



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة علم الاجتماع



الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

عنوان الأطروحة

متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ودورها في نشر الثقافة السياسية للشباب الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين - جامعة سبكيكة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع.

تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة

تحت إشراف:

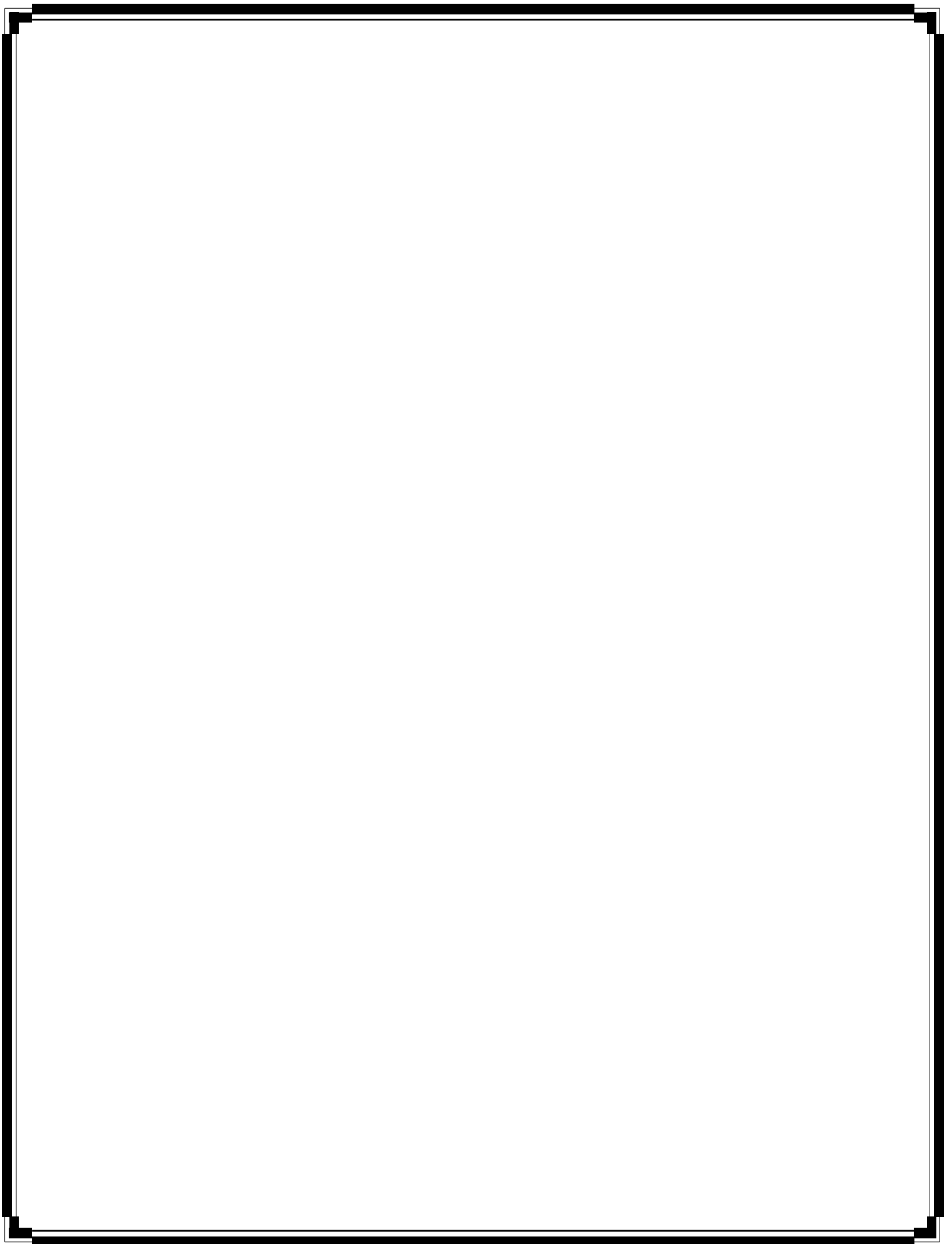
أ.د عبد العالي دبله

من إعداد الطالب

حمادي فتحي

الرقم	الإسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
1	حليلو نبيل		بسكرة	رئيسا
2	عبد العالي دبله		بسكرة	مشرفا ومقررا
3	شعباني عبد المالك		بسكرة	عضوا مناقشا
4	بن سليم حسين		الاغواط	عضوا مناقشا
5	دلاسي محمد		الاغواط	عضوا مناقشا
6	عريف عبد الرزاق		ورقلة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2024/2023





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر _مسكرة_

كلية العلوم الانسانية الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة علم الاجتماع

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

عنوان الأطروحة

متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ودورها في نشر الثقافة السياسية للشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين - جامعة مسكرة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة.

تحت إشراف

أ.د عبد العالي دبلّة

من اعداد الطالب:

حمادي فتحي

السنة الجامعية 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ
الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا

الاسراء الآية 85

شكر وتقدير

الحمد لله حق حمده ، والصلاة والسلام على نبيه وعبدته محمد بن عبد الله ، سيد
الفصحاء وشيخ البلغاء ، وخاتم المرسلين والانبياء .

بعد شكر الله العلي القدير الذي وفقني لإتمام هذه الاطروحة ، أتقدم بالشكر الجزيل الى
الاستاذ الدكتور " عبد العالي دبله " الذي تشرفت بإشرافه على هذه المذكرة ، الذي كان لنا
نعم الاستاذ المشرف والموجه ، والذي لم يبخل علينا بمساعدته وتوجيهاته البناءة طيلة
انجازنا لهذه المذكرة .

كما لا يفوتني أن اتقدم بجزيل بالشكر والعرفان للأساتذة الافاضل أعضاء اللجنة المناقشة
على تكريمهم بقبول مناقشة هذه الاطروحة ، وعلى توجيهاتهم الكريمة .
وأخيرا الى كل من ساهم معي في انجاز هذا البحث بفكرة أو بوقته أو بجهد .

جزيل الشكر وصادق التقدير .

ولله - من قبل ومن بعد - الفضل والشكر والثناء .

الطالب:

حمادي فتحي

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ا	الآية
ب	شكر وتقدير.
ت-خ	فهرس المحتويات.
د-ر	قائمة الجداول.
ز	قائمة الاشكال.
5-1	مقدمة.
43-8	الفصل الاول: موضوع الدراسة
43-8	أولاً: تحديد اشكالية الدراسة.
43-13	ثانياً: فرضيات الدراسة.
43-14	ثالثاً: أهمية الدراسة وأسباب إختيار الموضوع
43-15	رابعاً: أهداف الدراسة.
43-15	خامساً: المفاهيم الأساسية للدراسة.
43-27	سادساً: الدراسات السابقة.
88-46	الفصل الثاني: المداخل النظرية المفسرة للدراسة
88-46	أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.
88-46	1. مفهوم النظرية.
88-48	2. مراحل نشأة وتطور نظرية الإعتداع على وسائل الإعلام.
88-57	3. التطورات الحديثة لمدخل الإعتداع على وسائل الإعلام.

88-58	4. أبعاد مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام
88-60	5. آثار نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
88-64	6. الفروض الأساسية التي يعتمد عليها مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام.
88-66	7. تقييم نظرية مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام.
88-70	ثانيا: نظرية الإستخدامات والإشباعات وفروضه الأساسية
88-70	1. ظهور مدخل الإستخدامات والإشباعات.
88-72	2. مراحل تطور الإستخدامات والإشباعات
88-77	3. الفروض الأساسية لمدخل الإستخدامات والإشباعات.
88-78	4. عناصر مدخل الإستخدامات والإشباعات.
88-81	5. الأهداف التي تسعى نظرية الإستخدامات والإشباعات لتحقيقها.
88-82	6. النقد الموجه لنظرية الإستخدامات والإشباعات.
88-83	7. إسقاط نظرية الإستخدامات والإشباعات على موضوع الدراسة.
88-84	ثالثا: نظرية فجوة المعرفة.
88-84	1. مفهوم ومراحل تطور فجوة نظرية المعرفة.
88-85	2. الفرضية التي تعتمد عليها هذه النظرية.
88-86	3. تطوير فجوة المعرفة وأهم المتغيرات المؤدية للفجوة المعرفية.
133-91	الفصل الثالث: التلفزيون والفضائيات الجزائرية الخاصة
133-92	أولا: الفضائيات التلفزيونية.
133-92	1. نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها.
133-93	2. أنواع الفضائيات التلفزيونية.
133-94	3. وظائف الفضائيات التلفزيونية.

133-96	4. خصائص الفضائيات التلفزيونية.
133-109	5. أهمية الفضائيات التلفزيونية و تأثيرها على المجتمع.
133-110	6. أهداف الفضائيات التلفزيونية.
133-111	7. ايجابيات وسلبيات الفضائيات التلفزيونية.
133-113	ثانيا : الفضائيات الجزائرية الخاصة.
133-113	1. تعريف الفضائيات الخاصة.
133-113	2. دوافع ظهور الفضائيات الخاصة.
133-114	3. أنواع الفضائيات الخاصة.
133-114	4. قطاع السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري.
133-127	5. نبذة تاريخية عن نشأة و تطور الفضائيات الجزائرية الخاصة.
133-129	6. أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة.
133-131	7. تعريف الفضائيات الجزائرية الخاصة.
133-131	8. أنواع الفضائيات الجزائرية الخاصة.
133-133	خلاصة.
178-136	الفصل الرابع: البرامج التلفزيونية والثقافة السياسية
178-136	تمهيد.
178-137	أولا : البرامج التلفزيونية.
178-143	ثانيا : إعداد البرامج التلفزيونية.
178-145	ثالثا: البرامج السياسية.
178-149	رابعا : البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة وأدوارها السياسية.
178-151	خامسا : الثقافة السياسية.

178-171	سادسا : مقارنة الثقافة السياسية.
178-174	سابعا: وسائل الإعلام وتنمية الثقافة السياسية.
178-178	خلاصة.
191- 181	الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة.
181	تمهيد
191-182	أولا : مجالات الدراسة.
191-185	ثانيا : المنهج المستخدم في الدراسة.
191-185	ثالثا : الأدوات المنهجية المعتمدة في الدراسة.
191-186	رابعا : نوع الدراسة.
191-190	خامسا : الأساليب الإحصائية المستخدمة.
235-194	الفصل السادس: عرض البيانات وتحليلها.
235-194	أولا/ استجابة المبحوثين حول متابعتهم للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.
235-205	ثانيا/ استجابة المبحوثين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.
235-209	ثالثا/ استجابة المبحوثين حول مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.
235-212	رابعا/ استجابة المبحوثين حول بعد المعرفة السياسية.
235-215	خامسا/ استجابة المبحوثين حول بعد القيم السياسية.
235-220	سادسا/ استجابة المبحوثين حول المشاركة السياسية.
235-224	سابعا/ نتائج العلاقة بين متغيرات الدراسة.
267-238	الفصل السابع: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية.
267-238	أولا/ مناقشة نتائج في ضوء فرضيات الدراسة.

267-238	1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الجزئية الاولى.
267-241	2- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الجزئية الثانية.
267-246	3- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الجزئية الثالثة.
267-248	4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الجزئية الرابعة.
267-251	ثانيا/ مناقشة نتائج في ضوء المداخل النظرية المفسرة للدراسة
267-251	1- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.
267-252	2- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء نظرية الاستعدادات والاشباع
267-253	3- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية في ضوء نظرية الفجوة المعرفية.
267-254	ثالثا/ مناقشة النتائج في ضوء المداخل المفسرة للدراسة
267-257	رابعا/ النتيجة العامة.
271-269	الخاتمة.
284-273	قائمة المراجع.
298-286	الملاحق.
313-299	ملخص الدراسة.

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
189	الجدول رقم (01) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ.	01
194	الجدول رقم (02) يوضح خصائص العينة.	02
195	الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	03
196	الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	04
197	الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي.	05
198	الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير منطقة السكن.	06
199	الجدول رقم (07) يوضح مفهوم أفراد العينة للثقافة السياسية.	07
199	الجدول رقم (08) يوضح مدى اهتمام أفراد عينة الدراسة بالشؤون السياسية في البلاد.	08
200	الجدول رقم (09) يوضح عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.	09
201	الجدول رقم (10) يوضح مدى متابعة أفراد العينة للفضائيات الجزائرية الخاصة.	10
202	الجدول رقم (11) يوضح نوع الاخبار التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في الفضائيات الخاصة الجزائرية.	11

202	الجدول رقم (12) يوضح معدل متابعتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (متابعة المواضيع السياسية).	12
203	الجدول رقم (13) يوضح حجم الساعات اليومية التي تقضيها في متابعة المواضيع السياسية عبر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.	13
205	الجدول رقم (14) يوضح عادات وأنماط متابعة الطلبة للقنوات الفضائية الخاصة.	14
206	الجدول رقم (15) يوضح مصداقية البرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.	15
212	الجدول رقم (16) يوضح استجابات المبحوثين حول البعد المعرفة السياسية.	16
216	الجدول رقم (17) يوضح استجابات المبحوثين بعد القيم السياسية.	17
220	الجدول رقم (18) يوضح استجابات المبحوثين بعد المشاركة السياسية.	18
224	الجدول رقم (19) يوضح معاملات ارتباط بيرسون بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية والثقافة السياسية بأبعادها الثلاث.	19
226	الجدول رقم (20) يوضح معاملات ارتباط بيرسون بين مصداقية البرامج السياسية والثقافة السياسية بأبعادها الثلاث.	20
227	الجدول رقم (21) يوضح نتائج اختبار (ت) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير الجنس.	21
229	الجدول رقم (22) يوضح نتائج اختبار (ت) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير التخصص.	22

230	الجدول رقم (23) يوضح نتائج اختبار (ف) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير المستوى التعليمي.	23
232	الجدول رقم (24) يوضح نتائج اختبار (ف) لحساب الفروق بين معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وابعاد الثقافة السياسية.	24
234	الجدول رقم (25) يوضح نتائج اختبار (ف) لحساب الفروق بين حجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وابعاد الثقافة السياسية.	25
239	الجدول رقم (26) يوضح معدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وانماط المتابعة وبعد المعرفة السياسية.	26
240	الجدول رقم (27) يوضح معدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وانماط المتابعة وبعد القيم السياسية.	27
241	الجدول رقم (28) يوضح معدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وانماط المتابعة وبعد المشاركة السياسية.	28
243	الجدول رقم (29) يوضح معدل الارتباط من البعد الاول وهو مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة وبعد المعرفة السياسية.	29
244	الجدول رقم (30) يوضح معدل الارتباط من البعد الاول وهو مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة وبعد القيم السياسية.	30
245	الجدول رقم (31) يوضح معدل الارتباط من البعد الاول وهو مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة وبعد المشاركة السياسية.	31

فهرس الاشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
12	الشكل رقم (01) يوضح معالم الاشكالية البحثية.	01
26-25	الشكل رقم (02) يوضح مخطط التحليل المفهومي.	02
49	الشكل رقم (03) يوضح العلاقات بين العناصر الأساسية الثلاثة للنموذج	03
52	الشكل رقم (04) يوضح النموذج المتكامل لنظرية الإعتماد المتبادل على وسائل الإعلام	04
55	الشكل رقم (05) يوضح مراحل إعتماد الأفراد على وسائل الإعتماد	05
191	الشكل رقم (06) يوضح	06
194	الشكل رقم (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	07
195	الشكل رقم (08) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	08
196	الشكل (09) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	09
197	الشكل (10) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص	10
198	الشكل (11) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع السكن	11



مَقْدِمَةٌ



مقدمة:

يتمتع كل مجتمع بخصوصية تعكسها الثقافة السائدة بين أبنائه ، تلك الثقافة التي تطورها مجموعة من القيم والمفاهيم والمعارف التي إكتسبها عبر ميراثه التاريخي ، وواقعه الجغرافي ، وطبيعة النظام الاقتصادي والسياسي ، فالثقافة السياسية تمثل فرع من فروع الثقافة العامة للمجتمع ، وهي تتضمن انساقا متعددة ومختلفة من الثقافات السياسية بحسب الاجيال والبيئات والمهن ، وهي تمثل محصلة تفاعل الخبرة التاريخية والوضع الجغرافي والمعتقدات الدينية والظروف الاجتماعية والاقتصادية لبلد ما ، فهي تعرف بأنها" مجموعة القيم المستقرة التي تتعلق بنظرة المواطن إلى السلطة، والتي تُعدُّ مسؤولة إلى حدٍ بعيد عن درجة شرعية النظام القائم ، فالثقافة السياسية تؤثر في علاقة المواطن بالسلطة من حيث تحديد الأدوار والأنشطة المتوقعة من السلطة ، ومن حيث طبيعة الواجبات التي يتعين على المواطن القيام بها ، كما أن الثقافة السياسية تتضمن التفاصيل الخاصة بهوية الفرد والجماعة ، ولوسائل الاعلام الدور الكبير في تنميتها من خلال متابعتها اليومية وتحليلاتها وتفسيراتها للأحداث والمعطيات ، فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دورا جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة ، وباتت هذه الوسائل مصدرا رئيسياً يلجأ إليه الجمهور لاستقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع.

حيث تكشف أدبيات الكثير من البحوث والدراسات عن توافر العديد من الأدلة البحثية للدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في مجال الاتصال السياسي كعامل وسيط ونشط بين الجمهور القائم بالاتصال بمضمونه السياسي والذي يمثله على وجه الخصوص النظام السياسي أو السلطة السياسية ، وذلك للأهمية البالغة لوسائل الاعلام الجماهيري وتأثيراتها المعرفية في المجال السياسي ، حيث تساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الاعلام حرية التعبير في القضايا التي تشغل جماهير المجتمع ، ولعل الثورات التي عرفها العالم العربي بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة في مجال وسائل الاعلام - قانون الاعلام الجديد 2012 - والتي استدعت فتح باب الحوار لمختلف شرائح المجتمع محاولة لتقليص الهوة بين السلطة والرأي العام ، والذي لن يتحقق الا في ظل مبدأ حرية الاعلام والصحافة اللذان كانا مرتبطين بنظام سلطوي ايديولوجي معين ، مما أدى الى فقدان مصداقية الاعلام

خاصة لدى الشباب باعتباره فئة جد هامة داخل المجتمع ، الامر الذي نتج عنه بروز ظاهرة التعددية الاعلامية والقنوات الفضائية الخاصة التي اهتمت من خلال المضامين التي تقدمها في معالجة بعض الاشكالات والقضايا الراهنة ، حيث أصبحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الاخبار والمعلومات بأسرع وقت ممكن ، وهذا من أجل توعيته بما يدور من حوله من أحداث ، بغية القيام بعملية التأثير والتغيير في آراء الجمهور ، فعادة ما يعمل هذا النوع من القنوات على تكوين الثقافة السياسية للجمهور ، ذلك أنها غير متحكم فيها من قبل هيئة معينة ، فقد أضحت هذه القنوات تتنافس فيما بينها من أجل جلب أكثر للمشاهد والمساهمة في عملية الادراك المعرفي للفرد والمجتمع بالقضايا الآنية.

تعرف الثقافة السياسية بأنها " مجموعة القيم المستقرة التي تتعلق بنظرة المواطن إلى السلطة، والتي تُعدُّ مسؤولة إلى حدٍ بعيد عن درجة شرعية النظام القائم ، فالثقافة السياسية تؤثر في علاقة المواطن بالسلطة من حيث تحديد الأدوار والأنشطة المتوقعة من السلطة ، ومن حيث طبيعة الواجبات التي يتعين على المواطن القيام بها ، كما أن الثقافة السياسية تتضمن التفاصيل الخاصة بهوية الفرد والجماعة ، ولوسائل الاعلام الدور الكبير في تنميتها من خلال متابعتها اليومية وتحليلاتها وتفسيراتها للأحداث والمعطيات ، فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة ، وباتت هذه الوسائل مصدراً رئيسياً يلجأ إليه الجمهور لاستقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع.

ان هذه الدراسة التي عنوان " دور متابعة البرامج السياسية لفضائيات الجزائرية الخاصة في نشر الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري " دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سكيكدة ، وهي محاولة سعينا من خلالها الى تقديم هذا الموضوع وانجازه بالكيفية التي بها ، وفي هذا الاطار قسم الباحث الدراسة الى سبعة فصول تغطي الاطار المنهجي ، الاطار النظري ، والجانب الميداني حيث جاءت على النحو التالي:

الفصل الاول حمل عنوان الاطار المنهجي للدراسة وشمل العناصر التالية : اشكالية البحث وتساؤلاته ، أسباب ومبررات اختيار الموضوع وأهدافه وفرضياته المطروحة ، وكذا مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الاجرائية وأخيرا الدراسات السابقة.

الفصل الثاني حمل عنوان المداخل النظرية المفسرة للدراسة حيث تم التطرق فيه لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام من خلال العناصر التالية : مفهوم النظرية ، فروض النظرية ، آثار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ، الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظام السياسي ، نقد النظرية أما العنصر الثاني فتناولنا فيه نظرية الاستخدامات والاشباع وتطرقنا فيه الى نشأة وتطور النظرية، فروض النظرية، عناصر النظرية، نماذج الاستخدامات والاشباع ، نقد النظرية.

أما العنصر الثالث فتطرقنا فيه الى نظرية الفجوة المعرفية من خلال مفهوم النظرية ، فروض النظرية ، نقد النظرية.

أما الفصل الثالث من خلال ما تطرقنا إليه سنتناول في هذا الفصل نشأة الفضائيات في العالم إضافة إلى أنواعها ووظائفها وخصائصها وأهميتها وأهدافها إيجابياتها وسلبياتها وحتى نتعرف أكثر على القطاع السمعي البصري في الجزائر سنقف على نشأة وتطور الإعلام السمعي البصري ونشأة القنوات الخاصة وأسباب ودوافع ظهورها وأنواعها.

الفصل الرابع وتناولنا فيه البرامج التلفزيونية والثقافة السياسية ، من خلال التطرق مفهوم البرنامج التلفزيوني ، مكونات البرنامج التلفزيوني ، عوامل نجاح البرنامج التلفزيوني ، الانماط البرمجية في التلفزيون ، التصنيف العام لبرامج التلفزيون ، البرامج التلفزيونية السياسية ، معايير البرامج التلفزيونية السياسية ، وظائف البرامج التلفزيونية السياسية ، أما في العنصر الثاني والذي تم تخصيصه للثقافة السياسية وتناولنا فيه ماهية الثقافة السياسية ، عناصر الثقافة السياسية ، أنماط الثقافة السياسية ، ومكونات الثقافة السياسية.

الفصل الخامس وتناولنا فيه الى الاجراءات المنهجية للدراسة من حيث مجالاتها والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات ، وعينة الدراسة وطريقة استخراجها وأهم خصائصها.

الفصل السادس وتطرقنا فيه الى المعطيات الميدانية للدراسة حيث تم احتساب اتجاهات واستجابات الباحثين نحو اسئلة وعبارات المقياس الخاصة بكل بعد من أبعاد الدراسة ، مع التحليل والتعليق على

النتائج والبيانات الاحصائية ، وكذلك تحليل العلاقة بين أبعاد الفرضيات من خلال حساب الارتباطات الاحصائية بين درجات أبعادها.

الفصل السابع قمنا فيه بعرض نتائج الدراسة الميدانية في ضوء فرضيات الدراسة وكذلك مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة وكذلك في ضوء النظريات وفي الاخير عرض النتائج العامة للدراسة.



الفصل الأول

موضوع الدراسة



الفصل الاول: موضوع الدراسة

أولا / تحديد اشكالية الدراسة.

ثانيا / فرضيات الدراسة .

ثالثا / أسباب اختيار الموضوع . وأهميته

رابعا / أهداف الدراسة.

خامسا / تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة.

سادسا / الدراسات السابقة.

أولا / إشكالية الدراسة :

للإعلام دور هام ، في تغيير القيم والمعايير السائدة في المجتمع ، فالإعلام في الحقيقة مهنة ورسالة ، وليس مجرد شعارات تتغير وتتبدد بتغير الالهواء ، بل هو عقل مفكر له أهداف وغاية ، وصوت يخاطب عقول الرأي العام المسؤول ، فهو يغطي كافة المجالات ويقدم النقد والتوجيه والتقويم بما يعود بالنفع والفائدة على المجتمع ، حيث عرفت المجتمعات العربية والاسلامية في الآونة الاخيرة جملة من التغيرات الاجتماعية والسياسية والتي أطلق عليها البعض - ثورات الربيع العربي - والتي كان هدفها الاساسي التحول الديمقراطي ومحاربة الفساد الاداري والسياسي الذي كان طاغيا وملاحظا بصورة جلية في هذه المجتمعات ، على اثر هذه الثورات نتجت مجموعة من التحولات مست معظم التحولات التي المجتمعات التي تسعى للديموقراطية ، ومنها الجزائر التي استدعى احداث تغيير في سياستها التنظيمية الداخلية والخارجية هذا التغيير الذي اقتضى احداث ثورة اعلامية في قانون الاعلام الجديد (2012) ، وذلك أن الاعلام هو الواجهة للنظام السياسي .

هذه الثورة التي استدعت فتح باب الحوار لمختلف شرائح المجتمع محاولة منها تقليص تلك الهوة بين السلطة والرأي العام ، والذي لن يتحقق الا في ظل وجود تعددية حزبية ومبدأ حرية الاعلام والصحافة اللذان كانا محتكران أو ان صح التعبير مرتبطان بنظام سلطوي ايديولوجي معين ، مما أدى الى فقدان مصداقية الاعلام خاصة لدى فئة الشباب باعتبارها فئة جد هامة داخل المجتمع .

ونتيجة لهذا برزت على الساحة الاعلامية الجزائرية ظاهرة التعددية الاعلامية وبرزت القنوات الفضائية الخاصة التي اهتمت من خلال التي تقدمها سواء السياسية منها او الترفيهية أو الثقافية معالجة بعض الاشكالات والقضايا الراهنة ، حيث أضحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الاخبار والمعلومات بأسرع وقت ممكن ، وهذا من أجل توعيته بما يدور من حوله من أحداث ومواقف ، بغية القيام بعملية التأثير والتغيير في آراء الجماهير ، مما يسمح ويساهم في عملة صنع القرار السياسي بعدما أصبحت تعبر عن نشاط وأفكار مختلف التيارات السياسية .

فعادة ما يعمل هذا النوع من القنوات على تكوين الثقافة السياسية للجمهور ، ذلك أنها غير متحكم فيها من قبل هيئة معينة كما أنها تساهم أنها في معرفة الفرد لمختلف حقوقه وواجباته ، وقد أضحت هذه القنوات تتنافس فيما بينها من أجل جلب أكثر للمشاهدة والمساهمة في عملية الإدراك المعرفي للفرد والمجتمع بالقضايا الأنوية ، فالمتتبع لتطور وسائل الاعلام وتشعب أهدافه عبر العصور والازمنة ، يدرك ما تملكه من قدرة على التأثير والاقناع والتوجيه ، فقد أصبح جزءا متكاملًا في نسيج العمل السياسي بمستوياته وأشكاله المختلفة ، وأصبحت وسائل الاعلام فاعلا أساسيا في المشهد السياسي لما تملكه من قوة مؤثرة تتركز في قدرتها على تشكيل رؤيتها للعالم الذي يحيط بنا وفي تشكيل تفكيرنا ، الامر الذي عزز دورها في المجال السياسي أنها أتاحت أمام الفاعلين السياسيين وسيلة لنقل الخبر والمعلومة السياسية الى أكبر شريحة ممكنة من الافراد والجماعات ، حيث تزامن التطور البارز في دور وسائل الاعلام تطورات مشابهة في المجال السياسي دفعت الحكومات والمنظمات ذات الطابع السياسي وغيرهم من المنشغلين في المعترك السياسي والادوات الاعلامية والاتصالية من أجل تحقيق غايتها واهدافها السياسية .

ان الدراسات العلمية الحديثة تؤكد أهمية الدور الجوهري الذي تلعبه وسائل الاعلام في عملية التنمية السياسية بشكل عام وتحريك الرأي العام ، حيث تقوم وسائل الاعلام بدور مؤثر في تشكيل وتعزيز الثقافة السياسية لأفراد المجتمع ، اذ أنها تلعب دورا أساسيا كمصدر يستقي منه الافراد معلوماتهم السياسية الى جانب دورها في التنشئة السياسية ، حيث تعمل على تعديل الاتجاهات وأحيانا تغييرها كما تساعد على معرفة الموضوعات السياسية الأنوية مما يزيد من ثقافتهم السياسية ، وذلك من خلال تراكم المكاسب والمعارف ، تعزيز المواقف والافكار ، والتحفيز على المناقشة ، فوسائل الاعلام تتدخل في عملية التنشئة السياسية للأفراد على ثلاث مستويات هي تمثل الابعاد الثلاثة لتأثيرها على ترسيخ واستقرار الثقافة السياسية على حد رأي - ألموند - Amand وهي : المستوى المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية ، المستوى العاطفي والذي مدى تأثير وسائل الاعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الافراد اتجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية ، والمستوى السلوكي ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام والمشاركة

الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية ، غير أن وجود تأثير لوسائل الاعلام يرتبط بشكل أو بآخر بعوامل وعناصر يجب توافرها مثل عادات وأنماط المتابعة من قبل الافراد واسباب متابعتها ومقدار الثقة في البرامج التي تعرضها وذلك لتوضيح العلاقة بين هذه المتابعة والتأثيرات السياسية المختلفة المعرفية والوجدانية والسلوكية أو حتى القيمية (القيم) .

ونحن من خلال دراستنا هذه ارتأينا أن يأتي اسهامنا في المناقشات في مجال سوسيولوجيا الاعلام لنقف بشكل خاص من خلاله على ظاهرة الاعلام التي شهدت قفزة نوعية في الجزائر تماشيا مع التغيرات السياسية الاشكالية الاساسية المتعلقة بهدف الدراسة ستكون منصبة حول دور القنوات الفضائية الخاصة في نشر الثقافة السياسية للشباب الجزائري بأبعادها الثلاثة : البعد المعرفي ، البعد القيمي (القيم) ، البعد السلوكي ، ليقودنا الحديث عن ربط الاعلام بالسياسة فكل هذا يطرح جملة من الاشكاليات والتساؤلات التي تحتاج الى تفسيرات وربطها بتحليل أعمق على تمثلات الشباب الجزائري للإعلام الخاص ، من خلال بحثنا عن مدى اعتماد الشباب الجزائري على الفضائيات الخاصة في جلب الاخبار والمعلومات السياسية ، وقد انطلقت دراسة هذا الموضوع من الموجهات البحثية التالية :

التساؤل الرئيسي للدراسة :

- ما دور متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في نشر الثقافة السياسية للشباب الجزائري بأبعادها الثلاث : المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية .

وبناء عليه تحدد مشكلة الدراسة بالإجابة على الاسئلة التالية :

- ماهي عادات وأنماط متابعة الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الخاصة؟
- ماهي أهم الاسباب والدوافع الكامنة وراء متابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟
- ما مقدار مصداقية البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة بالنسبة للمبجوثين؟.

- هل توجد علاقة دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ومستوى الثقافة

السياسية بأبعادها الثلاثة لدى أفراد عينة الدراسة؟.

- هل توجد علاقة دالة احصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى

أفراد عينة الدراسة .

- هل توجد فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى الى معدل وحجم متابعة

البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة؟.

- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى الى متغير الجنس

والتخصص والمستوى العلمي ؟

الشكل رقم (01)* : يوضح معالم الإشكالية البحثية

متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ونشر الثقافة السياسية في المجتمع

الجانب الديناميكي للمشكلة البحثية

مضمون الدراسة

الجانب الإستقراري للمشكلة البحثية

اطار الدراسة

- المعرفة السياسية
- جانب القيم (بعد القيم)
- جانب الفعل (بعد السلوك)

- عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة.
- دوافع واسباب متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة.
- حجم المصادقات في البرامج السياسية للفضائيات الخاصة.

التفاعل والداخل

معالم المشكلة البحثية :

تفاعل مؤشرات المتغيرين + الجانب

✓ النطاق الجغرافي :

- كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
- كلية الحقوق و العوم السياسية
- كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة
- كلية العلوم والتكنولوجيا

المجال البشري :

عينة من طلبة جامعة سكيكدة

الجانب الزمني :

من منتصف شهر أفريل الى أواخر شهر ماي 2018

ماذا أريد أن أدرس؟ دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الثقافة السياسية للطلاب الجزائريين.
وعن أي شيء أبحث؟ عن العلاقة القائمة بين أبعاد الدراسة.

(1)*: الشكل من اعداد الباحث

ثانيا / فرضيات الدراسة:

استنادا الى أهداف الدراسة تم صياغة فرضيات نسعى الى التحقق منها في ضوء التراث النظري والشواهد الإمبريقية وكذا في ضوء تحليل المعطيات الميدانية وتم صياغة الفرضيات على النحو التالي :

الفرضية العامة للدراسة:

توجد علاقة ارتباط بين طبيعة متابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري من حيث مستوى المعرفة السياسية والقيم السياسية والفعل الساسي (السلوك).

و بناءا على الفرضية العامة للدراسة تم صياغة الفرضيات الجزئية التالية :

1.توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين أسباب ودوافع متابعة البرامج السياسية و للقنوات الفضائية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري.

2. توجد علاقة دالة إحصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري.

3.توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري تعزى الى معدل وحجم التعرض للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

4.توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لدى الشاب الجزائري تعزى الى متغير (الجنس ، التخصص ، المستوى العلمي).

ثالثا / أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع :

تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال الدور الذي تلعبه البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في نشر وتنمية الثقافة السياسية من معلومات ومعارف وقيم وسلوك لدى الجمهور بصفة عامة والطلبة بصفة خاصة ، لما لها من مزايا اذ تعد من اكثر الوسائل انتشارا وأسهلها و أقواها تأثيرا ، فالظروف السائدة داخليا وخارجيا وخصوصيات المرحلة تفرض وتؤكد حتمية وجود وعي ساسي داخل المجتمع بداية بمعرفة الفرد لحقوقه وواجباته السياسية ومعرفته بما يجري من أحداث وتطورات سياسية ويكون ذلك من خلال اعتماده على البرامج السياسية .

ترمي هذه الدراسة لتأكيد دور البرامج السياسية في نشر وتنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين وقدرتهم على وضع حلول للمشكلات المختلفة كونهم من الفئات المهمة في المجتمع لقدرتهم على المشاركة والتغيير من ناحية ولنسبتهم الكبيرة من ناحية أخرى فالمجتمع الجزائري مجتمع فتي.

اعطاء تصور واضح عن مفهوم تنمية الثقافة السياسية باعتبارها فرعا من فروع الثقافة العامة للمجتمع ، نظرا للظروف السياسية التي يمر بها الوطن العربي في الوقت الحالي والازمات السياسية الحادة التي تواجه المجتمع الدولي ، والاصلاحات السياسية التي تقوم بها الجزائر متمثلة برؤى قادتها والخطى الكبيرة التي تم انجازها في مجال محاربة الفساد والانتخابات وتعديل الدستور وغيرها ، كان لابد من دراسة واقع دور البرامج السياسية للفضائيات الخاصة في تنمية الثقافة السياسية بعد أن أصبح الاخير مصطلحا متداولاً.

وتعود أسباب اختيار الموضوع الى جملة من الاسباب يمكن تلخيصها في ما يلي:

- ميل الباحث الى المواضيع السياسية.
- الرغبة في التعرف على الدور الذي تلعبه البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في نشر الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.
- كون الثقافة السياسية تعد من الامور الاساسية في عملية التغيير الاجتماعي والتنمية الشاملة الهادفة الى بناء مجتمع ديمقراطي.

رابعاً/ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى ما يلي :

- ✓ كشف مدى اهتمام الطلبة بالقضايا السياسية .
- ✓ كشف مدى اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في الفضائيات الخاصة في فهم وتحليل ما يدور من أحداث سياسية وطنية ودولية .
- ✓ التعرف على التأثيرات المعرفية والقيمية (القيم) والسلوكية للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة على الطلبة باعتبارهم أهم شريحة في المجتمع الجزائري .
- ✓ معرفة العلاقة بين مقدار وحجم التعرض للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري .
- ✓ معرفة العلاقة بين دوافع واسباب متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري .
- ✓ معرفة العلاقة بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة و مستوى الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري.

خامساً/ المفاهيم الأساسية للدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمراً لا بد منه في البحوث والدراسات العلمية ، ويرجع ذلك الى أن المفاهيم تتعدد وتتنوع في البحوث الاجتماعية وذلك تبعاً للمجتمعات وخصائصها ، كما أن الباحثين أنفسهم اختلفوا في اعطاء مفهوم واحد لظاهرة معينة لذلك اختلفت المفاهيم من باحث الى آخر، وبموجب دراستنا سنتطرق الى المفاهيم التالية:

1. الفضائيات:

على أنها وسيلة إعلامية تتم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص باليد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في القمر الصناعي ، ثم يعاد بث الإشارة من القمر الصناعي إلى محطات الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة في حيز (FOOTPRINT) الخاص بالقمر الصناعي¹.

هي محطات تلفزيونية تم إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال الحدود يتجاوز هذا الإرسال الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال ، حيث يمكن استقبله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والنقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي².

كما تعرف على أنها عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة ، وتتحد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها³ ، و عرفها هناء السيد :على أنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضي⁴.

كما عرفت بأنها " قيام الاقمار الصناعية بالنقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان ، وبثه مباشرة الى أماكن أخرى تبعد عن أماكن البث الاصلية مسافات بعيدة ، تحول دون التقاط البث دون وسيط ".

¹ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2008) ص 25.

² نعيمة موكس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية، رسالة ماجستير، (جامعة الجزائر 3 ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، 2013-2014) ، ص 56.

³ محمد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، (لنمارك: الأكاديمية العربية، 2007) ، ص 75.

⁴ هناء السيد ، الفضائيات وقادة الرأي ، (القاهرة : الغربي للنشر والتوزيع ، 2005) ، ص 12.

2. القنوات الفضائية الخاصة :

من أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر ، وهي قنوات تلفزيونية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال أمام القطاع الإعلامي الخاص للسمعي البصري والتعددية الإعلامية بداية من سنة 2011 ، وهي القنوات 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 ، وتقابلها القنوات العامة من حيث الملكية والتمويل.¹

وتعرف أيضاً بأنها قنوات ذات ملكية خاصة تتبع للأشخاص أو مؤسسات أو أحزاب سياسية معينة ، ويتم استئجارها على قمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية مكثفة إلى هاته القنوات في القمر الصناعي ، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صورة وصوت.

اجرائيا : هي مؤسسات اعلامية جزائرية مملوكة للقطاع الخاص تقوم ببث مواد وبرامج تلفزيونية عبر الاقمار الصناعية تستخدم في برامجها اللغة العربية والعامية ، تتنوع ما بين العامة والمتخصصة ، تكون برامجها موجهة بشكل أساسي للجمهور الجزائري ، وهي في معظمها خاضعة للقانون الاجنبي.

1. الدور:

الدور هو السلوك الفعلي والجانب الديناميكي للمركز ، فهناك علاقه وثيقه بين الدور الاجتماعي والمركز ، والدور مصطلح علائقي ، لان الفرد يؤدي دوراً في مواجهة دور شخص

¹المنصف المعياري ، محمد عبد الكافي : القنوات العربية المتخصصة ، تونس ، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية (56) ، 2006 ، ص11.

اخر، فالإفراد و ليس التنظيمات او النظم او الانساق الفرعية هم من يؤدي الادوار او يشغلون المراكز. ان الفاعلين يعدلون سلوكهم في ضوء تصوراتهم لادوارهم الخاصة بهم ، فضلاً عن تصوراتهم لأدوار الاخرين.1 هو نمط من الدوافع والاهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوك التي يتوقع أعضاء الجماعة أن يروه فيمن يشغل وظيفة ما أو يحتل وضعاً اجتماعياً معيناً .

ويعرف اجرائياً على أنه المهام والاعمال المنوطة بالفضائيات الجزائرية الخاصة لتنمية مفاهيم الثقافة السياسية من خلال البرامج التي تقدمها عن القضايا والاحداث السياسية التي تحيط بالفرد في المجتمع.

2. الثقافة السياسية :

يعود الفضل في ظهور المفهوم بالدرجة الاولى الى المدرسة السلوكية التي بذلت جهداً كبيراً لصياغته وتطويره بهدف تفسير جوانب كثيرة من النظم السياسية ، ولاسيما غابرييلاموند، وسدني فيربا ، ولوسيان باي.

ومن ثم تبنته المدرسة التنموية ، كأحد العناصر الاساسية لتمييز مراحل نمو وتطور النظم السياسية وانتقالها من نظم تقليديه الى اخرى حديثه 2 ، وعلى الرغم من ان مصطلح الثقافة السياسية من المصطلحات الحديثة نسبياً ولم يكن حتى وقت قريب ذائع الانتشار في العلوم الاجتماعية والسياسية ، الا انه في بدايات العقد السادس من القرن العشرين اخذ في الانتشار من خلال الاعتماد عليه لتفسير السلوك السياسي للأفراد في اطار النسق السياسي.

¹ عبد الهادي الجوهري ، معجم علم الاجتماع ، مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ، 1985 ، ص232.

² محمد علي ، دراسات في علم الاجتماع السياسي ، مطبعة الوادي ، الاسكندرية ، 19 ، ص 121.

بينما يرى "دونالديفين" ان الثقافة السياسية ليست هي كل ثقافة المجتمع وانما هي الجانب السياسي من ثقافة المجتمع.1

اما (لوسيان باي) فقد عرفها على اساس انها التاريخ الجمعي للنظام السياسي ولتاريخ حياة الافراد الذين يكونونه.

و كذلك عرفها (موريس ديفرجيه) يرى بانها جزء من الثقافة السائدة في مجتمع معين غير انها بمجموع عناصرها تكون تركيباً منضماً ينضوي على طبيعة سياسيته² ، وتطرق قاموس (اكسفورد) للثقافة السياسية فعرفها بانها " الاتجاهات و القيم التي تتصل بعمل نظام سياسي محدد، وتعد بمثابة معرفه متضمنه، ومهارات مكتسبه عن عمل هذا النظام، كما تتضمن اتجاهات ايجابية او سلبية نحوه، وايضا احكاما تقييميه بشأنه.3

فالثقافة السياسية هي ببساطة الجانب السياسي من الثقافة ، وبالتالي فهي تمثل جزءا من الثقافة العامة للمجتمع تحمل ذات خصائصها تؤثر فيها وتتأثر بها ، انها الجزء المتعلق بالحياة السياسية وبالعلاقة الحاكم بالمحكوم ،وعليه يمكننا تحديد تلك العناصر بشكل عام في القيم والمعايير والمواقف والاتجاهات.

القيم : "وهي تصورات ادراكية واضحة مميزة للفرد أو الشخصية أو لجماعتها ، وعن طريقها يتم الاختيار بين البدائل ، وهي تقود سلوك الفرد للتعبير بطريقة شرعية عن الفعل الاجتماعي".

¹قباري محمد اسماعيل ، علم الاجتماع الثقافي ، مشكلات الشخصية في البناء الاجتماعي ، الاسكندرية ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، 19 ، ص 25.

²صادق الاسود ، علم الاجتماع السياسي ، (أسسه وأبعاده) ، بغداد ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، 1991 ، ص 321.

³محمد علي محمد ، أصول الاجتماع السياسي ، السياسة والمجتمع في العالم الثالث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية 1995 ، ص 178.

المعايير: " وهي قواعد للسلوك العادي وعناصر أساسية لتحديد الأدوار الاجتماعية لأنها تضع التوقعات والمجال الذي يمارس فيه دوره وهي تعكس قيم المجتمع الأساسية".

المواقف: "وهي توجهات الشخص نحو المؤسسات أو الأشياء تعبيراً ، تفضيلات أو تقييم ذلك الشخص ، انها حالات ذهنية تستنتج من السلوك بما فيها الشفهي لأنه يمكن ملاحظتها مباشرة".

الاتجاهات: " يشير الاتجاه الى تنظيم لعدد من المعتقدات حول موضوع معين ، وهي عادة ما ترتبط بموقف معين أو موضوع بالذات ولهذا تجد عددها كبير جدا مقارنة بالقيم التي يقل عددها " .

