أجابوا أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تقدم معلومات كافية حول القضايا المطروحة بدرجة متوسطة أي بنسبة 50.20% ، وبلغت النسبة عند الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الماستر بـ 16.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.60%، أما بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 18% وطلبة الماستر بـ 04.40% وطلبة الدكتوراه بـ 0.20%. أما الذين كانت إجاباتهم بأنها تقدم المعلومات بدرجة ضعيفة فكانت نسبة المبحوثين ضعيفة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 06% وطلبة الماستر بـ 01.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.20%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار ك² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة بـ 03.942 وهي أقل من ك² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 87: يبين مدى آنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الأنثى
%	ت	%	ت	%	ت	
%41.60	208	%27.00	135	%14.60	73	بدرجة كبيرة
%51.40	257	%32.20	161	%19.20	96	بدرجة متوسطة
%07.00	35	%03.00	15	%04.00	20	بدرجة ضعيفة
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		06.238

نلاحظ من خلال الجدول أن نصف المبحوثين أي بنسبة 51.40% أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالأنية في معالجة الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة، ثم جاءت في المرتبة الثانية بدرجة كبيرة بنسبة 41.60% وأخيرا بدرجة ضعيفة بنسبة 07% وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بالنسبتين السابقتين.

ويرجع ارتفاع نسبة الطلبة الذين أجابوا بدرجة متوسطة أن قناة النهار TV مازالت لا تملك القدرة على بث الأحداث والتطورات التي تحدث في العالم خلال وقت قصير، وهذا ربما يدفع الطلبة إلى متابعة الفضائيات العربية والأجنبية تتميز بالسبق الصحفي.

كما نلاحظ أيضا أن 32.20% من الإناث يرين بأن البرامج السياسية تمتاز بالأنية والفورية في طرحها للقضايا السياسية بدرجة متوسطة و 19.20% للذكور، أما بدرجة كبيرة فبلغت النسبة عند الإناث ب 27% والذكور ب 14.60%. في حين بلغت نسبة الذين يرون عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة فكانت النسبة متقاربة بين الجنسين وضعيفة إذ بلغت عند الذكور ب 04% والإناث ب 03%.

وبتطبيق اختبار كا² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في آنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية، بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة ب 06.238 وهي أكبر من كا² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02

ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائيا مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 88: يبين مدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	الأنية
%41.60	208	%18.00	90	%23.60	118	بدرجة كبيرة
%51.40	257	%21.40	107	%30.00	150	بدرجة متوسطة
%07.00	35	%03.20	16	%03.80	19	بدرجة ضعيفة
%100	500	%42.60	213	%57.40	287	المجموع
ك ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		ك ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.275

يبين لنا الجدول أعلاه أن 30% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالأنية في طرح المواضيع والأحداث السياسية، أما الطلبة المسجلين في تخصص العلوم السياسية فبلغت نسبتهم بـ 21.40%، أما الذين كانت نظرتهم بأنها تمتاز بالأنية والفورية بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 23.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 18%. في حين الذين يرون عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة فكانت النسبة متقاربة بين التخصصين وضعيفة، حيث بلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 03.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 03.20%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار ك² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة الأحداث والقضايا السياسية، حيث بلغت قيمة ك² المحسوبة بـ 0.275 وهي أقل من ك² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 89: يبين مدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الأنية
%41.60	208	%0.80	04	%11.40	57	%29.40	147	بدرجة كبيرة
%51.40	257	%02.00	10	%10.20	51	%39.20	196	بدرجة متوسطة
%07.00	35	%0.20	01	%01.20	06	%05.60	28	بدرجة ضعيفة
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كا ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
09.488				0.05		04		05.551

يتضح لنا من خلال الجدول أن 39.20% من الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالأنية في معالجة الأحداث السياسية بدرجة متوسطة و 10.20% للطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الماستر أما طلبة الدكتوراه الطور الثالث بلغت نسبتهم ب 02%، أما الذين يرون بأنها تمتاز بالأنية والفورية بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة الليسانس ب 29.40% وطلبة الماستر بنسبة 11.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث ب 0.80%. فحين بلغت النسب الذين يرون عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة طلبة الإعلام والاتصال ب 05.60% وطلبة الماستر ب 01.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث ب 0.20% وهي نسب ضعيفة مقارنة بالنسب السابقة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كا² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة ب 05.551 وهي أقل من كا² الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 90: يبين الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الشخصيات
%	ت	%	ت	%	ت	
%09.20	46	%05.20	26	%04.00	20	لها مستوى تعليمي مرتفع
%44.80	224	%24.40	122	%20.40	102	تمثل جهة سياسية معينة
%46.00	230	%32.60	163	%13.40	67	متخصصة في المواضيع
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.991		0.05		02		13.658

نلاحظ من خلال الجدول أن 46% من أفراد العينة يرون أن الشخصيات التي تستضيفها قناة النهار TV في البرامج السياسية من أجل تحليل القضايا وإبداء رأيها هي شخصيات متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة، أما الذين يرون أنها تمثل جهة سياسية معينة فبلغت نسبتهم بـ 44.80% وهي متقاربة مع النسبة السابقة، أما الذين كان إجابتهم لها مستوى تعليمي مرتفع فبلغت نسبتهم بـ 09.20%.

وجاءت هذه الاختيارات منطقية لأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تستضيف بالدرجة الأولى شخصيات متخصصة في الأحداث والمواضيع محل النقاش وذلك من خلال استضافة شخصية لها خبرة وتجربة في مجال معين ومتخصصة أكثر في الموضوع تكون قادرة على تحليل الموضوع من زاوية معينة، أما بالنسبة للشخصيات التي تمثل جهة سياسية معينة أي شخصية لها مكانة في حزب سياسي معين أو ناشط سياسي وذلك من أجل تعريف الجمهور بوجهة نظرتك الحزب حول القضية المثارة للنقاش. أما شخصيات التي لها مستوى تعليمي مرتفع وذلك من خلال اتصال بخبراء وأساتذة وباحثين جامعيين من خلال معرفة وجهة النظر الأكاديمية حول الموضوع. ونلاحظ أن قناة النهار TV لم تعطي الأولوية والأهمية لهم.

كما نلاحظ أيضا أن 32.60% من الإناث أجابوا بأن الشخصيات التي تستضيفها قناة النهار TV في البرامج السياسية هي شخصيات متخصصة في المواضيع والقضايا المطروحة أما الذكور

فبلغت نسبتهم بـ 13.40%. في حين تقاربت النسبة بين الجنسين الذين أجابوا بأنها تمثل جهة سياسية معينة ولها مستوى تعليمي مرتفع، إذ بلغت نسبة الإناث الذين يرون بأنها تمثل جهة سياسية معينة بـ 24.40% والذكور بـ 20.40% أما الذين يرون بأنها لها مستوى تعليمي مرتفع فبلغت نسبة الإناث بـ 05.20% والذكور بـ 04%.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في نوع الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية بقناة النهار TV، بين الذكور والإناث تبين لنا بأن هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 13.658 وهي أكبر من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى دال احصائياً مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 91: يبين الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	الشخصيات
09.20%	46	04.20%	21	05.00%	25	لها مستوى تعليمي مرتفع
44.80%	224	19.20%	96	25.60%	128	تمثل جهة سياسية معينة
46.00%	230	19.20%	96	26.80%	134	متخصصة في المواضيع
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.251

يتبين لنا من خلال الجدول أن هناك تقارب كبير بين طلبة علوم الإعلام والاتصال في الاختيارين متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة، تمثل جهة سياسية معينة فكانت النسب على التوالي 26.80% و 25.60%، في حين تساوت النسبة عند طلبة العلوم السياسية بلغت 19.20% في الاختيارين السابقين (متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة، تمثل جهة سياسية معينة). كما هناك تقارب بين التخصصين أي طلبة علوم الإعلام والاتصال وطلبة العلوم السياسية الذين أجابوا بأن الشخصيات التي تستضيفها قناة النهار TV لها مستوى تعليمي مرتفع وذلك بـ 05% لطلبة علوم الإعلام والاتصال و 04.20% لطلبة العلوم السياسية.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص والشخصيات المستضافة في البرامج السياسية بقناة النهار TV، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 0.251 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 92: يبين الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي الشخصيات
		%	ت	%	ت	%	ت	
%09.20	46	%00	00	%01.40	07	%07.80	39	لها مستوى تعليمي مرتفع
%44.80	224	%02.20	11	%11.00	55	%31.60	158	تمثل جهة سياسية معينة
%46.00	230	%0.80	04	%10.40	52	%34.80	174	متخصصة في المواضيع
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488				0.05		04		07.956

يتضح لنا من خلال الجدول أن هناك تقارب في نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس في الاختيارين متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة، تمثل جهة سياسية معينة، حيث بلغت النسب على التوالي 34.80% و 31.60% أما بالنسبة للطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الماستر فبلغت النسبتين بـ 11% للذين يرون بأنها تمثل جهة سياسية معينة و 10.40% متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة، أما بالنسبة لطلبة الدكتوراه الطور الثالث فبلغت النسبة لديهم بـ 02.20% الذين يرون بأنها تمثل جهة سياسية معينة و 0.80% متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة، أما الذين يرون بأنها لها مستوى تعليمي مرتفع فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 07.80% وطلبة الماستر بـ 01.40% في حين انعدمت النسبة عند طلبة الدكتوراه الطور الثالث.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأنه ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي و الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV، حيث بلغت

قيمة χ^2 المحسوبة بـ 07.956 وهي أقل من χ^2 الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائياً مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين

الجدول رقم 93: يبين مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية وفق متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تحليل القضايا
%	ت	%	ت	%	ت	
%22.00	110	%13.20	66	%08.80	44	بدرجة كبيرة
%68.80	344	%43.40	217	%25.40	127	بدرجة متوسطة
%09.20	46	%05.60	28	%03.60	18	بدرجة ضعيفة
%100	500	%62.20	311	%37.80	189	المجموع
كا ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كا ² المحسوبة
05.911		0.05		02		0.375

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر من نصف أفراد العينة 68.80% أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالتعمق في التغطية الإعلامية والتحليل للقضايا السياسية بدرجة متوسطة، أما الذين يرون أنها تمتاز بدرجة كبيرة فبلغت نسبتهم بـ 22% في حين بلغت النسبة للذين يرون عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة بـ 09.20%.

كما هو معلوم أن ما يقدم في البرامج السياسية بقناة النهار TV من معلومات سياسية وتحليلات تبقى قاصرة وسطحية، وبالتالي على القناة وضع برامج متخصصة للمنافسة وتحليل مختلف القضايا السياسية واستضافة سياسيين ومحللين وخبراء لديهم خبرة ومعرفة سياسية كافية تؤهلهم إلى تحليل الأحداث والقضايا السياسية، ومن ثم تقديمها للجمهور وذلك لتسهيل تكوين توجهاتهم السياسية نحو مختلف الأحداث والقضايا السياسية.

كما نلاحظ أن 34.40% من الإناث يرون بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالتعمق في تحليل القضايا السياسية بدرجة متوسطة، أما الذكور فبلغت نسبتهم بـ 25.40%، كما بلغت

نسبة الإناث الذين أجابوا بأنها تمتاز بدرجة كبيرة بـ 13.20% والذكور بـ 08.80%، فيما بلغت النسبة الذين يرون عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة بـ 05.60% للإناث و 03.60% للذكور.

وبتطبيق اختبار كاي² لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية، بين الذكور والإناث تبين لنا بأن ليس هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 0.375 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

الجدول رقم 94: يبين مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية وفق متغير التخصص.

المجموع		العلوم السياسية		علوم الإعلام والاتصال		التخصص
%	ت	%	ت	%	ت	تحليل القضايا
22.00%	110	09.40%	47	12.60%	63	بدرجة كبيرة
68.80%	344	29.80%	149	39.00%	195	بدرجة متوسطة
09.20%	46	03.40%	17	05.80%	29	بدرجة ضعيفة
100%	500	42.60%	213	57.40%	287	المجموع
كاي ² الجدولية		مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
05.991		0.05		02		0.672

يبين لنا الجدول أعلاه أن 39% من الطلبة المسجلين في تخصص علوم الإعلام والاتصال أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالتعمق في تحليل القضايا والأحداث السياسية بدرجة متوسطة، بينما بلغت نسبة طلبة العلوم السياسية بـ 29.80%، أما الذين يرون أنها تمتاز بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 12.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 09.40%، أما الذين أجابوا عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال بـ 05.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 03.40%.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار كاي² تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين التخصص ومدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في التغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة بـ 0.672 وهي أقل من كاي² الجدولية 05.991، عند درجة حرية 02 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين

الجدول رقم 95: يبين مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية وفق متغير المستوى العلمي.

المجموع		دكتوراه الطور الثالث		ماستر		ليسانس		المستوى العلمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	تحليل القضايا
%22.00	110	%0.20	01	%04.20	21	%17.60	88	بدرجة كبيرة
%68.80	344	%02.20	11	%16.00	80	%50.60	253	بدرجة متوسطة
%09.20	46	%0.60	03	%02.60	13	%06.00	30	بدرجة ضعيفة
%100	500	%03.00	15	%22.80	114	%74.20	371	المجموع
كاي ² الجدولية				مستوى الخطأ		درجة الحرية		كاي ² المحسوبة
09.488				0.05		04		05.865

يتضح لنا من خلال الجدول أن نصف أفراد عينة الدراسة أي 50.60% هم الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس أجابوا بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالتعمق في التغطية الإعلامية وتحليل القضايا السياسية بدرجة متوسطة، بينما بلغت نسبة طلبة الماستر بـ 16% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.20%. أما الذين يرون بأنها تمتاز بدرجة كبيرة فبلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 17.60% وطلبة الماستر بـ 04.20% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث. أما الذين أجابوا عكس ذلك أي بدرجة ضعيفة فكانت نسبة طلبة الليسانس بـ 06% وطلبة الماستر بـ 02.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.60% وهي نسب ضعيفة مقارنة بالنسب السابقة.

كما يتضح من خلال بيانات الجدول السابق وبتطبيق اختبار χ^2 تبين لنا بأن ليس هناك علاقة بين المستوى العلمي ومدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في التغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة بـ 5.865 وهي أقل من χ^2 الجدولية 09.488، عند درجة حرية 04 ومستوى خطأ 0.05، وهو مستوى غير دال احصائيا مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة

المطلب الأول: النتائج العامة

توصلنا في هذ الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

(1) يشاهد 62.80% من أفراد عينة الدراسة قناة النهار TV أحيانا حيث بلغت نسبة الذكور بـ 24.40% والإناث بـ 38.40%. وبلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال بـ 37.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 25.20%. في حين بلغت نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس بـ 47.20% وطلبة الماستر بـ 16.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02%. كما بينت لنا نتائج اختبار كاي² بأن متغير الجنس، التخصص لا يؤثر في طبيعة المشاهدة في حين هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين المستوى العلمي وطبيعة المشاهدة.

(2) ولمعرفة الفترات التي يتعرض فيها الطلبة لقناة النهار TV أسفرت النتائج أن الطلبة يفضلون مشاهدة قناة النهار TV حسب ظروفهم، وفي فترة الليل والمساء لأن تلك الأوقات يكون الطلبة متواجدين بالبيت، وبلغت نسبة الذكور حسب الظروف بـ 15.20% والإناث بـ 30.60%. وبلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال الذين يشاهدون قناة النهار TV حسب ظروفهم بـ 24.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 21.20%. كما بلغت نسبة طلبة الليسانس بـ 35.20% وطلبة الماستر بـ 09.80% وبلغت نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الدكتوراه الطور الثالث بـ 0.80%. كما بينت لنا نتائج اختبار كاي² بأنه ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص والمستوى العلمي) والأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV.

(3) أما عن عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في مشاهدة قناة النهار TV فكانت أقل من ساعة بنسبة 43.80%، بلغت نسبة الذكور 19.40% والإناث 24.40%. أما بالنسبة لطلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال بلغت نسبتهم 25% وطلبة العلوم السياسية 18.80%. في حين بلغت نسبة طلبة مستوى الليسانس 31.80% وطلبة الماستر 10.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.60%. كما بينت لنا نتائج اختبار كاي² بأن هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث وعدد الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في مشاهدة قناة النهار TV على عكس ذلك فإنه ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين عدد الساعات المشاهدة والتخصص، المستوى العلمي.

(4) كما أظهرت الدراسة أن 58.20% من الطلبة يشاهدون البرامج السياسية بقناة النهار TV بأحيانا، وبلغت نسبة الذكور 20% والإناث 38.20%. أما بالنسبة للتخصص فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال 30.40% وطلبة العلوم السياسية 27.80%، في حين بلغت نسبة طلبة مستوى الليسانس بـ 42% وطلبة الماستر 14.20% وطلبة دكتوراه الطور الثالث 02% وأكدت نتائج اختبار كا² أنه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين المستوى العلمي، الذكور والإناث وطبيعة مشاهدة البرامج السياسية. في حين هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين التخصص وطبيعة مشاهدة البرامج السياسية بقناة النهار TV.

(5) وتبقى قناة النهار TV وسيلة اعلامية عائلية أكثر منها وسيلة فردية وهذا ما كشفت عنه الدراسة، حيث أن الطلبة الجامعيين الذين يشاهدون البرامج السياسية مع عائلتهم تجاوزت نسبتهم نصف أفراد العينة قدرت بـ 64%، بلغت نسبة الإناث 48% في حين يفضل الذكور المشاهدة بمفردهم بنسبة 20.40%. ويفضل طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال المشاهدة مع أفراد العائلة وبلغت نسبتهم 37.80% وطلبة العلوم السياسية بـ 26.20%. كذلك يفضل طلبة الليسانس المشاهدة مع أفراد العائلة 48% وطلبة الماستر 14.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.60%. كما أكدت نتائج اختبار كا² بأن ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الجنس، المستوى العلمي ومعية مشاهدة قناة النهار TV في حين هناك علاقة بين التخصص ومعية مشاهدة الطلبة للبرامج السياسية.

(6) وتوصلت الدراسة الميدانية إلى أن أغلبية الطلبة يناسبهم وقت بث البرامج السياسية بقناة النهار TV حسب وقت كل برنامج بنسبة 65.40%، بلغت نسبة الذكور بـ 23.80% والإناث بـ 41.60%، وبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال 38.40% وطلبة تخصص العلوم السياسية بـ 27%. في حين بلغت نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس 48% وطلبة الماستر 14.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 02.60%. كما بينت نتائج اختبار كا² بأنه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، المستوى العلمي) ووقت بث البرامج السياسية بقناة النهار TV.

(7) جاء ترتيب البرامج السياسية التي يشاهدها الطلبة الجامعيين على قناة النهار TV برنامج قضية ونقاش في المرتبة الأولى، يليه برنامج عين وحدث في المرتبة الثانية. أما في المرتبة الثالثة برنامج

قهوة وجورنال ثم يأتي برنامج المدار في المرتبة الرابعة، وجاء في المرتبة الخامسة برنامج مسيرة شخصية، وأخيرا برنامج دفاعكم في المرتبة السادسة.

(8) أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يرون بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تتميز بتناولها لمواضيع هامة، إذ بلغت نسبة الذكور 18.20% والإناث 33.20%، كما بلغت نسبة تخصص علوم الاعلام والاتصال 22.60% وطلبة العلوم السياسية 24.80%، في حين بلغت نسبة طلبة مستوى الليسانس 38.20% وطلبة الماستر 10.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 02.40%. كما بينت نتائج اختبار كاي² بأن ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث ومميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV، بينما يوجد فروق بين التخصص، المستوى العلمي ومميزات البرامج السياسية.

(9) كما أسفرت نتائج الدراسة أن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي متوسطة حسب رأي المبحوثين بنسبة بلغت 68%، إذ بلغت نسبة الذكور 24.40% والإناث 43.60%. وطلبة علوم الإعلام والاتصال الذين يرون بأنها متوسطة فبلغت نسبتهم 39.60% وطلبة العلوم السياسية بـ 28.40% في حين بلغت نسبة طلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس بـ 49% وطلبة الماستر 16.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 02.20%. كما بينت نتائج اختبار كاي² أن الجنس، التخصص لهم علاقة ذات دلالة احصائية مع طريقة تقديم البرامج السياسية، في حين المستوى العلمي لا يؤثر في طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV.

(10) أما بالنسبة لإخراج البرامج السياسية في قناة النهار TV فهي متوسطة حسب رأي المبحوثين وبلغت النسبة 67.40%، الذكور بـ 25% والإناث بـ 42.40%. وبلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال بـ 39.20% وطلبة العلوم السياسية 28.20%، أما من حيث المستوى العلمي فبلغت نسبة طلبة الليسانس 49.80% وطلبة الماستر 15.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث بـ 02.20%. وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن طريقة تقديم وإخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV ما زالت لم تبلغ مستوى احترافية فهي متوسطة حسب رأي المبحوثين. كما أكدت نتائج اختبار كاي² بأن الجنس، التخصص، المستوى العلمي، ليس لهم علاقة ذات دلالة احصائية بطريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV.

11 أما فيما يخص ما يشد انتباه أفراد عينة الدراسة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV فقد كانت النسب متقاربة إذ احتلت الصورة والصوت الجيد المرتبة الأولى 36.40% ثم تلتها التناسق في العرض 34.40% وأخيرا التركيب الجيد 29.20%. كما أكدت نتائج اختبار كاي² بأن ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين الجنس، التخصص، المستوى العلمي وما يشد انتباه الطلبة في إخراج البرامج السياسية.

12 أجابت عينة الدراسة بأن قناة النهار TV أحيانا ما تواكب الأحداث الراهنة وذلك بنسبة 52.20% بلغت نسبة الذكور بـ 17% والإناث 35.20%. كما بلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال 30% وطلبة العلوم السياسية 20.20%. أما الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس بلغت نسبتهم بـ 37.60% وطلبة الماستر 12.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.80%. وأثبت نتائج اختبار كاي² بأن الجنس والمستوى العلمي لهم علاقة ذات دلالة احصائية مع مدى مواكبة قناة النهار TV الأحداث الراهنة، بينما ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين التخصص ومدى مواكبة الأحداث الراهنة.

13 وبرز من خلال نتائج الدراسة الميدانية بأن قناة النهار TV مؤيدة لنظام الدولة دائما تخدم مصالحها وسياساتها وهذا ما أثبتته نتائج الجدول رقم 43 أن 69% من أفراد عينة الدراسة الذين يرون بأن البرامج السياسية بالقناة كانت مؤيدة في تغطيتها للعهد الرابع للانتخابات الرئاسية لسنة 2014، إذ بلغت نسبة الذكور 26.40% والإناث بـ 42.60%. أما من حيث التخصص فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين يرون بأنها كانت مؤيدة 40.60% وطلبة العلوم السياسية 28.40%. في حين بلغت نسبة طلبة مستوى الليسانس 49.80% وطلبة الماستر 17.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.60%. كما بينت نتائج اختبار كاي² بأن ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية بين الجنس، المستوى العلمي، وتغطية البرامج السياسية للانتخابات الرئاسية لسنة 2014، فيما هناك علاقة بين التخصص والتغطية.

14 كما بينت نتائج الجدول الخاصة بتغطية البرامج السياسية لقضية التعديل الدستوري بأنها كانت مؤيدة لمشروع تعديل الدستور من خلال التركيز على الإيجابيات أكثر من السلبيات بنسبة 60%. إذ بلغت نسبة الذكور 23.80% والإناث 36.20%. وبلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال 36.60% وطلبة العلوم السياسية 23.40%. في حين بلغت نسبة الطلبة الذين

هم بصدد تحضير شهادة الليسانس 43% وطلبة الماستر 15.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.60%. كما أكدت نتائج اختبار كاي² بأن ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، المستوى العلمي) وتغطية البرامج السياسية لقضية التعديل الدستور. **(15)** أما عن اكتساب طلبة الجامعيين للمعلومات السياسية من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV فأظهرت النتائج أن أحيانا ما تزودهم البرامج السياسية بقناة النهار TV ذلك بنسبة بلغت 67.40%، وبلغت نسبة الذكور 22.20% والإناث 45.20%. أما بالنسبة للتخصص فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال 39.80% وطلبة العلوم السياسية 27.60%. كما بلغت نسبة طلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس 49.60% وطلبة الماستر 15.80% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 02%، أما من حيث الجامعة المسجلين بها من طلبة فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر 48% وطلبة جامعة قسنطينة 14% وطلبة جامعة وهران 05.40%. كما بينت نتائج اختبار كاي² بأن متغير الجنس، الجامعة يؤثر في مدى اكتساب أفراد العينة للمعلومات السياسية، في حين أن متغير التخصص، والمستوى العلمي ليس لهم علاقة ذات دلالة احصائية مع مدى اكتساب المعلومات السياسية.

(16) وكانت نوع المعلومات التي تم اكتسابها أفراد عينة الدراسة من خلال متابعتهم للبرامج السياسية تدور حول قضايا محلية بنسبة 52.80% وهذا باعتبار القناة تهتم بالشأن الإخباري والسياسي المحلي بالدرجة الأولى، إذ بلغت نسبة الذكور 22.40% والإناث 30.40%. أما من حيث التخصص فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال 31.40% وطلبة العلوم السياسية 21.40%. في حين بلغت نسبة طلبة مستوى الليسانس 37.60% وطلبة الماستر 13.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.80%. وبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر 38.20% وطلبة جامعة قسنطينة 09.80% وطلبة جامعة وهران 04.80%. كما بينت نتائج اختبار كاي² بأن الجنس المستوى العلمي، الجامعة ليس لهم علاقة ذات دلالة احصائية مع نوع القضايا، في حين هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين التخصص ونوع القضايا.

(17) كما أظهرت نتائج الدراسة بأن 66.60% من الطلبة الجامعيين أحيانا ما يتذكرون ويسترجعون المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بقناة النهار TV، إذ بلغت نسبة الذكور 24.60% والإناث 42%. وبلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال

37.80% وطلبة العلوم السياسية 28.80%، في حين بلغت نسبة الطلبة ذو مستوى الليسانس 50% وطلبة الماستر 14.80% وطلبة دكتوراه الطور الثالث 01.80%. أما بالنسبة للجامعة المسجلين بها فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر 43.80% وطلبة جامعة قسنطينة 15.20% وطلبة جامعة وهران 07.60%. كما أثبت لنا نتائج اختبار كاي² بأن ليس هناك علاقة بين متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، المستوى العلمي، الجامعة) ومدى تذكر طلبة الجامعيين للمعلومات السياسية.

18 توصلت نتائج الدراسة إلى أن 66% من الطلبة الجامعيين يناقشون ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV إذ بلغت نسبة الذكور 21.60% والإناث 44.40%. أما من حيث التخصص فبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال 36.40% وطلبة العلوم السياسية 29.60%، في حين بلغت نسبة الطلبة الذين هم بصدد تحضير شهادة الليسانس 49.20% وطلبة الماستر 14.60% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 02.20%. كما توصلت الدراسة إلى أن 45% من طلبة جامعة الجزائر يناقشون ما تم عرضه في البرامج السياسية بقناة النهار TV وبلغت نسبة طلبة جامعة قسنطينة 14.60% وطلبة جامعة وهران 06.40%.

19 كذلك توصلت الدراسة بأن الطلبة الجامعيين يناقشون ما تم عرضه من أحداث سياسية في البرامج السياسية بقناة النهار TV مع زملاء الدراسة بنسبة 33.60% (من أصل 60% الذين يناقشون) وبلغت نسبة الذكور 12.60% والإناث 21%، وبلغت نسبة طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين يناقشون مع زملائهم في الدراسة 18% وبلغت نسبة طلبة العلوم السياسية 15.60%، في حين بلغت نسبة الطلبة ذو مستوى الليسانس 23.40% وطلبة الماستر 08.40% وطلبة الدكتوراه الطور الثالث 01.80%. وبينت لنا كذلك نتائج الدراسة بأن طلبة جامعة قسنطينة يناقشون مع الأسرة 07.80% وطلبة جامعة الجزائر وجامعة وهران يناقشون مع زملاء الدراسة بنسبة 25.60% و30% على التوالي. كما أثبتت لنا نتائج اختبار كاي² بأن هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الجنس، الجامعة ومع من يناقش الطلبة الجامعيين القضايا السياسية، في حين ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير التخصص، المستوى العلمي ومع من تتم المناقشة.