أبعاد الثقافة السياسية: ويقصد بها اتجاهات الطلبة نحو أبعاد الدراسة : المعرفة السياسية ، المشاركة السياسية ، القيم السياسية.

وتعرف الثقافة السياسية اجرائياً على أنها مجموعة القيم والاتجاهات و السلوكات والمهارات والمعارف التي يكتسبها الطلبة من خلال متابعتهم للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة بهدف تكوين معايير صحيحة حول شؤون السياسة والحكم والدولة والسلطة والولاء والانتماء والشرعية والمشاركة وستقاس من خلال اجابة أفراد العينة على الاداة المعدة لهذا الغرض.

3. البرامج السياسية :

تعرف على أنها برامج متخصصة في الشؤون السياسية ، تحتاج إلى معد مختص بدوره يتمتع بنضج سياسي ووعي بالمتغيرات والتطورات على كافة الأصعدة ، والقدرة على ربط

الأحداث استنادا على الثقافة العالية والمعلومات التي يحوزها ولا تقتصر البرامج السياسية على الفترات والنشرات الإخبارية بما فيها تلك المطلوبة ، بل تتعدى البرامج عادة ما تنتجها أقسام الأخبار ، تركز اهتمامها على موضوع واحد تتم مناقشته بإسهاب مع المسؤولين والمحليين السياسيين وغيرهم من الفاعلين في الشؤون السياسية.¹

يقصد بالبرامج السياسية تلك البرامج التي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم وهذه البرامج تشبع حاجة الانسان الى الفضول المعرفي السياسي ، وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها ، ثم يحاول الدفاع عنها.²

وهي من أكثر أنواع البرامج تأثيرا في الجماهير وادراكهم للأمور السياسية والاخبار المهمة والاحداث في مجتمعهم أو في منطقتهم الجغرافية أو الدول المجاورة لهم.

وتعرف أيضا على أنها فعل تواصل مع الجمهور لأجل تبادل المعلومات والتفاعل المشترك مع مشاكل المجتمع قصد التأثير في سلوكيات ومواقف الافراد والجماعات في اتجاه تنمية الروح الوطنية والنهوض بقيم المواطنة وتدخل ضمن علاقة تواصلية تربط بين كل من المرسل الذي أعد الرسالة والمرسل اليه أي الجمهور ومادة التواصل وهي الرسالة الموجهة بالإضافة الى قناة التواصل المتكونة من الكلمة والصورة معا.³

اجرائيا : هي نوعية من البرامج التي تتناول مختلف القضايا السياسية ، وتقوم بمعالجة الكثير من المشكلات والقضايا السياسية بالنقاش والتحليل باستضافة المختصين والمسؤولين لمناقشة هذه القضايا بالطرح والتحليل للخروج بحلول لتلك القضايا.

¹صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعة الفلسطينية ، رسالة ماجستير ، (جامعة البترا عمان :كلية الآداب والعلوم،2014- 2015) ص71.

² سعد صالح ، اعداد وتنفيذ البرامج التلفزيونية ،الحوار المتمدن ، العدد2850 ، 06 ديسمبر 2009، ص 85.

³فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، ط2008، ص 1، ص ص ، 21، 22.

الطالب الجامعي: جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة ، اذ تتركز المئات من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف الى حد ما ارتباطهم الطبقي والعائلي.

مفاهيم فرعية للدراسة:

الجانب المعرفي للثقافة السياسية: تعني معرفة مجموعة من المفاهيم والأفكار والتصورات والقضايا التي يكونها الإنسان في حياته اليومية عن العالم الخارجي بكل ما فيه من موجودات وحركات وظواهر مختلفة.(6) ، ويتبنى هذا البحث تعريفاً إجرائياً لمفهوم المعرفة السياسية لدى طلبة الجامعات هو: اكتساب طلبة الجامعات المعارف والمعلومات الخاصة بالحياة السياسية والنظام السياسي القائم ، وقضايا مجتمعاتهم ، والتحديات التي تواجههم، والطموحات السائدة اليوم عندهم.

ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة كوسيلة من وسائل الاعلام الجماهيرية وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية ، فهي تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للفرد وتنمي ثقافته السياسية المتعلقة بالقضايا والمؤسسات السياسية في مجتمعه وعن رجال السياسة أنفسهم انها تقدم المعلومات الضرورية واللازمة المتعلقة بالمتغيرات الاساسية للبيئة السياسية مثل النظام السياسي والقيم السياسية السائدة في مجتمعه وكيفيات ممارسة السياسة من طرف الاشخاص والمؤسسات.

جانب القيم للثقافة السياسية (القيم): القيم هي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الحرية ، المساواة ، التسامح وتقوم الفضائيات الخاصة كوسيلة اتصال جماهيرية بدور كبير في توضيح أهمية القيم عن طريق تقديم المعلومات والقيم.1

¹ أحمد مصطفى خاطر ، تنمية المجتمعات المحلية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 1999 ، ص 202.

ويقصد به معرفة مدى تأثير البرامج السياسية للفضائية الجزائرية الخاصة كوسيلة من وسائل الاعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الافراد اتجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية ، ومعناه أن مرحلة الوعي والمعرفة بالقضايا السياسية يقود الى مرحلة أخرى وهي مرحلة الاهتمام والرغبة في هذه القضايا ومتابعتها ، وهذا الانتقال والتغير من مرحلة الى مرحلة أخرى يؤثر ويتأثر بأنماط ودوافع التعرض لوسائل الاعلام.1

الجانب السلوكي للثقافة السياسية (الفعل السياسي) : ويقصد به معرفة العلاقة

بين التعرض للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة كوسيلة من وسائل الاعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية ، انه الترجمة الفعلية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية وما أنتجته هذه الاخيرة من مواقف واتجاهات تساعد على تشكيل أنماط سلوكية متعددة للمشاركة بداية من طرح الافكار ومناقشتها مع الاخرين الى المشاركة الفعلية في مجرياتها.2

معدل و حجم المتابعة: ويقصد به عدد ساعات المشاهدة اليومية للفضائيات الجزائرية

الخاصة وعدد ساعات المشاهدة للفضائيات الجزائرية الخاصة في اليوم و الأسبوع ، والذي تم الوصول إليه من جمع السؤالين س2 ، وس 3 من أسئلة الاستبانة لنعرف حجم مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة .

درجة الاعتماد : هو مدى اعتماد المبحوثين على البرامج السياسية التي تبثها

الفضائيات الجزائرية الخاصة للحصول على معلومات حول الأحداث السياسية.

عادات وأنماط المتابعة : الاسباب والدوافع الكامنة وراء متابعة الفضائيات الجزائرية

الخاصة ، وهي الهدف الذي يدفع الطالب لمتابعة البرامج والموضوعات السياسية عبر الفضائيات الخاصة الجزائرية.

¹ نفس المرجع السابق : ص 202.

² نفس المرجع السابق : ص 193.

المصدقية : نقصد بها مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، ودرجة المصدقية هي معيار ايمان الفرد بكفاءة ودقة ما تعرضه الفضائيات الخاصة الجزائرية وعدم افتراض سوء النية فيما تعرض

مخطط التحليل بالمفهومي:

الفرضية العامة: توجد علاقة ارتباط بين طبيعة متابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري من حيث مستوى المعرفة السياسية والقيم السياسية والفعل السياسي (السلوك).



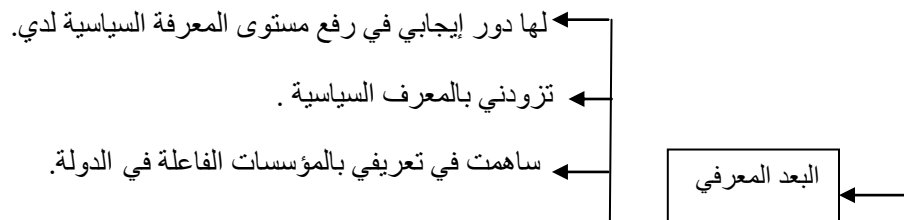
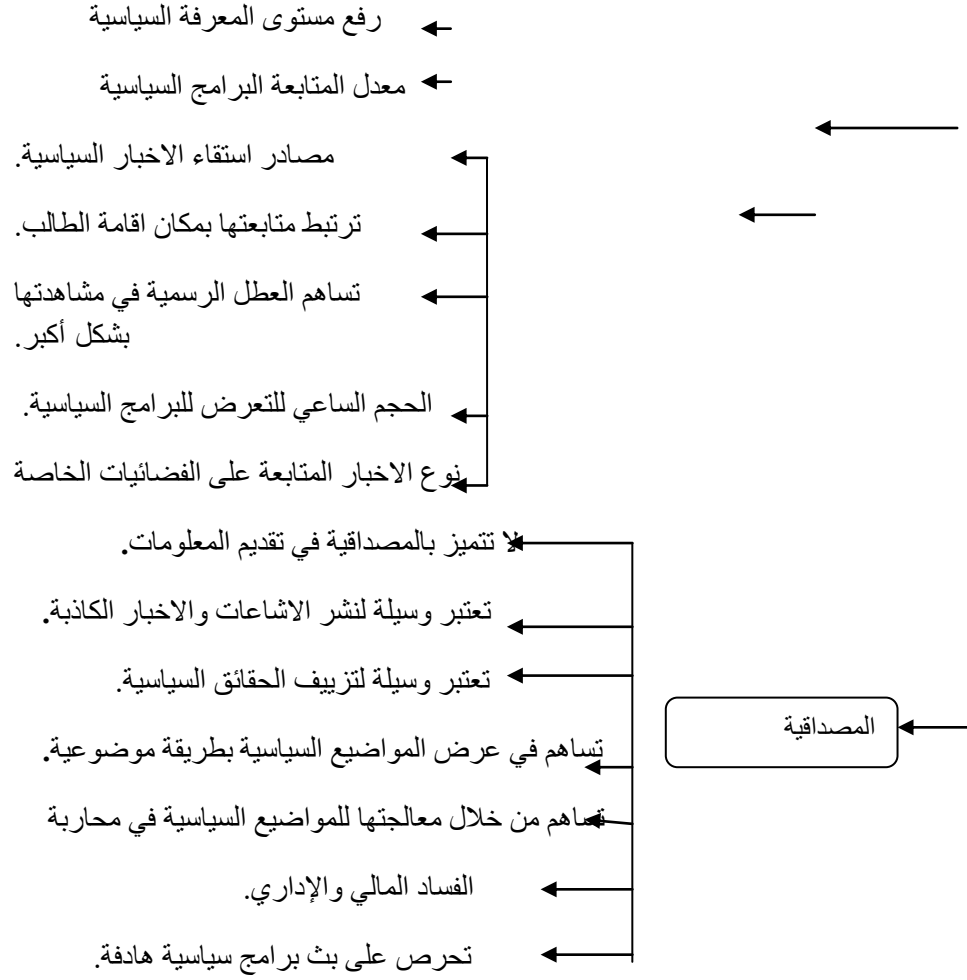
تحفز الاجداث المختلفة على متابعة البرامج السياسية
التنوع الكبير يساعد على زيادة عدد ساعات متابعتها
الاهتمام ببعض القضايا يساهم في متابعتها

متابعة البرامج
السياسية للفضائيات
الجزائرية الخاصة

24

عادات وانماط
المتابعة

البرامج السياسية: يقصد بالبرامج السياسية تلك البرامج التي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم وهذه البرامج تشبع حاجة الانسان الى الفضول المعرفي السياسي ، وتؤجج فيه مواقف محددة



← ساهمت في تعريفى بالشخصيات السياسية الفاعلة في الدولة.

← ساعدتني على فهم الواقع السياسي.

← معرفة ما يدور من احداث داخلية.

← زيادة شعور الولاء والاعتزاز بالوطن.

← ترسيخ قيم التسامح والتعاون.

← فتحت المجال أمام حرية التعبير.

← ساهمت في تعزيز قيم المصالحة الوطنية.

← ساعدة على غرس مفهوم تغليب المصلحة العامة.

← عززت مفهومي اتجاه السيادة الوطنية.

← التعبير عن الآراء السياسية.

← الانخراط في الاحزاب السياسية .

← مناقشة الآراء مع الزملاء والاصدقاء.

← عزز موقفي اتجاه مشاركة المرأة السياسية.

← المشاركة الانتخابية.

← للتعامل مع الاحزاب السياسية

الثقافة السياسية فالثقافة السياسية هي ببساطة الجانب السياسي من الثقافة ، وبالتالي فهي تمثل جزءا من الثقافة العامة للمجتمع تحمل ذات خصائصها تؤثر فيها وتتأثر بها ، انها الجزء المتعلق بالحياة السياسية وبعلاقة الحاكم بالمحكوم ،وعليه يمكننا تحديد تلك العناصر بشكل عام في القيم والمعايير والمواقف والاتجاهات.

بعد القيم

بعد المشاركة

شكل رقم (02): يوضح مخطط التحليل المفاهيمي

سادسا/ الدراسات السابقة:

بالرغم من أن موضوع الثقافة السياسية تناوله من قبل العديد من الباحثين بالتحليل والدراسة الا أن موضوع البرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تنمية الثقافة السياسية بقي موضوع يحتاج الى الدراسات العميقة والاكاديمية.

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

الدراسة الاولى:

دراسة سعيد مراح ، بعنوان¹أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة ، دراسة وضعية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين - جمهور قناة النهار TV أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل والمجتمع ، بجامعة باتنة سنة 2016-2017.

يهدف الباحث في هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات الجزائرية الخاصة (قناة النهار TV) في عملية بلورة وتشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين ، ومعرفة مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بمتابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية ، والكشف عن مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع المواضيع السياسية وما إذا كانت متابعتهم لهذه البرامج تحثهم المزيد من البحث والاطلاع ومناقشة القضايا والموضوعات المطروحة وانطلق الباحث في هذه الدراسة من السؤال الرئيسي التالي : ما هو أثر متابعة البرامج السياسية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة على تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟

و انطوى تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

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

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

¹ سعيد مراح :أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة ، دراسة وضعية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين - جمهور قناة النهار TV أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل والمجتمع ، بجامعة باتنة سنة 2016-2017.

✓ هل تساهم البرامج السياسية بقناة النهار TV في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟

✓ هل هناك علاقة بين تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة النهار TV و تشكيل الوعي السياسي لديهم؟

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

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي ، تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية

واستعان الباحث بأدوات بحثية لجمع البيانات والمعطيات كاستمارة الاستبيان ، كما اعتمد على العينة الحصصية من خلال اختيار حصة ممثلة لكل تخصص في كل جامعة محل الدراسة لجامعة الجزائر، باعتبارها قطبا كبيرا يجذب عددا كبيرا من الطلبة القادمين من شتى الولايات، أما جامعة قسنطينة ، كونها تمثل الشرق الجزائري ،أما جامعة وهران فتشغل الغرب الجزائري تم تحديد أفراد العينة ب 500 مفردة ثم اختيارها قسديا من الجامعات الثلاث تخصص علوم الإعلام والاتصال ، والعلوم السياسية وذلك لاعتبارها أنهما أقرب لموضوع الدراسة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✓ 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 يتدبرون ويسترجعون المعلومات السياسية التي تم الحصول عليها من خلال متابعتهم للبرامج السياسية بصفة أحيانا.

✓ أكدت 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.

✓ البرامج في قناة النهار TV تقدم معلومات عن الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة ، هذا من جانب التأثيرات المعرفية التي جاءت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

✓ من حيث تأثيرات السلوكية لم تستطع البرامج السياسية بقناة النهار TV تغيير اتجاهات وسلوك الطلبة نتيجة متابعتهم للبرامج السياسية.

✓ اعتبار الطلبة أن بقناة النهار TV هي مؤيدة في طرحها للقضايا السياسية.

الدراسة الثانية :¹

للباحثة فيروز لمطاعي بعنوان "دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين الجزائريين - فضائية الجزيرة الاخبارية نموذجا - دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية الربيعية سبتمبر 2011 - سبتمبر 2012" ، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علم الاعلام والاتصال 2014/2013.

هدفت الدراسة بالدرجة الاولى الى التعرف على الدور الحقيقي الذي يمكن أن تقوم به الفضائيات العربية الاخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين ، اضافة الى التعرف على مدى وجود المشاركة الجماهيرية في البرامج السياسية ورصدهم القضايا الرئيسية ونوعية البرامج التي يقبل عليها الطالب والاساتذة الجامعيين.

انطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي مفاده :

¹ فيروز لمطاعي : دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين الجزائريين - فضائية الجزيرة الاخبارية نموذجا - دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية الربيعية سبتمبر 2011 - سبتمبر 2012" ، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علم الاعلام والاتصال 2014/2013.

✓ ما دور الفضائيات العربية الاخبارية من خلال فضائية الجزيرة الاخبارية في تنمية الوعي السياسي بقضايا الانتفاضات الثورية العربية لدى فئة الطلبة والاساتذة الجامعيين الجزائريين؟

وانطوى تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

✓ هل تختلف درجة الوعي السياسي بين الاوساط المجتمعية بناء على البيئة في طريقة التعرض والتأثر بالفضائية محط الدراسة (شرق ، غرب ، جنوب ، شمال) الجزائر؟

✓ ماهي دوافع فضائية الجزيرة الاخبارية من بث برامج ما عرف بانتفاضات الثورة العربية اول بأول؟ وهل كانت تحرض على العنف والنهوض ضد الانظمة العربية أم أن هدفها اعلامي محض؟

✓ باي توجه قدمت فضائية الجزيرة الاخبارية موضوع الانتفاضات الثورات العربية من حيث نوعية الضيوف ، نوعية المواضيع ، نوعية البرامج ، اعدادا وتقديما؟

✓ هل تعتبر الجزيرة الاخبارية من عوامل قيام الانتفاضات الثورية العربية وانتاجا للوعي السياسي اذا ما سلمنا بأن الحراك المجتمعي يعكس درجة الوعي السياسي؟

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره منهج يعنى بدراسة الحقائق الراهنة المستعملة بطريقة ظاهرة أو موقف ، أما أداة البحث فقد تم استخدام الاستبانة ، المقابلة العلمية ، وتحليل المضمون فطبقت عينة قصدية بالنسبة للبرامج السياسية استخدمت الباحثة البرامج الاكثر شعبية وتأثير في الرأي العام وهي الاتجاه المعاكس ، بلا حدود ، في العمق فأخذت من كل برنامج 12 عدد من الفترة 1 ديسمبر 2011 الى 1 ديسمبر 2012 ، أما الاستمارة فوزعت على الطلبة والاساتذة الجامعيين على عينة محدودة في عدد من ولايات الوطن ، الوسط الجزائري 150 بجامعة الجزائر ، 100 استمارة بالشرق الجزائري بجامعة قسنطينة ، بالغرب الجزائري وزعت 100 استمارة جامعة وهران ، بالجنوب الجزائري 100 استمارة بجامعة ورقلة.

ومن خلال التحليل الكمي والنوعي توصلت الباحثة الى مجموعة من الاستنتاجات
نلخص اهمها كما يلي :

✓ تختلف درجة الوعي السياسي بين الاوساط المجتمعية بناءا على النسبة في طريقة التعرض
بالفضائيات محطة الدراسة (شرق ، وسط ، غرب ، جنوب) الجزائر فمن ناحية التعرض
صنفت الجزيرة في طليعة اهتمامات المبحوثين عبر الاقمار الاربعة وجاء برنامج الاتجاه
المعكس في طليعة البرامج الاكثر متابعة ، وتعتبر فئة الاساتذة الحاصلين على درجة
الماجستير والدوكتوراه الاكثر وعيا بقضايا الانتفاضات الثورية العربية ، أما من ناحية
التأثر فقد غيرت فضائية الجزيرة الاخبارية من مواقف المبحوثين اتجاه انتفاضات الثورية
العربية لكن هذه القنوات بهذه الانتفاضات اختلفت بناءا على البيئة ، حيث اعتبر
المبحوثين في الوسط الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه الثورة الليبية
والتونسية ، بينما اعتبر المبحوثين بالشرق الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم
اتجاه الانتفاضة المصرية والليبية أيضا ، واعتبر المبحوثين بالغرب الجزائري أن
الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه الانتفاضة المصرية ثم الليبية ، واعتبر
المبحوثين بالجنوب الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه
الانتفاضة المصرية ثم الليبية ، ومن هنا فان الانتفاضات الليبية غيرت من قناعات
المبحوثين بدرجات متفاوتة بناءا على البيئة باعتبار أن الجزيرة الاخبارية أعطتها وقتا أكبر
واضطرت الى قطع برامجها بهدف تغطية أحداثها.

✓ اتفق المبحوثون عبر الجهات الاربعة للجزائر أن دوافع تعرض الجزيرة الاخبارية من بث
أحداث ما عرف بالانتفاضات الثورية العربية بالدرجة الثانية ، أن فضائية الجزيرة الاخبارية
تعرض قضايا تروج للعنف وتدفع للتمرد السياسي والعصيان المدني ، وتحث الشعوب على
النهوض ضد الانظمة العربية في كثير من الاحيان ، وهو ما شعلها سببا رئيسيا في
اشعال هذه الانتفاضات ، وتميرير عدوها للدول أخرى وفشلها في تحقيق تمرد سياسي
ببعض الدول الاخرى.

✓ قدمت فضائية الجزيرة الاخبارية موضوع الانتفاضة الثورية العربية بناء على نوعية الضيوف التي تركزت على معارضين للسلطة منشقين عن الانظمة السابقة في قالب ايجابي مؤيدها ومعارض للأنظمة السابقة وكذلك محللين وأساتذة جامعيين ، ولكن 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 الاخبارية التحليلية من ناحية اعداد وتقديم هذه البرامج التي تختلف في طبيعتها بين من تجمع شخصيتين متعارضتين أو شخصيتين متفقتين أو شخصية واحدة تحلل وتتفق في مضامينها التي تخدم تفاصيل الجزيرة الاخبارية وتشيد بهذه الانتفاضات الثورية.

✓ تعتبر قناة الجزيرة الاخبارية 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 ومواكبتها 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 اعلامية تكسبها عددا كبيرا من الجماهير العربية.

الدراسة الثالثة :1

¹ أشرف عصام فريد : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الاردني ، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الاعلام سنة 2016.

من إعداد الطالب أشرف عصام فريد بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الاردني ، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الاعلام سنة 2016".

وسعى الباحث من خلال هذه الدراسة الى تحقيق الاهداف التالية :

- ✓ التعرف على دوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ اسباب اعتماد الشباب على مواقع الاتصال الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاحداث الجارية .
- ✓ معرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحقق لدى الشباب الجامعي الاردني اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة وتم استخدام عينة عشوائية قصدية طبقية تكونت من 400 مفردة تم استعمال الاستبيان كأداة رئيسة في الدراسة .

وخلصت الدراسة الى العديد من النتائج نذكرها كالتالي :

- ✓ أظهرت النتائج أن أبرز حجماً لتعرض مواقع التواصل الاجتماعي يوميا كان (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة مئوية 48.8 % .
- ✓ أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط دوافع الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط لدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ أظهرت النتائج وجود أسباب لاعتماد الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاحداث الجارية وبدرجة متوسطة.

- ✓ أظهرت النتائج وجود آثار معرفية و وجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الاردني لاعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية .
- ✓ أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التعرف إلى الدوافع السياسية
- ✓ في استخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي ، تعزى لمتغيراتهم الديمغرافية (الجنس، السنة الدراسية ، الكلية التي أدرس بها).
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التعرف إلى الدوافع السياسية في استخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي ، تعزى الى متغير الجامعة التي أدرس بها ، وكانت لصالح الطلبة الجامعات الحكومية.
- ✓ أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في طبيعة استخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي ، تعزى الى متغير الجامعة التي ادرس بها ، تعزى لمتغيراتهم الديمغرافية (الجنس ، السنة الدراسية ، الكلية التي أدرس بها).
- ✓ أظهرت النتائج جود وجود فروق ذات دلالة احصائية مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في التعرف إلى الدوافع السياسية في استخدام الشباب الجامعي الاردني لمواقع التواصل الاجتماعي ، تعزى الى متغير الجامعة التي ادرس بها ، وكانت لصالح طلبة الجامعات الحكومية

الدراسة الرابعة: ¹

¹عوض كريم ، مأمون رحمة الله : اتجاهات البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية بالتطبيق على برنامجي حديث الوحدة والسلام والمسار في الفترة من جانفي 2008 وحتى ديسمبر " 2011 أطروحة مقدمة للحصول على درجة ماجستير كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية بالسودان سنة 2013 .

دراسة عوض كريم ، مأمون رحمة الله بعنوان " اتجاهات البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية بالتطبيق على برنامجي حديث الوحدة والسلام والمسار في الفترة من جانفي 2008 وحتى ديسمبر " 2011 أطروحة مقدمة للحصول على درجة ماجستير كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية بالسودان سنة 2013 .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات وصياغة مضامين رسالة البرامج التلفزيونية ، باتجاه قضايا الرأي العام ، وتقديم رؤية علمية يمكن من خلالها التأكد من مدى تأثير مضامين البرامج التلفزيونية ، على الرأي العام ، والتعرف على دور البرامج في قناة الشروق (حديث الوحدة والسلام والمسار) ، ومدى نجاحه في تحقيق الوظيفة البرمجية ، وإلى أي مدى حققت الأساليب المتبعة تخطيطا وتوجيها وإنتاجا للأهداف التي يسعى القائم بالاتصال لتحقيقها ، بالإضافة للإمكانيات والقدرات الفنية والمادية المتاحة في القناة.

و انطلق الباحث في هذه الدراسة من مجموعة من التساؤلات والمتمثلة في:

- ✓ ما مدى اتساق اتجاهات برنامجي (حديث الوحدة والسلام والمسار) مع قضايا الرأي العام السياسي السوداني؟
- ✓ ما مدى تحقيق هذه البرامج للوظائف المرجوة بنجاح؟
- ✓ هل وفرت إدارة قناة المتطلبات البحثية والفنية المرتبطة بعمليات الإنتاج؟
- ✓ هل حققت قناة الشروق البيئية المناسبة للعمل وأوفت بالاستحقاقات المادية لشخصية العاملين في هذا المضمار؟
- ✓ العاملون في قسم البرامج هل تلقوا تأهيلا وتدريباً كافياً يمكنهم من القيام بمهامهم الوظيفية؟
- ✓ هل يتمتع القائمون على مدى هذه البرامج إعداداً وتقديماً بقدر كاف من الحرية يمكنهم من مخاطبة القضايا حصولاً على رد الجمهور وتحقيقاً للأهداف؟
- ✓ ما المعوقات التي تقترض هذه البرامج التلفزيونية في تحقيق أهدافها ؟

✓ ما مدى ثبات واحتفاظ البرنامج التلفزيوني بهوية اعتبارية لدى المشاهد واحترامه من حيث المضمون ووقت البث والحفاظ على الشكل العام ؟

✓ ما مستوى المهنية الحرفية لدى القائمين على برنامجي تحديث الوحدة والسلام والمسار ؟

استخدم الباحث المنهج التحليلي ومسح أساليب الممارسة لخصائصها مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد أو دراسة المواقف الراهنة بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية.

وقد خلصت الدراسة الى النتائج التالية :

✓ نجح برنامج (حديث الوحدة والسلام والمسار) وبعد تدرج منذ بداية قناة الشروق لبثها في شهر ديسمبر من عام 2007 نجح وبكل دقة في خلق التوليفة بين المضمون والشكل الفني وتحقيق اتجاهات وهدف الرسالة.

✓ استطاع برنامج (حديث الوحدة والسلام والمسار) من توسيع مساحة الحرية المتاحة بفهم يتم عن قدرة عالية للعناصر العاملة في قطاع الإنتاج البرامجي وخاصة لبرنامجي (حديث الوحدة والسلام والمسار).

الدراسة الخامسة:¹

دراسة شريف أنوار محمد بعنوان "البرامج السياسية في التلفزيون السوداني ودورها في تطوير الوعي السياسي دراسة وصفية تحليلية على برنامجي (في الواجهة - بلا قيود) في الفترة من 2004-2005 م".

أطروحة مقدمة للحصول على درجة ماجستير كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية بالسودان سنة 2007.

¹ شريف أنوار محمد: البرامج السياسية في التلفزيون السوداني ودورها في تطوير الوعي السياسي دراسة وصفية تحليلية على برنامجي (في الواجهة - بلا قيود) في الفترة من 2004-2005 م .

يهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الدور الذي يلعبه تلفزيون السودان من الناحية السياسية والتأكيد على أن للبرامج السياسية تأثير على الاتجاهات المحيطة ولكن من الصعب تغيير الاتجاهات الراسخة ، والتعبير بكل المستجدات في الساحة السياسية وذلك من أجل المواكبة الفورية للحدث من خلال الإعداد الجيد والدقيق للبرامج السياسية.

وانطلق الباحث في هذه الدراسة إلى مجموعة من التساؤلات كالاتي:

- ✓ ما مدى النضج السياسي للمواطنين مما يتيح أهم إمكانية مشاركة سياسية واعية؟
- ✓ هل البرامج السياسية تعمل من أجل الإقناع بوجهات نظر محددة أم تعمل على طرح القضايا السياسية المختلفة؟
- ✓ هل تلك البرامج تحدث التأثير المطلوب؟
- ✓ ما مدى الحرية المتاحة للنقاش في تلك البرامج؟
- ✓ هل تستضيف البرامج الحوارية السياسية كل ألوان الطيف السياسي؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي للتحليل من خلال وصف وتحليل البرامج السياسية في التلفزيون السوداني من خلال تغطيتها وتناولها، اعتمدت الدراسة كوسيلة للبحث على أداة المقابلة ، والاستبيان وتحليل المضمون.

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ أوضحت الدراسة أن البرامج السياسية تعمل من أجل الإقناع بوجهات نظر محددة وأنها تعمل بنظرية الغرس الثقافي وذلك من خلال طرح رأي محدد.
- ✓ أوضحت الدراسة أن البرامج السياسية بها مساحة من الحرية لمناقشة وطرح كل جوانب القضايا السياسية المختلفة.
- ✓ ندرة وقلة المتخصصين في إعداد البرامج السياسية وأيضا نجد أن البرامج التي تأخذ شكل الحوار قليلة جدا.

✓ أثبتت الدراسة أن أكثر البرامج التلفزيونية مشاهدة البرامج السياسية وقد بلغت نسبتها 48 %.

✓ كشفت الدراسة أن المبحوثين يفضلون عرض البرامج السياسية في شكل حوار وقد بلغت نسبتهم 64 %.

✓ أثبتت الدراسة مواكبة البرامج السياسية للأحداث بنسبة 48 %.

✓ أوضحت الدراسة حيادية البرامج السياسية في طرح وجهات النظر المختلفة وذلك بنسبة 64 %.

الدراسة السادسة : دراسة صبري خالد عبد الهادي بعنوان "دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية " (دراسة تحليلية ميدانية) عبارة عن أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه 2018 بجامعة المنصورة.

حيث يهدف الباحث في هذه الدراسة بالدرجة الأولى إلى التعرف على دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل وتوجيه الرأي العام نحو العديد من القضايا السياسية المطروحة على الساحة المصرية ، والتعرف على التأثيرات الناجمة لهذا النوع من القنوات الفضائية المصرية على المبحوثين ينطلق من السؤال الرئيسي التالي:

✓ ما هو دور القنوات الفضائية المصرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية ؟

و انطوى تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

✓ ما هو مستوى تعرض الجمهور المصري للقنوات الفضائية المصرية بشكل عام والإخبارية بشكل خاص ؟

✓ ما مستوى المعرفة السياسية لدى الجمهور المصري ما هي اتجاهاته نحو المشاركة السياسية ؟

- ✓ ما هي درجة اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية في الحصول على معلوماتهم السياسية نحو القضايا الحالية ؟
- ✓ ما هي القنوات الفضائية الأكثر مشاهدة من جانب الجمهور المصري ؟
- ✓ مدى تناول القضايا الأساسية بصورة موضوعية في القنوات الفضائية موضوع الدراسة لدى المبحوثين؟
- ✓ ما السمات الديمغرافية للجمهور عينة الدراسة والذي يتابع القنوات الفضائية المصرية محل الدراسة؟
- ✓ ما مدى مساهمة القنوات الفضائية المصرية في تشكيل الرأي العام للجمهور المصري وتكوين آراءه وأفعاله؟
- ✓ ما مدى قدرة القنوات الفضائية على توجيه الرأي العام للجمهور نحو قضايا معينة وعدم النظر لقضايا أخرى وتهميشها وتأثير ذلك على إدراك المبحوثين ؟
- اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة (قياس الاتجاهات) أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، أما مجتمع الدراسة الميدانية هو الجمهور المصري في سن ما بين 18 و 60 سنة ، فأكثر وهو متوسط الأعمار التي من الممكن تلك القنوات الفضائية والمتمثلة في محافظات (الدقيلية - القاهرة) أما مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل في القنوات المصرية سواء كانت حكومية أو خاصة مما في قنوات النيل (CBC-one - للأخبار- الفضائية المصرية) كما اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لبرامج 4 قنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة وكذلك اعتمدت على استمارة الاستبيان أستخدمها الباحث في إجراء الدراسة الميدانية لجمع المعلومات من العينة موضع الدراسة.

تلخصت أبرز نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث كما يلي:

- ✓ ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية بصفة دائمة لدى عينة الدراسة مما يدل على تفضيلهم لتلك القنوات كمصدر رئيسي للمعلومات لديهم.
- ✓ البرامج السياسية تأتي على رأس البرامج الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسبة 38,9% ويعد تفضيل المبحوثين عينة الدراسة للبرامج السياسية يرجع لطبيعة المرحلة التي تعيشها مصر الآن ووجود تلك القضايا الهامة التي تشغل بال الرأي العام.
- ✓ تنصدر القنوات الفضائية المصرية الخاصة أولويات المشاهدة لدى أغلب عينة البحث حيث جاءت one في صدارة القنوات الفضائية التي يحرص أغلب المبحوثين على متابعتها بنسبة 74,1%.
- ✓ قناة CBC هي القناة الأكثر تفضيلاً في متابعة الأحداث السياسية لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة 52.9% ثم تليها قناة النيل للأخبار بنسبة 19.1% وجاءت الفضائية المصرية في مؤخرة القنوات من ناحية تفضيلها في متابعة الأحداث السياسية بنسبة 12%.
- ✓ برنامج كل يوم على قناة one جاء في مقدمة البرامج التي يفضل المبحوثين مشاهدتها وذلك بنسبة 66.5% يليه برنامج العاصمة على قناة CBC بنسبة 57.1% على حين جاء برنامج دائرة الضوء على قناة النهار في الترتيب الأخير كأحد البرامج التي يفضل المبحوثين عينة الدراسة مشاهدتها 42,5% .
- ✓ عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على قناة one في الحصول على المعلومات السياسية بحسب المتغيرات الديمغرافية.

الدراسة السادسة: ¹

¹ أحمد سلطان الفضلي بعنوان " دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي " رسالة ماجستير في الاعلام جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا.

دراسة أحمد سلطان الفضلي بعنوان " دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي " رسالة ماجستير في الاعلام جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا.

تطرق الباحث في هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية الكويتية في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي نحو القضايا المحلية ، ومعرفة مدى اعتمادهم على تلك القنوات لاشباع حاجاتهم ، وتشكيل رأيه السياسي تجاه القضايا المحلية ، وكذلك معرفة الارتباط الموجود بين الجمهور والقنوات الفضائية.

انطلق الباحث من تساؤل رئيسي مفاده:

✓ ما الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الراي السياسي للمواطن الكويتي نحو القضايا المحلية ، كتعليق الدستور وضعف التنمية ، والمشكلات الرياضية والدوائر الانتخابية والاستجابات ؟

وانطوى تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

✓ ماهي القناة الفضائية الكويتية الخاصة التي يفضلها الكويتيون ؟ وهل توجد علاقة بين هذه القناة والخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة ؟

✓ ما مدى اعتماد المواطن الكويتي على المحطات الفضائية الكويتية الخاصة لإشباع رغباته السياسية التي يشدها ؟

✓ ماهي درجة العلاقة بين أجندة القنوات الفضائية الكويتية واجندة المواطن الكويتي ؟

✓ هل تدفع الفروق الفردية الشخصية كالعمر ، الجنس ، المستوى التعليمي ، الانشاء السياسي للمواطن الكويتي للتعرض لقناة فضائية بعينها؟

وخلصت الدراسة الى العديد من النتائج نذكرها كالتالي :

- ✓ أن أكثر القنوات الفضائية الخاصة مشاهدة في الكويت هي قناة " الوطن " حيث تم اختيارها من قبل أفراد عينة الدراسة في المرتبة الاولى ، وجاءت في المرتبة الثانية من حيث المشاهدة قناة " الرأي " ، وفي المرتبة الثالثة قناة " سكوب تي في " .
- ✓ اعتماد أغلبية المواطنين الكويتيين على قنواتهم الفضائية الخاصة لإشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم والوصول اليها.
- ✓ وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند الدلالة (0.05) بين المحافظة والقنوات الفضائية المفضلة بدلالة قيمة ch_2 .
- ✓ الفروق الفردية مثل المحافظة التي يسكنها المواطن ونوع الجنس والعمر والمستوى التعليمي والانتماء السياسي دور مهم في دفع المواطن الكويتي للتعرض لقناة فضائية معينة.
- ✓ ان القناة الفضائية الخاصة الكويتية لعبت دورا بارزا في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي تجاه القضايا المحلية .
- ✓ هناك ارتباط كبير بين أولويات القنوات الكويتية الخاصة وأولويات جماهيرها من المواطنين.

علاقة الدراسة الحالية بالبحوث والدراسات السابقة:

إن معظم الدراسات السابقة تناولت موضوع دور الإعلام وأهميته بالنسبة للقضايا السياسية ، والمشاركة السياسية ، والإصلاح السياسي ، وإن كل دراسة من الدراسات السابقة تناولت دور التلفزيون أو وسائل الإعلام من جانب معين ، وكلاً منها قدم إضافة علمية جديدة ، إذ كان لها أهمية كبيرة في تسليط الضوء على عدة قضايا كانت تخفى عن الكثيرين، وجميعها خرجت بنتائج وإحصائيات تخدم أهداف الأبحاث والدراسات التي قاموا بها ، إضافة إلى أن كل من هذه الدراسات فتحت آفاقاً جديدة لدراسات وأبحاث أخرى ، ولا شك في أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين تلك الدراسات السابقة وبين الدراسة الحالية ، حيث استفاد منها الباحث في الآتي :

أولاً : إعداد أدوات الدراسة سواء في استمارة الاستبانة ، وصياغة الفروض العلمية بشكل أفضل ، وأسلوب تطبيق الدراسة الميدانية ، وإعطاء فكرة عن الاختبارات الإحصائية التي يمكن استخدامها في الدراسة.

ثانياً: كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للدراسة ، وتوسيع معلوماته حول المداخل النظرية التي اعتمد عليها في دراسته ، مما ساعد على إيضاح جميع الجوانب النظرية ، والاطلاع على أهم المتغيرات التي اعتمد عليها الباحثون في اختباراتهم لفرضيات هذه المداخل النظرية.

ثالثاً : وساعد الباحث في إعداد مقياس الدوافع وإعداد مقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومقياس مستوى المعرفة السياسية لديهم ، وبعض المقاييس الأخرى التي تم دراستها في هذا البحث.

رابعاً : الاستفادة من نتائج هذه البحوث في مقارنتها مع نتائج الدراسة الحالية



الفصل الثاني

المدخل النظرية المفسرة للدراسة



الفصل الثاني: المدخل النظرية المفسرة للدراسة

أولاً/ نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

ثانياً/ نظرية الاستخدامات والإشاعات

ثالثاً/ نظرية الفجوة المعرفية

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

1. مفهوم النظرية

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Theory Media System Dependency ، حدى النظريات التي تهتم برصد دراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل فرد من أفراد المجتمع، حيث اعتقد الباحثون الأوائل في مجال الاتصال بقوة تأثير وسائل الإعلام، وقدرتها في تشكيل الرأي العام وإثارة الشعور وتعديل السلوك ، ونظروا إلى الجمهور باعتباره مشاركاً سلبياً في عملية الاتصال، وهو ما أطلق عليه مدخل التأثيرات في دراسة الاتصال الجماهيري، والمعروف بنظرية الطلقة السحرية The Bullet Theory .

وقد كانت نقطة التحول في وجهة نظر الباحثين في مجال الإعلام بعيداً عن الإيمان بقوة وسائل الإعلام الطاغية، هو ما حدث خلال حملة الانتخابات الأمريكية لعام 1940 م، وانتصار روزفيلد بالرغم من عداة الصحافة له، وتتلخص فكرة هذه المرحلة في أن تأثير وسائل الإعلام - في أغلب الأحيان - غير مباشر، بل يعمل من خلال مؤثرات وسيطة قد تكون خارجة عن عملية الاتصال، فوسائل الإعلام تعمل كعامل مكمل لأحداث التأثير، فهو رأي يؤمن بالتأثير " الوظيفي " لوسائل الإعلام، أي التأثير الذي يأخذ الظروف الأخرى في الاعتبار 1.

ومع التطور الذي طرأ على دراسات وبحوث الاتصال بفعل الزمن، وتقدم أدوات البحث العلمي في مجال العلوم الاجتماعية، فقد تراجع الباحثون عما طرحوه من قبل بشأن تأثير وسائل الاتصال وصعوبة الوصول إلى نتائج محددة حول هذا التأثير، مما أدى إلى ظهور اتجاه بحثي جديد يهتم بدراسة العلاقة الوظيفية بين وسائل الاتصال وجمهورها.

¹مي عبد الله ، نظريات الاتصال ،بيروت ، دار النهضة العربية ، ط2 ، 2010 ، ص 282.

وهكذا فإن فهم طبيعة وحدود تأثيرات وسائل الإعلام أمر له أهمية، من أجل فهم طبيعة أدوار وسائل الإعلام كوسائط اتصال جماهيرية وما يترتب على استخدامها من نتائج في المجتمع، ومع تعقد الحياة الاجتماعية في المجتمعات الحديثة ، تزامناً مع تقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام، تزايدت وظائف الاتصال بصورة فريدة في نقل المعلومات، بالإضافة إلى وظيفة تسلية الجمهور لمساعدته على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية¹ .

وتتطلب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من مقولة رئيسية مفادها أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته واشباعاته ، زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد، وتنطبق هذه المقولة أيضاً على المستوى المجتمعي ككل، حيث إنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على المجتمع، ومن ثم تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها للمجتمع.

كما تعد علاقة اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال، بمثابة مقياس للأهداف التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، وتختلف درجة الاعتماد، وفقاً لاختلاف الجماعات البيئية والاجتماعية والاتصالية التي يحيا بداخلها الجمهور، وأيضاً نتيجة اختلاف فئات هذا الجمهور واختلاف ثقافتهم².

ويعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً مناسباً لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور، فيعد مدخلاً سوسيولوجياً وظيفياً، وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية التي قدمها ديفلر وروكيتش، ويتناول هذا المدخل العلاقة بين وسائل الإعلام كنظم، والنظم الاجتماعية الأخرى في إطار السياق الاجتماعي الكلي، وقد ساق ديفلر وروكيتش بنفس المنطق العلمي، حيث يمكن أن يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الاعلام ، بنفس الطريقة في تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى³.

¹ فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2003 ، ص35.

² محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب ، القاهرة 2000، ص299.

³ هيثم هادي الهيتي : الإعلام السياسي و الإخباري . دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان بدون سنة ، ص132.