20 أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن البرامج السياسية بقناة النهار TV استطاعت أن تشكل معرفة سياسية لدى الطلبة الجامعيين بدرجة متوسطة بلغت نسبتهم 62.20% وذلك لتنوع مصادر الحصول على المعلومات السياسية وكذا كثرة الفضائيات الإخبارية، إذ بلغت نسبة الذكور 21.80%

والإناث 40.40%. فيما بلغت نسبة طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال 36.60% وطلبة العلوم السياسية 25.60%. أما من حيث المستوى العلمي فبلغت نسبة طلبة الليسانس الذين أجابوا بدرجة متوسطة 45.80% وطلبة الماستر 14.60% وطلبة دكتوراه الطور الثالث 01.80%. كما بلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر 42.40% وطلبة جامعة قسنطينة 13.20% و 06.60% لطلبة جامعة وهران وهذا يبين أن متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV استطاعت أن تشكل معرفة سياسية لدى الطلبة الجامعيين بدرجة متوسطة. كما أكدت نتائج اختبار كاي² أن ليس هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة (الجنس، التخصص، المستوى العلمي، الجامعة) ومدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل معرفة سياسية.

(21) كما أسفرت نتائج الدراسة بأن 71.40% من الطلبة الجامعيين لم يتغير اتجاههم وسلوكهم من خلال متابعته للبرامج السياسية بقناة النهار TV أي لم تؤثر في الطلبة الجامعيين، إذ بلغت نسبة الذكور 26.80% والإناث 44.60%. أما طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال 41.80% وطلبة العلوم السياسية 29.60%. أما بالنسبة للمستوى العلمي فتبين لنا أن 50.60% من الطلبة هم بصدد تحضير شهادة الليسانس لم يتغير اتجاههم نتيجة المتابعة للبرامج السياسية، وبلغت نسبة طلبة الماستر 1.20% وطلبة دكتوراه الطور الثالث 02.60%. أما من حيث الجامعة فبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر 51.40% وطلبة جامعة قسنطينة 15% وطلبة جامعة وهران 05%.

(22) أما الذين تغير اتجاههم نتيجة متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV فقدت نسبتهم 28.60% وتمثل هذا التغيير في التعبير عن الرأي في المرتبة الأولى 14.80% ثم حضور تظاهرات سياسية 05.40%، وتساوت النسبة بين الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات 04%.

(23) أبرزت نتائج الخاصة بتقييم البرامج السياسية بقناة النهار TV من وجهة نظر الطلبة أنها تتحلّى بالموضوعية بدرجة متوسطة بنسبة بلغت 67%، أما من حيث الأنية والسبق الصحفي في معالجة الأحداث والقضايا السياسية كذلك يرون الطلبة بأنها تمتاز بدرجة متوسطة بنسبة بلغت 51.40%. وتستضيف قناة النهار TV في البرامج السياسية شخصيات متخصصة في المواضيع

المطروحة وكذلك شخصيات تمثل جهة سياسية معينة لتحليل القضايا والأحداث السياسية. كذلك تمتاز بدرجة متوسطة في التغطية الإعلامية والتعمق في تناولها للمواضيع السياسية.

24 كما كشفت نتائج الدراسة على أن الطلبة الجامعيين الذين قدموا اقتراحات حول تطوير البرامج السياسية بقناة النهار TV تمثلت في فئتين، هناك فئة من الطلبة يرون بأنهم ليس لديهم أي اقتراح وتوقيت بث البرامج السياسية مناسب كذلك نفس الأمر بالنسبة للمضمون سواء من حيث الشكل أو طريقة التقديم وإخراج البرامج فهو مناسب حسب رأيهم. وهناك فئة أخرى من طلبة لها آراء واقتراحات لتطوير البرامج السياسية بقناة النهار TV تمثلت فيما يلي:

من حيث التوقيت: أن التوقيت المناسب هو فترة الليل لأنه مناسب لكافة شرائح المجتمع وخصوصا عند اجتماع أفراد العائلة ويمكن إعادة بث هذه البرامج أيام العطل نهاية الأسبوع وليس في الفترة الصباحية من اليوم الموالي.

من حيث المضمون: لابد من التعمق في طرح المواضيع السياسية ومناقشتها بمستوى عالي، والتعرض للقضايا الأنوية المهمة ثم الأقل أهمية. بالإضافة للمصداقية والتحلي بالموضوعية أكثر وعدم انحياز لطرف على حساب طرف آخر وعدم انحياز إلى السلطة.

من حيث الشكل والتقديم: كانت هناك مجموعة من الآراء تمثلت فيما يلي:

➤ تطوير أساليب الإخراج وتحسين نوعية وجودة الصورة والصوت واستخدام تقنيات عالية الجودة في البث ما يعرف بتقنية . HD

➤ استعمال لغة إعلامية دقيقة أثناء التقديم والابتعاد عن اللغة العامية والركيكة والتحلي بأخلاقيات المهنة.

➤ ترقية مستوى النقاش الذي يدور بين المحللين أي الضيوف وعلى مقدم البرنامج التحكم في الحصة وليس الكل يتكلم في نفس الوقت. هذا ما يؤثر سلبا على المشاهد ويشتت ذهنه وتركيزه ويشعر بالملل ولا يستوعب ما تم طرحه.

➤ تكوين الصحفيين في المجال السياسي وتقديم مثل هذه البرامج يكون من طرف صحفيين ذو خبرة وكفاءة مهنية في المجال الإعلامي والسياسي وأن يكون ملما للموضوع المثار للنقاش من كل جوانبه مما يمكنه التحكم في البرنامج.

المطلب الثاني: النتائج في ضوء فرضيات الدراسة

من خلال النتائج العامة للدراسة يتبين لنا أن الفرضية الأولى القائلة: يتابع الطلبة الجامعيين البرامج السياسية بصفة دائمة ولا تختلف عادات وأنماط المشاهدة باختلاف الجنس، التخصص والمستوى التعليمي، لم تتحقق بدليل أن أغلب نتائج الأسئلة المرتبطة بهذه الفرضية أثبت ذلك، الجدول رقم 09 أكد أن الطلبة أحيانا ما يشاهدون قناة النهار TV بنسبة 62.80%، كما بين لنا الجدول رقم 12 أن الطلبة الجامعيين يشاهدون قناة النهار TV حسب ظروفهم بنسبة بلغت 45.80%. كذلك بين لنا الجدول رقم 15 أن الطلبة يشاهدون قناة النهار TV أقل من ساعة بنسبة بلغت 43.80%. كما بين لنا الجدول رقم 18 أن أحيانا ما يشاهد الطلبة البرامج السياسية بنسبة بلغت 58.20%. كما بينت لنا نتائج الجداول من 09 إلى 20 أن عادات وأنماط المشاهدة لا تختلف وفق متغير الجنس، التخصص، المستوى العلمي.

أما الفرضية الثانية القائلة " يتعرض الطلبة الجامعيون للبرامج السياسية بقناة النهار TV لأنها تمتاز بالتقديم والإخراج الجيد للبرامج". لم تتحقق بدليل نتائج المحور الثاني الخاص بطبيعة البرامج السياسية بقناة النهار TV إذ بين لنا الجدول رقم 28 أن البرامج السياسية تمتاز بتناولها لمواضيع هامة 51.40% أما برنامج متميز والإخراج الجيد بلغت نسبتهم على التوالي بـ 11.20% و 07.20%. كما بين لنا الجدول رقم 31 بأن طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV هي متوسطة 68% (جيدة 19.80%)، في حين بين لنا الجدول رقم 34 أن طريقة إخراج البرامج السياسية كذلك هي متوسطة بنسبة 67.40% (جيد 22%).

أما بخصوص الفرضية الثالثة تساهم البرامج السياسية بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين. كذلك لم تتحقق هذه الفرضية وذلك بدليل نتائج المحور الثالث إذ بين لنا الجدول رقم 49 أن متابعة الطلبة للبرامج السياسية بقناة النهار TV أحيانا ما تزودهم بمعلومات سياسية جديدة وذلك بنسبة 67.40%. كما بين لنا الجدول رقم 57 أن أحيانا ما يتذكرون ويسترجعون المعلومات السياسية التي تم الحصول عليها من خلال المشاهدة وذلك بنسبة 66.60%. كما أكد لنا الجدول رقم 69 أن الطلبة يعتمدون على البرامج السياسية بقناة النهار TV بدرجة متوسطة في الحصول على المعرفة السياسية بنسبة 62.20%. وبين لنا الجدول رقم 73 أن 71.40% من الطلبة الجامعيين لم يتغير اتجاههم نتيجة متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV.

في حين تحققت الفرضية الرابعة " توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اكتساب معلومات سياسية والمتغيرات التالية الجنس، الجامعة". بدليل تطبيق اختبار كا² على نتائج الجدول رقم 49 لمعرفة مدى وجود فروق جوهرية في اكتساب المعلومات السياسية بين الذكور والإناث تبين لنا أنه هناك علاقة، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 10.555 وهي أكبر من قيمة كا² الجدولية 05.991 عند درجة حرية 02 ومستوى الخطأ 0.05 وهو مستوى دال احصائياً، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرين. كما توجد علاقة بين متغير الجامعة واكتساب المعلومات السياسية وهذا ما بينه نتائج اختبار كا² للجدول رقم 52 .

أما بالنسبة للفرضية الخامسة والأخيرة " تتحلى البرامج السياسية بقناة النهار TV بالأنية والموضوعية والتعمق في تحليل القضايا والأحداث السياسية بدرجة كبيرة". كذلك لم تحقق هذه الفرضية وذلك بدليل نتائج المحور الرابع الخاص بتقييم البرامج السياسية بقناة النهار TV من وجهة نظر الطلبة، إذ بين لنا الجدول رقم 81 أن البرامج السياسية تتحلى بالموضوعية بدرجة متوسطة بنسبة بلغت 67% والجدول رقم 87 الخاص بمدى آنية البرامج السياسية في معالجة الأحداث السياسية بلغت النسبة 51.40% بدرجة متوسطة. كذلك بينت لنا نتائج الجدول رقم 93 أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بالتعمق والتغطية في تحليل القضايا السياسية بدرجة متوسطة بنسبة 68.80%.

المطلب الثالث: النتائج في ضوء المداخل النظرية المفسرة للدراسة

أولاً- النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع

من خلال نتائج الدراسة تبين لنا أن الطلبة يشاهدون قناة النهار TV أحياناً، ويفضلون مشاهدة القناة حسب ظروفهم الخاصة بهم وفترة المساء والليل. وقدر الحجم الساعي للمشاهدة بأقل من ساعة ويفضلون مشاهدة البرامج السياسية مع أفراد عائلتهم. كما صرح أغلبية الطلبة أن وقت بث البرامج السياسية يناسبهم وجاء برنامج قضية ونقاش في المرتبة الأولى من ضمن قائمة البرامج المفضلة ثم برنامج عين وحدث في المرتبة الثانية وفي المرتبة الثالثة برنامج قهوة وجورنال. ويرجع الطلبة دوافع مشاهدة هذه البرامج إلى تناولها للقضايا الراهنة والمهمة ويتم مناقشتها من طرف شخصيات سياسية ونخبة متخصصة في الموضوع محل النقاش هذا بالنسبة لبرنامجي قضية ونقاش وبرنامج عين وحدث. أما برنامج قهوة وجورنال فكان الدافع وراء مشاهدته هو أن البرنامج يختص في قراءة مضامين

الصحف اليومية ما يسمح للطلبة الاطلاع على كل الأخبار والأحداث المهمة التي تناولها الصحف الوطنية اليومية.

ثانيا- النتائج في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

لم تستطع البرامج السياسية بقناة النهار TV التأثير على جمهور الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والمعارف السياسية بشكل كبير كما كان متوقع إذ جاءت أغلبية نتائج الدراسة متوسطة، أي أن الطلبة أحيانا ما تزودهم البرامج السياسية بمعلومات سياسية جديدة وكذلك يتذكرون ويسترجعون المعلومات السياسية التي تم الحصول عليها من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بصفة أحيانا. كما أكدت نتائج الدراسة أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على البرامج السياسية بقناة النهار TV بدرجة متوسطة وهذا ما يدل على أن هذه البرامج لم تستطع إزالة الغموض نتيجة المعلومات الناقصة في المجال السياسي وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 84 أن البرامج السياسية بقناة النهار TV تقدم معلومات عن الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة. هذا من جانب التأثيرات المعرفية التي جاءت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أما من حيث تأثيرات السلوكية لم تستطع البرامج السياسية بقناة النهار TV تغيير اتجاهات وسلوك الطلبة وهذا ما أكدته الجدول رقم 73 أن 71.40% لم يتغير اتجاههم نتيجة متابعة البرامج السياسية، أما الذين تغير اتجاههم فكانت نسبتهم ضعيفة وتمثل هذا التغيير في التعبير عن الرأي، حضور تظاهرات سياسية، الانخراط في الأحزاب السياسية والمشاركة في الانتخابات. كما اعتبر الطلبة أن قناة النهار TV هي مؤيدة في طرحها للقضايا السياسية.

اقتراحات الدراسة

أسفرت نتائج الدراسة عن قصور في البرامج السياسية بقناة النهار TV في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج سنحاول اقتراح مجموعة من اقتراحات ترتبط بعدة جهات كون موضوع تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين يجب أن يتم في إطار سياق مجتمعي أوسع إذ تعد الفضائيات الإخبارية الخاصة واحدة من أدوات تنمية الوعي السياسي فنحن بحاجة إلى مزيج متكامل تشترك فيه العديد من المؤسسات السياسية والتعليمية ومنظمات المجتمع المدني وفيما يلي أهم الاقتراحات:

(1) اختيار التوقيت المناسب للبرامج السياسية.

(2) زيادة مدة البرامج السياسية على الخريطة اليومية للبرامج.

(3) الاهتمام والتركيز على القضايا والموضوعات والأحداث السياسية ذات الأهمية البالغة والتوازن في طرح القضايا دون إغفال جانب على آخر أو التركيز على جانب أكثر من جانب.

(4) الاعتماد على الموضوعية والحيادية والمعالجة لمختلف القضايا السياسية مما يزيد من مصداقية الوسيلة فيما تقدمه من مواضيع سياسية.

(5) استعمال لغة إعلامية دقيقة تمتاز بالبساطة في أسلوب الحوار في البرامج السياسية.

(6) الإدارة الجيدة، والتخطيط السليم من قبل القائمين على إعداد وتقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV من أجل الاهتمام بموضوع تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وإفساح المجال لتحقيق هذا الهدف بمسؤولية ومهنية.

(7) ربط الحوار في البرامج السياسية بواقع واحتياجات الجمهور المشاهدين وخاصة الطلبة الجامعيين حتى يتسنى له الاستفادة من هذه البرامج.