2. مراحل نشأة وتطور نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات البيئية التي تنتظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية بغيرها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، حيث من المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، بحيث تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو الصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة . 1

وعلى الرغم من أن مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرية، طور على عدة مراحل من عام 1975 م، إلا أن العبارة المبكرة، (ميلفن وروكيتش) وضعت بورقة بحثية قبل نشرها عام 1974م، تحت عنوان (منظور المعلومات) إذ دعا الباحثان إلى الانتقال إلى وجهة النظر التي ترى أن قوة وسائل الإعلام كنظام معلومات تستمد من اعتماد الآخرين عليها، وهذا أساس الجدل القديم الذي يعتقد أن النظام الإعلامي يقدم إطاراً نظرياً لمضمون الرسائل الإعلامية، ويفهم على أنه منتجات لعلاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى، وقد تطورت هذه النظرة فيما بعد لما يعرف حالياً بمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد طور مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام عبر ثلاث مراحل منذ ظهوره أول مرة، تمثلت في النماذج التالية:

أولاً / نموذج يعبر على الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الاعلام والجمهور والمجتمع (1976):

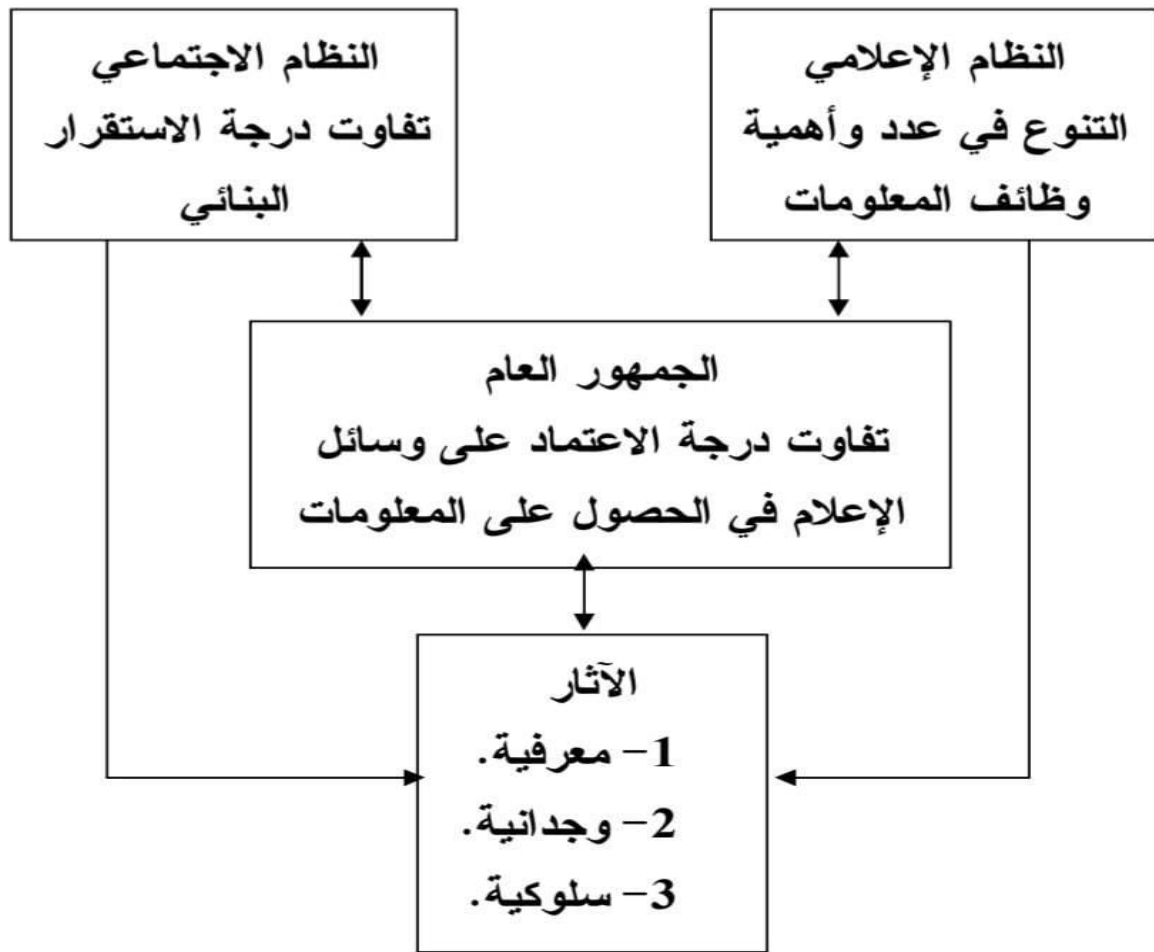
في عام 1976 م قدم كل من ميلفن ديفلير Melvin L. DeFleur ، وساندرا روكيتش Sandra J. Ball – Rokeach النموذج الأول لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في

¹ نفس المرجع السابق ، ص133

إطار تأثيرات وسائل الإعلام، وتنطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من منطلق أن هذه الوسائل ما هي إلا نتاج لثلاثة مكونات هي:

(الجمهور - وسائل الإعلام - المجتمع)، وأن علاقات الاعتماد كما يقدمها النموذج تقوم على طبيعة أهداف ومصادر كل مكون من هذه المكونات، بما يحقق الأهداف الفردية والمجتمعية على السواء¹.

ويوضح الشكل (03) التالي هذه العلاقات بين العناصر الأساسية الثلاثة للنموذج:



الشكل رقم (03) لنموذج روكيتش و ديفليير للاعتماد المتبادل بين المجتمع ووسائل الاعلام والجمهور والآثار¹

¹ محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سبق ذكره ، ص31.

ويتضح من عرض النموذج العلاقة بين العناصر الثلاثة لمكونات المدخل بشكل متداخل، رغم الطبيعة المحددة لهذه العلاقات التي يمكن أن تختلف من مجتمع لآخر، كما أن كل عنصر منفصل يمكن أن يتغير بطرق قريبة لاحتمالية التأثير في الجمهور، فهذه العلاقات ليست ذات اتجاه واحد وإنما متبادلة (Interdependence)، وتعتمد على الأطراف الثلاثة التالية 2 :

النظام الاجتماعي: يتنوع النظام الاجتماعي طبقاً لدرجة استقراره، فإما أن يكون مستقراً وثابتاً، أو يمر ببعض الأزمات، وعلى ذلك فإنه كلما وجدت أزمات، أو تعرض المجتمع لانهايار في أي مجال، فالحاجة تزداد إلى المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام.

الجمهور: أيضاً يتنوع الجمهور وفقاً لارتباطه بالنظام الاجتماعي، ومدى اعتماده على وسائل الإعلام كمصدر مهم ورئيسي للحصول على المعلومات التي تلبي احتياجات الجمهور، فالأفراد ذوو المكانة الاجتماعية والاقتصادية الأعلى، يكونون أكثر سيطرة على وسائل الإعلام، وأقل سيطرة على الاتصال الشخصي.

النظام الاعلامي: تتنوع كذلك وسائل الإعلام من حيث نوعها، وتخصصها وأهدافها، وملكيته ومصادر تمويلها، وعلى ذلك فإنه كلما كانت وسائل الإعلام أكثر تنوعاً، كانت أكثر أهمية بالنسبة للمجتمع، وبالتالي يزداد اعتماد الجمهور عليها للحصول على المعلومات.

ومن هنا لا بد من الأخذ في الاعتبار عند تفسير هذا النموذج العلاقة بين المكونات الرئيسية الثلاثة: الجمهور، والنظام الإعلامي، والنظام الاجتماعي.

حيث قد تختلف وسائل الإعلام من مجتمع لآخر، فبعض المجتمعات تتمكن من السيطرة على نظمها الإعلامية، بينما تمتلك النظم الإعلامية في مجتمعات أخرى السلطة، وبالتالي القدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يختلف، فأحياناً تتبع

¹ Denis McQuail And Sven Windahl, "Communication Models for the Study of Communication", 2nd, ed. (New York, Longman, 1995) P.113.

² Werner J. Severin And James W. Tankard, "Communication Theories, Origins Methods and Use in the Mass Media", (USA, Longman, Inc, 2001) P. 23.

وسائل الإعلام الجمهور وتعكس آراءه، وفي أحيان أخرى تؤدي وسائل الإعلام دوراً قيادياً وأكثر سيطرة .

ويمكن أن نصف نوعين من الدراسات التي تتم في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالي:

✓ الدراسات التي تركز على دور وسائل الاعلام وعلاقتها بالجمهور.

✓ الدراسات التي تركز على علاقة الاعلام بالنظام الاجتماعي.

حيث يهتم النوع الأول بدراسة دور الاعتماد على وسائل الإعلام كتغيير جوهري في فهم تأثيرات المعلومات على أعضاء الجمهور، أما النوع الثاني من الدراسات فهو يركز على العلاقة بين النظم الاجتماعية ودور وسائل الإعلام في ذلك النظام الاجتماعي (8) .

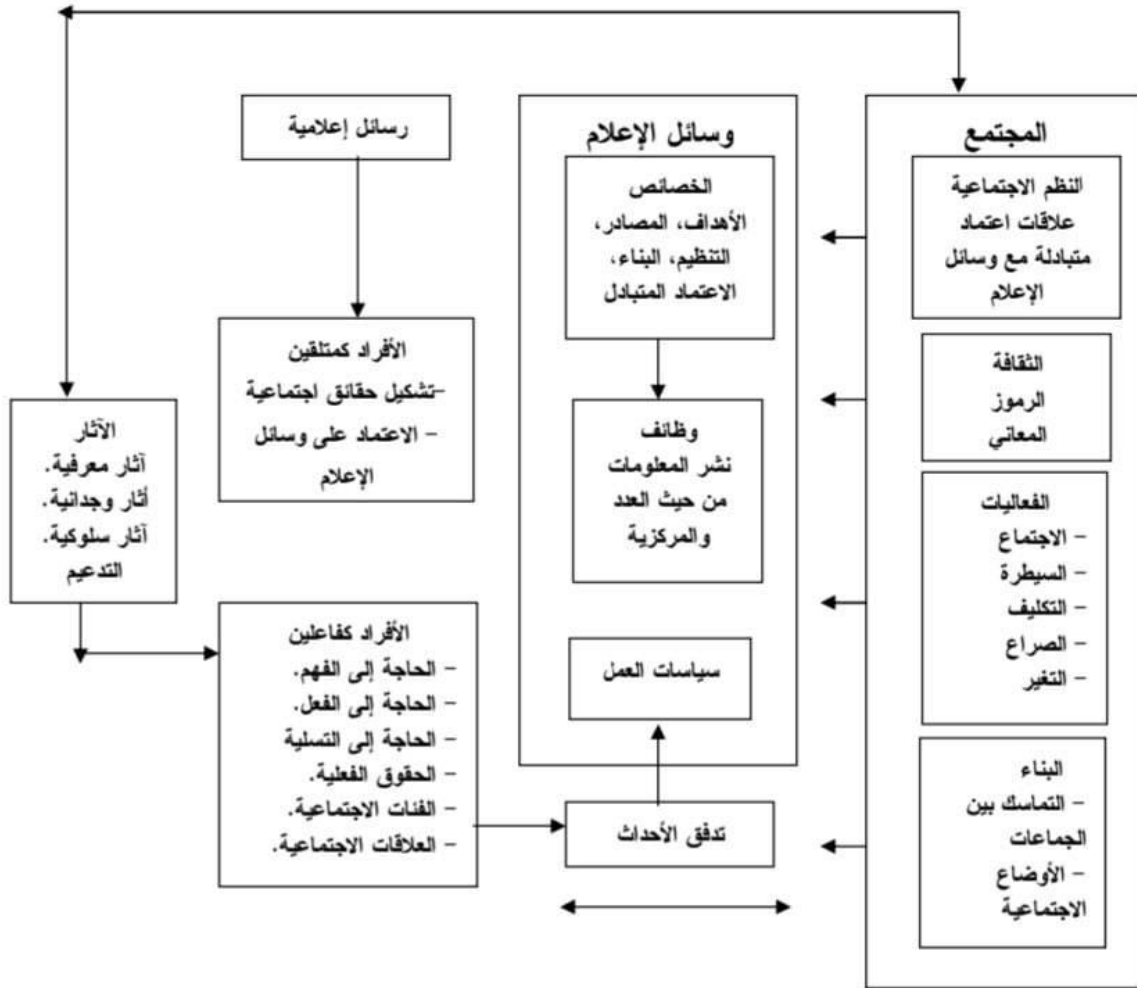
بينما يفسر الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع، على أساس من الاعتماد المتبادل، وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية، حيث يرى (ديفلير وروكيتش) أن العلاقة القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما، يمكن تفسيرها في إطار مفهوم (الاعتماد المتبادل Interdependence)

ثانيا/ النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الاعلام (1982):

قدم (ديفلير وروكيتش) نموذجاً للنظرية المتكاملة لتأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في عام 1982 م، ولم يغفل هذا النموذج العوامل البنائية الاجتماعية في علاقتها بوسائل الإعلام، من خلال عرض علاقات النظم الاجتماعية وتأثيراتها، وكذلك لم يغفل العوامل النفسية لجمهور المتلقين، والتي تتمثل في الحاجات الأساسية التي تجعل الفرد من الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام في تلبيتها، باعتبارها أهدافاً للفرد وهي: الحاجة للفهم، والحاجة للعمل والتفاعل، والحاجة للعب أو التسلية أو الترفيه والاسترخاء، وكل تلك الحاجات يعتمد الفرد في تحقيقها على وسائل الإعلام، باعتبارها مصدراً أولياً للمعلومات عن الوقائع والأحداث والأفكار والآراء التي تسهم في تحقيق هذه الأهداف، وتختلف من فرد إلى آخر باختلاف الخصائص الفردية والاجتماعية،

ويختلف تبعاً لذلك اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، ومن ثم حدوث التأثيرات المعرفية الوجدانية والسلوكية، وتنعكس تلك التأثيرات مرة أخرى في تأثيراتها على المجتمع .

والشكل (04) يوضح هذا النموذج:



ويتضمن النموذج عناصر المدخل المتكاملة في الشكل السابق، وهي مجموعة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تكون موجودة داخل النظام الاجتماعي المتشابك، والتي ينتج عن علاقاتها التفاعلية مع وسائل الإعلام التأثيرات المختلفة على الجمهور، ويمكن أن نلخص العبارات التي رمز لها النموذج في الآتي :

✓ ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي تحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام.

✓ تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي على وسائل الإعلام إيجاباً أو سلباً، وتسهما في تحديد خصائصها: أهداف ومصادر ونظم بنائية واعتمادية، والتي تتحكم بدورها في وظيفة نشر المعلومات الأسيرة العدد ومركزية هذه الوسائل، وهذا كله ينعكس على أنشطة وسياسات وسائل الإعلام.

✓ تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، وتتقي هذه الوسائل في التركيز على بعض القضايا والموضوعات، مما يساعد على تشكيل الفروق الفردية والفئات الاجتماعية وعلاقتها، ويؤدي في الوقت ذاته إلى خلق حاجات الأفراد النفسية والاجتماعية المتمثلة في) الفهم والتوجيه والتسليية)، والتي تدفع الأفراد لتطوير اعتماداتهم مما يؤدي إلى تنوع تأثيرات وسائل الإعلام.

✓ يعتبر الأفراد العنصر الرئيسي في هذا الإطار، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي غير المدرك بالتجارب المباشرة، فيتكامل مع بناء واقعهم الاجتماعي المتشكل بالخبرة المباشرة والتعليم، إضافة للتنشئة الاجتماعية والانتماءات الديموغرافية وعوامل التكيف الاجتماعي.

✓ يتوقف تأثير وسائل الإعلام على طبيعة الواقع الاجتماعي، فعندما يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد، يقتصر تأثير الرسائل الإعلامية على تدعيم المعتقدات وأنماط السلوك والقيم السائدة، وعلى النقيض من ذلك، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام بشكل أكبر في حال ما إذا كان هؤلاء الأفراد ليس لديهم واقع اجتماعي يسمح بالفهم والتوجيه، وهذا ما يجعل مستوى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على أفراد الجمهور.

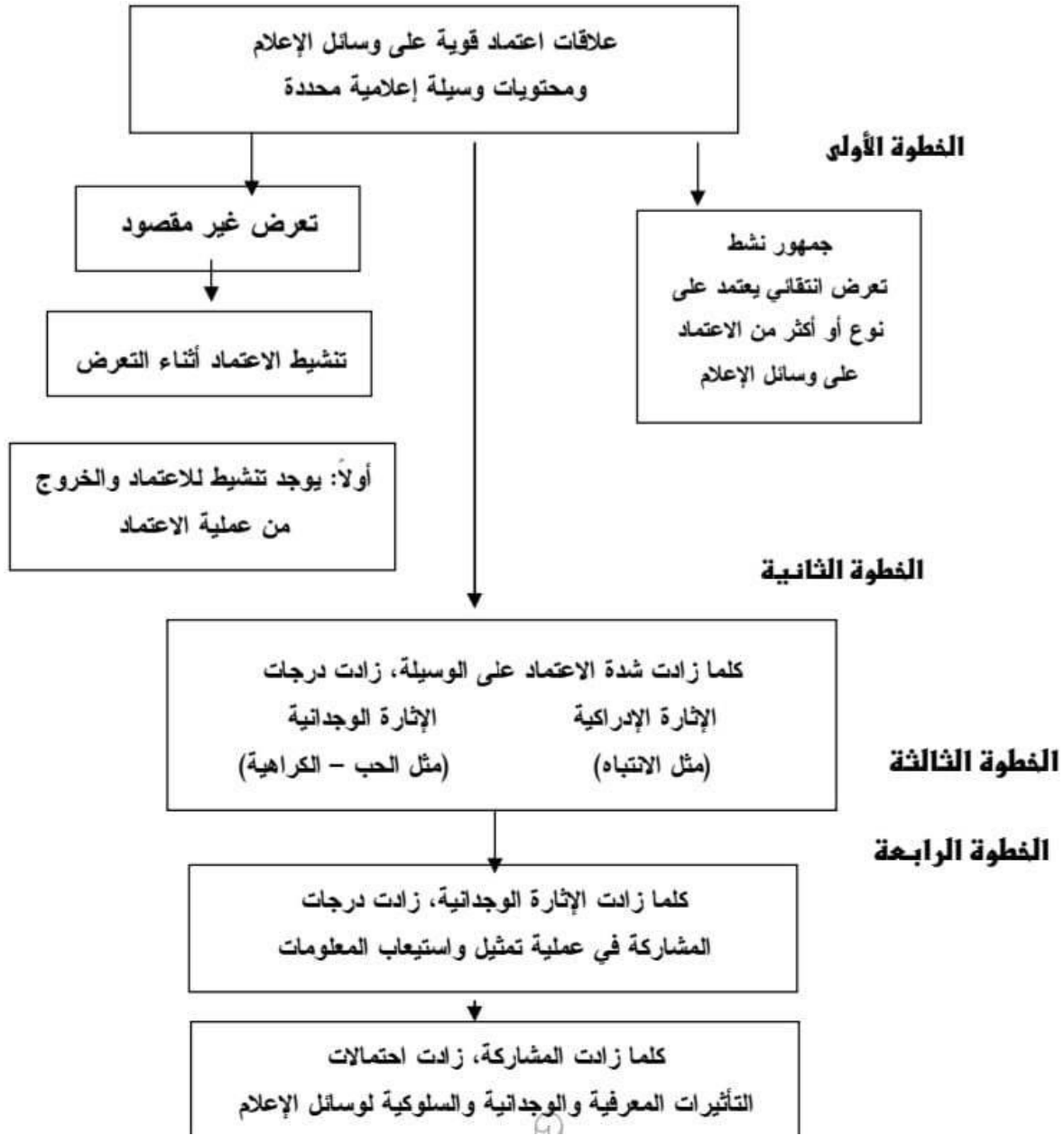
✓ وأخيراً، تتدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام لكي تؤثر في احتياجات الأفراد، ويحدث في بعض الأحيان تدفق المعلومات من الأفراد لكي تؤثر في وسائل الإعلام

وفي المجتمع ككل، كالاحتجاج الجمعي الذي لا ينتج الأحداث فحسب، بل يسهم في ارتفاع مستوى الصراع، وهذه السلسلة من الأحداث تستطيع بالمقابل فرض التغييرات على طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية والنظام الإعلامي، مثل سن قوانين جديدة لتغيير سياسات إدارة وسائل الإعلام.

ثالثاً/ النموذج المطور لتأثير عملية الاعتماد الفردي على وسائل الاعلام (1989) :

قدم (ديفلير وروكينتش) عام 1989 م نموذجاً مطوراً يوضح كيفية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، من خلال علاقات الاعتماد بين الأفراد وبين وسائل الإعلام، وقد طور هذا النموذج في صورة عملية نفسية إدراكية، تزيد فيها احتمالات أن يتأثر الفرد بمحتويات معينة لوسائل الإعلام، مثل برنامج أو قصة .

ويوضح الشكل (05) التالي مراحل هذا النموذج:



نموذج شكل رقم (05) مراحل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام¹

¹ Denis McQuail And Sven Windahl, , (1995) Op. Cit. P. 113.

ويبدأ النموذج بفرد يتفحص وسائل الإعلام ليقرر بشكل واعي ماذا يريد أن يسمع ويشاهد أو يقرأ، أو فرد يتعرض بشكل عرضي لمحتويات وسائل الإعلام.

المرحلة الأولى:

تشير إلى أن الجمهور الذي يستخدم وسائل الإعلام سيقوم باختيار مضمون معين من وسيلة معينة، لتحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية، وتقوم توقعاتهم على تجاربهم السابقة، والنقاش مع الأصدقاء وإشارات يحصلون عليها من مصادر وسائل الإعلام، أما الأفراد العاديون الذين لا يقومون بعملية الانتقاء) غير النشطين (فإنهم إما تستثار دوافعهم ليتم التعرض، أو أن يخرجوا نهائياً من هذه العملية¹.

المرحلة الثانية:

تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتماماتهم أثناء فترة التعرض غير المقصودة، وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال الفروق الآتية: أهدافهم الشخصية، وبيئتهم الشخصية والاجتماعية، والتوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام الموضوعية في الاعتبار، وسهولة الوصول للمحتويات، علماً أن التنوع في أهداف الأفراد كثيراً ما يعكس متغيرات في بيئاتهم، وحينما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو بالتهديد فإن اعتماد الأفراد على نظام وسائل الإعلام يكون قوياً، لحل الغموض وتقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل، فالأشخاص الذين يكونون مصابين أو أحبائهم بمرض خطير، كثيراً ما يقيمون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل الحصول على معلومات تساعد في تقديم أفضل خدمة طبية أو مساعدة،

¹ حسن مكاي و ليلي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص319.

وكلما كانت قوة الاعتماد على وسائل الإعلام قوية، زادت درجة الإثارة الإدراكية والإثارة العاطفية¹

المرحلة الثالثة:

وتشير إلى درجة الاشتراك والمساهمة النشطة في تنسيق المعلومات، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في معالجة المعلومات وتنسيقها بعد التعرض، مثل الإقلاع عن التدخين، أو إجراء فحوصات طبية، أي سيسمح لأفراد الجمهور باسترجاع أو تذكر المعلومات بعد عملية التعرض .

المرحلة الرابعة:

وتبرز هذه المرحلة أن الأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف لتنسيق المعلومات، يكونون أكثر احتمالاً للتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام، ومن ثم أكثر اعتماداً عليها، مما يؤدي إلى تعرض الفرد لها بصورة متكررة لتحقيق أهدافها من الاعتماد، وكلما زادت درجة الاندماج زادت احتمالات حدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، أما التأثيرات العاطفية، مثل مشاعر الخوف أو السعادة أو الكراهية فتحظى باهتمام أقل كثيراً، ومن الصعب رؤية كيف يمكن فصل الأبعاد المعرفية والعاطفية في الواقع².

3.التطورات الحديثة لمدخل الاعتماد على وسائل الاعلام:

قدم كلاً من ديفليير وماكويل Defluer And McQuail عام 1996 م تصوراً حديثاً لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، يتفق مع تطور المجتمعات الحديثة في مجال صناعة ونقل المعلومات، بالإضافة إلى التطور التقني لوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وظهور وسائط الإعلام المتعددة "Media Multi"، ويبين هذا التصور على ما يلي³:

¹ نفس المرجع السابق ، ص320.

² عماد حسن المكاوي وليلى السيد ، مرجع سبق ذكره ، ص 225.

³ ديفليير وروكيتش، نظرية وسائل الاتصال، ترجمة كمال عبد الرؤوف،(القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع،1993)،ص426.

- ✓ يعتمد أفراد المجتمعات الحديثة على علاقات متطورة ومتداخلة فيما بينهم للحصول على المعلومات من خلال وسائل الإعلام الحديثة والمتطورة ، وذلك عكس اعتماد المجتمعات التقليدية، حيث الاعتماد على الاتصال الشخصي.
- ✓ تدعو الحاجة إلى تحليل ودراسة وسائل الإعلام، وتأثير تنوعها وتطورها على علاقات اعتماد أفراد المجتمع عليها من أجل الحصول على المعلومات.
- ✓ لقد أصبح الحصول على المعلومات في مختلف مجالات الحياة ضرورة ، خاصة مع تنوع وانتشار وسائل الإعلام، مما يتطلب استخدام وتطبيق النظرية في ظل ظروف الصراع والأزمات والغموض والكوارث التي تتعرض لها المجتمعات المعاصرة.
- ✓ تزداد حاجة الأفراد والمجتمعات إلى المعلومات من أجل معرفة البيئة المحيطة بالفرد، ومعرفة مجريات الأحداث في المجتمع، بالإضافة إلى تحقيق الترفيه والتسلية، وتلبية العديد من المجالات الحياتية التي يتطلب من الفرد اتخاذ قرارات فورية بشأنها.

4. أبعاد مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام:

يتنوع اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، ويتحدد ذلك من خلال الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى، فالأفراد مثل الأنظمة الاجتماعية ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، ولكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح، علماً أن طبيعة علاقة الاعتماد بين الأفراد والنظام الإعلامي أقل تعقيداً من العلاقة بين الجماعات والمنظمات ووسائل الإعلام¹، ودراسة اعتماد الافراد على وسائل الاعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين قدمهما (ديفلير وروكتيش) على النحو التالي :

¹ عماد حسن المكاوي وليلى السيد ، مرجع سبق ذكره ، ص 225.

✓ الركيزة الأولى " الأهداف " :

يوجد أهداف للأفراد يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي تقدمها المصادر المختلفة، سواء كانت هذه المصادر شخصية أم اجتماعية.¹

✓ الركيزة الثانية " المصادر " :

يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتعتبر وسائل الإعلام نظاماً يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها، مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها.²

علماء أن مصطلح المعلومات لا يُقصد به الأخبار وحدها، ولكنه يتسع ليشمل التسلية، لأن اختصار مفهوم المعلومات على الأخبار، يعني أن ما يتعلمه الجمهور من التسلية والترفيه ليس ذا أهمية في المعاني المكتسبة من قبل الأفراد في تنشئتهم، وبناء على ذلك فمفهوم المعلومات يعني كل الرسائل التي لديها قدرة التأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس، ويمثل كل من الفهم والتوجيه والتسلية الأبعاد الرئيسية الثلاثة التي تحدد سلوك الأفراد تجاه وسائل الإعلام، وتتنوع هذه الأبعاد (الأهداف) كتتنوع الأفراد والبيئات الاجتماعية والنظم الإعلامية، ويمكن توضيحها على النحو التالي :

✓ الفهم: ويشمل تقييم الذات، كالتعليم والحصول على الخبرات، والتعرض لمصادر نظام الوسيلة لتحقيق أهداف فهم الشخص لذاته، والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها.

1 Sandra J. Ball Rokeach, "The Origins of Individual Media – System Dependency a Sociological Framework", (Communication Research ,Vol. 12, No. 4, 1985)P. 487.

²محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سبق ذكره ، ص233.

✓ **التوجيه:** يهدف إلى التعرف على طرق تتلاءم مع التوقعات والأنماط المجتمعية في موقف محدد، ويختص بعمل قرارات سلوكية، وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة.

✓ **التسليية:** وتشمل التسليية المنعزلة مثل الاسترخاء والجلوس في عزلة، والتسليية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية .

5. آثار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

إن الفكرة الرئيسية لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام توضح الأهداف التالية:¹

✓ **يركز مدخل الاعتماد على التساؤل:** ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام؟ أسوة بمدخل الاستخدامات والإشباعات.

✓ **الهدف الرئيسي** لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحياناً أخرى قد تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، ويبحث في كيفية ارتباط النظم - صغيرة وكبيرة - ببعضها، ويفسر سلوك الأجزاء وفق هذه العلاقة.

✓ **يهدف** مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تحليل أنواع المعلومات وتوضيح بياناتها، لتفسير لماذا يعتمد عليها الأفراد دون غيرها، فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل عام، وعلى أشكال وسائل الإعلام خصوصاً، تستمد جزئياً من تطوير توقعات الأفراد بأن معلومات، النظام الإعلامي تستطيع مساعدتهم لتحقيق أهدافهم الخاصة.

✓ **يسعى** مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام بالمفهوم الشامل إلى شرح دور وسائل الإعلام في المجتمع، من خلال فحصها لعلاقات الاعتماد عبر مستويات تحليل متباينة.

¹حسن عماد مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 190.

✓ يهدف مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام لقياس التعرض لوسيلة إعلامية كمنبه لتأثيرات تلك الوسيلة، معتمدين على ذلك كبديل كفي يري أن التعرض لوسيلة ما، أكثر ارتباطا بالعوامل المختلفة من الاعتماد على تلك الوسيلة.

✓ إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تسعى إلى الربط بين علاقة حجم اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، وبين شتى أنواع الأزمات الدولية والإقليمية والمحلية المختلفة¹.

✓ الآثار المختلفة لعملية الاعتماد على وسائل الاعلام:

بينت نماذج مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، الأهداف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها، والتي تنتج من جراء الاعتماد على وسائل الإعلام ، وقد تلاقت تلك النماذج حول الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام ، وقد حدد (ديفلير وروكيتش) تلك الآثار في نماذجهم عبر ثلاث فئات هي :

أولاً - التأثيرات المعرفية " Cognitive Effects "

رغم التمييز بين التأثيرات المعرفية والتأثيرات السلوكية، فإنهما يرتبطان بصورة واضحة، وتمثل التأثيرات المعرفية في مجالات عديدة منها:

1. الغموض أو الالتباس: **Ambiguity** ينتج إما عن نقص في المعلومات، أو وجود معلومات متضاربة ومتناقضة لفهم حدث معين أو تفسير هذا الحدث، ولتلاشي ذلك لابد لوسائل الإعلام أن تستكمل معلوماتها الناقصة أو المبهمة، ويحدث هذا الأثر في فترات الصراع أو الأزمات والكوارث، وكلما زاد التهديد أو الغموض زادت مسؤولية وسائل الإعلام في حل هذا الغموض، وهذه المسؤولية لا يؤثر عليها آنذاك نقص المعلومات، وتبقى محور تطلعات الجمهور الذي يتساوى في خبرة الغموض رغم الفروق الفردية²

¹ محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص234.

² علي سيد علي، " علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط ، 2002)، ص56.

2. **تشكيل الاتجاه : Attitude Formation** هذا الأثر يحدث عندما تعتمد الجماهير بكثافة على مصادر معلومات وسائل الإعلام، من أجل تكوين اتجاهات نحو الأحداث والقضايا المختلفة، كأزمات الطاقة والحروب والفساد السياسي والصراعات الداخلية، وغيرها من المشكلات البيئية والأحداث المتنوعة، إلا أن تكوين الاتجاهات لدى الأفراد لا يعتمد على وسائل الإعلام وحدها، بل يشمل أيضاً دور قادة الرأي الذين يحددون المضامين الخاصة باتجاهات الجمهور، هذا بالإضافة للجانب النفسي والاجتماعي للأفراد.

3. **وضع الأجندة - ترتيب الأولويات: Agenda - Setting** يمثل نوعاً آخر من التأثيرات المعرفية، حيث يتم عن طريق تفاعل تبادلي بين الجمهور ووسائل الإعلام التي تنتقي الموضوعات من خلال عملية جمع المعلومات، ويتم معالجتها وتوزيعها وعرضها بشكل انتقائي، فيختار الجمهور من هذه الموضوعات حسب اهتماماته طبقاً لاختلافات الأفراد الشخصية وموقعهم من النظام الاجتماعي، وإذا كان هناك أفراد يضعون أجندتهم الشخصية طبقاً لخلفياتهم المنفردة وتنشئتهم وخبرتهم السابقة، فإن المجتمع يقدم فئات واسعة من الناس ذات تشابه أو توحد كافة من الظروف الاجتماعية، ويشتركون في العديد من المشاكل والاهتمامات بدرجة أكبر أو أقل بالرغم من الاختلافات الفردية.¹

4. **توسيع نطاق المعتقدات: Enlargement Of Belief**

هذا التأثير يحدث في المجتمع الذي يعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام ، لأن أفراد الجمهور يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة، ولقد استخدم العالم (شارلز كولر Charles H. Coler) مصطلح توسيع Enlargement منذ فترة طويلة ، ليشير إلى معرفة الناس ونظم المعتقدات لديهم ، لأنهم يتعلمون ويعرفون الكثير عن الناس الآخرين والأماكن والأشياء الأخرى من وسائل الإعلام، وكلما زاد الاتساع زادت احتمالات تعدد فئات متنوعة لموضوعات مختلفة تتوفر عنها معلومات عديدة ، ومن ثم فإنه يمكن توسيع أنظمة المعتقدات،

¹محمد سالم موسى المنفي، " دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية"، دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2007) ، ص 64.

عن طريق زيادة عدد الفئات المتنوعة أو زيادة عدد المعتقدات والمعلومات داخل فئة معينة أو أكثر.¹

ثانيا/ التأثيرات الوجدانية: Affective Effects

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات الوجدانية المختلفة، مثل: المشاعر والعواطف، والمكونات الإنسانية من الحب والكره، حيث يؤدي الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تأثيرات على مشاعر الجمهور واستجابته العاطفية، ويحدث هذا من خلال صياغة الرسالة الإعلامية، ونوعية المعلومات المصاحبة لها، وتشمل تلك التأثيرات:

1- **الفتور العاطفي: Desensitization** يفترض أن كثرة التعرض لمحتوى العنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الفتور العاطفي، ويؤكد ذلك نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة التعرض لأعمال العنف، (تتأقص الحساسية)

2- **الخوف والقلق: Fear And Anxiety**

إن كلاً من الخوف والقلق مثل قيم السعادة، كونهما من التأثيرات العاطفية التي تقع على الجمهور نتيجة تعرضه المستمر للوسائل الإعلامية، سواء كانت درامية أو إخبارية، خاصة التي تصور المدن كما لو كانت غابات يرتكب فيها العنف، الذي ربما يؤدي إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها.

3- **الآثار المعنوية والاعترا ب: Moral And Aliénation**

تحدث وسائل الإعلام تأثيرات وجدانية يكون لها تأثيرات معنوية على الأفراد، مثل رفع الروح المعنوية لدى المواطنين، أو تزيد شعورهم بالاعترا ب، وكذلك يكون لها تأثيرات جوهرية على مستوى أخلاق المواطنين.

¹ هيثم هادي الهيتي، مرجع سابق، ص 138.

ثالثاً - التأثيرات السلوكية: Behavioral Effets

وتشمل درجات التغيير الذي يحدث في سلوك الجمهور نتيجة التعرض للرسائل الإعلامية المختلفة، وتعد هذه الآثار المحصلة النهائية للآثار المعرفية والوجدانية، وأهم سلوكين لآثار وسائل الإعلام هما:¹

1. **الفعالية: (Activation)** ويقصد به قيام الفرد بسلوك ما كان ليقوم به لولا تعرضه لرسالة إعلامية معينة، وتأثيرات وسائل الإعلام في هذا المجال تكون مفيدة للمجتمع أو ضارة له ، كالتورط في أعمال العنف والجرائم والاضطرابات.
2. **عدم الفاعلية (أو الخمول): Désactivation** وهو بعكس الأول، أي الإقلاع عن القيام بسلوك معتاد نتيجة التعرض لرسالة إعلامية معينة، مما يؤدي إلى اللامبالاة وعدم الفاعلية السياسية والاجتماعية والعزوف عن المشاركة.

7. الفروض الأساسية التي يعتمد عليها مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام:

يمكن تلخيص الافتراضات التي يقوم على ها مدخل الاعتماد فيما يلي:²

✓ يفترض مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أن النظام الإعلامي مهم للمجتمع، وتزداد درجة اعتماد المجتمع عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور، كما يقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، كلما توافرت لديه مصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلامية خارجية، حيث يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

✓ تفترض النظرية أيضاً أن الأفراد في المجتمعات يحتاجون إلى المعلومات لكي يستطيعوا اتخاذ عدة قرارات يومية هامة لتحقيق مصالحهم الخاصة ، لكي يستطيعوا اتخاذ عدة قرارات يومية هامة لتحقيق مصالحهم الخاصة ، مثل الحصول على الطعام والسكن والملبس والمواصلات، وكذلك الحصول على شريك الحياة المناسب، وبالتالي كلما كانت المعلومات

¹حسن عماد مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق ، ص 327.

²نفس المرجع السابق ، ص327.

- التي تبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد، زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستيفاء وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد، زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستيفاء تلك المعلومات.
- ✓ كلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في مجتمع ما، زاد اعتماد الأفراد في هذا المجتمع على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم.
- ✓ كما أن درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تزداد، خاصة في أوقات وقوع الأحداث والأزمات الطارئة المختلفة، ويبقى الإعلام وسيلة حل الغموض، وهو مشكلة ناتجة في المقام الأول عن عدم كفاية المعلومات المتوفرة للتحقق من الموقف بدقة.¹
- ✓ يختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، فالصفوة أكثر ميلاً للاعتماد على مصادر مختلفة، وذوو الدخل المنخفض أكثر ميلاً للاعتماد على وسائل الإعلام (صحف، تليفزيون، راديو)، كما يؤثر العمر ومستوى الاهتمام والخبرات السابقة على نوع وطبيعة هذا الاعتماد، وكذلك تؤثر المتغيرات الديموغرافية، ومدى التوقع للفائدة المتحققة من وسائل الإعلام.²
- ✓ كلما زادت درجة مركزية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، تزيد درجة اعتماد الجمهور على هذه الوسيلة، فالذين يعتمدون على وسيلة معينة لديهم القدرة على استخلاص معلوماتهم السياسية من خلال تعرضهم لها، فيما تضعف هذه القدرة مع أنواع المعلومات الأخرى كالمعلومات الصحية والاقتصادية.³
- ✓ يوضح مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام الفروق بين المستخدم والمعتمد (معرفةً ووجدانياً وسلوكياً) وبناءً على ذلك يمكننا صياغة الفروض التالية:⁴

¹ محمد سالم موسى المنفي، مرجع سابق، ص 28.

² سعد بن سعود بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال و الإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، المملكة العربية السعودية 2006، ص 105.

³ نفس المرجع السابق، ص 107.

⁴ نفس المرجع السابق، ص 107.

1. يوجد اختلاف في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها، فكلما كان الاعتماد مركزاً وقوياً، ازدادت قوة التأثيرات المعرفية، وزاد تورط الفرد وانشغاله بهذه الوسائل.

2. يظهر المستخدم لوسائل الإعلام أعراض القلق والخوف والإحباط أكثر من المعتمد على تلك الوسائل.

7. تقييم نظرية مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات التكاملية التي تجمع مداخل بحثية من علم النفس ، وعلم الاجتماع، وكذلك تجمع العناصر الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباع مع عناصر اتجاهات التأثيرات الإعلامية ، كما أنها تقدم سياقاً عاماً وواسعاً يبحث في العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والأفراد، والتأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في ظل وجود متغيرات وسيطة تحدد درجة هذا الاعتماد ، وقد حدد عدد من الباحثين بعض المميزات التي تتسم بها نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ، وتنفرد بها عن غيرها من نظريات التأثير الاعلامية ، والتي تتمثل في النقاط التالية:

1. إن المدخل يأخذ في الحسبان حقيقة أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على الجمهور، تؤدي إلى وجود عمليات تفاعل بين النظام الاجتماعي و نظام الوسيلة و الافراد الذين يكونون جمهور وسائل الاعلام ، بمعنى أن تأثيرات وسائل الاعلام على الجمهور فيما يتعلق بالأحداث الجارية ، مما يؤدي إلى التغيير، إما من خلال النظام السياسي أو بواسطة آلية السوق الحرة، ونشأة وسائل إعلام بديلة¹.

2. النظرية توجه الانتباه إلى ضرورة الاهتمام بالبناء الاجتماعي والظروف التاريخية، بالإضافة إلى المتغيرات الشخصية والفروق الفردية، وبذلك تعتبر النظرية أكثر ملاءمة للتعامل مع المسائل الاجتماعية والسيكولوجية عن معظم مداخل الاتصال الجماهيري الأخرى، فالمدخل

¹Denis McQuail Sven Windahl, (1995), Op. Cit., P 67.

يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

3. تتضمن النظرية نطاقاً واسعاً من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على الجمهور، والمجتمع، وهذه التأثيرات إما معرفية أو وجدانية أو سلوكية، سواء كانت هذه التأثيرات محدودة أو غير محدودة، مع ربط هذه التأثيرات بمجموعة من الظروف المصاحبة لموقف محدد.

4. استطاعت النظرية أن تستخدم نفس المفاهيم الأساسية التي تنطبق على العلاقات الكثيرة المجردة بين النظم، أي توضيح الفروق الدقيقة بين عدد من المتغيرات والمفاهيم مثل الاعتماد، والاستخدام، والتعرض، وذلك لبحث العلاقات الأكثر تحديداً بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية.¹

5. مقاييس الاعتماد أكثر أهمية من مقاييس الاستخدام العام، وذلك بمجرد حساب التغيرات الديموغرافية ودرجة الاهتمام، فالنموذج يقدم شرحاً لدور وسائل الإعلام أثناء الأزمات والتغيير الاجتماعي، مما يؤكد على ميزة الاعتماد أكثر من مجرد الاستخدام.

✓ بعض الانتقادات الموجهة لنظرية ندخل الاعتماد على وسائل الاعلام:

على الرغم من المميزات التي اتسمت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن هناك العديد من الانتقادات وجوانب القصور، والتي اختلف حولها الباحثون ومن أهمها ما يلي:

✓ المبالغة في القول بحياد واستقلال نظام وسائل الإعلام عن النظم الاجتماعية في المجتمع كالنظام السياسي، لكن الأكثر احتمالاً أن النظام الإعلامي أكثر ارتباطاً واندماجاً مع المؤسسات المهمة في المجتمع.²

✓ المبالغة في أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للفرد، فهذه المبالغة غير منطقية رغم أن هذه الوسائل تحقق بالفعل أهداف الفهم والتوجيه والتسلية للفرد، إلا أن وسائل الإعلام ليست

¹ديفلير وروكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص 417.

² Denis Mequail And Seven Windahl, (1995), Op. Cit., P. 115

السبب الوحيد لبلوغ تلك الأهداف، فالأفراد يتصلون بشبكات داخلية من الأصدقاء والمعارف وأعضاء الأسرة، كذلك بنظم سياسية وتربوية تساعدهم على بلوغ أهدافهم، وهذا لا ينفي قوة تأثير وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر المعلومات، ومساعدتها الأفراد على بلوغ أهدافهم، خاصة حينما يزداد اتساع مجال الأهداف الشخصية، وتحديداً كلما زاد المجتمع تعقيداً وغموضاً.¹

✓ تركز النظرية على نموذج المجتمع الأمريكي الذي ينتمي إليه مؤسسو النظرية، ودون تقديم مفاهيم مرضية لنظم وسائل الإعلام في الدول الأخرى، والتي تحكم بنظم شمولية، كالدول العربية مثلاً، حيث يختلف فيها علاقة الاعتماد بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، فكيف يمكن لوسائل الإعلام مثلاً أن تحل مشكلة الغموض عندما تكون الحلول غير متاحة، أو بمعنى آخر ممنوع نشرها في مضامين وسائل الإعلام.²

✓ معظم البحوث والدراسات التي تدرس مدخل الاعتماد على المستوى الفردي، ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، دون التركيز على النظام الاجتماعي والجماعات، مع هذا لا تزال (روكيتش) ترى أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.³

✓ معنى وقوة الاعتماد غير واضحين، فلا يوجد مستوى مثالي للاعتماد على معنى وقوة الاعتماد غير واضحين، فلا يوجد مستوى مثالي للاعتماد على وسائل الإعلام، ويوجد العديد من الأسئلة تحتاج إلى إجابات مثل: هل الاتجاه الحالي نحو زيادة أم نقص الاعتماد؟ هل تزيد وسائل الإعلام الجديدة من اعتماد الجمهور أم تقلل من هذا الاعتماد، وتجعلهم أكثر استقلالية؟

¹ديفلير وروكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص 416.

² John D. H. Dowining, "Internationalizing Media Theory Translation, Power, Culture, Reflections on Media In Russia, Poland and Hungary 1980 – 1995", (London, SAGE Publication, 1996), P. 193.

³مرفت طرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 172.

✓ يتغافل مدخل الاعتماد تماماً عن دور قنوات الاتصال الشخصي ، داخل الجماعة أو داخل المنظمات ، على الرغم أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقيها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي.

✓ أكد (ديفلير وروكيتش) أنه توجد بعض التأثيرات للحالة الاعتمادية ليس من السهل قياسها ، وخصوصاً تلك التي لا تراعي التعرض لوسائل معينة على المدى الطويل.

✓ ومع ذلك فإن في إثارة الجدل والنقاش واختلاف الآراء حول هذا المدخل بين مؤيد ومعارض، دلالة حقيقية على حيوية هذا المدخل، كذلك لا يزال يحتاج هذا المدخل إلى تطوير حتى يكتمل في صورة نظرية علمية متكاملة.

✓ اسقاط نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على موضوع دراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام لاطار نظري للدراسة ، وتعتبر فكرة الاعتماد المتبادل اهم اضافات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ، فقد كشفت النظرية على العلاقة الدائرية بين الجمهور ووسائل الاعلام والمجتمع ، وما سنركز عليه في هذه الدراسة هو علاقة الافراد بوسائل الاعلام.

فبالنسبة لموضوع الدراسة فانه من المهم معرفة مدى اعتماد الطلبة على البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في الحصول على معلوماتهم حول مختلف القضايا السياسية في شكل رسائل معلوماتية اعلامية من خلال البرامج السياسية التي تقدمها الفضائيات الجزائرية الخاصة ، وهذا سيساعد الطلبة على فهم وادراك واقعهم السياسي.

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

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

نظرية الاستخدامات والاشباعات وفروضه الأساسية:

أولاً/ ظهور مدخل الاستخدامات والاشباعات:

كانت النظريات المبكرة التي ظهرت قبل عقد الأربعينيات من القرن العشرين مثل نظرية القذيفة السحرية أو الآثار الموحدة، تنظر إلى الجماهير بشكل سلبي وليس بينها وبين وسائل الإعلام علاقة سوى أنها تنتظر في سلبية لكي تنقل لهذه الجماهير معلومات سواء كانت بحاجة لها أم لا.

لكن هذا التباين بين الجماهير ووسائل الإعلام أدى بكثير من الباحثين إلى إدراك مواقف الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، وصار ينظر إلى العلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام بنظرة تمثلت في التحول من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة وقادرة على اختيار المضمون والرسائل التي تتناسب معها من وسائل الإعلام.¹

وكانت الأبحاث في مجال الاستخدامات والاشباعات من الأبحاث المبكرة في مجال العلوم الاجتماعية المرتبطة بالدراسات الإعلامية على الرغم من أنها في ذلك الوقت كانت تسمى بالنظرية الوظيفية، وقد بدأت هذه الأبحاث خلال عام 1940 م عندما ركزت معظم الأبحاث الخاصة بالاتصال على عملية التأثيرات الخاصة بمضامين وسائل الإعلام أكثر من التركيز على الجوانب المتعلقة باستخدامات واشباعات الجمهور وحتى في مثل هذه السنوات الأولى حاول بعض الباحثين أن يضيفوا دوافع الأفراد للاندماج أو القيام ببعض السلوكيات بينها وبين غيرها، كالاستماع إلى برامج المسابقات بالراديو والمسلسلات النهارية وقراءة الكتب الكوميدية بالإضافة إلى قراءة الصحف.²

¹السعيد بومعيزة : اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب , أطروحة دكتوراه غير منشورة , كلية العلوم السياسية والإعلام , جامعة الجزائر , الجزائر , 2006 , ص 56.

²سعدى بن سعود بن عبد العزيز آل سعود ، مرجع سابق ، ص111.

وهناك سببين رئيسيين وراء ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع هما:

الأول: هو المعارضة لفروض تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وهو ما يعد اكتشافا للجمهور خاصة في المجتمع الأمريكي.

الثاني: قدم هذا المدخل البديل في العلاقة بين المضمون الإعلامي والجمهور كما قدم البديل في تقسيم المضمون الاعلامي إلى فئات حسب الوظيفة التي يقوم بها وليس حول مستوى الاستماع والتذوق المترتب عن التعرض لوسائل الإعلام.

ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت مدخل الاستخدامات والإشباع في بداياته الأولى دراسة "هيرتا" عام 1944 م التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمعي المسلسلات اليومية من خلال اختبار متعمق، وتوصلت هذه الدراسة إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى اشباع عاطفية تهتم بتحرير العواطف والأحاسيس بالإضافة إلى أنها تقدم المتعة والنصيحة للقارئ، ووجدت هذه الدراسة أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.¹

كما قدم "بيرلسون" عام 1949 م دراسة أخرى أثناء إضراب موزعي الصحف في نيويورك لمعرفة ما يفتقر إليه قراء الصحف أثناء الإضراب وقد خلص إلى أن الصحف تحقق للفرد قدرا من الأمان في عالم مزعج أي أنها تلبي حاجة الأمان لدى الفرد، وأن الأفراد يقرأون الصحف لخمس أسباب وهي: المعرفة، والمكانة الاجتماعية، والاتصال الاجتماعي والهروب من مشاكل الحياة وكوسيلة للحياة اليومية.

وفي عام 1951 م أجرى "ديلاي وريلاي" دراسة ربط فيها بين الاندماج والاستخدام، فقد أوضحت الدراسة أن الأطفال المندمجين بشدة مع استقرارهم في الجماعة يستخدمون قصص المغامرات التي تقدمها وسائل الإعلام في اللعب مع استقرارهم في الجماعة، أما الأطفال قليلي الاندماج في الجماعة يستخدمون نفس وسائل الإعلام، ولكن لأحلام اليقظة والخيال. وتوصل

¹مي عبد الله، نظريات الاتصال، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 279.

الباحث في هذه الدراسة إلى أن نفس الرسالة الإعلامية قد يستخدمونها أطفالا مختلفين ولكن لأهداف مختلفة.¹

أما البداية الأولى لمصطلح الاستخدامات والإشباعات كان في مقال كتبه "الياهو كاتز" عام 1959م، وذلك ردا على "برنارد برلسون" Bernard Berelson الذي ادعى بأن البحث في مجال الاتصال يبدو ميتا وأوضح "كاتز" بأن السبب وراء وصف هذه البحوث بأنها ميتة هو أنها كانت تهدف في دراستها للاتصال إلى جانب واحد وهو تأثير الحملات الإقناعية على الجمهور، وتسعى إلى الإجابة على سؤال واحد وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام للجمهور، وعندما سعت بحوث الاتصال إلى الإجابة على هذا السؤال كان الجواب أن الاتصال الجماهيري له تأثير ضئيل في إقناع الناس والتأثير عليهم، لذلك قام "كاتز" بطرح سؤال جديد وهو : ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام ؟ واستند "كاتز" إلى مجموعة من الدراسات التي تناولت الإجابة على هذا السؤال ومنها الدراسات التي تناولناها سابقا وقد صمم هذا المدخل للبحث عن الطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لمواجهة احتياجاتهم، ويركز المدخل بشدة على دوافع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام، ومنذ الوقت الذي ظهرت فيه مقالة "كاتز" بدأ التركيز نحو هذا المدخل وتطور وبدأ نموه عبر أدبيات دراسات وسائل الإعلام، بحيث أننا نعرف الآن الكثير من الأسباب المختلفة التي تقف وراء اختبارات الجمهور لمشاهدة نوعية معينة من البرامج.²

ثانيا/ مراحل تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات:

على الرغم من البحوث والدراسات التي استخدمت مدخل الاستخدامات والإشباعات منذ الأربعينيات من القرن العشرين، إلا أن هذا المدخل ورغم استفادته من نظريات العلوم الاجتماعية كان بطيئا في تطوره، ويرجع ذلك إلى عاملين هما:

1- فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، مرجع سبق ذكره ، ص 30

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

✓ لم تحظ دراسة الإشباع القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام يذكر، وذلك بسبب سيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري.

✓ إن المراحل الأولى لمدخل الاستخدامات والإشباع كانت تفتقر إلى افتراضات نظرية.¹

✓ ومر مدخل الاستخدامات والإشباع بثلاث مراحل وهي:

1. المرحلة الأولى : مرحلة الدراسات الوصفية أو الاستطلاعية : Investigative Descriptive or Phase

تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين واهتمت الدراسات فيها بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال.

وقد نشرت أبحاث هذه المرحلة خلال الحرب العالمية الثانية مثل أبحاث "لازرسفيد" Lararsfed (1942 ، 1944 ، 1949) و "هيرزوج" Herzog (1942) ، والتي تناولت برامج المسابقات والإشباع الذي يوفره الاستماع إلى المسلسلات اليومية الاجتماعية مثل Opera ،sopa والتي تذاق في فترة الظهيرة.

وهناك دراسة " لساتشمان" Suchman عام 1942 م ، عن دوافع الاستماع إلى الموسيقى الكلاسيكية بالراديو ، وهناك أيضا دراسة " برلسون" Berelson عام 1949م ، حيث استخدم مدخل الاستخدامات والإشباع في أحد الدراسات الكلاسيكية أثناء إضراب إحدى الصحف

اليومية، وتوصل إلى أن الصحف اليومية تحقق الوظائف التالية :إعطاء المعلومات وتفسير الشؤون العامة، إعطاء مكانة اجتماعية، تحقيق التواصل الاجتماعي، واستخدامها كأحد الطقوس في حياة الفرد.¹

¹محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 273.

وقد تميزت البحوث والدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات في هذه المرحلة بعدد من السمات أهمها:

✓ اهتمت هذه الدراسات بالإشباعات والحاجات، لكنها لم تحاول اكتشاف العلاقة بين الإشباعات التي تم الوصول إليها وبين الأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تم إشباعها ، وكذلك العلاقة المتبادلة بين وظائف وسائل الإعلام سواء بشكل كمي أو وصفي.

✓ تشابهت هذه الدراسات في المدخل المنهجي حيث كانت العبارات التي تستقي من المبحوثين والتي تعبر عن وظائف وسائل الإعلام يتم الحصول عليها من خلال الأسئلة المفتوحة، كذلك شاركت هذه البحوث في الاهتمام بالمدخل الكيفي وحاولت تجميع الإشباعات في قوائم متجاهلة بشكل كبير المنهج الكمي، و توزيع تلك الإشباعات تكرارياً بين المبحوثين.²

✓ اهتمت دراسات هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام والتي تحكم اختبارها للأشكال المختلفة من محتوى هذه الوسائل.

✓ قلة ارتباط هذه الدراسات بالجوانب النظرية لأنها نبعت من الحاجات العلمية لناشري الصحف والقائمين على المحطات الإذاعية لمعرفة جماهيرهم من أجل تقديم خدمة أكثر كفاءة.

¹حسن عماد مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق ، ص 256.

2. المرحلة الثانية: المرحلة العملية Operationalization Phase

أكدت الدراسات التي تمت في هذه المرحلة على الاستخدام العملي الميداني للمتغيرات الاجتماعية والسيكولوجية، والتي يفترض أن توضح الأشكال المتباينة في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.¹

وتضمنت هذه المرحلة مجموعة من الدراسات منها دراسة "ريليز" Rileys عام 1951م والتي أكدت أن الأطفال الذين لديهم أصدقاء يتكاملون معهم بشكل جيد يستخدمون قصص المغامرات بشكل مختلف عن الأطفال المنعزلين اجتماعيا، وكذلك دراسة "فريدسون" Fredson و "جونستون" Johnstone عام 1953م، والتي وجد فيها أن القوة النفسية للتعلق بالآباء والأقران يمكن أن تؤدي لأنماط مختلفة من استهلاك وسائل الاتصال.

ومن أبرز الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة كانت دراسة كل من "شرام" Schramm و"لايل" Lyle و "باركر" Parker عام 1961 والتي استهدفت التعرف على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى أنماط استخدام وسائل الإعلام وإشباعها، وخلص الباحثون فيها إلى أن استخدام الأطفال للتلفزيون يتأثر بمقدرتهم الذهنية وعلاقتهم بالوالدين وعلاقة الأطفال بنظرائهم والرغبة في التسلية والترفيه والرغبة في تقليد الكبار.

وكانت أهم السمات التي ميزت هذه المرحلة هي:

- ✓ تميزت هذه المرحلة ببداية وضع نماذج لبحوث إشباع وسائل الاتصال الجماهيرية (13) وكانت على شكل قوائم بالوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام لجمهورها مثل الوظائف التي طرحها "لازويل" Lasswell عام 1948م.
- ✓ ربطت الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة بين استخدام وسائل الإعلام والوظائف التي تؤديها هذه الوسائل، ورغم أن هذه الدراسات لم تكن مصممة أساسا لكي تبحث في الاستخدامات والإشباع إلا أنها ساهمت في تطوير المفهوم الوظيفي لوسائل الإعلام.

¹ نفس المرجع السابق، ص 258.

✓ كانت هذه الدراسات استنباطية أكثر منها استقرائية ، حيث تم استنتاج الإشباعات المرتبطة بسلوكيات الأفراد أكثر من اكتشافها بشكل محدد كما هو في دراسة "ويس" Weiss.

✓ أظهرت دراسات هذه المرحلة قياس استعداد الجمهور للحصول على إشباعات معينة من مضمون الوسيلة باستخدام التحليل الكمي.

3. المرحلة الثالثة: مرحلة التفسير Explanation Phase

يرى "كاتز" و"بلومر" أن هذه الدراسات في هذه المرحلة عملت على استخدام المادة العلمية التي وفرتها الدراسات في المراحل السابقة لمدخل الاستخدامات والإشباعات وذلك لشرح وتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور ويرجع تاريخ هذه المرحلة إلى أوائل السبعينيات ، وأبرز الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة هي دراسة "روز نجرين" و"ويندال" Rosengren and Windahl عام 1972م التي تضمنت العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مثل : التعويض - التجارب البديلة - التفسير - التوحد مع المحتوى .وكذلك دراسة "ماكويل" McQuail و"بلومر" Blumler و"براون" Brown والتي وضعوا فيها إطارا لاستخدامات التلفزيون ، ودراسة "جرينبرج" Greenberg عام 1974م التي استهدفت التعرف على دوافع التعرض للتلفزيون ودراسة "ليفني" Levy عام 1978م حول أسباب التعرض للأخبار التلفزيونية ودراسة "روبين" Rubin عام 1979م حول استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون ، ودراسة DeBock حول الارتباط الذي يصيب المشاهد نتيجة حجب السبق الصحفي في الأخبار التلفزيونية، ودراسة "جيمس لو" Lull عام 1980م حول الاستخدامات الاجتماعية للتلفزيون ودراسة "كومبيسي" Compesi عام 1980م حول الإشباعات التي تحققها المسلسلات التلفزيونية¹.

¹محمد بن مسعود البشر ، مقدمة في الاتصال السياسي ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 2008 ، ص 58.

وكانت أهم السمات المميزة لهذه المرحلة:

- ✓ تمكنت الدراسات في هذه المرحلة من جعل كثير من الخطوات المنطقية التي كانت ضمنية في البحوث الأولى، إلى مسائل قابلة للقياس وبمعنى آخر إيجاد وسائل قياس للمفاهيم.
 - ✓ ركزت الدراسات في هذه المرحلة على الدوافع وتم تناول وسائل الإعلام من منظور إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية، ومثلت الفروض التي افترضها "جرينبرج" والخاصة بوعي الجمهور بدوافعه لاستخدام وسائل الاتصال بؤرة الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة.
- ثالثاً: الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات:**

يعتمد مدخل الاستخدامات والإشباعات على ستة فروض وهي:¹

1. إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
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 دائماً تحديد حاجاتهم 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 الوسائل فقط.
6. تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد، مثل قنوات الاتصال الشخصي كالأندية أو السينما أو غيرها، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام من خلال قنوات ووسائل أخرى.²

¹ نفس المرجع السابق، ص59.

² نفس المرجع السابق، ص59، 60.

وعليه يحقق منظور الاستخدام والإشباع ثلاث أهداف رئيسية وهي :

- ✓ الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، حيث أنهم أعضاء في جمهور نشط يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته.
- ✓ الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة من وسائل الإعلام.
- ✓ تسهم النتائج التي يتم الحصول عليها من استخدام وسائل الإعلام، إلى فهم أعمق لعملية الاتصال الجماهيري.

رابعاً: عناصر مدخل الاستخدامات والإشباع:

يمكن بلورة عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع فيما يلي :

الجمهور النشط :حيث يؤكد باحثو الإستخدامات والإشباع أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين ، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام ، وقد حدد" جونتر" أبعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط الآتية:¹

1. **الانتقائية "Selectivity"**: فالجمهور وفقاً لنظرية الإستخدامات والإشباع لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة ، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل.
2. **العمدية "Intentionality"**: حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.
3. **المنفعة "Utility"**: استخدام جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.
4. **عدم السماح بفرضية التأثير "Imperviousness to influence"**: الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد، كما يؤكد باحثو هذه النظرية ، أنه إيجابي ونشط ويوجه

¹مرفت طرابيشي ، عبد العزيز السيد ، مرجع سابق ، ص 266.

اختياراته بناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

5. الاستغراق "Involvement": وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها.

ويرى "بالمجرين" Palmagreen أن الجمهور يكون نشطا من خلال:

✓ الانتقاء : هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الإتصالي ، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

✓ الاستغراق: هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض، ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

✓ الإيجابية : بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل ورسائل الإعلام ، وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر - الخاصة بإيجابية الجمهور - أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام¹.

الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: لقد أدى ظهور مفهوم الادراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من إستخدامات وسائل الإعلام.

وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة ، و المستوى التعليمي، الاجتماعي، الاقتصادي.

¹حسن مكايي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سبق ذكره ، ص 244.

دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام :وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساسا في : حاجات معرفية ، حاجات عاطفية ، حاجات اجتماعية ، حاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه، يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر.

أما عن الدوافع فيقسمها " روبن "إلى فئتين هما :

✓ **الدوافع الوظيفية (النفعية) :** تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، ولسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجته من المعلومات والمعرفة.

✓ **الدوافع الطقوسية :** وتستهدف تمضية الوقت ، التنفيس والاسترخاء ، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات.

توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لإشباع حاجاته من خلال التعرض إلى وسائل الاتصال ، وهو مفهوم يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث أنه إذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية أخرى طبقا لاحتياجاتهم ، فلا بد أن يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدايل تكون أكثر إشباعا لاحتياجاتهم ، حيث أن السلوك الاتصالية للأف ا رد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك مساهمة في إشباع احتياجاتهم المختلفة.

وقد عرف مفهوم التوقع من عدد كبير من الباحثين، ومنها تعريف " ماكلويد"Maclouid" و"بيكرBaker" القائل بأن **التوقع:** هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها "كاتز Katz" بأنها :مطالب الجمهور من وسائل الإعلام ، وكذلك أن التوقع هو الإشباع الذي يبحث عنه الجمهور¹.

إشباع وسائل الإعلام: يتم وفق مدخل الاستخدامات والإشباع أن يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية المتاحة أمامه ومن مضامينها ، ما يمكن أن يشبع حاجاته ويلبي رغباته ،

¹مرفت طرابيشي ، عبد العزيز السيد ، مرجع سابق ، ص 268.

بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات، وهناك امكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة ، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباعات مختلفة، مثل التنفيس والتخلص من الملل، والقلق والهروب من المشكلات اليومية.

أما برامج الأخبار والمعلومات فتحقق إشباعا معلوماتيا يتمثل في الحصول على المعلومات والخب ا رت والمها ا رت، وتتأتى الإشباعات (المطلوبة والمتحققة) من الوسائل الاتصالية من خلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الإعلامية من خلال التعرض إلى مضامين برامجية محددة ، أو تتمثل في التعرض لوسيلة إعلامية معينة ، ومن شأن ذلك أن يشبع احتياجات معينة للفرد المشاهد، مثل الترفيه والتنفيس والاسترخاء والهروب من مشكلة ما أو تتمثل أيضا في الإطار المجتمعي عند المشاهدة، كأن يكون التعرض للوسيلة من خلال المشاركة مع آخرين كأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد¹.

خامسا: الأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات لتحقيقها:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى ترسيخ وشرح مفهوم "الجمهور النشط" الذي تقوم عليه في الأساس، إضافة إلى أهداف أخرى نذكر منها:

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري² .
4. الكشف عن "الإشباعات المختلفة "من وراء هذا الاستخدام.

¹ نفس المرجع السابق ، ص 269.

² السعيد بومعزة : اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب ، مرجع سبق ذكره ، ص58.

5. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.

6. معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

سادسا:النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعرض مدخل الاستخدامات والإشباعات للعديد من الانتقادات بالرغم من أنه أثبت تفوقه في توصيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور بسبب غموض اطار النظري ولأجل ذلك يجب مراعات بعض المفاهيم وافتراضات هذا المنظور آخذين بعين الاعتبار أكثر الانتقادات ذيوعا وهي التي اوردها "ماك كوايل" وهي¹:

1. ادعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناءا على الإحتياج فقط ، وهو أمر ربما يكون مبالغ فيه، حيث أن هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.

2. كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط ، الذي يسعى لتحقيق اهداف محددة واشباع حاجات بعينها كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار، فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي، يحدده وجود وسيلة إتصالية واحدة، ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الإتصالي المعروض.

3. إن هناك جدلا وتساؤلا حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية، التي يتم فيها القياس ، وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة.

¹فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله، مرجع سبق ذكره ، ص 31 ، 32.

4. إن المدخل لم يفرق بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، والإشباع التي تحققت عند المشاهدة، علما أن هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.

5. لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح، حيث أنه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثنائها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة.

6. عدم الاتفاق على مصطلحات النظرية، ومن ثم توظيفها وربطها بال نماذج المختلفة للإشباع.

7. دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الأنترنت، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها¹.

سابعا: اسقاط نظرية الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة :

من خلال اعتمادنا على سند نظري ترتكز عليه دراستنا فقد تم تحديد تساؤلات الدراسة انطلاقا من نظرية الاستخدامات والإشباع والتي تقترض أن جمهور وسائل الاعلام جمهور نشط يستخدم وسائل الاعلام بوعي لتحقيق أهدافه، وإذا ما أسقطنا على دراستنا الجمهور النشط يتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يختارون وسائل الاعلام بوعي من بين مضامين البرامج السياسية المتنوعة للفضائيات الجزائرية الخاصة، وتتمثل عادات وانماط التعرض من خلال مدى تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة التي يفضلون مشاهدتها، لانهم يختارون القناة والمضمون انطلاقا من الدوافع التي جعلتهم يقبلون على مشاهدة البرامج السياسية والتي تشبع حاجاتهم ورغباتهم.

¹سعدى بن سعود بن عبد العزيز آل سعود، مرجع سابق، ص 119.

ثالثاً: نظرية فجوة المعرفة:

أولاً: مفهوم ومراحل تطور نظرية فجوة المعرفة

تمثل نظرية فجوة المعرفة طريقة جديدة في دراسات التأثير والعلاقة القائمة بين الجماهير ووسائل الإعلام حيث أنها لم تكتف بالتعرف على دور الإعلام في تزويد الجماهير بالمعلومات فقط بل حرصت على دراسة استخدام الجماهير لهذه المعرفة في بناء وتشكيل الإطار المعرفي للأفراد.

لقد ظهرت ملامح نظرية فجوة المعرفة منذ سنوات عديدة في ظل السمة الدائمة للتفاوت الطبقي، وخصوصاً في العقدين الماضيين نتيجة النمو السريع للانقسامات الاجتماعية، ونبعت بين من يملك ومن لا يملك، وتعد دراسة هيمنان و شيتسلي "Hyman & Sheatsley" (1947) من أول المؤشرات التي دعمت الاعتقاد بأن وسائل الإعلام لا تنقل المعلومات إلى جميع فئات الجمهور بنفس الدرجة، رغم كثافة التغطية الإعلامية، وتنوع المعلومات التي تقدمها كأول إشارة إلى فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور كما أوضحت دراسة ستار وهجز "Star & Huges" عام (1950) أن الحملة الإعلامية للتعريف بالأمم المتحدة كانت ذات أثر معرفي ضئيل، حيث لم يتأثر مستوى معرفة الأفراد بعد الحملة وعن قبلها، كما أن الحملة لم تنجح في توصيل المعلومات إلى جميع أفراد المجتمع وتعتبر دراسة روبنيسون "Robinson" عام (1967) من أهم الدراسات في فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليماً ومتابعة لوسائل

الإعلام مقارنة بالأفراد الأقل تعليماً والأقل متابعة، وبالتالي الأقل معرفة بما يثار في الوسائل الإعلامية من قضايا مختلفة¹.

ولقد ظهرت نظرية فجوة المعرفة بمفهومها الكامل وفرضياتها لأول مرة عام (1970) من خلال الدراسة التي أجراها ثلاثة من الباحثين هم تيشنور ودونوهيو وأولين " P.J Tichenor , G.A.Donohue & C.N.Olien " ، بعنوان " تدفق المعلومات خلال وسائل الإعلام، والاختلافات المعرفية " بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة في المجتمع، والتي تؤدي بدورها جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع، أكثر قدرة على اكتساب المعلومات بشكل أفضل من الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض، وبالتالي فإن ازدياد المعلومات ينتج عنه توسيع فجوة المعرفة بدلاً من محوها، كما هو متوقع من وسائل الإعلام كنظام فرعي في المجتمع².

ثانياً: الفرضية التي تعتمد عليها هذه النظرية:

طرح كل من " تيشنر " و"دونو " و" أولين " & " Tichenor, Donohue, & Olien " مفهوم فرضية فجوة المعرفة عام

(1970) في دراسة لهم بعنوان " تدفق المعلومات عبر وسائل الإعلام، والاختلافات المعرفية " وكان قد افترض فريق البحث الفرضية التالية:

"يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من

¹حسن مكاي وليلى السيد : مرجع سابق ، ص 399.

²محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 296.

الفئات ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلاً من النقصان¹.

وتؤكد هذه الفرضية أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

ويرى "تشنر" وزملاؤه "Tichenor" أن فرض فجوة المعرفة لا يعني أن الطبقات الفقيرة في المجتمع لن تتوفر لها المعلومات بشأن القضايا والأحداث المثارة، وإنما يعني أن نمو المعرفة يزداد نسبياً بين الفئات العليا اجتماعياً واقتصادياً، كما يعتبرون أن التعليم مؤشر مقبول لتصنيف الأفراد إلى فئات اجتماعية واقتصادية مرتفعة ومنخفضة. وأن الناس من ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع أو المنخفض يكتسبون المعرفة بسبب المعلومات الإضافية، لكن الأشخاص من ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يكتسبون معرفة أكبر. وهذا يعني أن الفجوة المعرفية بين الفئتين سوف تزيد.

ثالثاً: تطوير فجوة المعرفة وأهم المتغيرات المؤدية للفجوة المعرفية:

إن الفرض الرئيس لفجوة المعرفة هو متغير الفروق الاجتماعية والاقتصادية بين الأفراد، ولكن من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة حول الفجوة المعرفية يتضح أن الباحثين قد رصدوا عدداً من المتغيرات التي قد تتسبب في إحداث الفجوات المعرفية وتؤدي إلى توسيعها أو تضيقها والتي بدورها اعتبرها الباحثون تطويراً لفرض فجوة المعرفة، وكان "روجرز" أول من اقترح ضرورة إعادة صياغة فرض فجوة المعرفة عام 1976 ليطبق على التأثيرات السلوكية والاتجاهية بدلاً من التأثيرات المعرفية، ويشمل الاتصال الشخصي بدلاً من التركيز على وسائل الإعلام الجماهيرية فقط، وأن الفجوة المعرفية ليست بالضرورة أن تحدث بين الفئات الأعلى والأدنى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي. (12) وأكد بعض الباحثين أن هناك

¹صلاح عبد اللطيف، غازي زين عوض الله (1411هـ): دراسات في الصحافة المتخصصة، جدة، الإعلامية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، ص24.

متغيرات يفوق تأثيرها متغير التعليم كمؤشر للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في إحداث الفجوات المعرفية، وسنستعرض أهم المتغيرات التي اعتمدت بحوث فجوة المعرفة على قياسها ابتداءً من المستوى الاجتماعي الاقتصادي والتعليمي¹:

1. المستوى الاجتماعي الاقتصادي: يعد المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتغير الأساسي في نظرية فجوة المعرفة، وتوصلت معظم دراسات فجوة المعرفة إلى أن الأفراد ذوي المستوى الأعلى اجتماعياً واقتصادياً يكتسبون المعرفة المتعلقة بالشئون العامة بمعدل أسرع من الأفراد ذوي المستوى الأقل اجتماعياً واقتصادياً، ويبنى فرض فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاجتماعية الاقتصادية هي المحدد الرئيسي لقياس أثر تعرض الجمهور لرسائل وسائل الإعلام.

2. المستوى التعليمي: يعد التعليم مؤشراً كافياً لتحديد المستوى الاجتماعي الاقتصادي في معظم الدراسات التي اختبرت فرض الفجوة المعرفية، حيث يرتبط مستوى التعليم في المجتمعات الأجنبية، بارتفاع المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأفراد، ولكن يختلف الأمر في المجتمعات النامية، ويرجع ذلك لاختلاف طبيعة تلك المجتمعات، فالتعليم ليس مؤشراً كافياً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث لا يعني ارتفاع التعليم بالضرورة ارتفاع المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

3. درجة الاهتمام: أكد جينوفا وجرينبرج "Genova & Greenberg" أنه ينبغي إعادة صياغة فرض فجوة المعرفة على أساس متغير الاهتمام الذي يعتبر متغيراً أساسياً في إحداث الفجوات المعرفية أكثر من التعليم كمؤشر للمستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث يسمح الاهتمام باكتساب مزيد من المعلومات التي تقدمها الوسائل الإخبارية، وبالتالي إيجاد الفجوة المعرفية، من منطلق أن التعليم تقدمها الوسائل الإخبارية، وبالتالي إيجاد الفجوة المعرفية، من منطلق أن

¹ نفس المرجع السابق ، ص 173.

التعليم قد يوسع المجال العام لاهتمامات الفرد ولكنه ليس من الضروري أن توجد اهتمامات متجانسة بين الأفراد من ذوي المستوى التعليمي الواحد مرتفعاً كان أم منخفضاً.¹

4. حجم التعرض لوسائل الاتصال: يلعب التعرض دوراً رئيساً في إحداث الفجوات المعرفية وتضييقها أو توسيعها، فقد توصلت عدد من الدراسات إلى أن دافع البحث عن المعرفة هو المتغير الأساسي الذي يؤدي إلى ضيق الفجوات المعرفية، ولكن لا يكفي أن يكون هناك دافع للبحث عن المعلومات ما لم يتم الفرد بالتعرض للمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام. إذ أكدت بعض الدراسات السابقة أن هناك علاقة ارتباط بين حجم التعرض لوسائل الإعلام وحجم اكتساب المعلومات والمعرفة.

6. المتغيرات الديموغرافية: أكدت بعض الدراسات السابقة وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومستوى المعرفة التي يكتسبها الأفراد من وسائل الإعلام، وتشمل المتغيرات الديموغرافية كلاً من السن والنوع.²

7. نوع الوسيلة: توجد اختلافات نوعية في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات ونشرها، حيث أظهرت بعض الدراسات السابقة أن الصحف تعمل أن الصحف تعمل على توسيع الفجوات في حين أن التلفزيون يعمل على التقليل من حدتها.

¹سعدى بن سعود بن عبد العزيز آل سعود ، مرجع سابق ، ص 125.

²نفس المرجع السابق : ص 126.



الفصل الثالث

التلفزيون والفضائيات الخاصة



تمهيد

أولاً: الفضائيات التلفزيونية.

1. نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها.
2. أنواع الفضائيات التلفزيونية.
3. وظائف الفضائيات التلفزيونية.
4. خصائص الفضائيات التلفزيونية.
5. أهمية الفضائيات التلفزيونية و تأثيرها على المجتمع.
6. أهداف الفضائيات التلفزيونية.
7. ايجابيات وسلبيات الفضائيات التلفزيونية.

ثانياً : الفضائيات الجزائرية الخاصة.

1. تعريف الفضائيات الخاصة.
2. دوافع ظهور الفضائيات الخاصة.
3. أنواع الفضائيات الخاصة.
4. قطاع السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري.
5. نبذة تاريخية عن نشأة و تطور الفضائيات الجزائرية الخاصة.
6. أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة.
7. تعريف الفضائيات الجزائرية الخاصة.
8. أنواع الفضائيات الجزائرية الخاصة.

خلاصة

تمهيد

لقد ساهمت ثوره التكنولوجيا في تنامي وزيادة قوة الإعلام الفضائي وذلك من خلال تطور شبكة الانترنت والقنوات الفضائية من بين الوسائل التي ساعدت على هذا التطور الأقمار الصناعية التي أحدثت ثورة في الاتصالات السلكية واللاسلكية وأتاحت نقل الإشارات التلفزيونية من أماكن البث إلى المنازل مباشرة.

لقد أصبحت القنوات الفضائية التلفزيونية متعددة بتعدد السياسات الإعلامية وزادت أهميتها ليس على الصعيد الإعلامي فقط وإنما على جميع الأنساق الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية، ونتيجة لهذا برزت على الساحة الإعلامية ظاهرة التعددية الإعلامية والقنوات الخاصة وظهرت بذلك العديد من القنوات الجزائرية الخاصة.

من خلال ما تطرقنا إليه سنتناول في هذا الفصل نشأة الفضائيات في العالم إضافة إلى أنواعها ووظائفها وخصائصها وأهميتها وأهدافها إيجابياتها وسلبياتها وحتى نتعرف أكثر على القطاع السمعي البصري في الجزائر سنقف على نشأة وتطور الإعلام السمعي البصري ونشأة القنوات الخاصة وأسباب ودوافع ظهورها وأنواعها.

أولاً: الفضائيات التلفزيونية

1. نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها:

كانت بدايتها الأولى في سنة 1945م حيث قام كاتب قصص الخيال العلمي " آرثر كلارك " بنشر مؤلفة "أودسية الفضاء 2001" ومن خلاله وصف نظامها للاتصال عبر الأقمار الصناعية، ومن هنا جاءت فكرة استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصال لتظهر عدة محاولات لإطلاق أقمار صناعية قادرة على نقل الإشارات التلفزيونية والهاتفية.

وأنت الفكرة التي استغل فيها الإنسان الفضاء اتصاليا وإعلاميا لتمثيل متغيرا كبيرا في حياة الأفراد والشعوب والدول، نتج عنه متغيرات بجميع وسائل الإعلام والاتصال ودعمت مركزية التلفزيون والصورة الموافقة للأحداث على مستوى العالم كله ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الاعلامية المصورة إلى مداراتها فقد ظهر التلفزيون الفضائي في كل من الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الامريكية كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل: فرنسا، الصين، اليابان.¹

وقد أدت أقمار البث الفضائي التلفزيوني في الثمانينات إلى حدوث تغيرات ملموسة على الاتصال التلفزيوني الذي أطلق عام 1988 ويث ارسال القناة TDF، وهناك العديد من أقمار البث التلفزيوني في أوروبا منها:

- القمر الفرنسي سنة 1993.

- القمر الألماني للبث سنة 1989 وانتشر بشكل كبير وعرف تطورا يتيح اىصال البث مباشرة كونه يتيح بثا ذي نوعية جيدة، فإن جهاز البث الفضائي كونه مستقبلا ومفسرا لشفرة البث الرقمي.²

¹ هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دط، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2005، ص12.

² سعد لبيب، العرب وأقمار البث التلفزيوني، دط، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001، ص38.

ولقد تطور استخدام القنوات الفضائية بعد ذلك حيث أدخلت عليها تحسينات كبيرة وسارعت الدول في انتقائها معجزة القرن حيث بدأت التأثيرات على المشاهد بشكل واضح متأثرة في تفكيره وعلى ثقافته وسلوكه، وأصبحت القنوات الفضائية هي وسيلة اتصال الأكثر انتشاراً أو الأوسع مدى والأكثر جذبا وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة، وقد حاولت فضائيات الإعلام اليومي من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية وغيرها.¹

2. أنواع القنوات الفضائية التلفزيونية:

يمكن تقسيم القنوات الفضائية التلفزيونية وفق معايير مختلفة، فيمكن أن تقسم عبر الأقمار التي تبث منها ويمكن تقسيمها وفق أنواع البث أو وفق تخصص القنوات ويمكن تقسيمها أيضا وفق اللغة المستخدمة في البث فعلى العموم التقسيمات التي تصنف بها القنوات الفضائية عديدة ومتنوعة ونذكر من بينها ما يلي:

2-1. القنوات المصنفة حسب الإنتاج: ويقسم هذا التقسيم بدوره إلى:

- ✓ القنوات الفضائية التي تلجأ إلى ما يسمى بالمنتجين المنفذين وذلك بتكليف مؤسسات خاصة بالإنتاج لإنتاج المواد الإعلامية التي تحتاجها القناة.
- ✓ القنوات الفضائية التي تتولى الإنتاج بنفسها وهي تلك القنوات التي تتولى الإنتاج لنفسها وذلك بالاعتماد على مراكز الإنتاج الخاصة بها.

2-2. القنوات الفضائية المصنفة حسب مصادر تمويلها: وينقسم هذا التصنيف بدوره إلى:

- ✓ القنوات الفضائية الحكومية: حيث تمول مثل هذه القنوات من قبل الحكومة التي تخصص لها ميزانية خاصة بها كونها تعد مؤسسة من مؤسساتها وتابعة لها وتعرف هذه القنوات عموما بالقنوات العمومية.

¹ نفس المرجع السابق، ص 39.

✓ **القنوات الفضائية الخاصة:** ويعتمد هذا النوع من القنوات في تمويله على القطاع الخاص بشكل مباشر سواء كان ذلك من قبل رجال الأعمال أو عبر الأسهم التي تطرح غالبا في البورصة.

✓ **القنوات الفضائية التي يشارك في تمويلها كل من القطاع الخاص إلى جانب الحكومة:** حيث تمنح الحكومة تراخيص لتلك القنوات التي يشارك في تمويلها القطاع الخاص بنسبة معينة.

2-3. **القنوات الفضائية المصنفة حسب المضمون:** وتنقسم القنوات المصنفة حسب المضمون إلى:

✓ **القنوات العامة:** وهي تلك القنوات التي تتميز بتقديم كافة أنواع البرامج المختلفة إلى الجمهور.

✓ **القنوات المتخصصة:** وهي تلك القنوات التي تقدم مضامين إعلامية محددة مثل القنوات المتخصصة في الأخبار، الطبخ، الرياضة وغيرها من القنوات المتخصصة في مجالات محددة.¹

2-4. **القنوات الفضائية المصنفة حسب الجمهور المستهدف:** وهي تلك القنوات التي تستهدف الوصول إلى قطاع معين من الجمهور يتميز بصفات وخصائص مشتركة بحيث تقدم له مواد إعلامية تلائم خصائصه وسماته مثل القنوات التعليمية.

3. وظائف القنوات التلفزيونية الفضائية:

أولى منظرو الإعلام والاتصال اهتماما متزايدا في تحديد الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام وقد حددها "هارولد لاسويل" في ثلاث وظائف تمثلت في:

¹سعود صيف ليندة، الإعلام الإخباري في الفضائيات، ط 1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، ص 12-13.

- ✓ **وظيفة مراقبة البيئة:** ونعني بها تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء في خارج المجتمع أم داخله وتقديم إنذارات حول المخاطر والتهديدات الوشيكة على نظام قيم الجماعة وأقسامها.
- ✓ **وظيفة الترابط:** وتعني تفسير وتحليل الأحداث التي تقع في البيئة وتوجيه السلوك كرد فعل لهذه الأحداث وربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة المحيطة به وهذا ما يعني إيجاد الرأي العام.
- ✓ **وظيفة نقل التراث الاجتماعي:** إذ يعتمد التراث الثقافي أساسا على توصيل المعلومات والقيم والمعايير من جيل لآخر ومن جماعة لأخرى.
- أضف إلى الوظيفة الرابعة التي أضافها عالما الاجتماع "لازار سفيلد وروبرت ميرتون" والتي تتمثل في وظيفة التسلية.¹
- ❖ إضافة إلى هذا تسعى القنوات الفضائية إلى تحقيق جملة من الوظائف يمكن إيجازها فيما يلي:
- ✓ **الوظيفة الإعلامية والإخبارية:** تتمثل هذه الوظيفة في جمع الأخبار ومعالجتها ونشرها إلى الجماهير الواسعة والمنتشرة.
- ✓ **الوظيفة التربوية:** تعمل هذه الوظيفة على نشر المعرفة والثقافة وتكوين شخصية الفرد وصقلها واكتساب المهارات.²
- ✓ **وظيفة التفاعلية الاجتماعية:** تتركز هذه الوظيفة في حاجة الفرد إلى الانتماء والحوار والتواصل مع الآخرين.
- ✓ **الوظيفة الترفيهية:** تعمل هذه الوظيفة على تحقيق غرض الراحة والترفيه للجماهير والهروب من المشكلات اليومية.

¹ طه أحمد الزيدي وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته، ط 1، الأردن، دار النفائس، ص30.

² محمد حيدر الشيخ، صناعة التلفزيون في القرن العشرين، دط، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ص22.

✓ **الوظيفة الإعلامية والتسويقية:** تعمل هذه الوظيفة على الترويج لجميع البضائع المباحة وبأساليب مباحة.¹

✓ **الوظيفة السياسية للتلفزيون في عصر القنوات الفضائية:**

يشهد العالم اهتماماً متزايداً بمهنة الإعلام ، كما ويشهد تطوراً في وسائل الإعلام وتنوع أساليبه حتى وصل الأمر الى مرحلة دخول الأقمار الصناعية وما ارتبط بها من أجهزة وأساليب حديثة الأمر الذي أدى الى تمكين الإعلام من تحقيق خطوات كبيرة على مدى أوسع وأعمق ، مما يعكس تأكيداً عاماً على أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام في معالجة القضايا المختلفة سياسية كانت أم اقتصادية أم اجتماعية.

يعد الإعلام اليوم بفلسفته الواسعة ووسائله المتطورة وما يقدمه من مضامين من بين أقوى الأساليب التي تعين الإنسان على معايشة عصره والتفاعل معه كما وي طرح منجزات الحضارة والثقافة وما تحمله من قيم علمية وعملية وتوصيلها الى مستويات الجماهير وتنفيذ ذلك الى العقل والوجدان وهو يعمل على استيعاب القيم والمفاهيم العصرية ويتولى تقديمها الى الجمهور.

ولقد تعددت وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة كالكتب والصحف والإذاعة والسينما والتلفزيون والانترنت والمؤتمرات وهي وسائل عرفت البشرية في أطوارها الحديثة وبنيت كلها على حب الاستطلاع الإنساني الذي تواءم بتأثير التطور التجاري والسياسي والتكنولوجي وما جاءت به الثورة المعلوماتية التي أدت سيطرتها الى انتشار وسائل الإعلام الجماهيري كافة بصورة لم يسبق لها مثيل بحيث أضحي العالم وبفضل هذه التطورات قرية كونية واحدة تجمع أمماً وشعوباً وحضارات مختلفة كل حسب موروثاته التاريخية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

تلعب وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية دوراً كبيراً في التأثير على جمهورها في أثناء استخدامها كوسائل إقناع تقوم بالاستمالة العاطفية والعقلية على حد سواء بحيث أضحت بيد القوى السياسية أداة ل:

¹ طه أحمد الزبيدي وآخرون، مرجع سابق، ص 31.

- ✓ ترويج خطابها السياسي.
- ✓ التأثير على اتجاهات الرأي العام المحلي الإقليمي والعالمي.
- ✓ التمهيد للظروف التي تسبق صناعة القرارات السياسية وإدارة الأزمات.
- ✓ ممارسة الحرب النفسية أثناء الحروب والصراعات.
- ✓ ترويج الأفكار الدعائية والتأثير على الجماهير.
- ✓ التنشئة السياسية للجماهير.