(8) الاستعانة بالمختصين في مجال الإعلام والسياسة معا من أجل تحديد المحتوى الذي تقدمه البرامج السياسية في قناة النهار TV في مجال السياسي للطلبة.

(9) ضرورة اهتمام وسائل الإعلام اهتماما كبيرا بقضية تشكيل الوعي السياسي للطلبة باعتبارهم أهم فئة في المجتمع الجزائري.

10) ضرورة قيام الجامعات والأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني، والمنظمات الطلابية بعقد ورشات عمل وندوات ومؤتمرات للطلبة الجامعيين، لتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم السياسية، توضح لهم مبادئ السياسة. مما يحقق وصول المعلومات والممارسة العملية لتطبيقات المعلومات الخاصة في أساليب المشاركة السياسية والمؤسسات السياسية. والتوعية الهادفة سياسيا، واجتماعيا وثقافيا.

خاتمة

خاتمة

في هذه الدراسة حاولنا التعرف على أثر متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين. باعتبار وسائل الإعلام بصفة عامة والقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (قناة النهار TV) بصفة خاصة تعد أحد المصادر الأساسية التي يمكن أن تساهم في تشكيل الوعي السياسي للطلبة من خلال تزويدهم بالمعلومات السياسية واكسابهم اتجاهات ايجابية تأثر على سلوكهم السياسي، وذلك بإعداد وتقديم رسالة إعلامية هادفة ومقنعة تعرض فيها القضايا والأحداث السياسية بأسلوب بسيط ومفهوم حتى يتمكن المشاهد من استجابتها وفهمها وتحليل الواقع تحليلا أكاديميا موضوعيا بعيدا عن العاطفة وبالتالي القضاء على الاستبداد السياسي.

ونجاح الرسالة الإعلامية السياسية مرهون بقدرتها على التأثير في المشاهد وتشكيل وعيهم السياسي، للتحويل من اللاوعي إلى الوعي ومن ثم تجاوز الوعي إلى المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية وأخيرا المطالب السياسية.

وعبر ما تم التوصل إليه يمكن القول أن البرامج السياسية بقناة النهار TV لم تحظ بأهمية بالغة الأثر على مستوى الطلبة الجامعيين، نظرا لعدم قدرتها في تزويدهم بالمعلومات السياسية وتأثير في سلوكهم، ويعود ذلك إلى عدم تحررها من الرقابة السلطوية والضغوطات من النظام الحاكم لخدمة دائما ما يتوافق مع سياسية السلطة.

ومهمة البرامج السياسية بقناة النهار TV تتقاسمها كافة وسائل الإعلام الأحزاب السياسية والجامعات بضرورة العمل والتكامل مع بعضهم البعض لأداء دورهم المتمثل في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، هذا نتيجة التخطيط المسبق والتنسيق والتعاون.

قائمة المراجع

أولاً- المعاجم والموسوعات

- 1) إبراهيم مذكو، معجم علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975.
- 2) ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دار صادر للطباعة والنشر، المجلد 15، 2000.
- 3) عبد الله البستاني، الوافي معجم وسيط للغة العربية، بيروت، مكتبة لبنان، ط 2، 1990.
- 4) عبد الوهاب الكيلالي، موسوعة العلوم السياسية، بيروت، المؤسسة العربية لدراسات والنشر، ج 7، ط 5، 2009.
- 5) محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الاعلامية، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.

ثانياً- الكتب باللغة العربية

- 1) أ. ك. أوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، بيروت، دار ابن خلدون، ط 2، 1982.
- 2) أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، بنغازي، دار الكتب الجامعية، ط 1، 1997.
- 3) أحمد مصطفى عمر، البحث إعلامي مفهومه واجراءاته ومناهجه، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط 02، 2002.
- 4) أسامة ظافر كبار، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، لبنان، دار النهضة العربية، 2008.
- 5) إسماعيل سلمان أبو جلال، الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 01، 2012.
- 6) أشرف فهي خوخة، مبادئ دراما والخراج التلفزيوني، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2007.

- (7) إمام شكري ابراهيم أحمد قحطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مصر، مركز الاسكندرية للكتاب، 2009.
- (8) أياد شكري البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999.
- (9) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام البرلماني والسياسي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010 .
- (10) بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، الأردن، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- (11) بلقاسم سلاطينية، حسان جيلالي، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- (12) ثريا التيجاني، القيم الاجتماعية التلفزيونية في المجتمع الجزائري، عين مليلة (الجزائر)، دار الهدى 2011.
- (13) حازم محمد حمداني، الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- (14) حسن أبو حمود، علم الاجتماع السياسي، منشورات جامعة دمشق، مطبعة ابن حيان، 2007/2006.
- (15) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط07، 2008.
- (16) حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة (الفرص والتحديات ..الواقع والطموحات)، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
- (17) حسينة بوشيح، برامج الرأي وقناة الجزيرة الفضائية، الجزائر، دار الوسام العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2011.

- 18) حنان يوسف، الإعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، القاهرة، أطلس للنشر والانتاج الإعلامي، ط2، 2006.
- 19) خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، ط، 1، 2008.
- 20) راسم محمد الجمال، خبيرة معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام والاصلاح السياسي في مصر، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005.
- 21) رباب عبد الرحمن هاشم، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر، القاهرة، دارالعالم العربي، ط1، 2011.
- 22) رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، الأردن، عالم الكتب الحديث، ط1، 2008.
- 23) رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2007.
- 24) رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 25) روبرت هيليارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، دارالكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، ط1، 2013.
- 26) زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان مطبوعات الجامعة، 2007.
- 27) زيرفان سليمان البرواري، الوعي السياسي وتطبيقاته الحالة الكردستانية نموذجا، مطبعة خاني، ط1، 2006.
- 28) سالم حسين، رمضان يوسف، تحديات التحول السياسي، الاسكندرية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، 2014.

- (29) سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي، المملكة العربية السعودية، القنوات ط1، 1427هـ.
- (30) سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، الجزائر، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2، 2012.
- (31) سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2010.
- (32) سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم دراسة ميدانية لطلاب المدارس الثانوية، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، 2004.
- (33) شذوان علي شيبه، مذكرة في تاريخ الإعلام، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- (34) صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، الاسكندرية، دار وفاء لندنيا للطباعة والنشر، ط1، 2003.
- (35) صالح بنوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسنطينة، دار الفائز للنشر والتوزيع، 2012.
- (36) صالح خليل أبو الأصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان (الأردن)، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ط4، 2004.
- (37) صالح ذياب الهندي، أثار وسائل الإعلام على الطفل، عمان، دار الفكر، ط2، 2008.
- (38) صحروهي، دور وسائل الإعلام في تقديم قدوة الشباب الجامعي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 1996.
- (39) صفوان حسين، في الاتصال الثقافي والوعي، الجزائر، دار المعرفة، 2011.
- (40) صلاح عبد الحميد، فن التحرير الصحفي، الجزائر، أطفالنا للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- (41) صلاح محمد عبد الحميد، ممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.

- (42) طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- (43) طه أحمد الزيدي، حسين علوي، الطائين يسرى خالد ابراهيم، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه، عمان دار النفايس للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- (44) عبد الحميد حيفري، التلفزيون الجزائري الواقع وآفاق، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
- (45) عبد السلام أبو قحف، التسويق السياسي فن البيع- التفاوض، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2004.
- (46) عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، دمشق، دار القلم، 2000، ص 09.
- (47) عبد الله فتحي الظاهر، علي احمد خضر العماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية (عين العالم على العراق)، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 20114.
- (48) عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة المعاصرة، بيروت، دار النهضة العربية، للطباعة والنشر، ط1، 2001.
- (49) عبد المالك الدناني، البث الفضائي وتحديات العولمة الإعلامية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2002.
- (50) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 1996.
- (51) عبد النبي خزعل، فن التحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الفضائية، لبنان، دار النهضة العربية، ط1، 2010.
- (52) عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002.

- (53) عزيز عبدة، الإعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004 .
- (54) عصام نصر سليم، مدخل إلى إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، عمان، الأفق المشرقة للنشر والتوزيع، ط1، 2001 .
- (55) علي أحمد المعماري، دراسات في علم الاجتماع السياسي، عمان، غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2005 .
- (56) علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، قسنطينة، دار الفائز للطباعة والنشر، ط2، 2009 .
- (57) عمر عبد الدايم، القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2008 .
- (58) عنسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، عمان (الأردن)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013 .
- (59) فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، عمان، دار أسامة، ط1، 2010، ص13
- (60) فتيحة زماموش، الحراك الاجتماعي في تونس من خلال الصحافة الجزائرية، روية، المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والاشهار، 2013 .
- (61) فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه، نظرياته وسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003 .
- (62) فضيل دليو، مقدمة وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998 .
- (63) فهد بن عبد الرحمن الشمييري، التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، 2010 .
- (64) فؤاد شعبان، عبيدة مصطفى، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012 .

- (65) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
- (66) مجد هاشم الهاشمي، العولمة الدبلوماسية والنظام العالمي الجديد، عمان (الأردن)، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- (67) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- (68) محمد أبو سمرة، الإعلام السياسي، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- (69) محمد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
- (70) محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وأثاره التربوية، الاسكندرية، العلم والايمان للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
- (71) محمد حمدان مصالحة، الاتصال السياسي مقرب نظري تطبيقي، الأردن، دار وائل لنشر والتوزيع، ط2، 2002.
- (72) محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، ط1، 2009.
- (73) محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2007.
- (74) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، علم الكتب، ط3، 2004.
- (75) محمد علي قوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، لبنان، دار النهضة العربية، ط1، 2007.
- (76) محمد عوض، مدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي.

- (77) محمد نصر مهننا، مدخل إلى الإعلام العربي في عالم متغير، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007.
- (78) محمود حسن اسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور أخبار التلفزيون، مصر، دار النشر للجامعات، ط 1، 1997.
- (79) مرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، 2006.
- (80) مصطفى حميد كاظم طائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، ط 1، 2008.
- (81) منال أبو حسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات، القاهرة، دار النشر للجامعات، ط 1، 2006.
- (82) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، الجزائر، دار قصبه للنشر والتوزيع، ط 2.
- (83) مولود زايد الطيب، التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، عمان، المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، ط 1، 2001.
- (84) مي عبد الله، نظريات الاصال، بيروت، دار النهضة العربية، ط 02، 2010.
- (85) نسيمه طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، الجزائر، مؤسسة كنوز للحكمة، 2011.
- (86) نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر دراسة ميدانية، الجزائر، دار الهدى، 2005.
- (87) نعيمة واكد، استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة البرمجية التلفزيونية، دراسة وصفية تحليلية للبرمجة بالقناة الأرضية، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2013.

- (88) نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993.
- (89) نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
- (90) هالة إسماعيل بغدادي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- (91) هاني ابراهيم البطل، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2011.
- (92) هيثم الهيثي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- (93) يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008.

ثالثا- المجالات والدوريات

- (1) أحمد شطرياش، الوعي السياسي للطلبة الجامعيين دراسة ميدانية، مجلة فكر ومجتمع، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد07، يناير2011.
- (2) جمال محمد عبد الحي، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، أمارباك مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد03، العدد 07، 2012.
- (3) راضي رشيد حسن، إيثار طارق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الاعلام (برنامج ولكم القرار أنموذجا)، مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد73، 2012.
- (4) رفيق محمود المصري، مستوى الوعي السياسي لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني (فتح) دراسة تطبيقية، مجلة جامعة الأقصى، المجلد الحادي عشر، عدد02، يونيو2007.

- (5) الشريف السامي، دور الإعلام في التنمية الثقافية للمجتمعات النامية، مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، العدد 173، كانون ثاني 2003.
- (6) شعباني عبد المالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 07، 2012.
- (7) عبد الله بوجلالة، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 04، خريف 1990.
- (8) عبد الله بوجلالة، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مجلة المستقبل، العربي، عدد 147، 1991.
- (9) العقون سعاد، المدرسة الجزائرية بين الدمج الاستعماري وبناء الوعي السياسي 1962-1970، ملحة الفكر والمجتمع، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، العدد 04، أفريل 2010.
- (10) اللجنة العليا للتنسيق بث القنوات الفضائية العربية، البث الفضائي العربي التقرير لعام 2012-2013، إصدارات إذاعات الدول العربية.
- (11) محمد شطاح، اشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الفضائيات العربية دراسة حالة Canal ALGERIE والجزائرية الثالثة، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، سكيكدة، عدد 05، 2010.
- (12) المنصف العياري: قنوات القطاع الخاص العربية، المقاربة الكمية والمهمة المستحيلة، مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، عدد 03، 2006.
- (13) المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (56) 2006.
- (14) موسى عبدالرحيم حلس، ناصر علي مهدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 2.

15) نصر الدين العياضي، كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 01، 2001.

16) نصير بوعلي، البث التلفزيوني المباشر والحضارة القادمة، مجلة الاتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 04، 2000.

17) هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الارهاب دراسة على عينة من الجمهور العربي، تونس، مجلة الاتحاد الاذاعات الدولة العربية، العدد 03-04، 2007.

18) يوسف ضامن خطابية معوقات مشاركة الشباب الجامعي في الأحزاب السياسية دراسة ميدانية في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 02، العدد 03، 2009.

19) يوسف ضامن خطابية معوقات مشاركة الشباب الجامعي في الأحزاب السياسية دراسة ميدانية في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 02، العدد 03، 2009.

رابعاً- الملتقيات والدراسات العلمية

1) موسى حلس، دور الجامعة في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة (دراسة تحليل نظري)، بحث مقدم إلى مؤتمر جامعة القدس المفتوحة المنعقد برام الله في 02- 5- 2007.

2) نصر الدين بوزيان، الاتصال السياسي في الجزائر مشاكل التأخر واستراتيجيات التطور، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.

3) وديع العززي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي اليمني دراسة ميدانية على طلبة الجامعات، مركز نقد وتنوير للدراسات الانسانية.

خامساً- الرسائل والأطروحات الجامعية

1) إلياس طلحة، دور قناة الجزيرة الإخبارية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية بجامعتي منتوري وجامعة الأمير عبد القادر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية قسنطينة، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، قسم الدعوة والإعلام، 2006/2007.