فضلا عن الوظائف العامة الأخرى التي تؤديها مثل الإعلام والتعليم والترفيه ، لذلك تعطي الأنظمة والتيارات السياسية أهمية كبيرة للسيطرة عليها.

أتاحت الخصائص التي يتمتع بها التلفزيون للحكومات والسلطات السياسية كافة إمكانية توظيفه للأغراض السياسية ونقل الوقائع السياسية بواسطته إلى عامة الشعب والمساهمة في إشراك الجماهير في تأسيس دعائم البنية السياسية والمشاركة في العملية السياسية وتعبئة الرأي العام تجاه القضايا والأحداث المختلفة.

تتضح قوة التلفزيون السياسية في الصورة الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية ؛ ويقوم بالتأثير أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحياة الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى بناء التأثيرات على إنها عمليات تفاعل بين الرسائل والمتلقين.¹

ويبرز التلفزيون من بين هذا العدد المهم من وسائل الإعلام بوصفه أهم أداة اتصال فعالة في الوقت الراهن جاء نتيجة توحيد نظام ترميز المعلومات وانصهارها وتداخل بعضها مع البعض الآخر ، الأمر الذي أدى الى ميلاد قطاع جديد هو قطاع الأجهزة الإعلامية المتعددة الوسائط MultiMedia وفي هذا القطاع الجديد تمحى الحدود الفاصلة بين المعلوماتية ووسائل الاتصال عن بعد والوسائل السمعية والبصرية.

¹-سعد لبيب، مرجع سبق ذكره ، ص 60

يحاول التلفزيون وضمن هذه المعطيات الجديدة وبوصفه أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري الوصول الى الناس والتأثير فيهم وتوجيه سلوكهم بشكل محدد عن طريق الاستهواء والإقناع وبآليات محددة ، ولما كان التلفزيون يزاول نشاطه هذا داخل حدود المجتمع فهو يرجو من ذلك المساهمة في التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية وخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة وتلقين العلوم والتوعية الشاملة وتنمية الاتفاق بين الأفراد والجماعات والمحافظة على منظومة القيم السائدة وتدعيمها.

يمكن تشخيص الآثار الاتصالية لبرامج التلفزيون وتحديد عناصر القوة التي تسهل مهمته في نقل الأفكار والخبرات والإشكال الاتصالية بما يأتي:

1. ان التلفزيون من الوسائل الاتصالية الأساسية للمشاهد في تلقي عناصر الثقافة عن طريق ما يوفره من مزايا (اللون) و (الصورة) و (الحركة) و (التقريب) وتحريك الأشياء.
2. يمتلك القدرة على تحقيق سبق الصحفي ونقل الإحداث ، كما له القدرة على التأثير في المتلقين بشكل اكبر بحكم واقعية عملية التغطية التي يمارسها بفضل الصورة التي تعبر عن الإحداث بواقعية ومصداقية اكبر.
3. قدرته على مخاطبة جميع الفئات والشرائح وبمختلف المستويات الى جانب تخطيه الحواجز الجغرافية فضلاً عن قدرته على الإقناع بحكم العناصر الفنية (الإخراجية) التي يستخدمها.

ويرى خبراء الإعلام ان التلفزيون بفضل تلك المزايا قد يكون أفضل الوسائل في مجال نشر التكنولوجيا وتولي أدورا مهمة في التعليم والتثقيف والإخبار والترفيه وتنمية الذوق ودعم الوحدة الوطنية والتفاهم الدولي.

ويتبين ان قدرة وسائل الإعلام عموماً والتلفزيون خصوصاً على مخاطبة الرأي العام تنتج له فاعلية واسعة في مختلف المجالات وأهمها في المجال السياسي . فلم يعد ثمة شك في ان التلفزيون ينظر اليه في اغلب دول العالم على انه أداة بيد السلطة ، تستخدمها لتحقيق أغراضها السياسية وغير السياسية وتفرض عليها سيطرة مباشرة او غير مباشرة وهذا ما يؤكد الباحث

الفرنسي (فرنان ترو) حيث يرى "انه لا حرية للمؤسسة في مكان في قطاع الإذاعة والتلفزيون حسب مفهوم الاقتصاد الحر ، فضلاً عن تأثير النظام السياسي والاقتصادي العام ثمة أسباب خاصة لتدخل الدولة ، اما لجهة نتائج هذا التأثير او لتعزيزها ، وهذه الأسباب تخضع لمقتضيات طبيعة الموجة وطولها ولتنوع المهام الاجتماعية وأهميتها ولكلفة الإنتاج".

لقد شهد البث التلفزيوني تطوراً هائلاً في المجال التقني المتمثل بالبث المباشر عبر الأقمار الصناعية، واستخدام الحاسب الآلي في نقل وتخزين المعلومات، بحيث أصبح المواطن في الوقت الحاضر على إطلاع كامل بكل ما يجري من أحداث في البيئة السياسية على المستوى المحلي والعالمية. إن هذا التطور أدى إلى عدد من النتائج التي أثرت في الأنظمة السياسية المعاصرة أهمها:

1. ازدياد قوة المواطن العادي في مواجهة السلطة السياسية ، فالمواطن في العصر الحالي أصبح أكثر إحساساً بقدرته على مواجهة السلطة السياسية، وذلك عبر اطلاعه على كل ما يجري من أحداث في نطاق العملية السياسية عبر شاشات التلفزيون، ما أدى إلى إزالة حاجز الغموض بالنسبة له.
2. أصبح المواطن في العصر الحالي يتمتع بحقوق معنوية أكثر من المراحل السابقة ، وازداد تمسكه بحق الاتصال؛ بمعنى حرية تداول المعلومات بين السلطة السياسية والمواطنين، الأمر الذي جعل من التعامل الاتصالي الذي يقوم على الحوار والإقناع ضرورة من ضرورات الممارسة السياسية، كبديل عن أسلوب العنف.
3. أدى تنامي قدرة التلفزيون، ووفرة المعلومات خاصة في المسائل السياسية إلى انهيار حاجز السرية بصدد تلك المعلومات، فلم يعد النظام السياسي قادراً على إخفاء بعض المعلومات الخاصة بالعملية السياسية حتى في الأنظمة الشمولية، ذلك أن ما يخفيه في الداخل يمكن الحصول عليه من الخارج ، وبذلك أصبح النظام مطالباً بتقديم الحقائق إلى المواطنين، والاستماع إلى آراءهم وأفكارهم¹.

¹أديب خضور، أزمة إعلام أم أزمة أنظمة، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2003 ، ص 84.

4. يتسع نطاق المواءمة السياسية أمام صانع القرار السياسي في ظل الظروف السابقة ، الأمر الذي يؤدي إلى تعقيد العملية السياسية، وهنا تبرز الحاجة إلى المؤسسات السياسية لكي تقوم بدورها في هذا المجال، وهو ما يعني إن تحديد سلطات صانع القرار قد أضحت ضرورة تفرضها الظروف الموضوعية للإدارة السياسية للمجتمع.
5. تزداد مهمة صانع القرار السياسي تعقيدا نتيجة للكُم الهائل من المعلومات التي تصله عبر التلفزيون بشأن القضايا المختلفة، في تحديد المشكلة محل القرار، وتحديد البدائل والمفاضلة في ما بينها لاختيار بدائل القرارات .
6. إن هذا التعقيد يفرض على صانع القرار السياسي الاستعانة بالخبراء والمستشارين في جميع المجالات، ما يؤدي إلى الحد من تفرد بصنع القرار، وترشيد استخدامه للسلطات الممنوحة له.

يمكن تحديد الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام عموماً وللتلفزيون خصوصاً بصفته جزءاً مهماً وأساسياً ضمن هذه المنظومة الاتصالية التي تنتقل أليها المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات وهنا لا بد من التأكيد على موضوع ومصطلح الوظيفة الذي نحن بصدد تقديمه والتداخل بينه وبين الدور والتأثيرات ، نقول وباختصار " انه بينما تهتم وسائل الإعلام بالدور العام الذي يمكن ان تؤديه ، نجد ان التأثيرات هي نتائج لهذا الدور العام وهي تخصيص وتحديد للأدوار العامة التي تؤديها وسائل الاتصال الحديثة ، فعلى سبيل المثال ، اذا كان (الترفيه) هو إحدى وظائف الاتصال الجماهيري فان هذه الوظيفة قد تحقق تأثيرات نفسية واجتماعية مختلفة عند الجمهور والتي قد تكون ايجابية او سلبية وكذلك اذا كانت عملية (الإخبار) هي إحدى وظائف وسائل الاتصال الجماهيري ، فانه يمكننا ان نجد تأثيرات متباينة لهذه الوظيفة من حيث ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور الذي يقرأ الإخبار او يسمعها او يشاهدها"¹.

يبقى الأهم والأبرز من جملة الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام هي الوظيفة السياسية ويكاد يسيطر التلفزيون وبفضل الخصائص التي يتمتع بها على باقي الوسائل الإعلامية الأخرى

¹ صالح خليل أبو الصبح ، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ، مرجع سبق ذكره ، ص 156.

بقدرته على مسرح الحياة السياسية وتوجيه مناقشات الناس تجاه القضايا التي يطرحها وتجهيز المتلقين حكماً ومحكومين بالخبرات السياسية التي يحتاجونها في تحقيق التواصل بين الاثنين.

وقد برهن بعض الباحثين على أنه يمكن فهم الحياة السياسية وتفسير ظواهرها عن طريق العملية الاتصالية كوظيفة تمثل عصب الحياة السياسية فالاتصال السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي والقرارات التي يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة ومناسبة وهي تكون كذلك إذا حصلنا عليها بواسطة أداة اتصال جديدة تعبر عن الواقع الذي نريده ، اي بعبارة أخرى إذا ما استخدم الحكام قنوات اتصال جيدة وفعالة تنقل اليهم نبض الجماهير وتطلعاتها وآراءها ومواقفها وتنقل للمواطنين تعليمات وأوامر الحكام بدقة كانت عملية التواصل بين الاثنين جيدة وتوصل عن طريقها النظام السياسي.

وقد برزت البدايات في مجال العلاقة بين وسائل الإعلام والتأثير السياسي بشكل لافت منذ مطلع القرن العشرين عندما قدم الباحث (غوستاف لوبون) تصورات عن هذه العلاقة في كتابه "علم النفس الجماهيري" إذ شرح فيه خصائص الفئات المتعددة من الجمهور وحدد الوسائل الواجب أتباعها لإقناعه والتأثير فيه.

كما قدم الكاتب الأمريكي "والتر ليبمان" تحليلاً لوسائل التأثير في الرأي العام عن طريق وسائل الإعلام ودور تلك الوسائل في خلق ما يسمى بالصورة النمطية في أذهان الناس وقد ميز بين نوعين من المعلومات التي يجب أن تقدم للطبقة الحاكمة والطبقة المحكومة وأن المواطن العادي لا ينبغي أن يتقبل بالمعلومات والأفكار والآراء المتخصصة التي يجب أن توجه الى القيادة السياسية لتتويرها وهذا ما أكده "الموند جابريل" من أن "صنع القرار السياسي أصبح من الأمور الفنية المعقدة التي لا تطبقها الا القيادات السياسية المثقفة".

في حين يرى "دوسولا بول" أنه لا الشعب ولا الصفوة بمقدورها الوصول الى قرارات صائبة تماماً وأن عملية التدفق الحر للمعلومات مهمة وأساسية للطرفين على حد سواء حتى يستطيع

الشعب أن يختار قادته اختياراً قائماً على الكفاءة والأخلاق وليس رد الجاذبية التي تشع من فنون الإعلام وبخاصة التلفزيون.

تؤدي وسائل الإعلام ومنها التلفزيون خمس وظائف رئيسة على المستوى السياسي أهمها:

1. تمد الرؤساء والمسؤولون الحكوميون بالمعلومات عن الأحداث الجارية والبيئة السياسية من حولهم ، وهي بذلك أسرع من القنوات الأخرى.
2. تعكس اهتمامات الرأي العام عن طريق نشرها القصص الخبرية التي تشكل أساس النقاش الجماهيري العام ، كما إنها تعطي الانطباع بكونها المدافع عن مصالح الرأي العام.
3. تهيأ للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور لشرح سياساتهم.
4. صناعة القرارات السياسية ، فكثير من السياسيين والمسؤولين يعتمدون عليها في تفسير وتحليل الأحداث الدولية
5. توجيه نظر الرأي العام نحو القضايا والأحداث التي ترى هي (كذلك الحكومة) ضرورة توجيه الانتباه لها دون غيرها.

لا تتوقف جهود الساسة لاستغلال السطوة العظيمة للتلفزيون ووسائل الاتصال الأخرى لأغراضهم الخاصة بالطبع في المدة بين دورتين انتخابيتين ، فالواقع أن كل وكالة حكومية أو مسئول كبير منتخب ، أو معين ، يفهم جيدا إن أفكار الرأي العام عما يعمله الساسة في صياغة السياسة العامة وتنفيذها إنما تأتي جزئياً مما تقوله الصحف وفي معظمه مما يعرضه (التلفزيون) . وطبقاً لذلك تولدت الكثير من العلاقات العامة وشخصياتها لغرض مساعدة الإعلاميين على الحصول على المعلومات الخاصة حول السياسيين فقد استحدثت أقسام العلاقات العامة في الوزارات والدوائر التابعة لها ، كما أصبح لكل سياسي بارز رجل علاقات عامة يقوم بتصريف شؤون علاقاته العامة في مجال اختصاصه.

وحددت اغلب الدراسات التي تناولت موضوع الوظائف السياسية لوسائل الإعلام بالاتي:

1. نقل الأخبار والأحداث :

يشكل التلفزيون اليوم الوسيلة الرئيسية المتميزة في مجال الإخبار والمعلومات في كل دول العالم وتحتل النشرة الإخبارية التلفزيونية مكانة مهمة وبارزة بين مجمل المواد التي يبثها التلفزيون ونتيجة لتوفر وسائل إيضاح متعددة ومؤثرة في النشرة التلفزيونية بشكل يجعلها متميزة عن بقية المواد الإخبارية المقدمة من أجهزة أخرى.

ومنذ أن وجد التلفزيون ظل السياسيون ورجال السياسة يسعون الى الظهور فيه خاصة في النشرات لشرح آرائهم ومواقفهم وخططهم ، كما ظلت غالبية النشرات تعبر عن سياسات الحكومات الرسمية المنتمية لها.

تلعب أخبار التلفزيون الآن الدور الأساسي في نشر المعلومات بالرغم من ان الصحف والإذاعة والاتصال الشخصي لا تزال تؤدي دوراً مهماً في نشر الأخبار حيث تطلع الغالبية العظمى من المواطنين على العالم من حولها وعلى الشؤون العامة من خلال أجهزة التلفزيون وقد أصبح وسيطاً مهماً بين الفرد والمجتمع وأخذت أهميته في نقل الأخبار تزداد عبر خصائصه المميزة . فظهرت أهميته في هذا الجانب من خلال طبيعته الخاصة في نقل الأحداث بالصوت والصورة مباشرة أو مسجلة والبرامج الإعلامية فيه متنوعة ولها أشكال وقوالب مختلفة فأساليب عرض النشرات الإخبارية تنوعت بحيث وصلت إلى عدم الالتزام بمواعيد البث وفتراته في الكثير من القنوات التلفزيونية.

فأصبح المشاهد يرى - من أي بقعة في العالم- أخباراً متنوعة يومياً عبر المحطات المحلية والأجنبية، وتربطه هذه المحطات بالأحداث على مدار الساعة وبكل بقاع الأرض ومن الناحية التكنولوجية فإن هذه الأخبار والمعلومات ترد عبر الأقمار الصناعية هذه الأيام ، بينما كانت من قبل ترسل بالبريد الجوي من بعض العواصم العالمية كلندن وبون والولايات المتحدة بينما

دخلت اليوم الخدمة الإخبارية الدولية عصرها الذهبي بوجود الأقمار الصناعية والنقل المباشر للأحداث.¹

ومع اختلاف طرق عرض المعلومة السياسية وتعدد قنوات نقلها إلى المشاهد عبر قنوات البث الفضائي، برزت سلبية التلقي من حيث ان معظم الجمهور الذين يستقي معلومات سياسية من التلفزيون إنما يفعلون ذلك لأنه صادم أنهم كانوا يراقبون التلفزيون عندما كانت المعلومات السياسية تذاع وهكذا فالجمهور الذي يتلقى المعلومات والآراء السياسية حسب تعبير (ميشيل روبنسون) هو جمهور "غافل". وما يتبع ذلك من ترتيب للأولويات فالتغطية الإخبارية اليومية للأحداث باستطاعتها وضع الكثير من الموضوعات دون غيرها في البرنامج السياسي أو إثارة بعض القضايا السياسية دون غيرها أو تسليط الضوء على أحداث سياسية معينة، فقد وظفت البرامج الإخبارية عبر عدة تكنيكات وأساليب فنية في عرض المعلومات تعاملت مع الصورة التلفزيونية التي يتضمنها الحدث السياسي على أساس خدمة سياسات المؤسسة وسياسات صاحب تمويل القناة التي تبث الأخبار، أي ان مقولة "الصورة لا تكذب" قد سقطت تاريخياً فلقد تطورت أساليب الكذب وأشكاله وبات مؤكداً ان الصورة التلفزيونية لا تقدم الواقع الواقعي بل هي معنية أساساً بصنع وتقديم واقع تلفزيوني مشروط باعتبارات سياسية وإيديولوجية واقتصادية معينة وقد تمت عملية انتقاء واختيار مكونات هذا الواقع من منظور معين ولخدمة مصالح معينة ويقدر كبير من الدقة والمهارة، خصوصاً في عرض جوانب الصراع السياسي عبر وكالات الأنباء العالمية ذات السيطرة الواضحة على مقدرات وسائل الإعلام في العالم بأسره.

2. التنشئة السياسية:

أن التنشئة السياسية هي إحدى الأدوات الأساسية في بناء الشخصية سياسياً فهي من دون شك تكسب الأفراد قيماً ومعتقدات واتجاهات جديدة وقد تحذف أو تغير أو تعدل سلوكاً سياسياً معيناً عن طريق ما تبثه من معرفة سياسية للأفراد.

¹ أحمد عبد الملك، فضائيات، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000، ط 2، ص 19.

وتمثل عملية التنشئة السياسية ركناً أساسياً يكتسب بواسطتها الأفراد تلك القيم والتي تعد الأساس في تكوينهم ، كما أنها العملية التي يكتسب منها الافراد التوجهات السياسية والمدرجات السياسية ونماذج السلوك السياسي الذي يرتبط ببيئتهم السياسية ، وتشير المدرجات السياسية الى معرفة النظام السياسي ومؤسساته وسلطاته وممارساته وتشمل أيضاً معرفة القضايا الخاصة بالحملاات والمرشحين ، ومن أمثلة ذلك المشاركة السياسية ، التصويت ، الاشتراك في المظاهرات والتجمعات والعضوية في المنظمات السياسية وبروز الرأي العام السياسي ووضوحه ، وخير من يبرز هذه الأدوار ويرسخها ويخرجها مسرحياً من دون شك والأكثر قدرة للتعامل مع هذه القضايا هو التلفزيون¹.

وللتلفزيون دوراً في تشجيع الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم ومشاكلهم للاهتمام بالمسائل العامة والوطنية ومناقشتها .وللتلفزيون دوره في تدعيم الاتجاه الديمقراطي بين الأفراد .كما إنه يستطيع التخفيف عن حدة التعصب من خلال التثقيف الجماهيري، وإشباع احتياجاتهم الفكرية والنفسية ، دور التلفزيون في القضاء على الشائعات والضبط الاجتماعي ، وغرس الثقة في نفوس المشاهدين وخاصة في أوقات الأزمات والحروب التي يتعرض لها المجتمع ، من خلال تناول موضوعات تحمل طابع وطني، ويوثق التلفزيون الصلة بين الشعب والحكومة، وله دور في مقاومة بعض القضايا الهامة التي تعوق التنمية السياسية مثل الإرهاب، التطرف، الجريمة وغيرها من الأمور والقضايا الهامة.

3. الدعاية السياسية²:

يؤدي التلفزيون دوراً حيوياً في الدعاية السياسية خاصة أثناء الانتخابات فعن طريقه تصل رسائل المرشحين إلى الرأي العام فكان من الطبيعي أن يعتمد عليه الساسة في استمالة الجماهير لمساندة موقفهم واستخدامه على نطاق واسع في توصيل برامجهم وأفكارهم إلى الجماهير، وقد أدى التلفزيون إلى نمو هائل في فن الدعاية السياسية، فأتاح المجال لحملاات

¹ محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سابق ، ص 153.

² نفس المرجع السابق ، ص 154.

دعائية اتخذت حجماً لم يكن من الممكن تصوره في السابق فالتلفزيون يسمح للدعاية بتدخل سريع للغاية حيث تقتضي الضرورة ذلك ، فاستخدم التلفزيون كسلاح في الحملات الدعائية في الكثير من الأوقات وخصوصاً إنشاء الانتخابات والتصويت البرلماني، فأصبح وسيطاً بين الفرد والمجتمع ويزود الناخب بالكثير من المعلومات التي يكون منها أحكامه وخياراته السياسية ولذلك فقد ازدادت أهمية التلفزيون وآثاره على العملية السياسية فلم يعد السياسيون قادرين على الاتصال بناخبيهم مباشرة وأصبحت وسائل الإعلام تؤدي دور المصفاة فتحدد المعلومات التي توصلها إلى الجمهور فأصبح البقاء لمن يستطيع التكيف مع البيئة الجديدة والزوال لمن لا يستطيع ذلك فلقد أجبر التلفزيون السياسيين على إتباع أساليب جديدة في الخطابة والقيادة السياسية وأصبحت بعض العوامل كإدارة الإعلام وبناء الصورة والعلاقات العامة ومهارات الاتصال الشخصي أكثر أهمية لنجاح المرشح من الخبرة السياسية ، وهذا مما طور من الفنون الدعائية والاستخدامات المتنوعة للمهارات والتقنيات الاتصالية عبر التلفزيون، فقد تم طرح القضايا والخيارات السياسية ضمن إطار مسرحي يبرز السمات الشخصية للممثلين السياسيين، وبدلاً من مخاطبة الرأي العام كمواطنين فاعلين ونشطا يجري التعامل معهم بواسطة تقنيات تلفزيونية (كزبائن) إزاء أشكال التغليف والتعبئة المختلفة للقرار الذي يتم تحفيزهم (لشراؤه) من خلال الخيارات السياسية التي تقدم أو ضمان إذعانهم من خلال عدم معارضتهم ، لدرجة أن بعض الباحثين قالوا إن الجمهور يتعامل مع صورة السياسي كما تتبلور على شاشة التلفزيون ، بصرف النظر عن مدى اتفاقها واختلافها مع حقيقة شخصيته، والسياسي هو كما يراه الجمهور في التلفزيون ، ثم أن المراقبين السياسيين أجمعوا على أن الرئيس الأمريكي بيل كلينتون نجح في انتخابات 1992 ، واستمر في البيت الأبيض أربع سنوات أخرى بفضل توظيفه الواعي للتلفزيون في خدمة حملته الانتخابية.

4. المساعدة في صنع القرار:

يؤدي التلفزيون دوراً كبيراً ومؤثراً في صناعة القرار السياسي، فعبر المعلومات التي ينقلها بين صنّاع القرار والرأي العام، يؤدي إلى إدراك صنّاع القرار موقف الرأي العام من أجل خلق المساندة لقرارهم، ومن ثم إدراك الناس لدلالات القرار السياسي، وتختلف درجة تأثير التلفزيون في صنع القرار السياسي باختلاف طبيعة النظام السياسي القائم في المجتمع، وكذلك يختلف من دولة متقدمة إلى دولة نامية¹.

أذا عرفنا عملية صنع القرار: "هي التي ينتج منها اختيار لبدل بين مجموعة من البدائل التي تم تحديدها في إطار اجتماعي، يهدف التأثير في المستقبل كما يراه صنّاع القرار" فإن وسائل الإعلام لها دور مهم في صنع القرارات ووضع السياسات، فهي تشارك في العملية السياسية، أما بكونها صاحبة مصلحة خاصة في القرار، أو بكونها وسيطاً نشطاً يسهم في تدفق المعلومات الخاصة بالقرار بين النخبة والجمهور. وقد أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية ان لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً في القرارات السياسية، ويرجع ذلك إلى سببين هما:

- ان وسائل الإعلام تمنح الشعبية أو تحجبها عن صنّاع القرار.
- يعدها صنّاع القرار كمقياس لرد فعل المواطنين تجاه سياساته وقراراته.

وتتضح أهمية وسائل الإعلام بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص في صنع القرار السياسي، بأنها تزود صنّاعي القرارات بالمعلومات عن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لقراراتهم، والتلفزيون يعد أسرع وسيلة في هذا المجال، وذلك عبر التغطيات الحية والمباشرة التي يبثها من مواقع الأحداث، كما إنه يوفر للمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور والنخبة السياسية داخل الحكومة وخارجها، ما يتيح الفرصة لشرح سياساتهم ومهاجمة مواقف معارضتهم، وكذلك يقوم التلفزيون بتعريف الجمهور² على الشخصيات السياسية، وحضورها في أذهانهم من خلال العرض المستمر لنشاطاتهم. عموماً يمكن القول ان التلفزيون يؤدي دوراً

¹أيّيب خضور، أزمة إعلام أم أزمة أنظمة، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2003، ص 89.

² نفس المرجع السابق، ص 92.

مؤثراً في عملية صنع القرار السياسي، فهو ينقل المعلومات لصانع القرار السياسي والمواطنين، وأي تشويه في هذه المعلومات يؤثر حتماً في صنع القرارات، كما أنه يطرح بعض البدائل التي يمكن أن يختار من بينها صانع القرار، ويؤثر أيضاً في إدراك المواطنين لدلالات القرار السياسي.

5. مساندة السياسة الخارجية:

أستخدم الإعلام منذ بدايته في نطاق التحرك السياسي الخارجي، وقد اختلف أسلوب استخدام وسائل الإعلام تبعاً لدرجة تطورها، ومع التطور التقني للإعلام ازدادت أهميته كأداة من أدوات السياسة الخارجية، وعلى وجه الخصوص التلفزيون

حيث أتاح له البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية اجتياز الحدود بين الدول وأصبح أداة فعالة في التأثير في السياسة الخارجية بين الدول، ويندرج التلفزيون تحت ما يطلق عليه بعض الباحثين بالأدوات الرمزية لتنفيذ السياسة الخارجية، تلك الأدوات التي تستهدف التأثير في مفاهيم الآخرين في الدول الأخرى. وكثيراً ما تتم الاستعانة بوسائل الإعلام وغيرها من الوسائل، للتأثير في الرأي العام لخلق قوى ضاغطة محلية موالية لمحاولة اتخاذ قرار معين من صانع القرار في الدولة الأخرى، أو تهيئة المناخ لصالح قرار اتخذته الدولة القائمة بالاتصال. وقد أثبتت دراسة (لارسين J. Larsin) التي أجراها حول التغطية التلفزيونية لأزمة الرهائن الأمريكية في إيران ودورها في السياسة الخارجية الأمريكية، قدرة التلفزيون على المشاركة في صنع السياسة الخارجية بأساليب وطرق مختلفة.

4. خصائص القنوات الفضائية التلفزيونية:

تعد الفضائيات التلفزيونية من أهم وسائل الإعلام وهذا لتأثيرها البالغ على كافة شرائح المجتمع ونظراً لما تحمله من خصائص وأهمية بالغة اكتسبتها من البرامج و المضامين المتعددة التي تبثها ومن بين أهم خصائص القنوات الفضائية نذكر:

- ✓ تعتبر القنوات التلفزيونية وسيلة من السهل الوصول إليها حيث تصل الصورة والصوت منخلالها إلى الناس المشاهدين دون جهد أو عناء، وتعتمد كذلك على عنصر الحركة المرافق لعنصر الصورة، القنوات والمرافق لعنصر الصوت إذ تعد هذه خاصية من الخصائص الجذب الإعلامي حيث تمكنها من تقديم البرامج المتنوعة من أخبار، حصص والأفلام والأغانيوما يرافق ذلك من تسلية و ترفيه.¹
- ✓ تعتبر كذلك عنصر جذب للكبار والصغار على حد سواء، لأنها تعتمد على حاستي البصر والسمع في آن واحد و تعتمد اعتمادا كليا في نفس الوقت على الصوت والصورة والحوار والكلام والحركة، وغيرها من المؤثرات الصوتية والبصرية.
- ✓ تمتلك القنوات خاصية التأثير على الجمهور بشرائحه المختلفة فمع تعددها وانتشارها تزايداعتماد الجمهور عليها كمصدر من مصادر المعلومات والحصول على مختلف الأخبار.
- ✓ توصلت العديد من الدراسات إلى أن القنوات الفضائية، تأتي في الترتيب الثاني بعد الصحف فيالحصول على المعلومات و الأخبار.
- ✓ تعد وسيلة فورية لإمكانية نقلها الأحداث الجارية والمعلومات على الهواء ساعة وقوعها وعرض البرامج والأفلام بأنواعها، و هذا لارتباطها بحركة التقدم العلمي والتكنولوجي.
- ✓ تعتبر القنوات الفضائية وسيلة عرض جماعية وذلك لأنها توصل البرامج إلى جماهير واسعة وفئات عمرية مختلفة ومستويات فكرية و ثقافية متباينة.²

5. أهمية القنوات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع:

- ✓ أن الفضائيات تجمع بين الكلمة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها.
- ✓ أن الفضائيات التلفزيونية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وتحقيق درجة عالية من المشاركة،من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الذي تقوم به.

¹ عبد الفتاح أبو المعال، أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم، دط، عمان، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2006، ص75.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 49.

- ✓ تتعامل مع المشاهد مباشرة فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه، حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة.
- ✓ الصور المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية، تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء السفر أو الخروج من المنزل للبحث عنها، ما يوفر الوقت والجهد والمال.
- ✓ التغطية الواسعة من حيث الجمهور الذي يشاهد التلفزيون.
- ✓ استخدام فنون الإخراج والسيناريو، الحوار وفرز الألوان يزيد من التأثير العاطفي على المتلقي.
- ✓ القدرة على جذب انتباه المتفرجين وخاصة أن عدد ساعات الإرسال في القنوات متواصلة على مدار 24 ساعة.
- ✓ اتساع طول فترة المشاهد، وتعرض المشاهد للكثير من الرسائل الاتصالية من ذات القناة.¹

6. أهداف القنوات الفضائية التلفزيونية:

- تعمل القنوات الفضائية بغض النظر عن طبيعتها ونمطها على تحقيق جملة من الأهداف يتمثل معظمها في:
- ✓ توصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور، وتحقيق الهدف من الرسالة فهذه القنوات الفضائية أي كان نوعها هو تقوية الجمهور المؤيد لرسالتها، وإعطائه جرعة تحصينية تزيد من قناعاته اتجاه وجهة نظر المرسل في هذه القناة.
- ✓ تهدف القنوات الفضائية إلى توفير خدمة تلفزيونية، تتميز بالجودة والدقة والشمولية.²

¹ علي عبد الفتاح علي، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دط، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013، ص 106.

² فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 114.

- ✓ تسعى الفضائيات بالدرجة الأولى إلى نقل الأخبار بمختلف أنواعها سياسية اجتماعية ثقافية واقتصادية وغيرها، ومن قلب الحدث ويمكننا القول أن هذا الهدف يندرج ضمن قائمة الأهداف الأولى للقنوات المتخصصة في الأخبار والتي يغلب عليها الطابع الإخباري في برامجها.
- ✓ تسعى الفضائيات لتلبية احتياجات القطاعات المتنوعة من الجماهير لتأكيد على الانتماء الوطني.
- ✓ تهدف أيضا الفضائيات وبغض النظر عن طبيعتها إلى الاستحواذ على أكبر قدر ممكن من الجمهور وبالتالي تعمل على خلق منافسة فيما بينها، سواء من قبل القنوات المتخصصة أو القنوات العامة.

7. ايجابيات القنوات الفضائية وسلبياتها:

- إن القوات الفضائية ما هي إلا وسيلة من وسائل الإعلام والحكم على ايجابياتها أو سلبياتها مرتبط بطبيعة استخدامها وطبيعة رسالتها الموجهة إلى الجمهور العريض وتتمحور ايجابياتها في جملة النقاط التالية:
- ✓ أنها واسعة الانتشار باعتبارها أداة اتصال كونية تعد من الوسائل الإعلامية الأكثر إغراء لجمعها بين الصوت والصورة، تتيح من خلالها إمكانية الوصول إلى أي مشاهد على مستوى العالم وهذا راجع إلى عددها الذي يفوق الخيال.
 - ✓ يجري الإرسال عبرها بعدة لغات.¹
 - ✓ القنوات الفضائية أيضا ايجابية تحقيق التنمية والتعليم وسرعة إيصال المعلومات إلى جل المناطق وذلك عن طريق التلقي المباشر من الأقمار الصناعية.
 - ✓ تحمل مواد إعلامية ذات فائدة كبيرة للمشاهد كالقنوات التعليمية التي توفر حصصا مجانية في مختلف العلوم وكذا القنوات الثقافية التي تعرض حلقات وندوات مثمرة.

¹فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 94-96

✓ تعد الفضائيات العامل في تشكيل وعي الناس حالياً لاسيما في احتكار الحكومات الحرية الإعلامية لسنوات طويلة، وحرصها على التعتيم ومنع تدفق المعلومات والحقائق الغير مرغوب فيها، إلى الرأي العام فقامت هذه الفضائيات لاسيما التابعة للقطاع الخاص برفع الستار ووضعت تصرفات الحكومة تحت عين الجمهور.¹

✓ إضافة إلى هذا فهي تتيح للإنسان الاطلاع على الأحداث الجارية من حوله، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة ما ساعده في التعرف على العديد من العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات.

✓ مقابل ايجابيات الفضائيات التلفزيونية ثمة العديد من السلبيات التي تقع على الأفراد والأسر جراء التعرض المستمر لها.

✓ فالفضائيات تعد من أكبر الأسباب الرئيسة للعولمة والتي تسعى إلى إسقاط الارتباطات العائلية والوطنية والأخلاقية والدينية، وهذا يرجع إلى الضعف والافتقار الذي تعرفه القنوات على اختلافها من ناحية البرمجة والإنتاج، ما أدى بها إلى الوقوع في فخ الاستعانة بالمضامين الأجنبية التي تركز بطبيعة الحال إلى ثقافتها.

✓ أضف إلى هذا فإن كثرة البرامج الوافدة من الفضاء سترغم الأفراد على الجلوس لساعات طويلة لمشاهدتها ما يؤدي إلى التقليل في التفاعل الاجتماعي بينهم.

✓ من سلبياتها أيضا أنها تركز لثقافة العنف عبر ما تنتشره من برامج تروج لمثل هكذا سلوك أو عبر الأفلام، أيضا تعمل بعض القنوات على نشر الطائفية والمهنية مما تلقي بضلالها على المجتمع ككل.

¹اسماعيل بشرى جميل، الإبداع الإعلامي في العصابات العربية، ط 1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 249.

ثانيا: الفضائيات الجزائرية الخاصة

1. تعريف القنوات الفضائية الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو للمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة، ويتم استئجارها على قمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسلة تستخدم حزم ضوئية مكثفة إلى هاته القنوات في القمر الصناعي، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صورة وصوت.¹

2. دوافع ظهور الفضائيات الخاصة:

يمكن إرجاع ظهور القنوات الفضائية الخاصة إلى:

- ✓ الحيز الزمني الذي تحتله البرامج إضافة إلى التوقيت الغير الملائم، كذا الحاجة المعرفية المتزايدة لدى المشاهد، ورغبته في إثراء البرامج خاصة الحوارية بالآراء المخالفة له أدى إلى ظهور القنوات الفضائية الخاصة، بالرغم أن التلفزيون ومنذ ظهوره عمد إلى إيجاد نوع من البرامج لجمهور متخصص من أجل إشباع حاجاته وميولاته.
- ✓ تراكم المحزون السمعي البصري والذي كان نتاج سنوات تمثل في الكثير من الأفلام السينمائية العربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية والاجتماعية، هذا المحزون ساهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث.
- ✓ ظهور رؤوس الأموال المستثمرة والممولين في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الخاص، الذي كان له أهدافه ونظرتة للإعلام بعدما كان الإعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة والذي تميز بالشمولية، إضافة إلى ظهور التخصص كسمة من سمات العصر سارع في ظهور القنوات الخاصة.

¹ هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، القاهرة، 2006، الدار المصرية اللبنانية، ص102.

✓ العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث، خاصة منها تقنية البث المباشر والرسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة وتسويقها.¹

3. أنواع الفضائيات الخاصة:

3-1. قنوات متخصصة في المضمون: وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، وتتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى، القنوات الدينية.

3-2. قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه: وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز ببرامجها وموادها بما يلاءم هذه النوعية من الجمهور، كقنوات الأطفال.²

4. قطاع السمي البصري في التشريع الإعلامي:

4-1. قانون الإعلام 1982:

قانون الإعلام الصادر بتاريخ 6 أفريل 1982 تحت رقم 82-01، وهو القانون الذي سد فراغا كبيرا في مجال التشريع الإعلامي، وتناول القانون لأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي، وجاء في مادته الأولى "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إدارة الثورة، وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية، ويعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية".³

وتحدث قانون الإعلام العام 1982 عن حق المواطن في الإعلام، وجاء في المادة الثانية: "الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على تحقيق إعلام كامل

¹ هناء السيد، مرجع سابق، ص 16.

² عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها، وأخلاقياتها، الإسكندرية، دار الإيمان للطباعة، 2006، ص 9-8.

³ قانون الإعلام 1982، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1982، ص 3.

وموضوعي"، كما جاء استعمال كلمة "الوسائل السمعية البصرية" لأول مرة في المادة الرابعة من وثيقة قانون الإعلام 1982، وذلك في معرض التأكيد على الإعلام الوطني وهي اللغة العربية حيث يقول منطوق المادة الرابعة: "مع العمل دوماً على استعمال اللغة العربية وتعميمها، يتم الإعلام من خلال نشرات إخبارية عامة، ونشرية متخصصة ووسائل سمعية بصرية".¹

عموماً، جاء قانون الإعلام 1982 منظماً لقطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة أكثر، مقارنة بقطاع السمعي البصري الذي جاء التطرق إليه ضمن إطار عام يوضح الحرج الذي كان يعاني منه المشرع الجزائري آنذاك في التعاطي مع المؤسسات السمعية البصرية. كما تم في 1984 استحداث هيئة رقابية مستقلة ألا وهي المجلس الأعلى للاتصال.²

4-2. قانون الإعلام 1990:

عرفت الجزائر نهاية الثمانينات إصلاحات سياسية تماشياً ودستور فيفري 1989 الذي نقل الدولة الجزائرية من النظام الاشتراكي الذي تتقاسم فيها السلطة والتسيير من خلال الحزب، الدولة، إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي طبقاً للمادة 40.

وفي مجال الإعلام واستجابة لروح دستور 1989 صدر قانون الإعلام 1990، يأتي الحديث عن الوسائل السمعية البصرية من خلال المادة الرابعة (4) من القانون التي تحدد طبيعة الوسائل التي يمارس من خلالها الحق في الإعلام، حيث جاء فيها " يمارس الحق في الإعلام خصوصاً من خلال ما يلي:

- ✓ عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام.
- ✓ العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.

¹ نفس المرجع السابق، ص 4.

² رمضان بلعمري، قطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تكنولوجيا واقتصاديات وسائل الإعلام، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2012/2011، ص 21.

✓ العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري ويمارس من خلال سند كتابي أو إذاعي صوتي أو تلفزي.¹

كما أشار هذا القانون في مادته 12 إلى التغييرات الجديدة التي ستطرأ على أجهزة القطاع السمعي البصري وكذلك قطاع الصحافة المكتوبة التابع للقطاع العام، والتي يجب أن تتكيف وطبيعة المرحلة التعددية السياسية والإعلامية التي جاء بها هذا القانون، حيث جاء في المادة المذكورة أعلاه: "تنظم أجهزة الإذاعة الصوتية والتلفزة ووكالة التصوير الإعلامي، ووكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري. كما أكد على حرية إصدار المطبوعات لجهات أخرى غير الدولة، لكنه أبقى على قيوده التي تنص على أن يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام".² الأمر الذي يفسر عدم مواصلة مشروع إنشاء قناة ثانية رغم الاتصالات التي تمت مع القناة الفرنسية "كنال بلوس" Canal + وقنوات أخرى.

وكان من أهم مكاسب قانون الإعلام لعام 1990 إنشاء هيئة المجلس الأعلى للإعلام التي عوضت عمليا وزارة الإعلام، وتحدد المادة (59) طبيعة هذه الهيئة بما يلي: "يحدث مجلس أعلى للإعلام وهو سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تتمثل مهمتها في الشهور على احترام هذا القانون".

ومن بين مهام هيئة المجلس الأعلى للإعلام تنظيم نشاط القطاع السمعي البصري:

✓ ضمان استقلالية أجهزة القطاع العام للبث الإذاعي الصوتي والتلفزي وحياده، واستقلالية كل مهنة من مهن القطاع.

✓ يسهر على تشجيع وتدعيم النشر والبث باللغة العربية بكل الوسائل الملائمة.

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 90-07 مؤرخ في 8 رمضان 1410 الموافق 3 أبريل 1990 المتعلق بالإعلام، ص 2.

² قانون الإعلام 1990، نفس المرجع السابق، ص 16.

✓ يسهر على نشر الإعلام المكتوب والمنطوق والمتلفز، عبر مختلف جهات البلاد وعلى توزيعه.

✓ يسلم المجلس الأعلى للإعلام الرخص، ويعد دفاتر الشروط المتعلقة باستعمال الترددات الإذاعية الكهربية والتلفزية، كما تنص عليها المادة 56.¹

وتعد المادة 56 من قانون الإعلام لعام 1990 بنظر المراقبين، "مادة ثورية" في مجال التشريع للقطاع السمعي البصري بالجزائر، حيث تحدثت إمكانية استغلال الخواص للأماك العمومية التابعة للدولة في مجال الإذاعة والتلفزيون، وفق رخص ودفتر عام للشروط.

إذن باستثناء بعض المواد فإن قانون 1990 شأنه في ذلك شأن قانون 1982 تعامل بحذر مع القطاع السمعي البصري رغم أهميته، ورغم تأثيره في حشد مختلف الطاقات الوطنية لتحقيق أهداف الأمة والمجتمع:

لذلك لاحظنا وجود تناقض في مدى اهتمام القانونين 82-90 بهذا القطاع أو ذاك، وهو أمر لا يعكس مدى الاهتمام الذي توليه الدولة لكل قطاع، ففي الوقت الذي يتحدث قانونا 82-90 بالكثير من التفصيل عن قطاع الصحافة المكتوبة بل تكاد الوثيقتان أن تكونا بمثابة قانونين للمطبوعات ليس إلا، فإنه على صعيد ميزانيات التشغيل والتجهيز للقطاع ظل القطاع السمعي البصري يستحوذ على نسب فاقت إلى 60% في كل سنوات ما بعد الاستقلال.²

4-3. المشروع التمهيدي الخاص بقانون الإعلام 1998:

إذا كان قانون الإعلام لسنة 90 يؤكد في مادته الأولى على أن هذه الوثيقة تحدد قواعد ومبادئ ممارسة حق الإعلام، فإن مشروع 98 كشف في مادته الأولى على مبدأ تحرير قطاع الإعلام برمته، إذ تنص المادة 1 على ما يلي "يكفل القانون الحالي حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري".³

¹قانون الإعلام 1990، مرجع سابق.

²زهير احداث، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991، ص 106-107.

³مشروع تمهيدي لقانون عضوي يتعلق بالإعلام، الجزائر، وزارة الاتصال والثقافة، مارس 1998، ص2.

ولأول مرة، جرى تقديم المصطلح الاتصال السمعي البصري بعدما كانت القوانين السابقة تعتبره مجرد سند إذاعي أو صوتي أو تلفزي يمارس من خلاله الحق في الإعلام، وحسب المادة الثانية من مشروع قانون 1998، فالاتصال السمعي البصري يقصد به "كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد أساليب الاتصال السلكي واللاسلكي من رموز وإشارات وحروف خطية، صور وأصوات أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها والتي ليس لها طابع المراسلة الشخصية"، وجاء في المادة (28) من مشروع القانون، استعراض لفكرة ظلت حبيسة عقوداً من الزمن، وتتعلق بفتح المجال السمعي البصري أمام الخواص، فقد سمح المشرع بإشراك الخواص في رأسمال المؤسسات العمومية العاملة في القطاع السمعي البصري، وفي هذا الإطار تؤكد المادة (28) أنه: "يمكن للمؤسسات العمومية للبحث الإذاعي المسموع والمرئي أن تفتح رأسمالها، في إطار الشراكة مع مؤسسات متخصصة تابعة للقطاع الخاص وفقاً للتشريع المعمول به"، ومع استثناء أن تمارس الأنشطة ذات الصلة بالبحث التلفزي التغطية الوطنية من قبل المؤسسات العمومية المتخصصة فقط، حسب منطوق المادة (29) فإنه بالإمكان "أن تتخلى المؤسسات المذكورة في إطار الشراكة عن بعض الأنشطة لمؤسسات تابعة للقطاع الخاص حسب الشروط التي سيحددها القانون".

ويحدد الفصل الثاني من الباب الثالث في مشروع قانون الإعلام 1998 خدمات البحث الإذاعي السعي والتلفزي المرخص به، حيث توضح المادة (30) منه أنه: "يخضع توزيع الحصص إذاعية مسموعة أو مرئية عن طريق الكابل كذلك استعمال الذبذبات الإذاعية الكهربائية لترخيصات ولأحكام القانون ولأوامر دفتر شروط تعدده الوزارة المكلفة بالاتصال بعد استشارة المجلس الأعلى للاتصال"، وضمن الباب الثامن من مشروع القانون يمكن قراءة تعريف للمجلس الأعلى للاتصال، باعتباره سلطة مستقلة تتمتع بالاستقلالية الإدارية والمالية، وتضمن التعددية في الإعلام وحرية الصحافة والاتصال.

ومن بين مهام المجلس للاتصال منح تراخيص استغلال الوسائط السمعية البصرية، حيث يوضح المادة (31) من مشروع القانون: "يخضع الترخيص بأية خدمة اتصال سمعي بصري غير خدمات القطاع العمومي لإبرام اتفاقية بين المجلس الأعلى للاتصال المعرف باسم الدولة والمستفيد من رخصة إنشاء خدمة اتصال سمعي بصري".¹

عموما فإن هذا المشروع تجاوز في مجال الحريات كل القوانين التي سبقته، وتناول لأول مرة وبشكل مستفيض القطاع السمعي البصري بتحديد مفهومه ووسائل وطرق الاستثمار فيه، لكن القانون لم يصادق عليه وتم تجميده على مستوى البرلمان لعدة أسباب، وبالأخص كون الظروف السياسية والتغيرات التي شهدتها المرحلة فرضت على الحكومة الاهتمام بمشاريع قوانين أخرى، ليقدم بعدها مشروع قانون آخر سنة 2002.

4-4. المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002:

وهو المشروع التمهيدي لقانون الإعلام الذي أعلنت عنه وزارة الثقافة والاتصال عام 2002 تحت رئاسة خليفة تومي، وقدم المشرع عدة مبررات لصياغة مشروع جديد ينظم قطاع الإعلام في الجزائر، رغم وجود مشاريع قوانين سابقة، كما هو الحال لمشروع 1998 الذي تقدم به وقتها وزير الاتصال عبد العزيز رحابي، ومن بين هذه المبررات أن تطور المحيط الدولي بفرص تعديلات تتماشى والسياسة التي تتبعها البلاد من أجل الانضمام إلى مسار العولمة لاسيما المجتمع الإعلامي.

وجاء تقنين القطاع السمعي البصري في مشروع القانون الجديد 2002، من خلال الباب الثالث الذي يتحدث عن النشاط الإعلامي عن طريق الاتصال السمعي البصري، وحددت المادة (34) المقصود بالاتصال السمعي البصري ما يلي: "يقصد بالاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون، وضع تحت تصرف الجمهور أو فئات منه، علامات، صور، إشارات، أصوات أو

¹ مشروع تمهيدي لقانون عضوي يتعلق بالإعلام، مرجع سابق، ص 7.

بلاغات أيا كانت طبيعتها، والتي ليس لها صفة المراسلة الخاصة، وذلك عن طريق المواصلات السلوكية واللاسلكية".

وحددت المادة (35) من المشروع آليات وأدوات ممارسة النشاط الاتصالي السمعي البصري بما يلي: "نشاط الاتصال السمعي البصري حر يمارس من طرف مؤسسات وهيئات القطاع العام، المؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الجزائي الخاص، وطبقا لأحكام هذا القانون والقوانين اللاحقة في إطار حدود العوائق التقنية المتعلقة بالموجات الكهروإذاعية"¹، وبينما تحدث مشروع قانون الإعلام 1998 المجدد عن استحداث هيئة "المجلس الأعلى للاتصال"، حدد مشروع 2002 في مادته (38) خضوع الممارسة الإعلامية في القطاع السمعي البصري الترخيص من قبل المجلس السمعي البصري، وتحدد المادة (42) مهام الهيئة الرقابية المسماة "المجلس السمعي البصري" الذي "هو سلطة مستقلة للضبط والمراقبة، تتمتع بالاستقلال الإداري والمالي، ضامنة للتعددية الإعلامية وحرية الصحافة في الاتصال السمعي البصري"

وتتمثل مهام هذا المجلس في:

- ✓ السهر على احترام أحكام هذا القانون وأحكام النصوص اللاحقة المتعلقة بالاتصال السمعي البصري.
- ✓ تشجيع شفافية أنشطة مصالح السمعي البصري المرخصة.
- ✓ الحيلولة دون تمركز الاتصال السمعي البصري تحت تأثير مالي أو إيديولوجي.
- ✓ ممارسة الرقابة على الموضوع والمحتوى، وعلى كفاءات برمجة الحصص الإشهارية التي تبثها مصالح السمعي البصري.
- ✓ تحديد عن طريق قراراته، شروط إنتاج برمجة حصص التعبير المباشر خلال الحملات الانتخابية في وسائل الإعلام السمعي البصري.

¹ مشروع تمهيدي لقانون الإعلام، 2002، ص 11.

✓ أما فيما يتعلق بتشكيلة المجلس السمي البصري فسيكون محل قانون خاص متعلق بالاتصال السمي البصري الذي سيشمل أيضا تنظيم وسير مصالح الاتصال السمي البصري.¹

وبرأي الباحثين فإن عدم تطرق مشروع القانون لتشكيلة هذه الهيئة الضابطة، دليل قوي على صعوبة تعاطي المشرع الجزائري مع مهمة تقنين القطاع السمي البصري.²

4-5. قانون الإعلام 2012:

جاء قانون الإعلام 2012 نتيجة لما قامت به السلطات الجزائرية من إصلاحات شاملة شملت لها ورشات عمل و رسمت لها برامج ومخططات، حيث بادرت الحكومة لإثبات حسن النية في مباشرة هذه الإصلاحات، من خلال إلغاء حالة الطوارئ في 2011، وكذا مباشرة جلسات الاستماع لمختلف الفاعلين السياسيين وكافة فعاليات المجتمع المدني ومن أهم القرارات التي اتخذها رئيس الجمهورية "إلغاء عقوبة سجن الصحفي، نزولا عند رغبة الأسرة الإعلامية لتكون هذه الخطوة شبه إعلان غير رسمي لعقد تحالف غير معلن عنه بين الإعلام والسلطة، ترجمه إعلاميا صدور قانون بالإعلام الجديد في 12 جانفي 2012.

يحتوي القانون العضوي المتعلق بالإعلام رقم 05:12 المؤرخ في: 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير على (مادة 133) موزعة على 12 بابا والذي يهتم في قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012 هو الباب الرابع المتعلق بالنشاط السمي البصري وينقسم إلى فصلين:

الفصل الأول: ممارسة النشاط السمي البصري ويتكون من (6 مواد)، من المادة 51 إلى (المادة 57).

الفصل الثاني: سلطة ضبط السمي البصري يحتوي على (3 مواد) وهي المادة 64-65-66.

¹المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002، مرجع سابق، ص 12-13.

²رمضان بلعمرى، مرجع سابق، ص 31.

جاء في المادة 51 من القانون أن يمارس النشاط السمعي البصري من قبل "هيئات عمومية - مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي - المؤسسات والشركات التي تخضع للقانون الجزائري"¹، ومن خلال هذه المادة نلاحظ أن مجال الممارسة للإعلام لكل الجزائريين سواء على مستوى المواطنين أو الهيئات ومنتقها السمعي البصري قد أصبح مفتوحاً أو المؤسسات... الخ.

الباب الرابع يتحدث عن النشاط السمعي البصري، الفصل الأول يتطرق إلى ممارسة النشاط السمعي البصري بعدما يعرف في (المادة 58) ما المقصود بالنشاط السمعي البصري يوضح بكل الوضوح في (المادة 59) (النشاط السمعي البصري مهمة ذات خدمة عمومية ونعتبر هذا المبدأ بالاتجاه الصحيح لكي تصبح المصلحة العامة فوق الجميع.

إماما جاءت به المادة 61 يعتبر بمثابة تغيير جذري على الساحة الإعلامية الجزائرية حيث فتحت الباب أمام الرأسمال الغير حكومي للاستثمار في القطاع عن طريق إنشاء قنوات خاصة وفق ما جاء في النص الآتي: يمارس النشاط السمعي البصري من قبل

- ✓ هيئات عمومية.
- ✓ مؤسسات أجهزة الدولة.
- ✓ المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.
- ✓ ويمارس هذا النشاط طبقاً لأحكام هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به.²

4-6. قانون النشاط السمعي البصري لسنة 2014:

يعتبر القانون رقم 14-04 المؤرخ في: 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري أول قانون متخصص في المجال السمعي البصري منذ الاستقلال، فبالرغم من إصدار المشرع الجزائري العديد من القوانين والمراسيم المتعلقة بالممارسة الإعلامية، إلا أنه كان في كل مرة يكتفي بذكر بعض المواد المشتتة هنا وهناك المشروعين، في بعض القوانين الإعلامية التي

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة

2012 ، المتعلق بالإعلام، ص7.

² نفس المرجع السابق، ص8.

أصدرها منذ الاستقلال على غرار قانون رقم 1990، 1982 التمهيديين لستتي 1998-2001، وكان في كل مرة يكتفى بدراسة بعض جوانب النشاط الإعلامي، وحدد الإطار العام المفهوم بدون ذكر تفاصيل القطاع السمعي البصري، وبدون فتح المجال للاستثمارات الخاصة فيه، وبقيت الدولة محتكرة ومسيطر على الإعلام بصفة عامة والقطاع السمعي بصفة خاصة.

يحتوي القانون الخاص بالنشاط السمعي البصري، والذي صدر في العدد 16 من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية لـ: 2 مارس 2014 على 113 مادة تنظم القطاع السمعي البصري في الجزائر¹، وينص القانون الأنف الذكر في مادته الخامسة أن: خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها تتشكل من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي أو أشخاص معنويين للقانون الجزائري، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويين يتمتعون بالجنسية الجزائرية.

ويوضح القانون في المادة 17 أن: "خدمة الاتصال السمعي البصري المرخص لها هي كل خدمة موضوعاتية للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في أحكام القانون".

أما المادة 18 فتشير إلى أنه: يمكن خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة المذكورة في المادة 17 أن تدرج حصصا وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال.

وبخصوص الاستغلال تنص المادة 27 من القانون على أن: مدة الرخصة المسلمة تحدد بـ: 12 سنة لاستغلال خدمة البث التلفزيوني وستة أشهر بالنسبة لخدمة البث الإذاعي، في حين تؤكد المادة 28، "يتم تجديد الرخصة خارج إطار الإعلان عن الترشح من طرف السلطة

¹ عبد المومن بن صغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع الإعلامي الجزائري لما بعد الاستقلال، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية، متاح على الرابط <http://democraticac38153.pDa/? تاريخ الزيارة 23-03-2018>، على الساعة 21:18.

المانحة بعد رأي معلل تبديه سلطة ضبط السمعي البصري".¹ ويحدد أجل الشروع في استغلال خدمة الاتصال السمعي البصري، وفقا للمادة 31 سنة واحدة بالنسبة لخدمة البث التلفزيوني وستة أشهر بالنسبة لخدمة البث الإذاعي ومن جهة أخرى تطرق القانون إلى الأحكام المشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعي البصري، حيث تشير المادة 47 إلى أنه يحدد دفتر الشروط العامة الصادر بمرسوم بعد رأي سلطة الضبط السمعي البصري القواعد العامة المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو البث الإذاعي.

كما توضح المادة 48 أن دفتر الشروط يتضمن أساسا الالتزامات، التي تسمح باحترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين واحترام المصالح الاقتصادية والدبلوماسية للبلاد، واحترام سرية التحقيق القضائي والالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى، وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى، كما تفرض الالتزامات، احترام مقومات ومبادئ المجتمع واحترام القيم الوطنية ورموز الدولة كما هي محددة في الدستور، وترقية روح المواطنة وثقافة الحوار، واحترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام، وتقديم برامج متنوعة وذات جودة، وينص دفتر الشروط على ضرورة التأكد من احترام حصص البرامج المحددة مع السهر على أن تكون نسبة 60 بالمائة على الأقل من البرامج التي تبث هي برامج وطنية منتجة في الجزائر، من بينها 20 بالمائة على الأقل مخصصة سنويا لبث الأعمال السمعية البصرية والسينمائية.²

¹ القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، 21 جمادى الأولى عام 1435 هـ الموافق لـ 23 مارس 2014، ص 11.

² القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري، مرجع سابق، ص 12.

4-7. قراءة في قانون السمعى البصرى:

بعد عامين من صدور القانون العضوى المتعلق بالإعلام لسنة 2012 صدر القانون المتعلق بالسمعى وهذا على الرغم من كل الانتقادات التى تعرض لها من قبل النواب أثناء مناقشة مشروع القانون، ومن خلال مضمون مواده 113 يمكن إبراز الملامح الكبرى له:

✓ **تحرير القطاع:** بحيث لأول مرة يفتح قطاع السمعى البصرى أمام الخواص ويستشف ذلك من خلال مضمون المادة الثالثة التى حددت الأطراف التى يحق لها ممارسة هذا النشاط والمتمثلة فى: الأشخاص المعنوية التى تستغل خدمة الاتصال السمعى البصرى التابعة للقطاع العمومى، مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومى المرخص لها. المؤسسات والشركات التى تخضع للقانون الجزائرى المرخص لها.

✓ **تقييد القطاع الخاص:** فى الوقت الذى نصت فيه المادة الرابعة على أن خدمات الاتصال السمعى البصرى التابعة للقطاع العمومى تنظم فى شكل قنوات عامة وقنوات موضوعاتية، أشارت المادة الخامسة إلى أن خدمات الاتصال السمعى البصرى المرخص لها، تتشكل من القنوات الموضوعاتية فقط، وحسب المادة السابعة من القانون والمتعلقة بتحديد المفاهيم، فإن قناة موضوعاتية يقصد بها برامج تلفزيونية أو سمعية تتمحور حول موضوع أو عدة مواضيع و لا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم ساعى يحدد فى رخصة الاستغلال، وترك النصوص التنظيمية تحدد كيفية تطبيق ذلك.¹

✓ **تأسيس سلطة ضبط السمعى البصرى:** أشارت إليها المادة 64 من القانون العضوى المتعلق بالإعلام 2012، وجاء قانون السمعى البصرى ليحدد مهام وصلاحيات و تشكيلة هذه الهيئة، فحسب المادة 54 فإن مهام سلطة الضبط تتمثل فى السهر على حرية ممارسة النشاط السمعى البصرى ضمن الشروط المحددة فى هذا القانون والتشريع والتنظيم سارىي المفعول، و السهر على عدم تحيز الأشخاص المعنوية التى تستغل خدمات الاتصال

¹ صبيحة بخوش، تطور السياسة الإعلامية فى الجزائر فى ظل التعددية الحزبية 1991-2010، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 23، جامعة ورقلة الجزائر، مارس 2011.

السمعي البصري التابعة للقطاع العام، وكذا السهر على احترام التعبير التعدي لتيارات الفكر والرأي بكل الوسائل الملائمة في برامج خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني لاسيما خلال حصص الإعلام السياسي والعام، كما يعود لها صلاحية دراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري من دون الترخيص، والذي أوكل إلى هيئة أخرى أطلق عليها القانون تسمية السلطة المانحة و عرفتها المادة السابعة، على أنها السلطة التنفيذية الموقعة على المرسوم المتضمن رخصة لإنشاء خدمة اتصال سمعي بصري لصالح شخص معنوي خاص، يخضع للقانون الجزائري، وهذا الأمر المستحدث غير معمول به في مجال إصدار الجرائد الورقية بالنسبة إلى سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، وكان يفترض أن تتولى سلطة ضبط السمعي البصري دراسة الطلبات ومنح الرخصة أو الاعتماد الخاص بإنشاء أي خدمة للاتصال السمعي أو البصري أو إلغاء الرخصة وسحبها أو على النشاط السمعي، أو البصري، أو الأمر بوقف البث للقناة التلفزيونية أو الإذاعية المعنية وفق ما ينص عليه القانون، وإذا ما أصبحت السلطة المانحة هي التي تتولى ذلك يعني أن سلطة ضبط السمعي البصري يصبح لا محل لها من الإعراب.

✓ **هيمنة السلطة على القطاع:** يتجلى ذلك بوضوح أولا من خلال تشكيلة سلطة ضبط السمعي البصري والتي أبعد 44 عنها تماما المهنيون، عكس سلطة ضبط الصحافة المكتوبة التي يشكل فيها الصحفيون نصف الأعضاء، وثانيا من خلال احتكارها لمؤسسة البث الإذاعي والتلفزي، إضافة إلى الاحتفاظ بصلاحية منح الرخص للقنوات أو رفضها.¹

¹ صبيحة بخوش، مرجع سابق.

5. نبذة تاريخية عن نشأة وتطور القنوات الجزائرية الخاصة:

شهدت الجزائر بعد فتح القطاع السمعي البصري، ثورة في القنوات التلفزيونية الخاصة، حيث بدأت عدة قنوات بثها في إطار الإصلاحات التي قام بها الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة"، حيث باشرت عدة قنوات بالبث في ظرف قياسي¹، وتحصي مساحة الإعلام الجزائري اليوم أكثر من ثلاثين قناة تلفزيونية خاصة، تبث مضامين إخبارية وفنية وبرامج سياسية واجتماعية جزائرية، لكنها مسجلة لدى وزارة الاتصال الجزائرية كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، تضطر لبث برامجها من الخارج، حيث كانت انطلاقتها بالتنافس على من يظفر بلقب أول قناة جزائرية خاصة، ومع تلك البداية انتضح الارتجال جليا في شاشات هذه القنوات.²

ومن بين أبرز تلك القنوات التي شدة إليها انتباه المشاهد الجزائري، أول قناة خاصة قناة "المغربية" التي تتخذ من المملكة المتحدة بريطانيا مقرا لها، ويقف خلفها مجموعة من رجال الأعمال انطلقت في بث برامجها يوم 16 ديسمبر 2011، وهي قناة حوارية إخبارية تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية للعالم العربي، وتهدف إلى إبراز الرأي والرأي الآخر لتظهر بعدها قناة "الشروق" الجزائرية المستقلة والتابعة لمؤسسة الشروق أو بالأحرى "جريدة الشروق"، وتبث من عمان وبيروت، وتملك مقرا في الجزائر وكانت انطلاقاتها كبث تجريبي وحولت العمل إلى انطلاقة رسمية دون امتلاك أي ترخيص واعتماد وتعرف فضائية الشروق نفسها بأنها "عامة وشاملة"، وخطها التحريري سيكون مدافعا عن المصالح العليا للجزائر وبدأت بثها في 01 نوفمبر 2011، وفي أكتوبر من نفس السنة ظهرت القناة الاشهارية "دزاير shop" وهي قناة خاصة متخصصة في الإعلانات، والإشهار والدعاية، والتي بدأت بثها من الأردن، ثم قناة "الجزائرية" التي تم إطلاقها على "النايل سات" في شهر فيفري من نفس السنة ومن نفس البلد وتتميز بأنها قناة إعلامية ثقافية، ترفيهية، تعمل على

¹مقال تحت عنوان، ما يجب معرفته عن القنوات الجزائرية الخاصة، متاح على الرابط www.elbilad.net تاريخ الزيارة 2017/12/29، على الساعة 23:28.

²عمار طيبي: مقال تحت عنوان، القنوات الجزائرية الخاصة. ولادة من محاضرة، متاح على الرابط www.djzaire55.com/elkhabar/37/771، تاريخ النشر 2015/04/21، تاريخ الزيارة 2018/01/01، على الساعة 00:08.

تميرير القيم الوطنية، وتهدف من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقاً عن الجزائر ليطلق مجموعة من الصحفيين والاعلاميين الجزائريين قناة فضائية جديدة تحمل اسم "النهار" على القمر الصناعي "نايل سات" والتي اتخذت من العاصمة الأردنية مقراً لها، في 06 مارس 2012 كأول قناة تلفزيونية جزائرية خاصة ذات طابع إخباري، والتابعة "لجريدة النهار الجديد" تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر.¹

لتبرز كذلك القناة الجزائرية الإخبارية الدولية "نوميديا نيوز"، والتي انطلق بثها في أكتوبر من نفس السنة وهي تتناول مختلف القضايا الراهنة، إضافة إلى قناة "الأطلس" و "المؤشر" و "دزاير نيوز"، لتظهر سنة 2013 كل من قناة "وفاق سطيف" وهي تهتم بالأخبار الرياضية، "جرجرة" للأطفال وأطلقت في 01 جوان 2013 تزامناً مع اليوم العالمي الطفولة، ثم قناة "سميرة" في جويلية 2013 الموجهة للمرأة والخاصة بالطبخ، الأزياء والموضة، وأطلقت قناة "برير موسيقى" وهي قناة فنية تهتم بالموسيقى والفن الأمازيغي، وكذلك قناة "الأجواء"، و"البلاد"، كما ظهرت عدة قنوات بمجرد إطلاق قانون السمع البصري مع مطلع 2014 هي قناة "الخبر kbc" التي بدأت البث في 2013/12/23 على القمر الصناعي (nilestat) والمنبثقة عن جريدة الخبر إضافة إلى قناة "الوطن" و "السلام" نسبة إلى جريدتي الوطن والسلام، وكذلك "الكواليس" و "طاسيلي" و "le président" و "الأطلس" وقناة شهرية ثانية هي "دزاير 24".

لكن مجمل هذه القنوات التلفزيونية الخاصة تبث إما من (تونس، الأردن، البحرين، فرنسا، لندن وغيرها) وذلك بسبب عدم تحرير السلطات الجزائرية مجال البث التلفزيوني، في إطار انتظار صدور قانون ينظم عمل هذه القنوات الخاصة.

¹ عمار طيبي، مرجع سابق.

وكانت أول قناتين حصلتا على الاعتماد من طرف الدولة كقنوات جزائرية خاصة هي قناة الشروق tv، والنهار tv، ولإشارة فإن البث خارج البلاد هي حالة استثنائية تستجيب لظروف سياسية دقيقة حتى يتحرك الوسط الإعلامي لخلق قنوات أخرى جديدة قصد المنافسة، وهذا فعلا ما حصل فقد ظهرت العديد من القنوات، ولكل واحد منها شبكة برمجية، لكن هذه الشاشات الصغيرة التي غزت الساحة الإعلامية تتطلب جهود وقدرات بشرية ومالية على وجه الخصوص، لأن مجال السمعي البصري هو مجال ثقيل بتقنياته ووحداته وصحفيه ومراسليه، لأنه مادة حساسة تعتمد على السمع والبصر.¹

6. أسباب ودوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة:

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور عام 1991، خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قوية عام 1988، مما ولد الوعي السياسي والوطني، وبهذا أصبح التوجه نحو التعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك وهناك من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر لا بد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية.

وهكذا فإن خنق الحريات الفردية والعامّة مع التضيق إلى درجة إلغاء حرية التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء يضاف إلى ذلك التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال، وهذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها.²

¹عثمان لحياتي، مقال تحت عنوان: انفجار فضائي في الجزائر يخلق فوضى القنوات، متاح على الموقع

<https://www.alarabiya.net>

²بوحزام نوال، نعيمة مليكة، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على عينة الشباب مدينة معسكر مجلة دراستها البحوث الاجتماعية جامعة الوادي العدد 6 أبريل ص79.

وبهذا انفجرت أزمة 1989 بالرغم أن معظم التحليلات التي قدمت لإبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة، ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيفة كما شهدت غياب الثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية في الجزائر والذي لم يكن عن قناعة سياسية وانطلاقاً من هذه التحليلات، يمكن القول أن: الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تنشر في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي. فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام المسيس والمؤدلج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر هامة ذلك أن تبنيه وتعمل على تطويره فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة واستدعى إنشاء مجموعة من الفضائيات التي يأمل من خلال البرامج التي تبثها على نشرة الأخبار والحل الرمزي للصراعات بنوعها الداخلية والخارجية وذلك من منطلق القضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي.

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إشارة الانطلاق نحو التحول الديمقراطي بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012.

ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحويله في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية الشعائرية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية الخاصة وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحاً تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلاً من أشكال الطابو السياسي.¹

¹بوحزام نوال، نعيمي مليكة، مرجع سابق، ص 80.

7. تعريف القنوات الجزائرية الخاصة:

هي قنوات فضائية أنشئت بمقتضى القانون العضوي للإعلام سنة 2012، تبث عبر مختلف الأقسام الصناعية، وتتنوع ما بين العامة والمتخصصة من حيث المواضيع التي تطرحها وهي خاصة من حيث ملكيتها تهدف من خلال برامجها إلى إيصال صورة الجزائر الحالية إلى جمهور متنوع تعمل على تلبية احتياجاته ورغباته.

كانت في البداية معظمها قنوات تجريبية، لكنها انطلقت في حصص وبرامج وشبكة تلفزيونية بشكل رسمي، في حين أن بثها يأتي من الدول العربية والغربية وتوجد حاليا حوالي 43 قناة تلفزيونية خاصة في الجزائر منها 5 فقط معتمدة. ومن أشهر هذه القنوات نذكر: النهار، الشروق، الشروق نيوز، المغاربية، نوميديا، الجزائرية، الهقار، دزاير نيوز، وغيرها.¹

8. أنواع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

إن المكسب الذي تحقق للإعلام الجزائري والمتمثل في فتح قطاع السمعي البصري نتج عنه بروز العديد من القنوات التلفزيونية التي تعددت وتنوعت، يمكن تقسيمها بناء على مضمونها ونوع البرامج التي تقدمها إلى:

8-1. قنوات عامة:

وهي القنوات التي تقدم برامج متنوعة للجمهور، إخبارية، سياسية، اجتماعية مثل: قناة الشروق TV، الجزائرية، دزاير، الهقار TV، إل Beur TV...

8-2. قنوات متخصصة:

وهي القنوات التي يختص بثها وبرنامجها في مجال معين من المجالات التي تهتم المشاهد، وهي تقوم على مبدأ تجزئة المشاهدين² ويمكن تقسيمها إلى:

¹مقال تحت عنوان، ما يجب معرفته عن القنوات الجزائرية الخاصة، مرجع سابق.

²نصر الدين العياضي، التلفزيون دراسات وتجارب، ط1، دار الجزائر، هومة للنشر، 1998، ص 83.

- ✓ قنوات إخبارية: مثل الشروق news و النهار tv وهما قناتان تختصان في تقديم الأخبار المحلية الوطنية وحتى الدولية، بالتحليل والنقاش وعرض ريبورتاجات، نشرات إخبارية ، مواجيز الأخبار، برامج حوارية .. الخ.
- ✓ قنوات رياضية: تقدم كل ما يعنى بالرياضة وخاصة كرة القدم ومن أمثلتها: قناة الهدف.
- ✓ قنوات المسلسلات: مثل قناة النهار لكي.
- ✓ قنوات للموسيقى: مثل بربر للموسيقى.
- ✓ قنوات الخدمات: مثل قناة دزاير شوب، التي تختص في تقديم الإعلانات التجارية.

خلاصة:

انطلاقا مما سبق، يمكننا القول بأن القنوات الفضائية التلفزيونية تسعى جاهدة نحو نقل الأخبار، وتحليلها وذلك لتلبية الاحتياجات الإعلامية للجمهور، ومن بين هذه القنوات التلفزيونية فهناك القنوات الجزائرية ذات الملكية الخاصة والتي ظهرت حديثا من خلال التعديلات في القوانين الإعلامية، التي شهدتها الجزائر في الفترة الماضية، وفي الأخير نستطيع القول بان هذه القنوات الجزائرية الخاصة وبالرغم من نقص خبرتها إلى أنها تبذل مجهودات لا يستهان بها، لتلبية حاجات الجمهور سواء من خلال برامجها المتنوعة أو من خلال توفير منابر للتعبير عن آراءهم.



الفصل الرابع

البرامج التلفزيونية والثقافة السياسية



الفصل الرابع: البرامج التلفزيونية والثقافة السياسية

تمهيد

أولا / البرامج التلفزيونية.

ثانيا / إعداد البرامج التلفزيونية

ثالثا / البرامج السياسية

رابعا / البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة وأدوارها السياسية

خامسا / الثقافة السياسية.

سادسا /مقاربة الثقافة السياسية.

سابعاً / وسائل الإعلام وتنمية الثقافة السياسية.

تمهيد:

تؤدي البرامج التلفزيونية دورا أساسيا في خارطة البرامج التلفزيونية المختلفة سواء كانت ترفيهية أو سياسية، إذ يفترض الحوار أو المحادثة أو المقابلة كأحد أشكال البرامج التي تحقق أهداف التلفزيون.

كما تعد البرامج السياسية أحد أهم أدوات صناعة الرأي العام المحلي والأجنبي وتشكيل الصورة الذهنية وواحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم، وهذا ما جعل وسائل الإعلام تتميز بالقدرة على التأثير والتغيير والإقناع وتغطية الموضوعات السياسية التي تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية.

وسنحاول من خلال هذا الفصل تحديد ماهية البرامج السياسية، كما سنحاول معرفة أهداف وأهمية ووظائف هذه البرامج السياسية، وكذا التعرف على البرامج السياسية في وسائل الإعلام.

أولاً/ البرامج التلفزيونية:

1. مفهوم البرنامج التلفزيوني: رسالة من مرسل، عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت) إلى مستقبل (مشاهد) تريد أن تحقق أهدافا محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية ترسل، بأساليب وطرق تثبت الإمتاع والترؤيج فيه.

ويعرف البرنامج التلفزيوني على أنه " فكرة أو مجموعة من الافكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين ، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها لتحقيق هدف معين".¹

كما يعرف البرنامج التلفزيوني بأنه " القالب الفني الذي تقدم من خلاله المواد الاعلامية وذلك لتحقيق الاهداف التي يسعى الى تحقيقها ، سواء تثقيفية أو تعليمية أو ترويجية أو غيرها من الاهداف ، وهو كذلك اللبنة أو الوحدة التي يتشكل من مجموعها نسخ الخدمة التي تقدمها المحطة التلفزيونية.²

هو فعل تواصل مع الجمهور لأجل تبادل المعلومات والتفاعل المشترك مع مشاكل المجتمع قصد التأثير في سلوكيات ومواقف الافراد والجماعات في اتجاه تنمية الروح الوطنية والنهوض بقيم المواطنة ، ويدخل البرنامج التلفزيوني ضمن علاقة تواصلية بين كل من المرسل الذي أعد الرسالة والمرسل اليه أي الجمهور ومادة التواصل هي الرسالة الموجهة بالإضافة الى قناة التواصل المتكونة من الكلمة والصورة.³

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 و أشرطة بتشكيل أو تكوين يتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانب الفكرة خلال مدة زمنية محددة.

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب أن ينتقل من المرسل إلى المستقبل، هذا الموضوع هو ما سنصطلح عليه ب" المحتوى "وهذا" المحتوى "يجب أن

¹فهد بن عبد الرحمان الشمييري ، التربية الاعلامية ، كيف تتعامل مع الاعلام ، الرياض مكتبة الملك فهد الوطنية ، ط1 ، 2010، ص221.

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

³ حجاب محمد منير ،الاتصال الفعال للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،مصر ، 4002 ،ص30 .

يتضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما سنصطلح عليه بـ "الأهداف" كما أن عملية نقل الموضوع تحتاج إلى أساليب محددة سنصطلح عليها بـ "الطريقة" وكذلك أن الموضوع والطريقة لفرض تحقيقها للأهداف، يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، و سنصطلح على ذلك بـ " طبيعة المستقبل " إذا :إن مكونات البرنامج التلفزيوني هي:

طبيعة المستقبل ، المحتوى الأهداف ، الطريقة.

ومن بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفر مكوناته ، لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه المكونات الأربعة.

ويمكن تقسيم البرامج التلفزيونية بحسب طبيعة موضوعاتها وأهدافها الى :

1. البرامج الاخبارية :

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام والإخبار التي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من قبل أو التي تحظى باهتماماتهم، واهتمامات قطاع كبير منهم لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور علما بكل جديد بطريقة فورية ودقيقة وتتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها أخبار بوقائع جديدة أو تحليلات حولها.

وفي تعريف آخر هي البرامج التي تتخذ من المادة الاخبارية الخبر أساسا لمحتواها ، ويعد هذا النوع من البرامج في الوقت الحاضر من أكثر البرامج شعبية واستقطابا لاهتمامات الناس ومتابعاته ، وهناك العديد من التعريفات لمفهوم البرامج الاخبارية ومنها : " هو البرنامج الذي يهتم بشرح وتفسير الاحداث والتعليق عليها وتتولى الادارة المركزية للبرامج الاخبارية اعداد هذه البرامج".¹

¹فهد بن عبد الرحمان الشميمري ، التربية الاعلامية ، كيف تتعامل مع الاعلام ، الرياض مكتبة الملك فهد الوطنية ، ط1 ، 2010 ، ص221.

ومن أشكال هذه البرامج الإخبارية ما يلي:

النشرات الإخبارية: وتتكون من مجموعة أخبار متنوعة وهامة للمستمع أو المشاهد خلال فترة زمنية معينة ، وتقدم بعض القنوات مواجيز لاهم وآخر الاخبار نظرا لتباعد مواعيد النشرات الاخبارية والتطورات .

البرنامج الاخباري الخاص: وهو برنامج تسجيلي يسجل سلفا ويرتبط غالبا بمناسبات وطنية وأساسية ، ويتضمن هذا البرنامج الذي يمكن أن تصل مدته الى نصف ساعة أو أكثر ، ويمكن أن يتضمن أيضا بعض المقابلات والاخبار الحديثة.¹

موجز الانباء: الموجز شكل من أشكال التواصل والتفاعل الحي بين المحطة والمشاهد لتزويده بكل ما هو جديد من المعلومات والاحداث وتطوراتها والاخبار ومستجداتها.

هذا الشكل يتم بالقصر والاختصار في مضامينه ويترك التفاصيل للنشرة الاخبارية الرئيسية كما يهدف هذا الشكل الى التنوع والحركة والسرعة في الانتقال من مادة الى أخرى ، وموجز الانباء يتميز بالفائدة التي يقدمها في جذب انتباه المشاهد وتركيز اهتمامه وتوجيهه الى الذي ستكملة النشرة الرئيسية حتى يتمكن من متابعتها.²

التقرير الاخباري: وهو وصف لحدث أو واقعة تجري في مكان ما ، ولها من القيمة الاخبارية ما يجعلها تستحق المتابعة والاهتمام.³

وكذلك يمكن تقسيم البرامج الاخبارية الى الندوات الحوارية ، التحليلات والبرامج التسجيلية ، والمقابلات والاحاديث واللقاءات وقراءة الصحف ، والتعليق ووقائع المؤتمرات والنشاطات البرلمانية والحكومية ، والمنظمات المهنية وغيرها ، هذه الاشكال جميعا تشكل البرامج الاخبارية ومنها يظهر أن نشرات الاخبار لا تمثل الا جانبا واحدا من هذا العمل.

¹ حسينة بوشبخ ، برنامج الرأي وقناة الجزيرة الفضائية ، الجزائر ، دار الوسام العربي للنشر والتوزيع ، ط1،2011، ص ص ، 85 ، 86.

² صلاح عبد الحميد ، فن التحرير الصحفي ، الجزائر ، أطفالنا للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2015 ، ص 236.

³ عبد النبي خزعل ، فن التحري والاخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الفضائية ، لبنان ، دار النهضة العربية ، ط1 ، 2010 ، ص 38.

وهذه البرامج جميعها يشكل الخبر أو القصص الاخبارية العمود الفقري في بنائها ، فلا يمكن تصور قيام هذا النوع من البرامج اذا لم يكن الحدث الاخباري هو الاساس في صياغة وتحرير مضمونها الذي يدور على جوانب الاختيار والتقسيم والتفسير .

2. 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 الطويل واللامحدود للقنوات التلفزيونية التي تبث على مدار الساعة ، ويشمل التمثيلات والمسلسلات والافلام بكافة موضوعاتها الاجتماعية والبوليسية الاجتماعية والتاريخية والدينية والكوميديا وغيرها.¹

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

4. البرامج الترفيهية المتنوعة: تتخذ أشكالاً برمجية متنوعة والاخبار الفنية والثقافية والموسيقى والفكاهة ، برامج المسابقات والالغاز ، وضمن هذا النوع من البرامج التي غالباً ما تعتمد على شخصية المقدم ، كعامل مهم لجذب الجمهور اضافة الى المضمون المسلي ، وينظر اليها في الغالب على أنها برامج ترفيهية وكجزء من روح الشعب وتراثه وقيمه ، وتعد برامج الترفيه من البرامج الشائعة في التلفزيون وتحظى بشعبية كبيرة لا تخلو منا أي قناة تلفزيونية لذلك نجد جميع وسائل الاتصال الجماهيري تسعى نحو برامج الترفيه تقدها بأشكال واساليب متنوعة تناسب وظائف وخصائص الوسائل التي تعرضها .

¹ عبد النبي خزعل : مرجع سبق ذكره ، ص 86 .

² نفس المرجع السابق ، ص 86 .

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

5. البرامج الدينية: وهي البرامج التي تفسر العلاقة بين المخلوق والخالق والفضائل التي يدعو الدين الى نشها في المجتمع ، ويقصد بالبرامج الدينية بالنشاط الاعلامي المتخصص في علوم الدين في اطار الاعلام العام الملتزم بالإسلام ، أي كل اعلام مرئي ومسجل وحي ومتخصص في الدين الاسلامي وقضاياهم ومهتم بجوانب الحياة كافة عبر برنامج مخصص لتلك الاغراض.

والبرامج الدينية هي نشاط اعلامي متخصص في اطار العلم الملتزم بالإسلام وهي أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية ونشر الوعي الديني وشرح مبادئ الدين الاسلامي ، وتحتوي على الندوات واللقاءات والاحاديث وكذلك التمثيلات والمسلسلات الدينية وذلك بغرض التوجيه والتوعية.

6. البرامج الجماهيرية: وهي البرامج التي تفتح للمشاهد للتعبير عن آرائه بحرية وعرض أي مشكلة تواجهه وي طرحها للنقاش على الهواء بمعية ضيوف البرنامج المختصين ، كما يندرج ضمن هذا النوع من البرامج المسابقات والالعاب التي يحدث فيها التواصل مع المشاهدين عن طريق الهاتف أو الفاكس والانترنت حينما لا يكون حاضرا في الاستديو أو المسرح المخصص لتصوير البرنامج.

وظهر هذا النوع من البرامج منذ السبعينات ما سمي ببرامج المشاركة التي يتيح التلفزيون فيها المجال للجماهير للمشاركة في الاعداد والتصوير ، وقد بدأ هذا النوع من البرامج في بريطانيا والولايات المتحدة الامريكية ويتداخل هذا النوع من برامج الجماهير مع برامج المنوعات وبعض الحصص الاخبارية والسياسية.²

¹ مصطفى حميد كاظم طائي ، الفنون الاذاعية والتلفزيونية وفلسفة الاقناع ، الاسكندرية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1 ، 2008 ، ص 288 ، 289.

² محمد عوض ، مدخل الى فنون العمل التلفزيوني ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ص 196.

7. **البرامج الوثائقية:** تأتي البرامج الوثائقية من حيث التسلسل مباشرة بعد الدراما ، الا أن العديد من العاملين في حقل الاخبار والاحداث الخاصة والقصص والموسيقى والدراما هي أعلى الاشكال الفنية ، " ان البرامج الوثائقية تتركب من الفنون الخلاقة لوسائل البث التلفزيوني ، وهي تلعب دورا في زيادة تفهم الجماهير عن طريق تفسير وتحليل وتوقع المستقبل ، أحيانا تجري هذه الامور في برنامج واد درامي يعطي المضمون الفكري والعاطفي في آن واحد" ، ويعتبر عنصر التشويق عنصرا مهما لان البرنامج الوثائقي يعتمد على الحقائق ، فإننا نعرف ما سيحدث في أغلب الحالات وعليه فعنصر التشويق هنا يعني الاثارة والتطلع الى معرفة المزيد من مشاعر الناس الداخلية حتى بعد اكتشاف حقيقة الحدث.

والبرامج الوثائقية تتميز بما يلي:¹

- ✓ أنها برامج تعتمد على الحقائق وحدها بعيدا عن الخيال.
- ✓ أنها برامج تتناول النشاط البشري ، من حيث تاريخ الانسان ، ماضيه وحاضره ، ثقافته وحاضره.
- ✓ أنها برامج لها أهداف تثقيفية أو تعليمية أو تويرية إقناعية لا تخلو من المتعة والتشويق.
- ✓ أنها برامج تخاطب العقل لا العاطفة وقابلة للتطوير بصفة مستمرة.
- ✓ أنها برامج يمكن أن تدخل فيها الدراما أو الاداء الدرامي كعنصر أساسي.
- ✓ تعتبر هذه البرامج في حد ذاتها وثيقة يمكن استخدامها أو استخدام بعض أجزائها في برامج وثائقية أخرى أو الاستدلال بها في الابحاث كحقائق من حقائق التاريخ.

¹ روبرت هيلارد ، الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلام الحديثة ، ترجمة مؤيد حسن فوزي ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات العربية المتحدة ، 2013 ، ص 224.

ثانيا/ إعداد البرامج التلفزيونية:

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بستة مراحل أساسية:

1. اختيار فكرة البرنامج (الموضوع):

يستطيع المعد من خلال المعيشة الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه 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 مال المعد" ولا بد للفكرة المختارة أن تهتم الجمهور المستهدف م تثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته أو أن تكون الفكرة مبتكرة غير تقليدية وأن تدور حولها العديد من التساؤلات وتحتاج إلى إجابة¹.

2. مرحلة تمحيص الأفكار ثم الاستقرار على فكرة محددة:

وتتجمع أفكار البرنامج عند مدير البرامج أو مدير القناة أو المحطة الإذاعية والذي يعقد لها اجتماع مخصوصا مع مديري الإدارات لمناقشة هذه الأفكار ومدى قابليتها للتنفيذ أو مناسبتها للسياسة العامة للدولة أو سياسة القناة أو المحطة، فكثير من الأفكار لا تصلح للتنفيذ إما لأنها في اتجاه معاكس لسياسة الدولة أو لأنها لا تصلح للراديو أو التلفزيون، وإنما تصلح لتكون كتابا أو مقالا.

ومن مهام لجنة البرامج أن تعيد صياغة الأفكار وتعديل فيها بما يخدم السياسة الإعلامية المخطط لها سلفا، ومن المناسب أن تكون الأفكار نتاج قضايا ساخنة، مطروحة على الرأي العام ونتاج مشكلة يعاني منها جمهور كبير من المستمعين والمشاهدين².

¹ سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني ، ط1، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2010)، ص189 .

² حسين علي محمد، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع بصرية، ط 1 (القاهرة: دار العربية للنشر والتوزيع)،(2009)، ص 97.