- (2) سمير لعرج ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية ، أطروحة مقدّمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال ، 2006 / 2007.
- (3) عبد الحق يحيواوي، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة، مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الاتصال في المنظمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاجتماعية ، 2010/2011.
- (4) عبد الله بن فردي، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات دراسة تحليلية ميدانية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الدكتوراه، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية ، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام ، 2008.
- (5) فتيحة كيجل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسات في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي موقع FCEBOOK أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال ، 2011/2012.
- (6) فيروز لمطاي، دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة وأساتذة الجامعيين الجزائريين فضائية الجزيرة الإخبارية نموذجا دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية العربية سبتمبر 2011- سبتمبر 2012، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، كلية علوم الإعلام والاتصال ، 2013/2014.
- (7) محمد علي بن هدية، البرامج الدينية في قنوات التلفزيون الفضائية العربية دراسة تحليلية ميدانية تقويمية على عينة من البرامج الدينية والجمهور السعودي والعربي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 1423- 1424هـ .
- (8) منال كبور، الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي حيال عملية السلام مع إسرائيل أساتذة جامعة باتنة أنموذجا، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام

والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2010/2009.

سادسا- المراجع باللغة الأجنبية

1) Alain le deberdere , Nathalie coste, **Briser Les chain Itroudction à l'après télévision** , paris , la découvret,1988.

2) Albert pierre et leteinturier christine , **les médias dans le monde**, ellipses, 1999.

3) Angers Maurice, **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Casbah, Alger, 2^{ème} éd, 1997.

4) Armand et Michèle Mattelart, **Histoire des théories de la communication**, La découverte, Paris, 1997.

5) Ball Rokeach and M.Defleur , **adepndecy model of mass communication effect** , communication research,vol03,1976.

6) Balle Francis, **Médias et société**, Montchrestien, Paris, 1999.

7) Bernard berelson, **Reader in public opinion communication**, Macmillan ,2nd edition, 1967.

8) Bernard lamizet , **dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de communication** , france ellipses,1997.

9) Cazeneuve Jean, **Sociologie de la radio-télévision**, PUF, Paris, 1ère edition, 1962.

10)Conway Hendson , **International relation confict and cooperation at the turn of the 21st centry**, , New York the megraw hill company, 1998.

11)Grawitz Madeleine, **Méthodes des sciences sociales**, Dalloz, Paris,11ème edition, 2001.

- 12) J. A. Schlesinger, **Political parties units**, in D, L, Sills, Vol .11.
- 13) JEAN- Pierre Meubier , **introduction aux théories de la communication** , bueck université , 2 édition , 2004.
- 14) La ville Christian et Dionne Jean, **La construction du savoir**, Chelenière, Montréal, 1996. .
- 15) Mohamed Ahmed Khalifa Ahmed, **Students' Exposure to Political News on the Internet and Political Awareness: A Comparison between Germany and Egypt**, Zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie, Philosophischen Fakultät, Institut für Kommunikationswissenschaft ,Technischen, Universität Dresden, 2011.
- 16) Patrick Udende , **Mass Media, Political Awareness and Voting Behaviour in the Nigeria's 2011 Presidential Election**, Being a paper presented at the African Council for Communication Education (ACCE),Nigeria Chapter, at Covenant University, Ota, Ogun State, Nigeria from 20th-22nd September,2011.
- 17) Richard.R.,Weiner,**Cultural Marxism And Political Sociology**, Sage Publication, 1981.
- 18) Royburn , Palmgreen, **Merging Uses And Gratification**, Sage Publication, 1984.

سابعا- المواقع الإلكترونية

- 1) جازية سليمانى، الفضائيات الخاصة بالجزائر اعتماد على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، <http://www.alaraby.co.uk/miscellaneous/>.
- 2) <http://web.kbcalgérie.tv/content/حول-القناة/>
- 3) <http://www.elkhabar.com/press/article/108835>
- 4) <http://arabi.assafir.com/article.asp?aid=1797&refsite>
- 5) <http://www.alghad.com/articles/534877>.
- 6) <http://www.aps.dz/ar/algerie/5984-01>

- 7) http://www.arab-unity.com/default_ar.aspx?ID=245
- 8) <http://www.dz-modern.com/2013/09/almagharibia-tv-algerie-frequence-sur-nilesat-HotBird.html>
- 9) <http://www.ennaharonline.com/ar/latestnews/228151>
- 10) <http://www.startimes.com/f.aspx?t=34409993>
- 11) https://ar.wikipedia.org/wiki/تلفزيون_الشروق
- 12) https://ar.wikipedia.org/wiki/تلفزيون_ال خليفة
- 13) [https://ar.wikipedia.org/wiki/قناة_النهار_\(الجزائر\)](https://ar.wikipedia.org/wiki/قناة_النهار_(الجزائر))

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر الفضائيات الجزائرية الخاصة في عملية بلورة وتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، ومدى اهتمامهم بمتابعة القضايا والأحداث الجارية، ونظرا لتعدد وتنوع الفضائيات الجزائرية الخاصة، قمنا باختيار قناة النهار TV باعتبارها أول قناة إخبارية جزائرية خاصة، وعلى أساسها قمنا بصياغة إشكالتنا في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو أثر متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV على تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟ ولتغطية محاور الدراسة وأهدافها قمنا بإتباع المنهج الوصفي واستخدام استمارة الاستبيان كأداة أساسية للحصول على المعلومات والبيانات، حيث قمنا بتوزيع هذه الأخيرة على عينة بلغ حجمها 500 مفردة، اشتملت على طلبة علوم الإعلام والاتصال وطلبة العلوم السياسية بكل من جامعات: الجزائر، قسنطينة ووهران، هذا وتجدر الإشارة إلى أن طريقة اختيار مفردات العينة كانت عن طريق الحصص الممثلة بالنسبة لكل تخصص والمستوى العلمي، كما أن توزيعها تم بطريقة عرضية، أما عن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فقد جاءت كما يلي:

➤ أحيانا ما يشاهد الطلبة الجامعيين قناة النهار TV، حيث يفضلون المشاهدة حسب ظروفهم (خاصة في فترة المساء والليل) بحيث تقل عن ساعة في اليوم، أما بالنسبة للمشاهدة للبرامج السياسية فتكون مع أفراد العائلة.

➤ أحيانا ما يكتسب الطلبة المعلومات السياسية من خلال متابعتهم للبرامج السياسية، لذلك يعتمدون بدرجة متوسطة على قناة النهار TV في الحصول على المعارف السياسية.

➤ لم تؤثر البرامج السياسية بقناة النهار TV في تغيير اتجاه وسلوك الطلبة الجامعيين.

➤ يرى الطلبة الجامعيين بأن البرامج السياسية بقناة النهار TV تمتاز بدرجة متوسطة في موضوعية طرحها للقضايا السياسية والآنية المتعلقة بمعالجة الأحداث والتعمق في تحليل القضايا السياسية.

وبالنسبة لفرضيات الدراسة فقد أثبتت النتائج بأن: الفرضية الأولى، الثانية والثالثة والخامسة لم تتحقق، في حين تحققت الفرضية الرابعة.

الكلمات المفتاحية: البرامج السياسية، قناة النهار TV، الوعي السياسي، الطلبة الجامعيين.

Résumé:

Cette étude vise à étudier l'effet des chaînes privées algériennes sur le processus de cristallisation et de construction de la conscience politique des étudiants universitaires, et l'étendue de leurs intérêts portés à suivre les thèmes et les événements actuels. Grâce à la multiplicité des chaînes algériennes privées, on a sélectionné la chaîne Ennahar TV car elle a été la première chaîne d'information algérienne. Le point de départ de cette problématique: quel est l'effet des programmes politiques de la chaîne TV sur la construction de la conscience politique chez les étudiants universitaires? Nous avons suivi la méthode descriptive et le questionnaire comme un outil de collecte des données distribuant sur une d'échantillon qui parvenaient à 500 éléments incluant les étudiants spécialisé en sciences de la communication et d'information et les étudiants de science politique, à l'Université d'Alger, Constantine et d'Oran. On a sélectionné leurs élément à travers des quotas représentatives selon chaque spécialité et chaque niveau scientifique, et de les distribuer de manière probable. En conséquence, l'étude a atteint plusieurs résultats:

➤ Parfois, les étudiants universitaires regardent la chaîne Ennahar TV, Ils préfèrent la regarder selon les circonstances, durant le soir et la nuit. Et ils la regardent moins d'une heure par jour à la présence de leurs famille.

➤ Parfois Les étudiants acquièrent l'information politique en suivant les programmes politiques, de sorte qu'ils dépendent à un degré moyen sur la chaîne Ennahar TV pour obtenir les connaissances politiques.

➤ Les programmes politiques de la chaîne Ennahar TV n'ont pas affecté à changer l'attitude et le comportement des étudiants universitaires.

➤ Les étudiants revient que les programmes politiques de la chaîne Ennahar TV sont évalués Par degré moyen sur ce qui concerne l'objectivité en posant les thèmes politiques et l'actualité en traitement des événements et le profondément en l'analyse des questions politiques.

- Les résultats de l'étude ont montré que la première hypothèse, la deuxième et la troisième et la cinquième ne sont pas réalisés, quand à la quatrième hypothèse se réalisent.

Mots clés: programmes politiques, la chaîne Ennahar TV, la construction de conscience politique, les étudiants universitaires.

Abstract:

This study aims to investigate the impact of private Algerian satellite television in the crystallization process and the formation of political awareness for university students, and the extent of their interest in follow-up and current events issues. Due to the multiplicity of the Algerian satellite was selected Ennahar TV channel the day as the first Algerian private news channel. We start from the problem that, what is the impact of the follow-up of political programs diffused in Ennahar TV channel about the formation of political awareness among university students? And we follow the descriptive approach and were used questionnaire as a tool for information and data, spread over a total sample size included 500 single specialty of Information and Communication Sciences and students of political science at the University of Algiers, Constantine and the student of Oran University. It was selected vocabulary by actress quota for each specialty and the level of scientific and distribute casual manner. Accordingly, the study has reached several conclusions, including ;

➤ Sometimes university students watching Ennahar TV channel, and they prefer viewing according to their circumstances especially in the evening and night. And they watch less than one hour per day and watch political programs to be with family members.

➤ Sometimes students are gaining political information through a follow-up political program, so rely moderately on the Ennahar TV channel to get the political information.

➤ Political programs Ennahar TV channel did not affect in changing the character and behavior of university students.

➤ University students believe that the political programs Ennahar TV channel characterized by subjectivity and timely raised political issues in the event processing, and in-depth analysis of political issues.

- The results of the study proved that the first hypothesis, the second and third and fifth did not achieved, when the fourth hypothesis achieved.

Key words: political programs, Ennahar TV channel, political awareness, university students.

الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة 01

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات

استمارة الدراسة الميدانية لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

بعنوان:

أثر متابعة البرامج السياسية

وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة

دراسة وصفية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين- جمهور قناة النهار-TV-

إشراف الدكتور:

محمد قارش

إعداد الطالب:

سعيد مراح

ملاحظة: الرجاء منك التفضل بالإجابة عن الأسئلة بكل صدق وموضوعية، مع العلم أن بياناتها تستغل في المجال العلمي فقط.

السنة الجامعية: 2016/2015

السمات العامة

الجنس:

- ذكر
 أنثى

التخصص:

- علوم الإعلام والاتصال
 علوم سياسية

المستوى الدراسي:

- ليسانس
 ماستر
 دكتوراه الطور الثالث

الجامعة :

- جامعة قسنطينة
 جامعة الجزائر
 جامعة وهران

المحور الأول: عادات وانماط مشاهدة قناة النهار TV

(1) هل تشاهد قناة النهار TV؟

- دائما
 أحيانا
 نادرا

(2) ما هي الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV؟

- الصباح
 الظهيرة
 المساء
 الليل
 حسب الظروف

(3) ما هو عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة قناة النهار TV في اليوم؟

- أقل من ساعة
 من ساعة إلى ساعتين
 أكثر من ساعتين
 حسب توقيت البرنامج

(4) هل تشاهد البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

- دائما
 أحيانا
 نادرا

(5) مع من تشاهد البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

- بمفردك
 الأصدقاء
 مع العائلة

(6) هل فترات عرض البرامج السياسية بقناة النهار TV يناسبك؟

- نعم
 لا
 حسب البرنامج

(7) ماهي البرامج التي تحرص على مشاهدتها أكثر؟ (رتب البرنامج 1-6)

- المدار
 قضية ونقاش
 دفاعكم
 مسيرة شخصية
 عين وحدث
 قهوة وجورنال

لماذا تحرص على مشاهدة البرنامج رقم 01؟

.....

المحور الثاني: طبيعة البرامج السياسية بقناة النهار TV

(8) ماهي مميزات البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

- مقدم برنامج متميز
- الإخراج الجيد
- أسلوب الحوار مفهوم
- تناولها لمواضيع هامة
- كلها

(9) ما رأيك في طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهار tv؟

- جيدة
- متوسطة
- ضعيفة

(10) كيف ترى إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

- جيد
- متوسط
- رديء

(11) ما الذي يشد انتباهك في إخراج البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

- الصورة والصوت جيد
- التركيب الجيد
- التناسق في العرض

(12) هل واكبت البرامج السياسية بقناة النهار TV الأحداث الراهنة؟

- دائما
- أحيانا
- نادرا

(13) كيف كانت تغطية البرامج السياسية بقناة النهار TV للانتخابات الرئاسية 2014؟

- مؤيدة
- معارضة
- محايدة

برر ذلك

.....

20) هل مشاهدتك للبرامج السياسية بقناة النهار TV استطاعت أن تشكل معرفة سياسية لديك؟

- بدرجة كبيرة
 بدرجة متوسطة
 بدرجة ضعيفة

كيف ذلك.....
.....

21) هل حدث وأن غيرت اتجاهك من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

- نعم
 لا

22) إذا كانت الإجابة بنعم فيما تمثل هذا التغيير؟

- انخراط في الأحزاب السياسية
 مشاركة في الانتخابات
 حضور تظاهرات سياسية
 تعبير عن الرأي
 آخر

أذكره.....
.....

المحور الرابع: تقييم البرامج السياسية بقناة النهار TV من وجهة الطلبة

23) هل تتحلى البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية؟

- بدرجة كبيرة
 بدرجة متوسطة
 بدرجة ضعيفة

24) هل تقدم البرامج السياسية بقناة النهار TV معلومات كافية عن الأحداث والقضايا السياسية؟

- بدرجة كبيرة
 بدرجة متوسطة
 بدرجة ضعيفة

25) هل تمتاز البرامج السياسية بقناة النهار TV بالأنية في معالجة الأحداث والقضايا السياسية؟

- بدرجة كبيرة
 بدرجة متوسطة
 بدرجة ضعيفة

26) كيف ترى مستوى الشخصيات التي تستضيفها قناة النهار TV في البرامج السياسية ؟

لها مستوى تعليمي مرتفع

تمثل جهة سياسية معينة

متخصصة في الأحداث والمواضيع المطروحة

27) هل تمتاز البرامج السياسية بقناة النهار TV بالتعمق في التغطية الإعلامية والتحليل للقضايا السياسية؟

بدرجة كبيرة

بدرجة متوسطة

بدرجة ضعيفة

28) ماهي اقتراحاتك لتطوير البرامج السياسية بقناة النهار TV؟

من حيث توقيت البث.....