3. مرحلة تحويل الأفكار إلى صور على الشاشة أو أصوات عبر الميكروفون:

وتتجمع أفكار البرنامج عند مدير البرامج أو مدير القناة أو المحطة الإذاعية والذي يعقد لها اجتماع مخصوصا مع مديري الإدارات لمناقشة هذه الأفكار ومدى قابليتها للتنفيذ أو مناسبتها للسياسة العامة للدولة أو سياسة القناة أو المحطة، فكثير من الأفكار لا تصلح للتنفيذ إما لأنها في اتجاه معاكس لسياسة الدولة أو لأنها لا تصلح للراديو أو التلفزيون، وإنما تصلح لتكون كتابا أو مقالا.

ومن مهام لجنة البرامج أن تعيد صياغة الأفكار وتعديل فيها بما يخدم السياسة الإعلامية المخطط لها سلفا، ومن المناسب أن تكون الأفكار نتاج قضايا ساخنة، مطروحة على الرأي العام ونتاج مشكلة يعاني منها جمهور كبير من المستمعين والمشاهدين.

4. مرحلة تحويل الأفكار إلى صور على الشاشة أو أصوات عبر الميكروفون:

وتتضمن هذه المرحلة عدة خطوات منها:

- ✓ تحديد أماكن التصوير ومعاينتها قبل نزول الكاميرا إلى الميدان في حالة التلفزيون، أما في حالة ضوضاء تعطل التسجيل أم تتيح العمل دون مشاكل صوتية.
- ✓ تحديد الأسئلة والمعلومات اللازمة للمذيع كي يباشر الحوار أو التعليق.
- ✓ تحديد الضيوف أو المتحدثين ومدى ملائمة وظائفهم أو تخصصاتهم للموضوع.
- ✓ حجز الاستوديو والإذاعي في حالة التسجيل الداخلي أو الاستوديو TV في حالة التصوير الداخلي.
- ✓ حجز الكاميرات وأخطاء فريق العمل بالمواعيد وحجز السيارة للتصوير الخارجي.
- ✓ حجز الأشرطة وترتيب المواعيد مع المتحدثين وتنسيق العمل مع التقنيين والمصورين ومن أهم صلة بعملية التنفيذ.
- ✓ توفير البيانات المطلوبة لدعم الموضوع بالصور أو الأفلام أو المسامع المسجلة من واقع الأحداث¹.

¹ نفس المرجع السابق ، ص98.

5. مرحلة الإنتاج داخل الاستوديو أو في أماكن التصوير الخارجي:

في هذه المرحلة تكون عناصر الإنتاج قد اكتملت ومن ثم يشرع المذيع أو فريق العمل في عملية الإنتاج مباشرة من حيث التصوير والتسجيل الصوتي إلى جانب عملية المونتاج وهو ما نسميه بالتحضير الإذاعية لإعادة صياغة العمل كله في صورة نهائية دون شوائب وبعدها يصبح العمل الفني البرامجي مؤهلاً لل بث على الهواء.

6. مرحلة التقييم والمتابعة والتوجيه للفريق الفني:

وتسمى مرحلة ما بعد النتائج الإنتاج وهي ضرورية لتقويم العمل من الناحيتين الفنية والموضوعية لاختيار مدى فاعلية فريق العمل وتجانسه وتكاتفه لتقديم عمل جيد وذلك توجد إدارات للمراقبة والمتابعة تتبع رئيس الإذاعة TV إلى جانب الجهات الرقابية التي تعني بجودة العمل وهل يستحق ما أنفق عليه من أموال الشعب¹.

ثالثاً/ البرامج السياسية:

1. مفهوم البرامج السياسية: توفر البرامج السياسية خدمة المعالجة الإخبارية والسياسية المتعمقة لمختلف الأحداث والقضايا على الساحتين الداخلية والخارجية وتتنوع البرامج الإخبارية في الأشكال والقوالب الإخبارية ما بين اللقاءات والحوارات مع مختلف المتخصصين ومن مختلف القيادات والاتجاهات السياسية، والندوات، والبرامج الجماهيرية التي تعتمد على مشاركة الجمهور في الحوار داخل الاستوديو أو اللقاءات الميدانية مع الجمهور، والبرامج التحليلية والوثائقية، إضافة إلى الأشكال الجديدة التي تعتمد نموذج المداولات البرلمانية، والمجلة الإخبارية والبرامج الخاصة بحصاد الأحداث اليومية والأسبوعية إضافة إلى برامج المناسبات القومية والعالمية، والبرامج الخاصة المتصلة بالأحداث المهمة.²

¹ نفس المرجع السابق ، ص 98.

² فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن ، ط1 ، 2008، ص ص ، 21 ، 22.

كما تعرف على أنها برامج تلفزيونية تستضيف متخصصين وأفراد من المجتمع لمناقشة قضايا أو نشاطات، كما يتطرق لقضايا سياسية مثيرة للجدل، وبعض هذه البرامج تسمح للمشاهدين بالمشاركة عن طريق أسئلتهم أو طرح آرائهم حول القضايا المطروحة، وتعرف أيضا البرامج السياسية على أنها برامج متخصصة في الشؤون السياسية ، تحتاج الى معد مختص بدوره يتمتع بنضج سياسي ووعي بالمتغيرات والتطورات على جميع الاصعدة ، والمقدرة على ربط الاحداث استنادا الى الثقافة العالية والمعلومات التي يحوزها ، ولا تقتصر البرامج السياسية على الفقرات والنشرات الاخبارية بما فيها تلك المطولة ، بل تتعدى الى برامج عادة ما تنتجها أقسام الاخبار ، تركز اهتمامها على موضوع واحد تتم مناقشته بإسهاب مع المحللين والمسؤولين السياسيين، وغيرهم من الفاعلين في الشؤون السياسية¹.

وتهدف البرامج السياسية الى تغطية جميع مستويات المشاهدين وتأخذ أشكال الانتاج التلفزيوني المختلفة ، فقد تكون في شكل برنامج حوارى أو برنامج جماهيري أو شكل مجلة أو حتى في شكل حديث ، ويهدف مضمونها الى تحقيق وظيفة الاعلام والاخبار عن طريق الشرح والتفسير حتى يستطيع المشاهد أن يستوعبها ويكون وجهة نظر تجاه الاحداث ، وهكذا فان عملية تغطية واعداد وانتاج وتنفيذ نشرات الاخبار والبرامج الاخبارية والسياسية في التلفزيون تعتبر عملا جماعيا يهدف في المقام الاول الى تقديم خدمة اخبارية تحظى باهتمام المشاهدين ليقبلوا عليها من أجل تزويدهم بالمعلومات ، وترتبط درجة تأثير البرنامج السياسي التلفزيوني بشخصية القائم بالاتصال ، اذ تزداد درجة التأثير كلما زادت درجة الثقة الجمهور به ، فضلا عما يمتلكه من مقومات الشخصية التلفزيونية الناجحة.

2. خصائص البرامج السياسية:

- ✓ تعد واحدة من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم.
- ✓ تشغل مساحة كبيرة في خريطة البث التلفزيوني يوميا.
- ✓ تثير الجدل والنقاشات الحادة من خلال المواضيع والقضايا التي تتناولها بالتحليل.
- ✓ جذب المشاهد إلى هذه البرامج و تعلقه بها بل حتى الإدمان عليها.
- ✓ التعريف بالأزمات والقضايا السياسية.
- ✓ تناول المواضيع بجرأة كبيرة.

¹شيماء زغيب ذو الفقار، نظريات في تشكيل اتجاهات الراي العام، الدار المصرية اللبنانية، ط1 ،د بلد، 2004 ،ص105.

✓ اختلاف شكل البرامج السياسية من بلد إلى آخر ومن قناة تلفزيونية إلى أخرى ومن صحفي لآخر.

✓ كثرة البرامج التلفزيونية وتنوعها والتعريف بالحياة السياسية.

✓ نشر الثقافة والوعي السياسي للجماهير واحتلال مراكز ومرتبة جد متقدمة لدى المشاهد¹.

3. وظائف البرامج السياسية:

تنطلق وظائف البرامج السياسية من الأهداف العامة التي يسعى إليها القائم بالاتصال والتي تنبثق من مراجعات النظام السياسي والدستوري في البلاد:

✓ التنشئة السياسية التي تساهم في خلق الانتماء والولاء بشكل يؤدي إلى توسيع قاعدة الاتفاق العام وتخفيف حدة الصراع والتوتر.

✓ خلق الهوية الوطنية بإنشاء بيئة تسودها أطر الحرية بكل أبعادها.

✓ تحقيق التماسك الاجتماعي الذي يؤدي إلى الحفاظ الأمن والاستقرار.

✓ تعمق أنماط السلوك لأفراد المجتمع بفرض إكسابها سلوكا سياسيا معيناً يساعد على التفكير والشعور بالنسق السياسي الذي ينضمون إليه².

✓ عقد الندوات السياسية ودعوة الأطراف المختلفة لعرض وجهة نظرها في الموضوعات والقضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور.

✓ عرض الأحداث ومتابعة تصورها وإخضاعها للشرح من قبل خبراء سياسيين ومختصين.

✓ تحليل مقري الأحداث وتداعياتها والتنبؤ والتربية السياسية المقبلية.

✓ العمل على التطوير المستمر للرسالة الإعلامية.

✓ دعم الموقف التنافسي للقنوات وتحقيق العدالة الاجتماعية بين كافة المواطنين من خلال البرامج التي تنتجها تلك الإدارة³.

¹ علي عبد الفتاح، الاعلام الدبلوماسي و السياسي ، عمان الأردن، دار اليازوري العلمية، 2014 ، ص 193.

² نفس المرجع السابق ، ص 195.

³ نفس المرجع السابق ، ص 201.

4. أهداف البرامج السياسية: تهدف وسائل الإعلام المختلفة من خلال البرامج السياسية إلى ما يلي:

✓ الإخبار: تقديم خدمة وتلبية رغبات وحاجات الجمهور لمعرفة كل الأخبار والشؤون السياسية وتعتبر مهمة أساسية تتسابق وسائل الإعلام المختلفة إلى تقديمها.

✓ التفسير والشرح: شرح وتفسير القضايا والأحداث والأمور السياسية المختلفة وذلك من خلال نخبة من الدكاترة والباحثين والخبراء والمفكرين السياسيين والمسؤولين وغيرهم من أولئك الذين يملكون القدرة على الحديث في المواضيع السياسية.

✓ التوجيه: تزداد أهمية هذه الوظيفة في إطار تقديم وعرض المواد السياسية، ذلك أنه في ظل الشرح والتفسير لا يقتصر الأمر على مجرد تقديم المزيد من المعلومات وتسليط الضوء على ما يقدم من أخبار ولكن التوجيه أي توظيف الأخبار لتحقيق أهداف محددة وتوجيهها وفق مسار معين يخدم مصلحة طرف على حساب أطراف أخرى.

✓ التثقيف: يعد نقل التراث الحضاري والاجتماعي والمحافظة عليه أحد المهام الأساسية تسعى إليها وسائل الإعلام، وتأتي مهمة التثقيف في تقديم القيم والأفكار والمعلومات، التي تحافظ على التنشئة السياسية والمساهمة فيها والعمل على نشر الوعي السياسي¹ عن طريق الشرح والتفسير حتى يستطيع المشاهد أن يستوعبها ويكون وجهة نظر تجاه الأحداث، وهكذا فإن عملية تغطية وإعداد وإنتاج وتنفيذ نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية والسياسية في التلفزيون تعبر عملاً جماعياً يهدف في المقام الأول إلى تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المشاهدين ليقبلوا عليها من أجل تزويدهم بالمعلومات، وترتبط درجة تأثير البرنامج السياسي بشخصية القائم بالاتصال، إذ تزداد درجة التأثير كلما زادت درجة ثقة الجمهور به، فضلاً عما يمتلكه من مقومات الشخصية التلفزيونية الناجحة.

5. أهمية البرامج السياسية: تهدف البرامج السياسية الحوارية إلى تحقيق الأمور التالية:

✓ إيصال الحقائق والمعلومات إلى الجماهير بطريقة سلسلة قريبة إلى نفوسهم وتعرض الجوانب المتعددة للموضوع بطريقة من همومهم وأمالهم.

¹ طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الإسكندرية دار المعرفة الجامعية، 2008، ص100.

✓ محاولة الوصول إلى تقديم حل للموضوع المختلف عليه وذلك يعرض مختلف وجهات النظر المختلفة، فمن طريق الحوار يظهر لنا أن وجهات النظر قد فازت على غيرها فتقدم هي بعدها الحل الصحيح للمشكلة المطروحة.

✓ تحت البرامج السياسية الآخرين على المزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجه، فهي إن اكتفت بالتنبيه إلى أهميته ومناقشة جوانبه المتعددة وما يحيط به من وجهات نظر مختلفة ولكنها لم تنتمي إلى حقائق معينة بل تركت الباب مفتوح أمام المتلقين.

رابعا: البرامج السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة وادوارها السياسية:

نتيجة لعدة تغيرات على الساحة الاعلامية الجزائرية ظاهرة التعددية الاعلامية وبروز القنوات الخاصة التي اهتمت من خلال البرامج التي تقدمها سواء السياسية منها او الثقافية او الترفيهية معالجة بعض الاشكالات والقضايا الراهنة حيث اضحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الاخبار والمعلومات بأسرع وقت ممكن وهذا من اجل توعيته بما يدور حوله من احداث ومواقف بغية القيام بعملية التغيير في اراء الجمهور مما يسمح ويساهم في عملية صنع القرار السياسي بعدما اصبحت تعبر عن نشاط وافكار مختلف التيارات السياسية¹.

وتعمل هذه القنوات على تكوين الثقافة السياسية للجمهور ذلك انها غير متحكم فيها من قبل هيئة معينة كما انها تساهم في معرفة الفرد لمختلف حقوقه كما تعد الالة الاعلامية في الجزائر من ابرز الوسائط لربط الصلة بين نظام الحكم والقاعدة الشعبية، فالنظام بحاجة الى توضيح قراراته السياسية للجماهير لإثبات شرعيته.

وتبرز السلطة التداولية وكشف الحجاب عن الحياة السياسية فلم نعرف الحياة السياسية قبل القنوات الخاصة وهكذا فان الاتصال الجماهيري وادواته جعلته مسرحا تدور من خلاله احداث الحياة السياسية اذ يعد الاعلام الخاص مؤشر وفضاء لممارسة الديمقراطية وهذا ما شدد عليه الباحث "moroeprice" بوجود صلة وطيدة بين الديمقراطية وظهورها وبين وسائل الاعلام².

كما يرى الباحث "رضوان بوجمعة" ان تجربة التنوع الاعلامي والتعددية الاعلامية في الحالة الجزائرية قد برهنت على فعالية نفعها للمجتمع من خلال برامجها السياسية والاجتماعية واثرا ايجابيا في وعيه ونمائه والنهوض بدور الصحافة الوطنية في الجزائر خصوصا بعد مرور مهنة الاعلامي بمراحل حساسة تدرجت به من مهنة الموظف والناطق الرسمي بسمة المدافع عن الثورة الى مهنة الصحفي

¹ حمادة بيسيوني ابراهيم، وسائل الاعلام والسياسة، دراسة عن ترتيب الاولويات، دار النهضة الشرق، القاهرة، د. ط. 1997، ص 300.

² هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط 1، 2005، ص 37.

الحر في عهد التعددية الاعلامية افاد تطور الحريات السياسية التي فرضتها التحولات الاقليمية والسياسات الاجنبية في دعم القنوات الفضائية التي تعمل على تغطية وتحليل الاحداث المرتبطة بالعنصر المؤثر في المجتمع وهم الفئة الجماهيرية وفي المقابل من يقول بان تجربة الاعلام الخاص في الجزائر تعاني من قصور حاد وخصوصا ما يعرف بالإعلام الموضوعي المحايد وربما تبدو العلاقة بين النظام السياسي والنظام الاعلامي في كثير من الاحيان غير متكافئة حيث يستغل السياسيون وسائل الاعلام بهدف السيطرة على الجماهير حين تدرك النظم السياسية ان الاعلام الجماهيري يمثل مصادر فعلية او محتملة لتحديد النظام خصوصا مع الانتشار الواسع لأجهزة الاعلام وتأثيرها وسيطرتها على الراي العام¹.

وبهذا اصبح المراهقون والنشء يتعرضون لمضامين سياسية اعلامية مختلفة وربما متناقضة في ان واحد حيث يمكن للتلفزيون ان يؤثر بشكل كبير في تشكيل الوعي السياسي وربما في تزييفه احيانا وذلك من خلال ما ينقله من تعبيرات رمزية خاصة بقيم ومعايير ومفاهيم سياسية محددة قد تتوافق مع ثقافة المجتمع او تتعارض معها ومن ثم قد يؤدي الاختلاف في الاهداف بين الرسائل التي يبثها التلفزيون وبين اهداف مؤسسات التنشئة السياسية السليمة وعلى هذا يمكن القول ان دراسة هذا التأثير صعبة لأنه ليس في الامكان دائما دراسة السلوك الذي يحدث نتيجة الاتصال وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام الى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات الى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية اقدام الفرد على سلوك علني وفي كل مستوى من هذه المستويات الاربعة تختلف درجة التأثير.

وهكذا أصبح الإعلام الخاص في المادة 12 " من حق المواطن الجزائري ومن خلال بعض البرامج السياسية منها مرتبط بالترفيه السياسي الذي يجسد في برامج قنوات كثيرة ووسيلة لإخفاء عن حالة الفراغ السياسي الذي يعيشه المجتمع الجزائري اليوم وبالتالي لا يمكن الحديث عن امكانية الوصول لإعلام موضوعي الذي يرسمه قانون الإعلام الجزائري في المادة" 12 " من حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي.

¹ امام شكري ابراهيم احمد القطان، الاعلام العربي و الوعي السياسي للمراهقين، مذكرة ماجستير منشورة، مركز الاسكندرية ، للكتاب، القاهرة، د . ط، 2009 ، ص ص، 236 ، 237.

خامسا: الثقافة السياسية

1. مفهوم الثقافة:

ان تحديد مفهوم الثقافة تفرضها اهميتها بوصفها اي للثقافة مفهوما محوريا يشكل مدخلا لمعالجة وفهم الثقافة السياسية ، والامر هنا يتعلق بأحد المفاهيم المعارضة للغموض والالتباس من جراء اختلاف استعمالاته وتباين المعاني المقصودة منه اذ ظل دائما يثير ردود فعل مختلفة ضمن هذه اللغة أو تلك ومن هنا فإن مفهوم الثقافة بشكل عام، كغيره من مفاهيم العلوم الاجتماعية الاخرى يفتر الى تعريف متفق عليه من قبل العلماء والباحثين، ويعود ذلك الى ما يتسم به هذا المفهوم من اتساع وشمول يمس مختلف جوانب الحياة.

ان الثقافة لها مفاهيم وتعريفات عديده واسعة الانتشار منذ اوائل القرن التاسع عشر، اذ تمثل الثقافة المعيار الحقيقي لمدى الرقي الحضاري الذي وصلت اليه المجتمعات البشرية، وتعد الثقافة بمثابة الاداة الاكثر فاعليه للتواصل الحضاري بين الامم والشعوب ولا بد من التعرف على الدلالة اللغوية للثقافة ، فلأخيره اي الثقافة هي ثقف ، فيقال :ثقف الشيء وهو سرعة التعلم، ثقف الشيء حذفته، وفي حديث الهجرة هو غلام ثقف، فالثقافة كلمه اصيله عند العرب ورد ذكرها في تراثهم الثقافي والفكري، وقد جاء ذكرها في القرن الكريم، قال تعالى : "فأما تتقنهم في الحرب فش رد بهم من خلفهم لعلمهم ي ذكرون" (الانفال 57) ، والملاحظ لو اننا جمعنا بين للدالتين للثقافة في الاستعمال العربي والاستعمال القرآني لوجدنا هناك تلاقي عالي المستوى بين الدالتين لمفهوم الثقافة.

اما من الناحية الاصطلاحية فقد حظي مفهوم الثقافة بتعريفات متعددة لتصبح المساحة التي يغطيها مصطلح الثقافة يتسع ليشمل كل نواحي الحياة الاجتماعية والسياسية ، وبالتالي تمتد هذه التعريفات من مفهوم ضيق للثقافة الى مفهوم اوسع واشمل فلقد صنفا عالما الانثروبولوجيا الامريكان (الفريد لويس كروبر) و (كلايد كلوكهن) ما لا يقل عن 160 تعريفا للثقافة.

ومن اقدم التعريفات للثقافة والاكثر ذيوعا الى الان تعريف عالم الانثر وبولوجيا الانكليزي (ادورد تايلر)، وقد قدمه في كتابه الثقافة البدائية 1871 ، والذي يذهب فيه الى تعريف الثقافة بالمعنى الاثنوغرافي الواسع) وهي كل مركب يشتمل على المعارف، والمعتقدات، والفن، والقانون، والاخلاق، والتقاليد، وكل القابليات، والعادات الاخرى التي يكتسبها الانسان كعضو في مجتمع معين).

اما (موريس ديفرجيه) فيعرفها بأنها مجموعة مترابطة من انماط العمل والتفكير والشعور تألف الادوار التي تحدد السلوكيات المنتظرة بين مجموعه من الاشخاص ، كما عرفها الباحث (غي روشيه) على انها (مجموعه من العناصر لها علاقه بطرق التفكير والشعور والسلوك وهذه الطرق صيغت في قواعد واضحة نوعا من الوضوح والتي تستخدم بصورة موضوعية ورمزية في آن معاً من اجل تكوين هؤلاء الاشخاص في جماعه خاصه.

وكذلك اسهم المفكرون العرب اسهاما جادا في تحديد مفهوم الثقافة فقد عرفها (محمد عابد الجابري) على انها: ذلك المركب المتجانس من الذكريات، والتصورات، والتطلعات، التي تحتفظ بها جماعه متميزة بكونهم نشيطين ومتميزين ومنتجين في هذا الحقل ،يشكلون أمه في معناها ،بهويتها الثقافية في اطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء ، كما وعرفها (برهان غليون) بأنها (:جملة الانماط والقيم والقواعد والاعراف والعادات التي تبديع وتنظم لدى جماعه ما حقل الدلالات العلمية والروحية والحسيه ،وتحدد بالتالي لدى هذه الجماعة اسلوب استعمالها لا مكانيتها البشرية والمادية ونوعيه استهلاكها لبيئتها).

2. ماهية الثقافة السياسية

يعود الفضل في ظهور المفهوم بالدرجة الاولى الى المدرسة السلوكية التي بذلت جهدا كبيرا لصياغته وتطويره بهدف تفسير جوانب كثيره من النظم السياسية، ولاسيما غابرييلاموند ، وسندي فيريا ، ولوسيان باي.

ومن ثم تبنته المدرسة التنموية، كأحد العناصر الاساسية لتمييز مراحل نمو وتطور النظم السياسية وانتقالها من نظم تقليديه الى اخرى حديثه وعلى الرغم من أن مصطلح الثقافة السياسية من المصطلحات الحديثة نسبيا ولم يكن حتى وقت قريب ذائع الانتشار في العلوم الاجتماعية والسياسية، الا انه في بدايات العقد السادس من القرن العشرين اخذ في الانتشار من خلال الاعتماد عليه لتفسير السلوك السياسي للأفراد في اطار النسق السياسي¹.

بينما عرفه (دونالدديفين) : " ان الثقافة السياسية ليست هي كل ثقافة المجتمع وانما هي الجانب السياسي من ثقافة المجتمع" ، اما (لوسيان باي) فقد عرفها: " الثقافة السياسية على اساس انها التاريخ الجمعي للنظام السياسي ولتاريخ حياة الافراد الذين يكونونه".

¹ احمد سليمان أبو زيد ، علم الاجتماع السياسي " الأسس و القضايا من منظور نقدي "دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006 ، ص 164.

إن الثقافة Culture مجموعة القيم الروحية والمادية من عادات وتقاليد وأعراف، وهي المنتج الحضاري العام لمجتمع ما يستمدّ منها الفرد قيمه وسلوكاته ، وهي قيم مشتركة تعطي شرعية للفعل الاجتماعي¹، وتشمل الثقافة مجموعة من العناصر التي تمارس تأثيرها بوضوح على سلوك الإنسان وتحكم تصرفاته، وهذه العناصر تتخلل معظم صور السلوك الإنساني المتمثلة بالعادات الاجتماعية والتربية والمفاهيم والقيم الاعراف²، وباعتقادنا أن الثقافة بمعناها العام ما هي إلا مركب من القيم والخبرات والممارسات الاجتماعية التي تراكمت عبر فترة تاريخية طويلة وأثرت في سلوك الأفراد وحياتهم العامة، ولهذه الثقافة أو جزء منها أبعاد سياسية بحيث تكوّن ثقافة فرعية يُطلق عليها الثقافة السياسية والتي تؤثر بدورها في السلوك السياسي للأفراد وتكوين اتجاهاتهم السياسية.

لكل مجتمع خصوصية تعكسها ثقافته السائدة بين افراده ، تلك الثقافة التي تطورها مجموعة القيم والمفاهيم والمعارف التي اكتسبها عبر ميراثه التاريخي والحضاري وطبيعة النظام السياسي والاقتصادي ، فضلا عن المؤثرات الخارجية التي شكلت خبراته وانتماءاته المختلفة ، والثقافة السياسية هي جزا من الثقافة العامة للمجتمع وهي تختلف من بلد لآخر حتى لو كان شعبان ينتهجان نفس الأساليب الحياتية، وينتميان إلى نفس الحضارة، ويتقاسمان الاهتمامات والولاءات.

ويعتبر (جابريئيل ألموند) أول من صاغ مفهوم الثقافة السياسية في مقال له بعنوان النظم السياسية المقارنة نُشر في مجلة السياسة في المجلد (18) عدد (3) أغسطس عام 1956 حيث ركز في صياغة هذا المفهوم على أثر المتغيرات الذاتية على السلوك السياسي، وعرفها بأنها نمط محدد من التوجهات / الاتجاهات إزاء النشاط السياسي³، وقد أعاد (ألموند) و(فيربا) صياغة التعريف وأضافا إليه أنه يشير تحديداً إلى التوجهات السياسية إزاء النظام السياسي بأجزائه المختلفة ، والاتجاهات إزاء دور الذات في النظام ، ثم وسّع (ألموند) و(جي بينجهام باو) (الابن) من نطاق التعريف ليشمل نمط الاتجاهات أو التوجهات الفردية تجاه السياسة والتي يشترك فيها أفراد النظام السياسي، ووصفاها بأنها العالم الشخصي الذي يكوّن أساساً للأفعال السياسية والذي يعطيها معنى، وتتضمن الثقافة السياسية التوجهات المعرفية والتوجهات العاطفية والتوجهات التقييمية⁴.

¹ غي هرميه ، فليب برو و آخرون ، معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية ، ترجمة هيثم المم ، المؤسسة الجامعية للنشر لبنان ، ط1 ، 2005 ، ص165.

² نفس المعجم السابق ، ص 166.

³ حميد محسن، مترجم، سوسولوجيا الثقافة والهوية (دمشق، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، 2010) ، ص 07.

⁴ حياة قزاددي ، الصحافة والسياسية أو الثقافة السياسية والممارسات الاعلامية في الجزائر ، (الجزائر : طكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع ، 2008) ، ص 32.

قدّم العديد من العلماء تعريفات أخرى للثقافة السياسية لاحقاً ، فقد عرّفها لاري دايموند Larry Diamond بأنها معتقدات الناس واتجاهاتهم وأفكارهم ومشاعرهم وتقييماتهم المسبقة إزاء النظام السياسي لبلدهم ، ودور الفرد داخله ،

عرف " فيليب برو " الثقافة السياسية على أنها " مجموعة معارف ومعتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقتهم بالسلطة التي تحكمهم، كما تسمح للمجموعات باستخدامها كمرجع للتعريف بهوياتها" ، كما عرف " موريس دوفرليه " الثقافة السياسية على أنها " الجوانب السياسية للثقافة، باعتبارها أنها تشكل هي نفسها مجموعة منظمة " ، كما يرى دوفرليه أن من الضروري أن نحدد باختصار الجوانب السياسية للثقافة، وليس من الممكن أن نضع لها مؤلفاً كاملاً أو فرعاً متخصص في علم الاجتماع ككل، لأن ذلك سوف يؤدي إلى الكثير من الخط والغموض حول كلمة الثقافة السياسية¹.

أما بالنسبة لتعريف الثقافة السياسية في الدراسات العربية فقد عرّفها كمال المنوفي بأنها تلك القيم السائدة في المجتمع والتي تتصل بعلاقة أفرادها بالنظام السياسي بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، وبين عبد الغفار رشاد بأن مفهوم الثقافة السياسية يدور حول نسق القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع والمتعلقة بالسلطة والحكم وما يشكله هذا النسق من بيئة معنوية يعمل النظام السياسي ويؤدي وظائفه من خلالها ، والثقافة السياسية أيضاً هي نسق للقيم والاتجاهات والمعتقدات السياسية، حيث أن أي نظام سياسي ينشأ في إطار ثقافة سياسية معينة - كنسق فرعي من الثقافة العامة - تساعد معرفة مكوناتها وعناصرها في تفسير كيف تتشكل وكيف تعمل المؤسسات السياسية داخل الدولة².

وباعتقادنا أن الثقافة السياسية هي تلك القيم والممارسات السياسية السائدة في مجتمع ما، والتي تشكل بمجموعها جزءاً من الثقافة العامة السائدة في ذلك المجتمع، والتي تؤثر في التوجهات والسلوكيات السياسية للفرد والجماعة تجاه بعضهم البعض، وتجاه السلطة القائمة ورموز النظام السياسي المحلي والدولي.

¹ نفس المرجع السابق ، ص33.

² مولود ازيد الطيب، علم الاجتماع السياسي، (ليبيا: منشورات جامعة السابع من أبريل، 2117) ، ص ص ، 182 ، 183.

3. خصائص الثقافة السياسية:

يمكن حصر خصائص الثقافة السياسية بما يلي:

- ✓ تتكوّن الثقافة السياسية من مجموعة القيم والمعايير والرموز والقواعد المقبولة في العمل السياسي والتي تُستخدم لتبرير أهداف القوى السياسية الراغبة في التأثير السياسي ومنح الشرعية لهذه الأهداف.
- ✓ تُكتسب الثقافة السياسية ويتم تلقينها وتعليمها للأفراد بواسطة مؤسسات التنشئة السياسية على اختلافها (10).
- ✓ لا يمكن تعريف الثقافة السياسية بمعزل عن الثقافة العامة ، فهي ثقافة فرعية تتأثر سلباً أو إيجاباً بالثقافات الفرعية الأخرى، وهي جزء من الثقافة العامة تشكّل القيم والآراء والمعتقدات والمشاعر والسلوك لدى الأفراد، وتكوّن بالتالي توجهاتهم نحو نظامهم السياسي الذي يضم مؤسساتهم الرسمية وغير الرسمية.
- ✓ بما أن الثقافة السياسية جزءٌ من الثقافة العامة السائدة في المجتمع فهي متأثرة بشكل يكاد يكون تلقائياً بتوجهات هذه الثقافة العامة وقيمها ومبادئها السائدة.
- ✓ على الرغم من اعتبار الثقافة السياسية فرعاً من فروع الثقافة العامة إلا أنها بدورها تتضمن العديد من الثقافات السياسية الفرعية بداخلها.
- ✓ يتأثر مفهوم الثقافة السياسية بالمفاهيم الأخرى، ويتغير تبعاً للأحداث والظواهر السياسية والثقافية؛ لأنه ينشأ في عالم متكامل من الثقافة العامة.
- ✓ لا تعرف الثقافة السياسية لأي مجتمع ثباتاً مطلقاً لكنها تتعرض للتغير الذي يحدث استجابةً للتحوّلات التي تطرأ على المجتمع سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية .وبدورها تسعى الثقافة السياسية للتكيف مع تلك الأوضاع الجديدة، ويتوقف حجم ومدى التغير في الثقافة السياسية على عدة عوامل من بينها:
- ✓ مدى ومعدّل التغيّر في الأبنية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
- ✓ درجة اهتمام النخبة الحاكمة بقضية التغير الثقافي.
- ✓ حجم الاهتمام الذي توليه وتخصّصه الدولة لإحداث هذا التغيير في ثقافة المجتمع.
- ✓ مدى رسوخ قيم الثقافة السياسية في نفوس الأفراد.
- ✓ يتضمّن مفهوم الثقافة السياسية عدد كبير من الأبعاد ، لأنه ينطوي على رموز تعبيرية مجردة للتفاعل فيما بينها وتشكل نسقاً خاصاً للسلوك السياسي وتكوّن بالتالي نمط الثقافة السياسية لأي شريحة من شرائح المجتمع أو للمجتمع بشكل عام.

والثقافة السياسية غير ممنهجة كونها تشتمل على مجموعة من القيم يتكامل بعضها ويتناقض مع بعضها الآخر، ويعد التنوع في روافد الثقافة السياسية أهم ما يميزها عن الأيديولوجية التي تمثل ناتج تكوين نسق فكري عام يفسّر الطبيعة والمجتمع والفرد، ويحدّد موقف فكري معين يربط الأفكار في مختلف الميادين الفكرية والسياسية والأخلاقية والفلسفية .

✓ تلعب الثقافة السياسية دوراً هاماً في العملية السياسية وذلك من خلال إعطائها نظام ومعنى لهذه العملية يحدّد تصرّفات الأفراد تجاه النظام السياسي .

4. أهمية الثقافة السياسية:

حظيت دراسة الثقافة السياسية منذ القدم باهتمام العلماء ، ففي القرن السادس قبل الميلاد أكّد (كونفوشيوس) في كتبه الثلاثة عقيدة الوسط، والتعليم الأكبر، والأغاني على ضرورة غرس معاني الحق والعدل والحب في نفوس بني الإنسان منذ الصغر عن طريق التعليم الجاد حتى ينشأ نظام اجتماعي قويم يتسنى معه قيام حكم صالح¹، وقد أشار (أرسطو) في كتابه السياسة أن لكل مجتمع سياسي أخلاقاً معينة تكفل قيامه واستمراره.

وفي مجال الدراسات المقارنة اعتُبر اقتراب الثقافة السياسية من أهم مفاهيم دراسة النظم السياسية ، حيث تركزت دراسات الثقافة السياسية على القيم الاجتماعية والمعتقدات والأنماط السلوكية في مختلف المناطق الثقافية ، واستند ذلك التركيز على أساس أن القيم والمعتقدات هي عوامل مهمة في تحديد كيفية تصرف الأفراد ونوعية توجهاتهم نحو النظام السياسي ، وقد بشر مفهوم الثقافة السياسية بإمكانات هائلة ، إذ بدا واعداً بتجاوز كثير من المشكلات المثارة في علم السياسية لا سيما تلك المتعلقة بكيفية تأثير الناس في النظام السياسي وطبيعة تفاعلهم معه على المستويين الكلي Macro ويعني تحليل الظاهرة في تكاملها ومجملها ، والجزئي Micro والذي يقوم على تحليل لمقومات الظاهرة ومن ثم الانتقال من الجزء إلى الكل².

ومن العوامل التي عزّزت الاعتماد على اقتراب الثقافة السياسية ما يلي:

✓ أن النظم السياسية في علاقاتها المتشابكة تضم الثقافة السياسية جنباً إلى جنب مع جوانب أخرى للنظم، رسمية وغير رسمي ، وتعد الثقافة قاسماً مشتركاً يؤثر على هذه الجوانب جميعها، بحيث

¹ احمد سليمان أبو زيد ، علم الاجتماع السياسي " الأسس و القضايا من منظور نقدي "دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006 ، ص 164 .

² غي هرميه، فليب برو و آخرون : مرجع سابق ، ص 165.

يصعب على الباحثين العثور على قاسم مشترك آخر عوضاً عن الثقافة السياسية وما تمثله من أهمية.

- ✓ أن الثقافة السياسية في مجتمع ما، تعدّ أحد أبرز الجوانب ذات الأهمية والمعزى الخاص في تفسير وتحليل الحياة السياسية بمكوناتها ومستوياتها المختلفة، ابتداءً من سلوك الأفراد والجماعات، وصولاً إلى الحركة السياسية للمؤسسات والتنظيمات المختلفة.
- ✓ يستطيع الباحث من خلال اقتراب الثقافة السياسية تفسير قضايا من قبيل كيفية تأثير خبرة الأفراد في علاقاتهم بالسلطة مثلاً على التفاعلات والحركة السياسية، وكيف يمكن ومدى إمكانية النظام السياسي في تحقيق استمراريته في البقاء.
- ✓ وعلى الرغم من عدم قدرة الثقافة السياسية في بعض الأحيان على تفسير قضايا مهمة في المجتمعات الديمقراطية، إلا أنها قادرة على تفسير طريقة اتخاذ القرارات وكيفية عمل المؤسسات بهذه القرارات والطريقة التي يتم فيها تقييم تأثير السياسات العامة على الأفراد والجماعات.
- ✓ وتُعد الثقافة السياسية عاملاً من عوامل التأثير في الحياة الاجتماعية السياسية، حيث أنها تعطي الفرد القدرة على التصرف في أي موقف، كما أنها تهَيء له أساس التفكير والشعور، وتجيبه على كافة التساؤلات بطريقة أو بأخرى، فالثقافة السياسية هي التراث الاجتماعي السياسي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة (18).

وتركّز الثقافة السياسية على المحاور التالية:

- ✓ اتجاهات ومواقف الأفراد تجاه الأفكار السياسية الموجودة داخل المجتمع.
- ✓ اتجاهات الأفراد تجاه المؤسسات الموجودة الرسمية وغير الرسمية.
- ✓ اتجاهات الأفراد حول البناء السياسي ومدخلات النظام ومخرجاته.
- اتجاهات الأفراد نحو المشاركة السياسية أو عدمها (الفاعلية السياسية).
- اتجاهات تقييم أداء النظام السياسي.
- ✓ الاتجاهات حول الآخرين داخل النظام السياسي مثل: الهوية السياسية، الوحدات السياسية، الولاء السياسي، الثقة السياسية (الإيجابية والتعاون).
- ✓ الاتجاهات حول الأفكار السياسية وطريقة حلها داخل النظام السياسي، ودرجة الرضا السياسي عن تلك الأفكار والطرق المتبعة في طرحها.

5. عناصر الثقافة السياسية:

- ✓ القيم: " وهي وتصورات ادراكية واضحة مميزة للفرد أو الشخصية أو لجماعتها، وعن طريقها يتم الاختيار بين البدائل، وهي تقود سلوك الفرد للتعبير بطريقة شرعية عن الفعل الاجتماعي." فضلا عن هذا التعريف أورد علماء الاجتماع سمات أساسية للقيم من أهمها¹:
 - ❖ أن القيم تمثل الإطار المرجعي للضبط الاجتماعي في المجتمع.
 - ❖ أنها تحدد سلوك الأفراد وردود أفعالهم المتوقعة.
 - ❖ أنها تحدد التأثير الملائم للمواقف المشترك لأفرد المجتمع.
 - ❖ أن القيم الموجودة لدى الإنسان نتاج للثقافة والنظم المجتمعية بتفاعلها مع شخصية الفرد. أما الأبعاد التي يمكن تحديدها للقيم فهي²:
 - ❖ أنها مفهوم يحتوي على عنصر معرفي.
 - ❖ من حيث كونها مرغوب فيها فهي تحتوي على عنصر انفعالي.
 - ❖ من حيث تأثيرها في الانتقاء فهي تحتوي على عنصر نزوعي.
- ✓ المعايير: وهي قواعد للسلوك العادي وعناصر أساسية لتحديد الأدوار الاجتماعية لأنها تضع التوقعات والمجال الذي يمارس فيه دوره وهي تعكس قيم المجتمع الأساسية.
- ✓ المواقف: وهي اتجاهات الشخص نحو المؤسسات أو الأشياء تعبيراً تفضيلاً أو تقييم ذلك الشخص. إنها حالات ذهنية تستنتج من السلوك - بما فيه الشفهي - لأنه يمكن ملاحظتها مباشرة.
- ✓ الاتجاهات يشير الاتجاه إلى تنظيم لعدد من المعتقدات حول موضوع معين، وهي عادة ما ترتبط بموقف محدد أو موضوع بالذات ولهذا تجد عددها كبير جداً مقارنة بالقيم التي يقل عددها³.

¹ كمال المنوفي، مفهوم الثقافة السياسية دراسة نظرية تأسيسية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، 2008، ص 8.

² نفس المرجع السابق، ص 67.

³ محمود عليوة، مفهوم المشاركة السياسية، مركز دمشق لدراسات النظريات والحقوق المدنية، 2008، ص 92.

6. محددات الثقافة السياسية:

يمكن تحديد مضمون الثقافة السياسية في العناصر التالية:

- ✓ **الحرية والاكراه:** حيث أن الثقافة السياسية قد تؤكد على قيمة الحرية وهنا فان طاعة الفرد للسلطة الحاكمة تكون على أساس الاقتناع وليس الخوف ويكون لدى الفرد إحساس بالقدرة على التأثير في مجريات الحياة السياسية والمشاركة الإيجابية، أو قد تؤكد على قيمة الاكراه وفي هذه الحالة فعادة ما ينصاع الفرد للحكومة بدافع الخوف لا الاقتناع ويفتقد الإحساس بالقدرة على التأثير السياسي¹.
- ✓ **الشك والثقة:** حيث يعتبر عنصر الشك أو الثقة في السلطة الحاكمة عنصراً أساسياً من عناصر الثقة السياسية، ويتوقف مدى ثقة الفرد أو شكه في الحكومة على طبيعة سلوك الحكومة تجاه الافراد ومدى استجابتها لمطالبهم، كذلك فان انخفاض الثقة بين الافراد وبعضهم البعض يقلل من ثقة الافراد في حكومتهم. وتنتشر الثقة بين الافراد والجماعات المختلفة مع الخطوط الأولى للاتصال، حيث يفضل الفرد مسايرة الآخرين خاصة في مجال الحياة السياسية فيتربت على ذلك تقبل واسع للحوار والتفاوض والحلول الوسطى والمصالح العامة.
- ✓ **المساواة والتدرج:** فقد تؤكد الثقافة السياسية إما على المساواة و مراعاة العدالة بين الافراد أو على التمييز والتفرقة بينهم وتزداد درجة المشاركة السياسية في المجتمع كلما ازد الإحساس بالمساواة بين أفرادهم.
- ✓ **الولاء المحلي والولاء القومي:** ففي المجتمعات التي تتحلى بقيمة الثقافة القومية يتجه الفرد بولائه فيها نحو الدولة ككل، بما يتضمنه ذلك من شعور بالمسؤولية العامة واعلاء المصلحة العامة على المصلحة الخاصة والاهتمام بالقضايا القومية ، ويتجسد ذلك لدى أفراد المجتمع في الالتزام برموز سياسية عامة والتي تتضح في نواحي كثيرة من الحياة اليومية مثل رفع العلم وعزف النشيد الوطني وترديد الأغاني والهتاف بأسماء القادة السياسيين وتعليق الملصقات وزيارة المقامات والاستعراضات العسكرية... الخ ، أما في المجتمعات التي تسودها قيمة الثقافة المحلية فالفرد فيها يتجه بولائه إلى أسرته أو قبيلته أو جماعته الدينية أو العرقية أو اللغوية على حساب الدولة، ويصاحب ذلك غياب الشعور بالمسؤولية العامة والانغلاق على القضايا المحلية والدادات وعدم الاكتراث بالرموز السياسية. هذا و لما كانت الثقافة السياسية هي المحدد لعلاقة الفرد بالعملية السياسية والسلطة الحاكمة تحديداً، أي سياسة السلطة الحاكمة وممثليها فهناك من يحدد عناصر الثقافة السياسية انطلاقاً من ذلك فيما يلي:

¹ محمود عليوة مرجع سابق ، ص 53.

❖ **توقعات الأفراد بخصوص القرارات السياسية:** إن توقعات الافراد أو معتقداتهم السياسية تنصرف أساسا إلى مخرجات الحكومة في إطار اهتمامها بنشاطات الحكومة لما لهذه الأخيرة من دلالات مبرزة لأهداف وغايات النظام السياسي التي تشكل في حقيقتها أعباء تقابلها مطالب شعبية، ونشاط الحكومة أو نشاط أجهزة السلطة عموما يتضمن إضافة إلى تقديم الخدمات والسلع، تنظيم سلوك أعضاء المجتمع السياسي واستخراج الموارد المادية منهم- مستحقات ضريبية وغيرها -وهو الجانب من النشاط الذي لا يرتضيه المواطن بسهولة، وهنا تتأكد ضرورة الاعتقاد في شرعية الجهاز السلطوي في صنع القرارات السياسية، حيث أنه كلما اتسع مدى الاعتقاد في شرعية السلطة وق ارتها كلما ازدت تقبل وامتنال أف ارد المجتمع لها.