.....

.....

من حيث المضمون.....

.....

.....

من حيث الشكل والتقديم.....

.....

.....

شكرا على تعاونكم

الملحق رقم 02 : يوضح كيفية حساب اختبار كاي²

طريقة حساب كاي² يحسب بالعلاقة التالية :

$$كا^2 = \text{مجموع (التكرارات المشاهدة - التكرارات المتوقعة)}^2$$

التكرارات المتوقعة

- التكرارات المتوقعة = مجموع العمود X مجموع الصف
المجموع الكلي

الجدول رقم 09: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب متغير الجنس.

المجموع	أنثى	ذكر	الجنس طبيعة المشاهدة
83	57 51.63	26 31.37	دائما
314	192 195.31	122 118.69	أحيانا
103	62 64.07	41 38.93	نادرا
500	311	189	المجموع

مثال عن كيفية حساب التكرار المتوقع بالنسبة للخلية الأولى:

$$\bullet \text{ التكرار المتوقع} = \frac{83 \times 189}{500} = 31.37$$

$$\bullet \text{ كا}^2 = \text{مجموع} \frac{(38.93 - 31.37)^2}{31.37} + \frac{(118.69 - 122)^2}{118.69} + \frac{(31.37 - 26)^2}{31.37}$$

$$\frac{(64.07 - 62)^2}{64.07} + \frac{(195.31 - 192)^2}{195.31} + \frac{(51.63 - 57)^2}{51.63}$$

$$= 0.067 + 0.056 + 0.559 + 0.110 + 0.092 + 0.921$$

$$\text{كا}^2 \text{ المحسوبة} = 1.804$$

$$\bullet \text{ حساب درجة الحرية} = (\text{عدد الأعمدة} - 1) \times (\text{عدد الصفوف} - 1) = (3 - 1) \times (2 - 1) =$$

$$\text{درجة الحرية} = 2$$

• تحديد نسبة الخطأ والمتعارف عليها في العلوم الاجتماعية والإنسانية 0.05 أي أن الباحث متأكد بنسبة 95% ونسبة الخطأ 05% .

• وفيما بعد نقوم باستخراج قيمة كا² الجدولية وذلك عند مستوى تقاطع درجة الحرية ومستوى الثقة في الجدول الخاص بكا² الجدولية (أنظر الملحق رقم 03)

• وأخيرا اتخاذ القرار أي إذا كانت قيمة كا² المحسوبة أصغر من قيمة كا² الجدولية فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية والعكس صحيح .

الملحق رقم 03: الجدول يمثل قيمة كا² الجدولية¹.

احتمال الحصول على قيمة كا ² المبينة في الجدول عن طريق الصدفة							درجات الحرية
0.99	0.90	0.50	0.10	0.05	0.01	0.001	
0.000157	1580.0	50.45	062.7	313.8	56.63	82710.	1
0.0201	0.211	1.386	4.605	5.991	9.210	13.815	2
0.115	0.584	2.366	6.251	7.815	11.341	16.268	3
0.297	1.064	3.357	7.779	9.488	13.277	18.465	4
0.554	1.610	4.351	9.236	11.070	15.086	20.517	5
0.872	2.204	5.348	10.645	12.592	16.812	22.457	6
1.239	2.833	6.346	12.017	14.067	18.475	24.320	7
1.646	3.490	7.344	13.362	15.507	20.090	26.125	8
2.088	4.168	8.343	14.684	16.919	21.666	27.877	9
2.558	4.865	9.342	15.987	18.307	23.209	29.588	10
3.053	5.578	10.341	17.275	19.675	24.725	31.264	11
3.571	6.304	11.340	18.549	21.026	26.217	32.909	12
4.107	7.024	12.340	19.812	22.362	27.688	34.528	13
4.660	7.790	13.339	21.064	23.685	29.141	36.133	14
5.229	8.547	14.339	22.307	24.996	30.578	37.697	15
5.812	9.312	15.338	23.542	26.296	32.000	39.252	16
6.408	10.085	16.338	24.769	27.587	33.409	40.790	17
7.015	10.865	17.338	25.989	28.869	34.805	42.312	18
7.633	11.651	18.338	27.204	30.144	36.191	43.820	19
8.260	12.443	19.337	28.412	31.410	37.566	45.315	20
8.897	13.240	20.337	29.615	32.671	38.932	46.797	21
9.542	14.041	21.332	30.813	33.924	40.289	48.268	22
10.196	14.848	22.337	32.007	35.172	41.638	49.728	23
10.856	15.659	23.337	33.196	36.415	42.980	51.179	24
11.524	16.473	24.337	34.382	37.652	44.314	52.620	25

¹: أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 484

الملحق رقم 04: عدد طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، جامعة قسنطينة،
جامعة وهران.

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective / Sous Direction de la Prospective et de la Planification

جامعة الجزائر
TABLEAU RÉCAPITULATIF DE LA RENTRÉE UNIVERSITAIRE 2015/2016
Etablissement Universitaire: *S. Information et de la Communication*

Systeme L.M.D.
Licence

	NOUVEAUX INSCRITS en PREMIÈRE ANNÉE (*)			TOTAL DES INSCRITS EN GRADUATION (**) (Toutes Années Confondues)	DIPLOMÉS DE GRADUATION Année 2014-2015
	Bac. Algérien Juin 2015	Bac. Algérien antérieur à 2015	Baccalauréat Étranger		
Mathématiques & Informatique					
Mathématiques Appliquées					
Mathématiques					
Informatiques					
Sciences de la Nature et de la Vie					
Sciences Biologiques					
Sciences Agronomiques					
Nutrition & Technologie Agro-Alimentaire					
Nutrition & Sciences Alimentaires					
Foresterie					
Écologie & Environnement					
Sciences Infirmières					
Sciences de la Terre et de l'Univers					
Géologie					
Gestion des Techniques Urbaines					
Géologie & Environnement					
Géographie et Aménagement du Territoire					
Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales					
Sciences Économiques					
Sciences de Gestion					
Sciences Commerciales					
Sciences Financières					
Sciences de Gestion- Sciences Financières et Comptabilité (IT5)					
Sciences de Gestion- Sciences Financières et Comptabilité (IT6)					
Droit & Sciences Politiques					
Droit					
Sciences Politiques					
Sciences Humaines & Sociales					
Sciences Sociales					
Sciences Humaines					
Sciences Humaines (Archéologie)					
Sciences Humaines (Bibliothéconomie)					
Sc. de l'Information & Communication	1797	317		4672	967
Sciences Islamiques					
Sciences Islamiques (Chariaa/Imama)					

*) Comptabiliser les nouveaux bacheliers, inscrits définitivement au sein de l'établissement.
**) Inscrits en Graduation = Nouveaux inscrits + Réinscrits
NB: Veuillez à ne pas comptabiliser deux fois la même filière

MESRS/DDP/SDPP/Enquête n° 1. Octobre 2015.

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective - Sous Direction de la Prospective et de la Planification

TABLEAU RECAPITULATIF DE LA RENTREE UNIVERSITAIRE 2015/2016
Etablissement Universitaire *S. Information et de la Communication*

Système L.M.D. Master

	NOUVEAUX INSCRITS en PREMIERE ANNEE	TOTAL DES INSCRITS EN GRADUATION (*)	DIPLOMES DE GRADUATION Année 2014/2015
Sciences de la Nature et de la Vie			
Sciences Biologiques			
Sciences Agronomiques			
Nutrition & Technologie Agro-Alimentaire			
Nutrition & Sciences Alimentaires			
Foresterie			
Écologie & Environnement			
Sciences Infirmières			
Sciences de la Terre et de l'Univers			
Géologie			
Gestion des Techniques Urbaines			
Géologie & Environnement			
Géographie et Aménagement du Territoire			
Scs. Économiques, de Gestion et Commerciales			
Sciences Économiques			
Sciences de Gestion			
Sciences Commerciales			
Sciences Financières			
Droit & Sciences Politiques			
Droit			
Sciences Politiques			
Sciences Humaines & Sociales			
Sciences Sociales			
Sciences Humaines			
Sciences Humaines (Archéologie)			
Sciences Humaines (Bibliothéconomie)			
Scs. de l'Information & Communication /	905	1197	52
Sciences Islamiques			

(*) Inscrits en Graduation = Nouveaux inscrits + Réinscrits

NB: Veuillez ne pas comptabiliser deux fois la même filière

جامعة الجزائر 3

كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية

مصلحة الإحصائيات و الإعلام و التوجيه

الحصبة الإحصائية لعدد الطلبة المسجلين في كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية

جامعة الجزائر 3

السنة الجامعية 2015-2016

المجموع الكلي	دكتوراه ل م د	دكتوراه	طلبة الماجستير	طلبة الماستر	عدد الطلبة ليسانس ل.م.د	الكلية
5019	185	200	09	1022	3603	كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية
5019		394			4625	المجموع الكلي



Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective

TAB 1 : TABLEAU DES INSCRITS EN GRADUATION

Etablissement Universitaire *Université 3*
Faculté ou Institut. *In. Faculté Communauté*

Tronc commun ou Diplôme préparé *Licence LMD*

	Algériens		Etrangers		TOTAL		
	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A. BAC 2015	249	639	6	1			895
Nouveaux Inscrits 1ère A. BAC Ant. 2015*	10	1					11
Transférés en 1ère Année							
Doublants en 1ère Année	57	59					
Triplants en 1ère Année							
Admis en 2ème Année	110	293					
Répétitifs en 2ème Année							
Admis en 3ème Année	108	296					
Répétitifs en 3ème Année	3	1					
Admis en 4ème Année							
Répétitifs en 4ème Année							
Admis en 5ème Année							
Répétitifs en 5ème Année							
Admis en 6ème Année							
Répétitifs en 6ème Année							
Admis en 7ème Année							
Répétitifs en 7ème Année							
T O T A L							

Remplir un seul tableau pour chaque tronc commun.

Remplir le tableau n° 2 pour les spécialités ou options post tronc commun.

(*) Il s'agit du baccalauréat antérieur à celui de 2015,

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective

TAB 12 : TABLEAU DES INSCRITS EN GRADUATION (MASTER)

Etablissement Universitaire Université 3
Faculté ou Institut. Faculté de communication

DOMAINE DE FORMATION DU MASTER

FILIERE OU DISCIPLINE DU MASTER

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	Presse Ecrite	37	60					
Doublants en 1ère Année		5	17					
Admis en 2ème Année		21	59					
Répétitifs en 2ème Année		4	5					
TOTAL								127

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	Audio Visuel	11	64					
Doublants en 1ère Année		1	2					
Admis en 2ème Année		6	41					
Répétitifs en 2ème Année								
TOTAL								

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	Relation Publique	33	117					
Doublants en 1ère Année		4	9					
Admis en 2ème Année		21	100					
Répétitifs en 2ème Année								
TOTAL								

NB : remplir un seul tableau pour chaque master en précisant la filière, discipline et spécialité.

MERSRS/DDP/SDPP. Enquête n° 2.

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective

TAB 1 : TABLEAU DES INSCRITS EN GRADUATION

Etablissement Universitaire Constantine 3
Faculté ou Institut. sciences politiques

Tronc commun ou Diplôme préparé sciences politiques

	Algériens		Etrangers		TOTAL		
	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A. <u>BAC 2015</u>	20	29	1	1	20	29	49
Nouveaux Inscrits 1ère A. <u>BAC Ant. 2015*</u>	1	1	1	1	1	1	1
Transférés en 1ère Année	17	04	1	1	17	04	21
Doublants en 1ère Année	25	13	01	02	26	15	41
Triplants en 1ère Année	64	38	1	1	64	38	102
Admis en 2ème Année	39	42	1	02	39	44	83
Répétitifs en 2ème Année	52	63	1	02	52	65	117
Admis en 3ème Année							
Répétitifs en 3ème Année							
Admis en 4ème Année							
Répétitifs en 4ème Année							
Admis en 5ème Année							
Répétitifs en 5ème Année							
Admis en 6ème Année							
Répétitifs en 6ème Année							
Admis en 7ème Année							
Répétitifs en 7ème Année							
TOTAL	217	189	01	06	218	195	413

Remplir un seul tableau pour chaque tronc commun.

Remplir le tableau n° 2 pour les spécialités ou options post tronc commun.

(*) Il s'agit du baccalauréat antérieur à celui de 2015,

MERSRS/SDPP. Enquête n° 2.



Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
 Direction du Développement et de la Prospective

TAB 2 : TABLEAU DES INSCRITS EN GRADUATION PAR SPECIALITE

Etablissement Universitaire Constantine 3
 Faculté ou Institut. Sciences politiques

Diplôme préparé (1) licence sciences politiques

Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
	Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Admis en 2 ^{ème} Année							
Répétitifs en 2 ^{ème} Année							
Admis en 3 ^{ème} Année	<u>Relations internationales</u>	<u>29</u>	<u>34</u>	<u>1</u>	<u>01</u>	<u>29</u>	<u>35</u>
Répétitifs en 3 ^{ème} Année	<u>//</u>	<u>//</u>	<u>03</u>	<u>08</u>	<u>//</u>	<u>03</u>	<u>08</u>
Admis en 4 ^{ème} Année							
Répétitifs en 4 ^{ème} Année							
Admis en 5 ^{ème} Année							
Répétitifs en 5 ^{ème} Année							
TOTAL		<u>32</u>	<u>42</u>	<u>1</u>	<u>01</u>	<u>32</u>	<u>43</u>

Admis en 2 ^{ème} Année							
Répétitifs en 2 ^{ème} Année							
Admis en 3 ^{ème} Année	<u>ORG</u>	<u>39</u>	<u>113</u>	<u>1</u>		<u>39</u>	<u>113</u>
Répétitifs en 3 ^{ème} Année	<u>ORG</u>	<u>01</u>	<u>04</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>01</u>	<u>04</u>
Admis en 4 ^{ème} Année							
Répétitifs en 4 ^{ème} Année							
Admis en 5 ^{ème} Année							
Répétitifs en 5 ^{ème} Année							
TOTAL		<u>40</u>	<u>117</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>40</u>	<u>117</u>

Admis en 2 ^{ème} Année							
Répétitifs en 2 ^{ème} Année							
Admis en 3 ^{ème} Année							
Répétitifs en 3 ^{ème} Année							
Admis en 4 ^{ème} Année							
Répétitifs en 4 ^{ème} Année							
Admis en 5 ^{ème} Année							
Répétitifs en 5 ^{ème} Année							
TOTAL							

NB: Renseigner le tableau n° 2 pour chaque diplôme nécessitant des spécialités ou options post tronc commun après avoir renseigné le tableau n° 1 pour le tronc commun, en précisant chacune d'elles.

(Exemple : Ventiler les inscrits en licence de sociologie, de psychologie, l'ingénieriat d'électronique, de génie civil, le DES de biologie... par spécialités ou option)

(1) : En ce qui concerne le LMD, préciser le cycle d'étude (LMD/Licence), domaines, filière de formation et discipline,

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective

TAB 12 : TABLEAU DES INSCRITS EN GRADUATION (MASTER)

Etablissement Universitaire constantine 3
Faculté ou Institut. Sciences politiques

DOMAINE DE FORMATION DU MASTER Droit

FILIERE OU DISCIPLINE DU MASTER sciences politiques

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	Gouvernement	12	35	1	1	12	35	47
Doublants en 1ère Année	"	1	1	1	1	1	1	1
Admis en 2ème Année	"	07	25	1	1	07	25	32
Répétitifs en 2ème Année	"	01	1	1	1	01	1	04
TOTAL	"	20	60	1	1	20	60	80

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	politiques publiques	15	30	1	1	15	30	45
Doublants en 1ère Année	"	01	02	1	1	01	02	03
Admis en 2ème Année	"	09	22	1	1	09	22	31
Répétitifs en 2ème Année	"	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL	"	25	54	1	1	25	54	79

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	Etudes stratégiques	11	35	1	1	11	35	46
Doublants en 1ère Année	"	02	1	1	1	02	1	02
Admis en 2ème Année	"	10	25	1	1	10	25	35
Répétitifs en 2ème Année	"	1	02	1	1	1	02	02
TOTAL	"	23	62	1	1	23	62	85

NB : remplir un seul tableau pour chaque master en précisant la filière, discipline et spécialité.

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Direction du Développement et de la Prospective

TAB 12 : TABLEAU DES INSCRITS EN GRADUATION (MASTER)

Etablissement Universitaire
Faculté ou Institut.

Constantine 03
des Sciences Politiques

DOMAINE DE FORMATION DU MASTER

Droit

FILIERE OU DISCIPLINE DU MASTER

Sciences Politiques

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A	Diplomatie	20	26	1	1	20	26	46
Doublants en 1ère Année	11	01	02	1	1	01	02	03
Admis en 2ème Année	11	11	30	1	1	11	30	41
Répétitifs en 2ème Année	11	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL	11	33	58	1	1	33	58	91

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A								
Doublants en 1ère Année								
Admis en 2ème Année								
Répétitifs en 2ème Année								
TOTAL								

	Spécialité ou Option	Algériens		Etrangers		TOTAL		
		Mas	Fem	Mas	Fem	Mas	Fem	Total
Nouveaux Inscrits 1ère A								
Doublants en 1ère Année								
Admis en 2ème Année								
Répétitifs en 2ème Année								
TOTAL								

NB : remplir un seul tableau pour chaque master en précisant la filière, discipline et spécialité.

MERSRS/DDP/SDPP. Enquête n° 2.

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية

قسم علوم إنسانية

السنة الجامعية : 2015 / 2016

إحصائيات على مستوى القسم

تاريخ النسخ: 2016/02/09



المجموع	متخلي	ع.أكاديمية	مسجلين بصفة منتظمة			السنة	الشعبة/التخصص	علوم إنسانية و إجتماعية
			المجموع	المعيدون	الذكور			
1054	1	203	850	87	231	619	1	
182		7	175		73	102	2	مكتبات ومعلومات
241		11	230		64	166	2	علوم الاعلام والاتصال
155		1	154	1	21	133	2	تاريخ عام
1632	1	222	1409	88	389	1020		المجموع حسب الميدان
	0.06	13.60	86.34	6.25	27.61	72.39		نسب حسب الميدان
1632	1	222	1409	88	389	1020		مجموع القسم
	0.06	13.60	86.34	6.25	27.61	72.39		نسب حسب القسم

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية

قسم علوم إنسانية

السنة الجامعية : 2015 / 2016

إحصائيات على مستوى القسم

تاريخ النسخ: 2016/02/09



المجموع	متخني	ع. أكاديمية	مسجلين بصفة منتظمة				السنة	الشعبة/التخصص
			المجموع	المعيدون	الذكور	الإناث		
116		115	1	1	1		1	علوم إنسانية و إجتماعية
38		10	28	27	10	18	2	علم المكتبات والمعلومات
135		15	120	119	35	85	2	علوم الاعلام والاتصال
32		14	18	17	5	13	2	تاريخ عام
143		6	137	6	13	124	3	تاريخ عام
159		6	153	8	43	110	3	علم المكتبات ومعلومات
56	1	4	51	4	11	40	3	3 سمعي بصري
28		6	22	3	5	17	3	صحافة مكتوبة
67			67	3	30	37	3	تكنولوجيا الاعلام والاتصال
774	1	176	597	188	153	444		المجموع حسب الميدان
	0.13	22.74	77.13	31.49	25.63	74.37		نسب حسب الميدان
774	1	176	597	188	153	444		مجموع القسم
	0.13	22.74	77.13	31.49	25.63	74.37		نسب حسب القسم

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية

قسم علوم إنسانية

2016 / 2015.00 : السنة الجامعية

إحصائيات على مستوى القسم

تاريخ النسخ: 2016/02/09



المجموع	متخلي	ع.أكاديمية	مسجلين بصفة منتظمة			السنة	الشعبة/التخصص	كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
			المجموع	المعيدون	الذكور			
34		7	27	1	5	22	1	هندسة المعلومات و الوثائق
18			18	3	3	15	2	هندسة المعلومات و الوثائق
31		1	30	5	13	17	1	الأرشيف
19			19		11	8	2	الأرشيف
38		2	36	1	15	21	1	تسيير أنظمة المعلومات و الوثائق
23			23		11	12	2	تسيير أنظمة المعلومات و الوثائق
40		1	39	1	6	33	1	دراسات في السمع البصري
32			32	3	3	29	2	دراسات في السمع البصري
12			12	12	5	7	1	سيمولوجيا الإتصال
9			9	9	5	4	2	سيمولوجيا الإتصال
22		4	18		6	12	1	الإتصال و المجتمع
14			14		5	9	2	الإتصال و المجتمع
49		8	41		7	34	1	تاريخ عام : تاريخ و حضارة دول الحوض
38		3	35	1	3	32	2	تاريخ عام : تاريخ و حضارة دول الحوض
6			6	4	5	1	1	تاريخ : الأسطوغرافيا المغربية ماضي
14		1	13		10	3	2	تاريخ : الأسطوغرافيا المغربية ماضي
52	1	4	47	4	7	40	1	تاريخ المغرب العربي الحديث و المعاصر
25			25			25	2	تاريخ المغرب العربي الحديث و المعاصر
26			26		8	18	1	تكنولوجيات الإعلام و الإتصال و العلاقات
26			26		11	15	1	إدارة المنظمات الوثائقية و المكتبات
16		2	14		7	7	1	مهن السمع البصري
15		1	14		2	12	2	مهن السمع البصري
559	1	34	524	44	148	376		المجموع حسب الميدان
	0.18	6.08	93.74	8.40	28.24	71.76		نسب حسب الميدان
559	1	34	524	44	148	376		مجموع القسم
	0.18	6.08	93.74	8.40	28.24	71.76		نسب حسب القسم



عدد الطلبة المسجلين للعام الجامعي 2016/2015

عدد الطلبة المسجلين	التخصص	المستوى
280 طالب	قاعدى	السنة الأولى
156 طالب	قاعدى	السنة الثانية
121 طالب	تنظيمات ادارية : تنظيم سياسي واداري	السنة الثالثة
42 طالب	علاقات دولية: دراسات أمنية واستراتيجية	السنة الثالثة
52 طالب	علاقات دولية وسياسة دولية	ماستر 1
56 طالب	نظم سياسية وادارية	ماستر 1
58 طالب	ادارة عامة وجماعات محلية	ماستر 1
44 طالب	علاقات دولية وسياسة دولية	ماستر 2
103 طالب	نظم سياسية وادارية	ماستر 2

وهران في: 08/08/2016

رئيس مصلحة التدريس

~~سعدونى~~
مصلحة الدراسات
قسم العلوم السياسية



الفهارس

فهرس الجداول

- الجدول رقم 1: يمثل عدد الطلبة بالجامعات حسب كل تخصص والمستوى العلمي.....43
- الجدول رقم 2: يمثل عينة الدراسة بالجامعات حسب كل تخصص والمستوى العلمي.....44
- الجدول رقم 3: يوضح تطور عدد القنوات من سنة 2009 إلى سنة 2013.....103
- الجدول رقم 4: واقع انتاج البرامج في بعض القنوات العربية.....105
- الجدول رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....190
- الجدول رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص.....191
- الجدول رقم 7: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.....192
- الجدول رقم 8: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجامعة.....193
- الجدول رقم 9: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب متغير الجنس.....194
- الجدول رقم 10: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب متغير التخصص.....195
- الجدول رقم 11: يوضح مدى مشاهدة قناة النهار TV حسب المستوى العلمي.....196
- الجدول رقم 12: يبين الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV حسب الجنس.....197
- الجدول رقم 13: يبين الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV حسب التخصص.....199
- الجدول رقم 14: يبين الأوقات المفضلة لمشاهدة قناة النهار TV حسب المستوى العلمي.....200
- الجدول رقم 15: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV في اليوم حسب متغير الجنس.....201
- الجدول رقم 16: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV في اليوم حسب متغير التخصص.....203
- الجدول رقم 17: يبين عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة لمشاهدة قناة النهار TV في اليوم حسب المستوى العلمي.....204
- الجدول رقم 18: يبين طبيعة مشاهدة البرامج السياسية حسب الجنس.....205
- الجدول رقم 19: يبين طبيعة مشاهدة البرامج السياسية حسب التخصص.....207
- الجدول رقم 20: يبين طبيعة مشاهدة البرامج السياسية حسب المستوى العلمي.....208
- الجدول رقم 21: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معية المشاهدة ومتغير الجنس.....209
- الجدول رقم 22: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معية المشاهدة ومتغير التخصص.....210
- الجدول رقم 23: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معية المشاهدة ومتغير المستوى العلمي.....211
- الجدول رقم 24: توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية وفق متغير الجنس.....212
- الجدول رقم 25: توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية وفق متغير التخصص.....213

- الجدول رقم 26: توزيع أفراد العينة حسب مدى مناسبة وقت بث البرامج السياسية وفق متغير المستوى العلمي. 214
- الجدول رقم 27: يبين ترتيب البرامج السياسية حسب مشاهدتها في قناة النهارTV..... 216
- الجدول رقم 28: يوضح مميزات البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجنس..... 218
- الجدول رقم 29: يوضح مميزات البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير التخصص..... 219
- الجدول رقم 30: يوضح مميزات البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير المستوى العلمي..... 220
- الجدول رقم 31: يبين طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجنس..... 221
- الجدول رقم 32: يبين طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير التخصص..... 222
- الجدول رقم 33: يبين طريقة تقديم البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير المستوى العلمي..... 223
- الجدول رقم 34: يبين طريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجنس..... 224
- الجدول رقم 35: يبين طريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير التخصص..... 225
- الجدول رقم 36: يبين طريقة إخراج البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير المستوى العلمي..... 226
- الجدول رقم 37: يوضح ما يشهد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجنس..... 227
- الجدول رقم 38: يوضح ما يشد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير التخصص..... 228
- الجدول رقم 39: يوضح ما يشد انتباه أفراد العينة في إخراج البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير المستوى العلمي..... 229
- الجدول رقم 40: يوضح مدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهارTV للأحداث الراهنة وفق متغير الجنس..... 230
- الجدول رقم 41: يوضح مدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهارTV للأحداث الراهنة وفق متغير التخصص..... 231
- الجدول رقم 42: يوضح مدى مواكبة البرامج السياسية بقناة النهارTV للأحداث الراهنة وفق متغير المستوى العلمي..... 232
- الجدول رقم 43: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهارTV للانتخابات الرئاسية 2014 وفق متغير الجنس..... 233
- الجدول رقم 44: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهارTV للانتخابات الرئاسية 2014 وفق متغير التخصص..... 235
- الجدول رقم 45: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهارTV للانتخابات الرئاسية 2014 وفق متغير المستوى العلمي..... 236
- الجدول رقم 46: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهارTV لقضية التعديل الدستوري وفق متغير الجنس..... 237
- الجدول رقم 47: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهارTV لقضية التعديل الدستوري وفق متغير التخصص..... 238

الجدول رقم 48: يوضح تغطية البرامج السياسية بقناة النهارTV لقضية التعديل الدستوري وفق متغير المستوى العلمي.....	239
الجدول رقم 49: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير الجنس.....	240
الجدول رقم 50: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير التخصص.....	242
الجدول رقم 51: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير المستوى العلمي.....	243
الجدول رقم 52: يوضح مدى اكتساب أفراد العينة المعلومات السياسية وفق متغير الجامعة.....	244
الجدول رقم 53: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق متغير الجنس.....	245
الجدول رقم 54: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق متغير التخصص.....	247
الجدول رقم 55: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق متغير المستوى العلمي.....	248
الجدول رقم 56: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع القضايا وفق متغير الجامعة.....	249
الجدول رقم 57: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير الجنس.....	250
الجدول رقم 58: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير التخصص.....	251
الجدول رقم 59: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير المستوى العلمي.....	252
الجدول رقم 60: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى تذكرهم واسترجاعهم للمعلومات السياسية وفق متغير الجامعة.....	253
الجدول رقم 61: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجنس.....	254
الجدول رقم 62: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير التخصص.....	255
الجدول رقم 63: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير المستوى العلمي.....	256
الجدول رقم 64: يوضح مناقشة ما تم عرضه من القضايا السياسية في البرامج السياسية بقناة النهارTV وفق متغير الجامعة.....	257
الجدول رقم 65: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير الجنس.....	258
الجدول رقم 66: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير التخصص.....	259
الجدول رقم 67: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير التعليقي.....	260
الجدول رقم 68: يبين توزيع أفراد العينة مع من يناقش القضايا السياسية وفق متغير الجامعة.....	261

- الجدول رقم 69: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير الجنس. 262
- الجدول رقم 70: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير التخصص. 263
- الجدول رقم 71: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير المستوى العلمي. 264
- الجدول رقم 72: يبين مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير الجامعة. 265
- الجدول رقم 73: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس. 266
- الجدول رقم 74: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص. 268
- الجدول رقم 75: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي. 269
- الجدول رقم 76: يبين تغير اتجاه أفراد العينة من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق الجامعة المسجلين بها. 270
- الجدول رقم 77: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجنس. 271
- الجدول رقم 78: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير التخصص. 273
- الجدول رقم 79: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي. 274
- الجدول رقم 80: يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيير الذي اكتسبه من خلال متابعة البرامج السياسية بقناة النهار TV وفق متغير الجامعة. 275
- الجدول رقم 81: يبين مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير الجنس. 277
- الجدول رقم 82: يبين مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير التخصص. 278
- الجدول رقم 83: يبين مدى تحلي البرامج السياسية بقناة النهار TV بالموضوعية في طرح الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير المستوى العلمي. 279

- الجدول رقم 84: يبين مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية للمبحوثين وفق متغير الجنس.....280
- الجدول رقم 85: يبين مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية للمبحوثين وفق متغير التخصص.....281
- الجدول رقم 86: يبين مدى تقديم البرامج السياسية بقناة النهار TV المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية للمبحوثين وفق متغير المستوى العلمي.....282
- الجدول رقم 87: يبين مدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير الجنس.....283
- الجدول رقم 88: يبين مدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير التخصص.....284
- الجدول رقم 89: يبين مدى أنية البرامج السياسية بقناة النهار TV في معالجة عن الأحداث والقضايا السياسية وفق متغير المستوى العلمي.....285
- الجدول رقم 90: يبين الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV وفق متغير الجنس.....286
- الجدول رقم 91: يبين الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV وفق متغير التخصص.....287
- الجدول رقم 92: يبين الشخصيات المستضافة في البرامج السياسية في قناة النهار TV وفق متغير المستوى العلمي.....288
- الجدول رقم 93: يبين مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية وفق متغير الجنس.....289
- الجدول رقم 94: يبين مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية وفق متغير التخصص.....290
- الجدول رقم 95: يبين مدى قدرة البرامج السياسية بقناة النهار TV في التعمق في تغطية الاعلامية والتحليل للقضايا السياسية وفق متغير المستوى العلمي.....291

فهرس الأشكال

- الشكل رقم 1: يمثل نموذج كاتز وزملاؤه عن الاستخدام والاشباع.....56
- الشكل رقم 2: يوضح نموذج روزنجرين, Rosengre, 1974 للاستخدامات والاشباع.....57
- الشكل رقم 3: يوضح نموذج سفن ونداھل Seven Windahl 1979 للاستخدامات والاشباع.....58
- الشكل رقم 4: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....190
- الشكل رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص.....191
- الشكل رقم 6: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.....192
- الشكل رقم 7: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجامعة.....193
-

فهرس المحتويات

8.....	مقدمة
11.....	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة
12.....	أولا- إشكالية الدراسة:
14.....	ثانيا- فرضيات الدراسة
14.....	ثالثا- أهمية الدراسة
15.....	رابعا- أهداف الدراسة
15.....	خامسا- أسباب اختيار الموضوع
15.....	سادسا- الدراسات السابقة
16.....	1. الدراسات الجزائرية
26.....	2. الدراسات العربية
32.....	3. الدراسات الأجنبية
35.....	سابعا- منهج الدراسة
38.....	ثامنا- أدوات جمع بيانات الدراسة
40.....	تاسعا- تحديد المفاهيم
42.....	عاشرا- عينة الدراسة
42.....	1. العينة الحصصية:
44.....	2. العينة القصدية العرضية:
44.....	حادي عشر- مجالات الدراسة
44.....	1.المجال المكاني:
45.....	2.المجال البشري:
45.....	3.المجال الزمني:
46.....	الفصل الثاني المداخل النظرية المفسرة للدراسة
47.....	المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباعات
47.....	المطلب الأول: النشأة والتطور
48.....	أولا: المرحلة الوصفية
49.....	ثانيا: مرحلة تحديد المفاهيم
49.....	ثالثا: المرحلة التفسيرية

49.....	المطلب الثاني: فروض النظرية.....
50.....	المطلب الثالث: عناصر النظرية.....
50.....	أولاً- افتراض الجمهور نشط.....
52.....	ثانياً- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات والاشباع.....
52.....	ثالثاً- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.....
54.....	رابعاً- التوقعات من وسائل الإعلام.....
54.....	خامساً- اشباع وسائل الإعلام.....
55.....	سادساً- التعرض لوسائل الإعلام.....
56.....	المطلب الرابع: نماذج الاستخدامات والاشباع.....
56.....	أولاً- نموذج كاتز وزملاؤه.....
57.....	ثانياً: نموذج روز نجرين 1974 Rosengren.....
58.....	ثالثاً: نموذج سفن ونداehl 1979 Seven Windahl الاستخدامات والاشباع.....
59.....	المطلب الخامس: نقد النظرية.....
61.....	المبحث الثاني: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
61.....	المطلب الأول: مفهوم النظرية.....
64.....	المطلب الثاني: فروض نظرية.....
66.....	المطلب الثالث: آثار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
66.....	أولاً- الآثار المعرفية.....
67.....	ثانياً- الآثار الوجدانية:.....
68.....	ثالثاً- الآثار السلوكية.....
69.....	المطلب الرابع: الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظام السياسي.....
70.....	المطلب الخامس: نقد النظرية.....
72.....	الفصل الثالث التلفزيون والفنون الفضائية الخاصة.....
73.....	تمهيد.....
74.....	المبحث الأول: مدخل عام للتلفزيون.....
74.....	المطلب الأول: نشأة وتطور التلفزيون.....
75.....	أولاً- مرحلة الاكتشافات.....
77.....	ثانياً- مرحلة الانتشار السريع 1945 إلى نهاية الخمسينات.....
79.....	ثالثاً- مرحلة العصر الذهبي 1960-1970.....
79.....	رابعاً- مرحلة العصر الرقمي.....

80.....	المطلب الثاني: مميزات وخصائص التلفزيون
80.....	أولاً- مميزات التلفزيون
81.....	ثانياً- خصائص التلفزيون
84.....	المطلب الثالث: وظائف التلفزيون
84.....	أولاً- الوظيفة الإعلامية
85.....	ثانياً- الوظيفة الثقافية (التثقيفية)
85.....	ثالثاً- الوظيفة الترفيهية
85.....	رابعاً- الوظيفة التربوية والتعليمية
86.....	خامساً- الوظيفة الاجتماعية والنفسية
87.....	المطلب الرابع: أهمية التلفزيون
87.....	أولاً- من الناحية السياسية
88.....	ثانياً- من الناحية الاقتصادية
88.....	ثالثاً- من الناحية العلمية
88.....	رابعاً- من الناحية الاجتماعية
88.....	المطلب الخامس: التلفزيون في الجزائر
93.....	المبحث الثاني: القنوات الفضائية الخاصة
93.....	المطلب الأول: نشأة القنوات الفضائية
97.....	المطلب الثاني: تصنيفات القنوات الفضائية
97.....	أولاً- من حيث الملكية: قنوات حكومية (عمومية)، قنوات خاصة
98.....	ثانياً- من حيث البرامج
99.....	ثالثاً- من حيث البث
99.....	رابعاً- من حيث لغة البث
99.....	المطلب الثالث: واقع القنوات الفضائية العربية
102.....	أولاً- تكاثر الفضائيات العربية
103.....	ثانياً- الإنتاج بين الضعف والاستيراد والتقليد
105.....	ثالثاً- التنافس بين الفضائيات
106.....	رابعاً- سقوط احتكار الدول لحق البث
107.....	المطلب الرابع: القنوات الفضائية وتأثيراتها السياسية
108.....	أولاً- تحول الأنظار إلى موضوعات سياسة محددة
108.....	ثانياً- إثارة الشك السياسي

108.....	ثالثا- الإغراق في الأخبار السياسية.....
109.....	رابعا- صنع القرار السياسي.....
109.....	خامسا- الاغتراب السياسي.....
110.....	سادسا- التبعية السياسية.....
110.....	المطلب الخامس: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.....
110.....	أولا- نماذج لبعض القنوات الجزائرية الخاصة.....
113.....	ثانيا- واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة.....
115.....	ثالثا- التحديات التي تواجه الفضائيات الجزائرية الخاصة.....
117.....	خلاصة.....
118.....	الفصل الرابع البرامج التلفزيونية والإعلام السياسي.....
119.....	تمهيد.....
120.....	المبحث الأول: البرامج التلفزيونية.....
120.....	المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية وأنواعها.....
120.....	أولا- البرامج الإخبارية.....
122.....	ثانيا- البرامج الدرامية.....
122.....	ثالثا- البرامج الثقافية والتعليمية.....
123.....	رابعا- البرامج الترفيهية والمنوعة.....
123.....	خامسا- البرامج الدينية.....
124.....	سادسا- البرامج الجماهيرية.....
124.....	سابعا- برامج تلفزيون الواقع.....
125.....	ثامنا- البرامج الوثائقية.....
126.....	المطلب الثاني: القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية.....
126.....	أولا- قالب الأحاديث.....
127.....	ثانيا- قالب المقابلة أو البرامج الحوارية.....
129.....	ثالثا- الندوة أو المناقشة.....
133.....	رابعا- قالب المجلة التلفزيونية.....
133.....	خامسا- قالب الريبورتاج.....
134.....	المطلب الثالث: خطوات إعداد البرامج التلفزيونية.....
135.....	أولا- اختيار الفكرة (الموضوع).....
135.....	ثانيا- تحديد الهدف.....

135.....	ثالثا- جمع المادة العلمية.....
135.....	رابعا- كتابة السيناريو.....
136.....	خامسا- الاتصال والتنسيق.....
137.....	المطلب الرابع: معد البرنامج.....
139.....	المطلب الخامس: البرامج السياسية.....
141.....	المبحث الثاني: الإعلام السياسي.....
141.....	المطلب الأول: الإعلام السياسي مفهومه، أهدافه.....
141.....	أولا- مفهوم الإعلام السياسي.....
143.....	ثانيا- أهداف الإعلام السياسي.....
144.....	المطلب الثاني: مفاهيم أساسية للإعلام السياسي:.....
144.....	أولا- البيئة السياسية:.....
145.....	ثانيا- الدعاية السياسية.....
145.....	ثالثا- الإعلان السياسي.....
146.....	رابعا- التسويق السياسي.....
147.....	المطلب الثالث: وظائف الإعلام السياسي.....
147.....	أولا- الوظيفة الإخبارية ومراقبة البيئة الخارجية.....
148.....	ثانيا- الوظيفة التفسيرية للأحداث.....
148.....	ثالثا- التنشئة السياسية.....
149.....	رابعا- التلاعب أو التأثير المدروس في العملية السياسية.....
149.....	خامسا- التوعية الوطنية:.....
149.....	سادسا- وظيفة التثقيف السياسي:.....
149.....	سابعا- وظيفة التعبئة السياسية:.....
150.....	المطلب الرابع: العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي.....
153.....	المطلب الخامس: المعوقات التي تواجه الإعلام السياسي.....
155.....	خلاصة.....
156.....	الفصل الخامس الوعي والوعي السياسي.....
157.....	تمهيد:.....
158.....	المبحث الأول: مدخل عام للوعي.....
158.....	المطلب الأول: مفهوم الوعي.....
160.....	المطلب الثاني: أنواع الوعي.....

161	أولاً- الوعي القومي.....
161	ثانيا- الوعي الطبقي.....
161	ثالثا- الوعي الحقوقي.....
162	رابعا- الوعي البيئي.....
162	خامسا- الوعي الديني.....
163	سادسا- الوعي الاقتصادي.....
163	سابعا- الوعي الثقافي.....
163	ثامنا- الوعي الإعلامي.....
164	تاسعا- الوعي القانوني.....
164	عاشرًا- الوعي الأخلاقي.....
165	المطلب الثالث: الاتجاهات المفسرة للوعي.....
165	أولاً- الاتجاه البنائي الوظيفي.....
166	ثانيا- الاتجاه الماركسي.....
167	ثالثًا- الاتجاه الفينومينولوجي:.....
168	رابعا- الاتجاه السلوكي.....
170	المبحث الثاني: الوعي السياسي.....
170	المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي.....
172	المطلب الثاني: أهمية الوعي السياسي.....
173	أولاً- قضية النهضة الحضارية.....
173	ثانيا- تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية.....
174	ثالثًا- تحديد دور الدولة ومؤسساتها.....
174	رابعا- القضاء على الاستبداد السياسي.....
175	المطلب الثالث: أدوات تشكيل الوعي السياسي.....
175	أولاً- الأدوات غير الرسمية.....
178	ثانيا- الأدوات الرسمية.....
183	المطلب الرابع: أنماط ومستويات الوعي السياسي.....
183	أولاً- أنماط الوعي السياسي.....
185	ثانيا: مستويات الوعي السياسي.....
187	خلاصة:.....

188.....	الفصل السادس الدراسة الميدانية.....
189.....	تمهيد:
190.....	المبحث الأول: تحليل وتفسير بيانات الجداول.....
194.....	المطلب الأول: عادات وأنماط مشاهدة قناة النهارTV.....
218.....	المطلب الثاني: طبيعة البرامج السياسية بقناة النهارTV.....
240.....	المطلب الثالث: البرامج السياسية والوعي السياسي.....
277.....	المطلب الرابع: تقييم البرامج السياسية بقناة النهارTV من وجهة نظر الطلبة.....
293.....	المبحث الثاني: نتائج الدراسة.....
293.....	المطلب الأول: النتائج العامة.....
301.....	المطلب الثاني: النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.....
302.....	المطلب الثالث: النتائج في ضوء المداخل النظرية المفسرة للدراسة.....
302.....	أولا- النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع.....
303.....	ثانيا- النتائج في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.....
304.....	اقتراحات الدراسة.....
306.....	خاتمة.....
308.....	قائمة المراجع.....
324.....	ملخص الدراسة.....
328.....	الملاحق.....
352.....	الفهارس.....
353.....	فهرس الجداول.....
358.....	فهرس الأشكال.....
359.....	فهرس المحتويات.....