❖ **توقعات الأفراد من عملية صنع القرار:** إن ما يدركه الفرد ويعتقده بشأن صنع القرارات السياسية والمسلك الذي يتخذه الجهاز السياسي من حيث تقبل المشاركة وتحفيزها، يمثل جانبا هاما من الثقافة السياسية ومحددا فعليا لاتجاهها، فتكون سلبية حين يكون الافراد بعيدين عن العملية السياسية، بسبب تجاهلهم لكيفية اتخاذ القرار وأساليب المشاركة في صنعه أو شعورهم بعدم الجدوى من المشاركة، وتكون إيجابية حين تتأكد لديهم جدوى المشاركة ويتمكنون من سبلها.

7. مكونات الثقافة السياسية:

تختلف مكونات الثقافة السياسية من مجتمع لآخر، ويعود ذلك الاختلاف لارتباطها بمجموعة من العوامل الجغرافية والتاريخية والدينية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية الخاصة بكل مجتمع، ومن الممكن الحديث عن مجموعة من العناصر أو المكونات للثقافة السياسية سواء تلك التي تتبناها الدولة على المستوى الرسمي، أو تلك السائدة لدى أفراد المجتمع، ومن هذه المكونات¹:

المرجعية: Reference

وتعني المرجع الأساسي للعمل السياسي ، فالمرجعية هي التي تحدّد الأهداف والرؤى، وتبرّر المواقف والممارسات، وتكسب النظام السياسي الشرعية التي تحقّق له الاستقرار، وفي مقابل ذلك وعندما يحدث الاختلاف بين عناصر النظام السياسي حول المرجعية، تحدث الانقسامات وتبدأ الأزمات التي تهدّد شرعية النظام السياسي وبقائه واستقراره².

¹ ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004)، ص 96.
² علي الدين هلال، نفيين مسعد، النظم السياسية العربية: قضايا الاستمرار والتغيير، مركز دراسات الوحدة العربية، 2002، ص 123.

التوجّه نحو العمل العام: Trend towards Public Work

يُتّصّد به الإيمان بأهمية العمل التعاوني المشترك في المجالين الاجتماعي والسياسي ، وهناك فرق بينه وبين التوجه الفردي الذي يميل إلى الإغلاء من شأن الفرد وتغليب مصلحته الشخصية على المصلحة العامة، ويُعتبر التوجه نحو العمل العام والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وقضاياها من أهم مكونات الثقافة السياسية؛ بسبب أن الشعور بالمسؤولية يدفع الأفراد إلى الإيجابية في التعامل مع القضايا والموضوعات في ظل ثقافة متشابهة مؤداها الإحساس بالولاء والانتماء للجماعة¹.

التوجّه نحو النظام السياسي: Trend towards Political System

تحدّد كل ثقافة سياسية النطاق العام المعقول للعمل السياسي والحدود المشروعة بين الحياة العامة والحياة الخاصة، ويتضمن هذا النطاق تحديد الأفراد المسموح لهم بالمشاركة في العملية السياسية، ووظائف المؤسسات السياسية كل على حدة، كما تفرض الثقافة السياسية معرفة حدود المشاركة في هذا النظام السياسي مثل السن والمكانة الاجتماعية والوضع العائلي، بالإضافة إلى أن بعض الثقافات السياسية تحرص على تحديد الأبنية والوظائف السياسية في الدولة، وكذلك الأجهزة المناط بها تحقيق الأهداف التي تحددها الدولة، فالثقافة السياسية إذن هي التي تدعم النظام، وتحدّد أطره، وتغذيه بالمعلومات المستمدة من واقع البيئة وخصوصيتها، وتحافظ عليه وتضمن بقاءه².

الإحساس بالهوية: Sense of identity

يُعتبر الإحساس بالولاء والانتماء من أهم المعتقدات السياسية ، كونه يساعد على إضفاء الشرعية للنظام السياسي، ويساعد على بقاءه وتخطيه الأزمات والمصاعب التي قد تواجهه، وينمّي الشعور بالواجب الوطني وتقبّل الالتزامات ، كما يمكّن من فهم الحقوق والمشاركة الفاعلة في العمليات السياسية من خلال التعاون مع الجهاز الحكومي والمؤسسات السياسية، وتقبّل قرارات السلطة السياسية والإيمان بالدور الفاعل لها في كافة مجالات الحياة، ومن أجل معرفة كيف تؤثر الثقافة السياسية في السلوك السياسي في مجتمع

¹ حسين علوان، إشكالية بناء الثقافة المشاركة في الوطن العربي، (بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2009) ، ص ص

، 13 ، 14.

² محمود عليوة، مرجع سابق، ص 50.

ما يجب معرفة كيفية تكوّن الثقافة السياسية ذاتها في ذلك المجتمع، ومعرفة ما هي العوامل المؤثرة في هذا التكوين وصياغة عناصره¹.

أما "روبرت دال" فقد وجد أن المكونات التي تتألف منها الثقافة السياسية هي:

التوجه إزاء حل المشاكل: بمعنى الاتجاهات المختلفة التي يجب أن تسيطر على الفرد في تصفية مشاكل المجتمع، هل هي تتحو باتجاه النزعة البراغماتية أو العقلانية؟

التوجه نحو الحركة الجماعية: هل تتسم بالتعاونية أم أنها ليست تعاونية؟

التوجه نحو النظام السياسي: هل يتسم بالولاء أم بلا مبالاة؟

التوجه نحو الأشخاص الآخرين: هل تغلب عليها الثقة أو تخلو من الثقة؟

ويرى الدكتور كمال المنوفي: أن للثقافة السياسية ثلاث عناصر مترابطة تتمثل في²:

القيم: وهي صفات والتصورات وأحكام يؤمن أو يعنقد بها الافراد وتكون بمثابة معايير يأخذ الافراد قراراتهم في ضوءها فيما يتصل بالحياة السياسية مثل الحرية والمساواة، وتمثل اطارا مرجعيا للحكم على الأشياء وتحدد سلوك الافراد وردود أفعالهم تجاه النشاط السياسي.

المعرفة السياسية: وهي ما يوجد لدى الفرد من معارف وأراء سياسية بخصوص القضايا والمؤسسات والقيادات السياسية يكون قد شكلها بحكم التجربة أو التنشئة أو النظام التعليمي وغير ذلك من مصادر.

الاتجاهات: يشير الاتجاه إلى تنظيم عدد من الاستعدادات بموضوع معين وهي غالبا ما ترتبط بموقف محدد أو موضوع بالذات، وتكون ذات تأثير توجيهي أو حركي على استجابة الفرد لجميع المواقف التي تستشير هذه الاستجابة.

ومن أهم العوامل التي تؤدي إلى تكوين الثقافة السياسية أو تغييرها ما يلي:

التأثيرات التاريخية: Historical Effects

تعدّ الثقافة تراثاً من الماضي التاريخي، ويمكن تتبّع عناصرها عبر الزمن ، ويستطيع أي نظام سياسي تنمية نمط معين من الثقافة السياسية تخدم أغراضه وأهدافه وتوجهاته من خلال تسخير الماضي ورموزه ،

¹ قزاددي ، الصحافة والسياسة : مرجع سبق ذكره ، ص 33.

² نفس المرجع السابق ، ص ص ، 34 ، 35.

وبناءً عليه يمكن التأكيد أنه لا تمكن دراسة الثقافة السياسية لمجتمع وشعب معينين دون دراسة هذه الثقافة وتحليلاتها التاريخية¹، حيث تتولد ثقافات مختلفة بناءً على التطور التاريخي للأحداث السياسية والتجارب التاريخية سواءً بالنسبة للأفراد أو المجتمع ككل.

ومن الأمثلة على أثر العوامل التاريخية في تعبير نمط الثقافة السياسية التغير الذي حصل في الأنظمة الشيوعية سابقاً، حيث تم التخلص من سيطرة الحزب الواحد وتم غرس جذور لأسس السوق الحر، والقيام بإجراءات لتعزيز الديمقراطية في معظم هذه الأنظمة السياسية، مما أدى بالتالي إلى نشوء ثقافة سياسية مشاركة فيها.

ويشابه ذلك أيضاً التحول الذي حصل في تايوان وسنغافورة، حيث مارست الحكومات المتعاقبة على مدى ثلاثة عقود ممارسات نحو الديمقراطية مما أدى مع مرور الوقت إلى وصول نخبة منتخبة إلى سدة الحكم عملت على تنمية بلدها من دون الانغماس في التزوير والفساد، وإن حدث وتورط أحد المسؤولين بالفساد تجري محاكمته ويحاسب.

التأثيرات الجغرافية Geographical Effects :

تفرض البيئة الطبيعية نمطاً معيناً من التفاعلات التي تؤثر بالضرورة في تشكيل الثقافة السياسية، فقد يختلف مستوى الثقافة السياسية مثلاً لدى أهل الريف عن أهل الحضر من حيث مستوى المعرفة السياسية والاهتمام السياسي، وربما يعود السبب في ذلك إلى البعد عن مركز صنع القرار، وفي دراسة لكمال المنوفي بعنوان الثقافة السياسية المتغيرة في قرية مصرية توصل بها إلى أن الفلاح المصري كان يتجه بولائه نحو عائلته أولاً، ثم إلى قريته ثانياً، مما أضعف شعوره بالمواطنة بما ترتبه من حقوق وواجبات، وأنه يؤثر مصلحته الذاتية على المصلحة العامة، ومصلحة قريته على مصلحة المجتمع القومي، ويهتم بمشاكله الخاصة ومشاكل قريته دون اهتمام يُذكر بالقضايا القومية².

وقد بيّن مجيد خدوري أن البدو يتميّزون عن غيرهم بوجود ثقافة سياسية متميزة لديهم من حيث محورية دور القبيلة، وارتباط حركة الفرد السياسية بها، واستناد نشاطه السياسي إلى عاداتها وتقاليدها، وتوقّ الولاء للقبيلة في بعض الأحيان على الولاء للدولة³.

¹ محمود عليوة، مرجع سابق، ص 53.

² السيد عليوة، منى محمود، المشاركة السياسية، (القاهرة: مركز الأهرامات للدراسات الاستراتيجية والسياسية، 200)، ص 44.

³ نفس المرجع السابق، ص 57.

التأثيرات الدينية Religious Effects :

يبرز أثر العامل الديني في تشكيل الثقافة السياسية وبشكل خاص في بعض الدول التي يعتنق معظم أفرادها الدين الإسلامي، حيث يكون مصدر القيم الأساسية فيها انطلاقاً من أنه يتجاوز حد تنظيم كافة جوانب المجتمع بما فيها الجانب السياسي، ويُعتبر الدين الإسلامي في بعض الأحيان مكوّن أساسي لثقافة بعض النظم السياسية، ويُستعمل كأداة للحراك الاجتماعي، ويتوقف أثر العامل الديني في تكوين الثقافة السياسية لمجتمع ما، على درجة تدخّل الدين في السياسة، ودرجة إيمان الأفراد بهذا الدين.

طبيعة النظام السياسي : Nature of Political System

إن طبيعة النظام السياسي تؤثر في نوعية الثقافة السياسية من حيث كونه ديمقراطياً أو غير ديمقراطي، أو كان ديكتاتورياً، أو فردياً أو استبدادياً أو شمولياً، أو أنه يقوم على حكم المؤسسات، فإذا كانت الثقافة السياسية الديمقراطية تقود إلى النظام السياسي الديمقراطي، وتدعم مؤسساته فإن تفاعلاته تسهم في خلق الثقافة وغرسها وتدعيمها، ومن ناحية أخرى فإن وجود المؤسسات الديمقراطية هو الذي يشكّل الاتجاهات الإيجابية تجاه المشاركة السياسية، ويخلق روح العمل العام والتسامح مع الآراء والمصالح المتخالفة، ويزيد من التنافس بين المواطنين، كما أن غياب تلك المؤسسات يضعف إمكانيات تبلور الثقافة السياسية الديمقراطية¹.

الواقع الاجتماعي: Social Reality

إن الحروب والثورات والانقلابات والتغييرات الاجتماعية غير المخططة والمفاجئة والأزمات بشكل عام لها تأثير بالغ على إمكانيات استبدال ثقافة سياسية بأخرى سائدة، فمثلاً تمكّنت الثقافة السياسية المعارضة (النازية) في ألمانيا بعد الحرب العالمية الأولى والتي قامت على خلفية الأزمات الاجتماعية والاقتصادية هناك أن تتحوّل إلى ثقافة سياسية سائدة بين أوساط من النخب ومن الشعب الألماني.

إن الفقر، والبطالة، والتهميش، والاستبداد، وتدني المستوى المعيشي، والفساد عوامل مهمّة في تغيير نمط الثقافة السياسية السائدة، وما ثورات الربيع العربي إلا دليل واضح على ذلك.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011)، ص 263.

العوامل الخارجية: Foreign Factors

يتضح تأثير العوامل الخارجية على تكوين الثقافة السياسية إما من خلال الاحتلال المباشر وفرض ثقافات سياسية جديدة، ومثال ذلك ما قامت به قوات الحلفاء بعد انتصارها في الحرب العالمية الثانية، حيث قامت بصياغة قيم واتجاهات سياسية جديدة بالشكل الذي ينسجم مع البنى السياسية الديمقراطية في دول مثل اليابان وألمانيا والعراق ما بعد الاحتلال عام 2003 ، أو من خلال محاولات نشر الثقافة الديمقراطية من مجتمع لآخر عن طريق العولمة التي تعني في إطارها العام التحول من النطاق القومي إلى النطاق العالمي أو الكوني.

وهي العملية التي يتم بمقتضاها إلغاء الحواجز بين الدول والشعوب التي تنتقل فيها المجتمعات من حالة التجزؤ إلى حالة الاقتراب والتوحد، ومن حالة التباين والاختلاف إلى حالة التجانس والتماثل ، حيث تسعى العولمة إلى تقريب المسافات وإزالة الحواجز بين البلدان والقارات وتحويل العالم إلى وحدة واحدة من خلال وسائل الاتصال الحديثة ، وتسعى العولمة إلى تجاهل الفرق بين مجتمع وآخر وبين جزء وآخر من العالم ، حيث يحمل كل مجتمع من الصفات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية ما يميزه عن غيره من المجتمعات¹ ، وللعولمة السياسية أثر كبير على ثقافة المجتمع وسياسته من خلال محاولتها طمس ملامح الهوية الثقافية للمجتمع، وجعل الشعوب عالمية بلا تاريخ وبلا وطن، وبالتالي إضعاف الارتباط بالتاريخ والوطن والأمة ، وتتفاوت تجارب النظم السياسية في رفضها أو التعايش معها، وتشكل العولمة دافعاً للعديد من الدول للبحث عن وسائل متعددة لحماية فكرها وأعرافها وتقاليدها وحضارتها وثقافتها، حيث أنها تُعتبر جزء من الغزو الثقافي الجديد أو نمط من أنماطه والذي يهدف إلى القضاء على قوة الانتماء الثقافي أو التحام الفرد مع ثقافته الأصلية وتفاعله معها.

8. رموز الثقافة السياسية: Political Culture Symbols

يوجد لكل ثقافة سياسية رموز خاصة بها تعكس وتعبّر عن منظومة القيم والمعايير التي تقوم عليها هذه الثقافة، ويمكن عن طريق دراسة هذه الرموز وتحليلها وفهم أصولها وتكوينها والتغيرات الحاصلة فيها وأنماط التعامل معها فهم الكثير من الثقافة السياسية السائدة فيه².

¹ حميد محسن، مترجم، سوسولوجيا الثقافة والهوية (دمشق، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع، 2010) ، ص7.

² عازم أبو الحمام، الإعلام الثقافي: جدليات وتحديات، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص72.

إن انتشار الرموز الدينية مثلاً في مجتمع ما، يعكس ثقافة سياسية ذات توجه ديني وسلوك سياسي متأثر بالدين على عكس حالة تسود فيها في مجتمع آخر رموز لها طابع علماني.

وتحتل الرموز السياسية حيزاً هاماً في توجيه السلوك السياسي للناس بناء على قدرتها على ترسيخ ولاءهم لها. وهي تعمل على خلق هوية جماعية ينتمي إليها الأفراد وعلى تجنيد وحشد أعضاء الجماعة لتحقيق أهداف مشتركة أو للإيمان بفكر معين أو لتبني توجهات ذات مميزات خاصة.

وفي أغلب الأحيان تعطي المؤسسات الرسمية دوراً مهماً للرموز السياسية في توجيه التصرفات السياسية، فتستخدمها في عملية السيطرة والتحكم بالأمر، وفي سعيها للحصول على الشرعية من المواطنين. ومن الممكن الوصول إلى مستوى عالٍ من السيطرة واكتساب ولاء المواطنين بواسطة استخدام موجّه ومكثّف للرموز لتجنيد الدعم للسياسة المعمول بها.

ومن أهم الرموز السياسية المعروفة في العديد من المجتمعات¹:

البطل القومي كرمز أو القيادة الكارزمية ، حيث تبرز تضحياته وخدماته لمجتمعه ووطنه بغض النظر عما إذا كانت قد وقعت فعلاً أم لا، وتُستعمل صورته وأفكاره وأقواله حقيقية كانت أم مفتعلة للتجنيد السياسي، والحفاظ على التضامن.

الدولة كرمز، حيث أنها تمثل مواطنيها وتحتل رموزها أهمية كبيرة، ومن ضمن هذه الرموز: العلم، والنشيد الوطني، والعاصمة، وغيرها.

الأحداث التاريخية مثل المعارك الشهيرة التي شهدت انتصارات أو هزائم مأساوية، وكذلك حروب الاستقلال والتحرّر، والأعياد الوطنية.

المناسبات الوطنية على اختلاف أنواعها، مثل عيد الاستقلال والتحرّر، وهذه المناسبات تمنح الأفراد شعوراً بالانتماء إلى المجموع، وتعزّز التضامن، وتساعد على إزالة الخلافات والتوترات الداخلية، وتدعم شرعية النظامين الاجتماعي والسياسي.

¹ حياة قزاددي ، الصحافة والسياسة ، مرجع سابق ، ص 31.

9. أبعاد الثقافة السياسية وأنماطها:

بيّن (جابرييل ألموند) و(سيدني فيربا) أن الثقافة السياسية عبارة عن تكرار لأنواع مختلفة من التوجهات المعرفية والشعورية والتقييمية نحو النظام السياسي بشكل عام بمدخلاته ومخرجاته، ونحو الذات كفاعل سياسي.

أولاً: أبعاد الثقافة السياسية:

إن للثقافة السياسية ثلاثة أبعاد وهي:

البعد الأول - البعد المعرفي Cognitive Orientation :

ويشمل معرفة الفرد واعتقاداته حول النظام السياسي وأجزائه ومكوناته وقوانينه ومدخلاته ومخرجاته وأدواره وشاغلي هذه الأدوار، أي أن هذا البعد يشمل كل ما يعرفه الفرد ويعتقد أنه يعرف عن المؤسسات والأحزاب ورجال السياسة، ويشمل هذا البعد المعرفة والإدراك؛ فيإدراك الأفراد لنظامهم السياسي ومكوناته ومدخلاته ومخرجاته ووسائل الاتصال معه يتشكل البعد المعرفي.

البعد الثاني - البعد الشعوري الرمزي Affective Orientation :

ويشمل مشاعر الأفراد وإحساسهم تجاه نظامهم السياسي وأدواره وموظفيه وإنجازاته ورموزه وأشخاصه، وقد تتراوح هذه المشاعر ما بين الانجذاب أو النفور ، ويشمل البعد الرمزي معرفة الأفراد بالأعياد والرموز الوطنية وجميع ما يتعلق بالدولة، إضافةً إلى العلاقة الوطيدة بين البعد الرمزي والانتماء والولاء السياسي¹.

البعد الثالث - البعد التقييمي Evolutional Orientation :

ويتضمن الأحكام والآراء التي يحملها الأفراد تجاه النظام السياسي، ويتضمن هذا البعد أيضاً عملية تقييم الأفراد لمخرجات ومدخلات النظام السياسي وإعطاء وجهة نظرهم عنها.

وقد صاغ كمال المنوفي أبعاد الثقافة السياسية في ستة أبعاد رئيسية يحتوي كل منها على قضيتين متعارضتين تمثلت في :

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان ، علم الاجتماع السياسي النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1 ، 2001 ، ص 437.

الحرية والإكراه: بمعنى أن الثقافة السياسية الديمقراطية تؤكد على الحرية والإقناع كقيمة أساسية في حين تؤكد الثقافة السياسية الأوتوقراطية على عنصر الإكراه.

الشك والثقة: على اعتبار أن عنصري الشك -الثقة من عناصر الثقافة السياسية لأي مجتمع، ولا بدّ من وجود توازن مقبول بين الشك والثقة حتى يتحقق التسيير الفعّال للعملية السياسية¹.

الخضوع والمقاومة: بمعنى مدى استكانة الفرد المطلقة لما يتعرض له من بطش واستغلال من جانب الحكومة أو ما بيديه من مقاومة سواء بأسلوب عنيف أو غير عنيف.

المساواة والتدرج: أي أن الثقافة السياسية إما أن تؤكد على المساواة بين الأفراد أو على التفرقة بينهم، وهذا يؤثر على درجة المشاركة السياسية للأفراد.

الدينية والعلمانية: ويُقصد بها أثر الدين على السلوك السياسي للفرد، ويتوقف ذلك على أمرين ، أولهما طبيعة هذا الدين من حيث المجالات التي يتدخل فيها، وثانيهما هو مدى تدين الفرد والتزامه بتعاليم دينه.

الولاء المحلي والولاء القومي: حيث يُعدّ الولاء من أهم مؤشرات تكامل المجتمع السياسي، فالمجتمعات التي تسودها ثقافة سياسية حديثة يتجه فيها الأفراد بولائهم نحو المجتمع القومي والمصلحة العامة، أما المجتمعات التي تسودها ثقافة سياسية تقليدية يتجه ولاء الأفراد فيها نحو القبيلة أو الأسرة. ويترتب على ذلك غياب الشعور بالمسؤولية العامة والمشاكل القومية².

ثانيا: انماط الثقافة السياسية: Political Culture Patterns

تختلف أنماط الثقافة السياسية من مجتمع لآخر تبعاً لاختلاف عناصر تشكّل تلك الثقافة في ذلك المجتمع، ولكل نمط ثقافي علاقة مع نمط وبناء سياسي، فالثقافة الرعوية ترتبط ببناء اجتماعي تقليدي غير مركزي، أما ثقافة الخضوع السياسي فتتعلق ببناء تسلطي ومركزي، في حين ترتبط ثقافة المشاركة بصورة تلقائية ببناء النظم السياسية الديمقراطية، ولهذا فإن نوعية الثقافة السياسية السائدة في مجتمع معين تنتج وتعرّز من الناحية المثالية نظام سياسي محدّد ديمقراطي أو سلطوي مفكّك.

وتتميز الأبحاث بين عدة أصناف من الثقافات السياسية وذلك بناءً على واقع الدول التي أجريت فيها هذه الأبحاث، وفي عام 1963 نشر جابريئيل ألموند وسيدني فيربا كتاب الثقافة المدنية The civil culture

¹ نفس المرجع السابق ، ص 438.

² نفس المرجع السابق ، ص 439.

وهو عبارة عن بحث مقارنة استغرق خمس سنوات في خمس دول غربية هي الولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، وألمانيا، وإيطاليا، والمكسيك لبحث وتحديد العلاقة بين المؤثرات الثقافية والسلوك السياسي، وقد توصلت هذه الدراسة إلى إبراز ثلاثة أنماط للثقافة السياسية هي:

الثقافة السياسية المحدودة أو الضيقة : Parochial political culture

وتشير إلى نمط توجهات الأفراد الذين يظهرون وعياً ضئيلاً أو جهلاً بالنظام السياسي ويكون تأثيرهم على الحياة العامة محدوداً جداً، وتقوم الثقافة السياسية من هذا النمط في مجتمعات غير ديمقراطية تُبنى فيها العلاقة بين النظام والمجتمع على أساس الدمج بين علاقات القوة والسيطرة وبين علاقات الأبوة.

وتتعرض هذه الثقافة موقف اللامبالاة والجهل في مواجهة الدولة والانكفاء على الوحدات المحلية فيما يتعلق بالانتماء سواء تعلق الأمر بالقبيلة أو بالقرية.

ومما يميز هذا النوع من الثقافة السياسية أن الأفراد لا يعرفون شيئاً عن العناصر التي تساهم في عملية مدخلات النظام السياسي ومخرجاته ، ولا يعرفون إلا القليل جداً من الأهداف أو الغايات السياسية التي توجد في الحياة السياسية ، ولا يكون الأفراد ضمن هذا النمط من الثقافة السياسية أي مشاعر حول نظامهم السياسي بشكل عام، وحول البنى والقادة السياسيين.

ولا يدرك الأفراد في هذا النوع من الثقافة السياسية أي شيء عن حقوقهم وواجباتهم ودورهم في التأثير على النظام السياسي ، وتكون الولاءات في مثل هذا النوع من الثقافة هي ولاءات للجماعات الفرعية وليس للنظام السياسي ، حيث ترتبط نسبة كبيرة من السكان بروابط عاطفية مكثفة نحو الجماعات والمؤسسات التي تمثل مصالح محلية وإقليمية وأخرى كالولاء للقبيلة أو للعائلة أو للعرق أو للغة أو للجماعات الدينية وغيرها¹، ولا توجد وظائف سياسية متخصصة في هذا النمط من الثقافة السياسية، وإنما ترتبط الأدوار السياسية والدينية والاجتماعية برئيس المجتمع، ويكتسب الزعيم السياسي أو العسكري في هذه الثقافات السياسية مكانةً قريبةً من القداسة والعظمة وصفات الأبوة ، وتدار الحياة السياسية وكأنها شأن عائلي مركباته متداخلة .

¹ قزاددي ، الصحافة والسياسية ، مرجع سابق ، ص 35.

The Subject political culture: الثقافة السياسية الخاضعة:

وتتميز بالفصل الحاد بين السلطة والمجتمع أو غالبية أعضائه، وبعدم مشاركة الأفراد في عملية صنع القرار السياسي والتأثير على الحياة العامة، كما أنهم لا يطالبون بإشراكهم في هذه العملية بل يقبلون ممارسات السلطة وأساليب تطبيقها لقراراتها بخضوع وطاعة، وتتراوح مواقف الأفراد من النظام السياسي في هذا النمط من الثقافة السياسية بين الرفض والتأييد بناءً على درجة قيام هذا النظام على توفير بعض حاجاتهم الضرورية، ولكنهم في أغلب الأحيان لا يطالبون بالمشاركة اعتقاداً منهم بأن الفصل بين النظام السياسي والمجتمع حادّ وراسخ.

ومن خصائص هذا النوع من الثقافة السياسية سيادة العنف السياسي Political Violence في بعض الأحيان، بسبب نقص الإجراءات المدنية المقبولة من غالبية السكان والعملية للإدارة، كما وتنتشر حالة عدم الثقة في هذه المجتمعات التي تقود إلى فوضى وعدم استقرار حكومي، كما يسود الاغتراب والهجرة وغياب روح المبادرة وفقدان الشعور بالقدرة على تغيير الواقع والنأي عن السلطة والهروب من الخدمة العسكرية والانتفاضات والتمردات والتطرف السياسي¹، وتكون نظرة الأفراد نحو نظامهم السياسي في هذا النمط من الثقافة السياسية قائمة على أساس الاستسلام أساساً بالرغم من وجود نوع محدد من الأهلية الملائمة ضمن ثقافة الخضوع.(38)

The Participant political culture: الثقافة السياسية المشاركة:

يتميز هذا النمط من الثقافة السياسية بتأثير وعلاقات متبادلين بين النظام السياسي والأفراد أو بين المركز السياسي وأطرافه، فليس هناك فصل حاد بينهما، بل انفتاح لكل واحد على الآخر، فالأفراد يشاركون في عملية اتخاذ ومن خصائص هذا النوع من الثقافة السياسية إدراك الفرد لجوانب العملية السياسية المتمثلة في النظام العام ومخرجاته ومدخلاته ودوره كفرد بتأثيره على النظام السياسي من خلال وعيه بحقوقه وواجباته في إطار من مشاركته السياسية الفاعلة وإدراكه العام لمجريات العملية السياسية².

ويتسم الفرد في هذا النمط من الثقافة السياسية بكفاءة سياسية عالية، وعادةً ما يوجد هذا النمط من الثقافة السياسية في المجتمعات الديمقراطية، ويشدّد هذا النوع من الثقافة السياسية على مشاركة المواطنين في العملية السياسية، فالمواطن يرى أنه يستطيع أن يؤثر في النظام السياسي، وأن يتأثر بقراراته، وقد

¹ مولود زيد الطيب، علم الاجتماع السياسي، (ليبيا: منشوارت جامعة السابع من أبريل، 2007)، ص 182.

² نفس المرجع السابق، ص 183.

بيّن (أوموند)و(فيربا) بأن أغلب الثقافات السياسية هي في الواقع عبارة عن خليط من هذه الثقافات معاً، وأنه من الممكن إيجاد ثقافة سياسية تكون عبارة عن تداخل بين ثقافة المشاركة والثقافة الرعوية في العديد من الدول النامية¹.

وقد حدّد (أوموند)و(فيربا) هذه الأنماط الثلاثة من الثقافة السياسية كاقتراب لدراسة ومقارنة النظم السياسية وفهم السلوك السياسي استناداً إلى تحليلهما للظاهرة السياسية بناءً على ثلاثة مستويات وهي:

المستوى الأول/ مستوى النظام السياسي: ويتضمن وظائف المحافظة على النظام السياسي وتحقيق التكيف، كما يتضمن عملية التنشئة السياسية من خلال صياغة أو تعديل أو تغيير الاتجاهات في الثقافة السياسية، وتعليم المستهدف تجنيدهم سياسياً كيفية أداء الأدوار المناطة بهم، وصياغة الاتجاهات أو تعديلها، وتقبله ثقافة النظام التي تركز على الوعي بهذا النظام ومؤسساته وشرعيته وشاغلي الأدوار الرئيسية فيه.

المستوى الثاني - مستوى العملية السياسية: وترتكز على عملية التحويل داخل النظام السياسي، أي تحويل المدخلات إلى مخرجات، وترتكز ثقافة العملية لهذا المستوى على إدراك الفرد لذاته كمشارك في التأثير في عملية التحويل هذه.

المستوى الثالث - مستوى السياسة والسياسات: ويرتكز على الأداء السياسي البسيط، وجوهره هو عملية تطبيق السياسة واستخراج الموارد وتوزيعها ، وتنظيم السلوك ووضع الرموز والمعلومات الذي يعود في تغذية راجعة إلى المدخلات مرة أخرى، وتقبلها ثقافة السياسة التي تركز على إدراك المواطن لمخرجات النظام من قرارات وسياسات وتنفيذ لها.

ويرتكز مستوى السياسة على مخرجات النظام السياسي من قوانين أو أنظمة أو تعليمات، وكيفية تحقيق هذه السياسات، وماذا يتوقع الأفراد من هذه السياسات.

سادساً: مقارنة الثقافة السياسية:

إن دراسة الثقافة السياسية تستدعي النظر إليها باعتبارها متغير أو عاملاً وسيطاً بين النظام العام السائد ومختلف البنى الاجتماعية المكونة له وبين السلوك الفعلي في الحياة اليومية ، بهذا المعنى الثقافة السياسية هي نتيجة مباشرة للنظام العام السائد، تستعمل كأدوات تنظم العلاقات فتسوغ الواقع وتعمل على

¹ أشرف حافظ، الهوية العربية والصراع مع الذات، (الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2012)، ص 85.

إجلائه في صور معينة أو تبحث على إحلال التغيير فيه، ولهذا فلا مناص من النظر إلى الثقافة السياسية في اتصالها بالواقع بل وعلى أنها تنبثق عنه.

إن الثقافة السياسية ذات تعقد خاص كامن في حقيقته من الارتباط الواقع بين موضوع الثقافة الذي يحتاج إلى نظرة شمولية وبين الظاهرة السياسية التي تتميز بتعقدها الخاص، وهذا ما يجعل مقارنة الثقافة السياسية تحتاج إلى التحليل العلمي الذي يمكن من التعرض لها وكشف أبعادها وتفسيرها¹.

فالثقافة السياسية السائدة ومهما كان نمطها هي في الواقع مرآة تعكس منظومة تفاعل الأفراد باعتبارهم وكلاء اجتماعيين يمارسون التأثير على بعضهم البعض في إطار أوضاع اجتماعية أو كما يسميها "بورديو" الميدان (ميدان التأثير والتفاعل) ، وهذا التفاعل وان كان في وسط اجتماعي واحد فهو ينبعث من أنماط حياة مختلفة، وبغض النظر عن المستوى التعليمي أو مستوى التقدم التقني أو حتى نوع النظام السياسي، فإن هذه الأنماط تأخذ صوراً مختلفة من الثقافات السياسية المتنافسة وتتضح في الواقع في أنماط من التوجه نحو القضايا السياسية والعمل السياسي بما يشكل مجموعة من السلوكيات والتوجهات نحو السلطة أي ما تفعله أو يتوجب أن تفعله.

ولهذا فإن تحليل الثقافة السياسية يجب أن ينطلق من النظرة الكلية لهذا الإطار العام أو الميدان حسب أبعاده الثلاثة وهي: الأوضاع، الفاعلين والممارسات².

الأوضاع الاجتماعية السياسية: وهي تتحدد في ثلاثة مستويات:

1. **مستوى الرهانات:** وهي جملة المؤشرات الخاصة بالطابع الرمزي للأوضاع الاجتماعية السياسية، ويشترك كامل الأطراف فيما يلحق بها من معاني ومعارف ودلالات حيث تتحدد الأهداف المرغوب بها، ولذلك تجد الأفراد البعيدين عن النهج الديمقراطي لا يتفهمون الجدل والتنافس القائم في خضم تنظيم الحملات الانتخابية مثلاً.
2. **مستوى القواعد:** وهي تتضمن بالمعنى العام للثقافة، القوانين التنظيمية والقواعد الأخلاقية الاعراف والعادات والمعتقدات، ويتحدد من خلالها ما هو شرعي وما هو غير شرعي.
3. **مستوى توزيع موارد السلطة:** ويقصد به مدى التكافؤ بين الأفراد من حيث الوصول إلى الموارد المختلفة للسلطة كالأموال ووسائل الاتصال والإعلام وسبله¹.

¹ فيليب برو : علم الاجتماع السياسي، ترجمة : محمد عرب صاصيلا ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط 1 ، سنة 1998 ، ص 539.

² نفس المرجع السابق ، ص 540.

إن هذه المستويات من شأنها إبراز الوضع الاجتماعي السياسي في مظهرين أساسيين هما:

- ✓ التنافس الصراع حول تطبيق قواعد وآليات الفعل والمشاركة السياسية خاصة مع وجود متناقضات إيديولوجية عقائدية يصعب معها ويتعذر الاجتماع والتوافق.
- ✓ مدى المبادرة والمجازفة في إطار علاقات التفاعل، والمحدد لها هو القابلية للتوقع. والتي لا يمكن أن تحل إلا إذا كانت عناصر الوضع ومحدداته واضحة وجليّة للفاعلين جميعاً.

الأفراد المتفاعلون:

ويتجلى التفاعل في إطار الحياة السياسية من خلال المبادلات السلوكية المختلفة بما فيها السلبية من صمت وامتناع والجدل المستمر بين الأفراد والجماعات، حيث يكون لتلك المبادلات وذلك الجدل التأثير في إحلال أوضاع وأساليب دون أخرى من التفاوض الاجتماعي، ونجد في هذا المقام قضيتين لهما الأهمية المحددة للتفاعل ونتائجه، وهما الحرية والاستعدادات.

✓ **الحرية:** إن حرية الفرد ومدى قدرته على الاختيار يتدخلان بشكل مباشر في تفاعله وإتيانه لأي سلوك، ويكون له بذلك واحد من مظهرين:

❖ **تقرير المطالب:** ويتم ذلك بناء على حساب واع للتكاليف والمزايا وتحديد استراتيجي للغايات يتم بعد تقييم الموارد المتوفرة في الواقع وترتيبه لأهدافه حسب الأفضلية، ثم تقريره للمزيد المتاح والإشباع المتوقع.

❖ **الخضوع:** يتمثل لدى الفرد عندما تقيد حريته في التفاعل بما يتم وضعه من ضوابط محددة للأدوار وكابحة للمبادرة الاختيارية فيضطر إلى الرضوخ والامتثال أو يثور فينتهك تلك الضوابط والحدود².

✓ **الاستعدادات:** وهي تتضمن مجموع المعارف والموارد الفكرية القابلة للتعبئة (البعد الإدراكي) ومجموعة الميول العاطفية للقيام بسلوك أو شيء ما (البعد الحسي) وهي تتشكل من مجموع الخبرات المكتسبة في مرحلتها الطفولة والنضج على السواء في خلال التجارب التي يتعرض لها الأفراد في ظل جماعتهم وتتدخل عمليات التكيف الاجتماعي في صقلها وبلورتها في الواقع التفاعلي.

وهنا تجدر الإشارة إلى دور الآليات الدفاعية والعادات والتقاليد، حيث تتدخل الأولى باعتبارها مانعا من الاستعلام والاستفهام حول الموضوع بحكم مؤثر كالا احترام المفرط تجاه السلطات القائمة، أو الخوف الناتج عن صدمة سياسية سابقة، في حين تعمل الثانية وهي العادات والتقاليد على إدخال حالة من الاطمئنان على الفرد بفعل حالة الروتين فتحجمه بذلك من البحث والاستطلاع.

¹ صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي: أسسه وأبعاده، (بغداد: دار الحكمة للطباعة والنشر، 1991)، ص 345.

² سليم حداد، مترجم، علم الاجتماع السياسية (بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2001)، ص 94.

إن الحرية والاستعدادات يتدخلان كعامين أساسيين في تحديد احتمال الافراد لمواقفهم في خضم الوضع الاجتماعي السياسي القائم فإما بالمبادرة الاختيارية المبنية على التقدير الواعي واما بالخضوع لمحددات الدور المشروطة مسبقا.

ومع ذلك يبقى الاحتمال مرهونا بالواقع الملموس وما يتجلى فيه لدى الافراد من إشباعات يتوقعون تغطيتها لحاجاتهم ومن إزعاجات يأملون تجنبها، وهنا يؤثر المنطق الاجتماعي والسياسي المستخدم في المجتمع لتوزيع المكافآت الجزاءات وبالتالي في تجاوب الأف ارد والجماعات بحسب المنظومة الثقافية التي يتميز بها، وينتظر منه أن يشكل مجموع المدخلات أي المطالب التي تقدم الى السلطة وتطمح الى تحقيق الرغبات المادية والمعنوية للأفراد والجماعات في المجتمع¹.

الممارسة:

وتتضمن أشكال السلوك الناتجة عن سلسلة من الإجابات والنوايا والتوقعات والتقدير التي تجد لها واعتبارا لما تضيفه على المستويين الادراكي والحسي محلا في الواقع يبعث على التفاعل الاجتماعي ، إن أشكال السلوك تلك ومختلف الأفعال الصادرة عن الفاعلين السياسيين (الدولة ، الاحزاب ، الشعب) تنتج أثارها على مستوى النشاط الاجتماعي .ويجدر التنبيه هنا إلى أن الممارسة الفردية مثلها مثل الممارسة الجماعية منتجة لآثارها في الواقع، فالنشاط الفردي للبعض قد يخلق التشيع الاجتماعي للآخرين، ذلك أن الظاهرة الجماعية الاجتماعية السياسية وان كانت نتيجة جماعية فهي في الأصل مجموعة من الأفعال الفردية المجتمعة المولدة لدينامية ونشاط تتجلى واقعا في آثار جماعية ومما يزيد فاعلية النشاط الفردي التفاعل الذي تخلقه وسائل الإعلام من خلال نشرها للأفكار والوقائع والتمثلات المختلفة.

سابعا: وسائل الإعلام وتنمية الثقافة السياسية:

تعتبر وسائل الإعلام- الجماهيرية تحديدا -واحدة من الأدوات الهامة في العملية التنموية، ومعلوم الارتباط بينها وبين الثقافة، ولهذا كان لوسائل الاعلام دورها في تنمية الثقافة السياسية من خلال تدخلها في التنقيف السياسي.

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع السياسي: مرجع سابق، 438.

✓ وسائل الإعلام والتنشئة السياسية:

لفهم الثقافة السياسية فهما صحيحا لابد من التمييز في مورد عناصرها الثقافية، إنها ترد إلى عملية على غاية من الأهمية وهي التنشئة السياسية، تؤديها مؤسسات اجتماعية أهمها وسائل الاعلام. وهذا يعني أن وسائل الاعلام تتدخل في تشكيل الثقافة السياسية بأدائها لدورها في التنشئة السياسية، ويمكن التأكيد على ذلك بما ورد عن "روبين" (Rubin Alin M.) للتنشئة السياسية بأنها "عملية تطويرية تتم عبر وسائل اجتماعية متعددة يكتسب بها الفرد معلومات ويكون بها مواقف تمكنه من فهم الأشخاص والمؤسسات والأشياء الأخرى في البيئة السياسية¹.

ولقد أخذت وسائل الاعلام في السنوات الأخيرة أبعادا كثيرة في الحياة السياسية للمجتمعات مما دعم موقعها باعتبارها السلطة السياسية الاربعة، لقد كانت منذ وجودها رفيق السياسة والسياسيين لا شيء إلا لأنها رفيقة الجماهير ومبتغى الأفرد والجماعات وعمادهم في حياتهم اليومية، وذلك ما جعل منها مصدرار من مصادر التنشئة السياسية ومحلا لالتقاء الحياة العامة بالحياة السياسية والشعب بالسلطة.

إن أهمية وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية في التنشئة السياسية تكمن في قوة تأثيرها على الأفرد والجماهير، ومن بين جوانب هذا التأثير نجدها تعمل على تاركم المكاسب الثقافية والمعارف والمعلومات السياسية، بناء المواقف السياسية، تعزيز المواقف والأفكار السابقة والتحفيز على المناقشة الحوار².

واعتبارا لهذه الحقائق التي جاءت نتيجة الدراسات الكثيرة التي أجريت حول العلاقة بين التنشئة السياسية ووسائل الإعلام، يتأكد الأثر المباشر الذي تحدثه الوسائل تلك في تنشئة الفرد سياسيا على مختلف مراحل عمره، كما أن بعض الدراسات الإمبريقية استخلصت احتلال وسائل الإعلام الريادة في عملية تحديث المجتمعات وبلورة ثقافة سياسية موحدة.

بل إن الباحث "نيل هولندر" (N. Hollander) يقول أن هذه الوسائل أصبحت تؤدي دور الوالدين التقليدي في عملية التنشئة السياسية المعاصرة.

✓ مستويات تدخل وسائل الإعلام في تنمية الثقافة السياسية:

يحدد المختصون في الاتصال السياسي مستويات ثلاث لتدخل وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية وفي نفس الوقت هي تمثل الأبعاد الثلاث لتأثيرها في ترسيخ واستقرار الثقافة السياسية على حد أري "الموند" G/ Almand وهي:

¹ محمد بن مسعود البشر، مرجع سابق، ص 133.

² نفس المرجع السابق، ص 134.

❖ **المستوى المعرفي:** ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية، فوسائل الاتصال تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للفرد وتتمى ثقافته السياسية المتعلقة بالقضايا والمؤسسات السياسية في مجتمعه وعن رجال السياسة أنفسهم، إنها تقدم المعلومات الضرورية والمتعلقة بالمتغيرات الأساسية للبيئة السياسية مثل النظام السياسي والقيم السياسية السائدة في المجتمع وكيفيات ممارسة السياسة من طرف الأشخاص أو المؤسسات¹.

ويخلص المختصون في الميدان إلى أن حدود المشاركة السياسية للأفراد تتوقف على كم وكيف المعلومات المقدمة لهم من طرف وسائل الإعلام، وتوضح الباحثة الأمريكية "جريبير (Dorisa) (1989) كيف تؤثر المعلومات السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام على السلوك السياسي والتفاعل بين المواطنين والحكومة، وتشير إلى أنه على وسائل الإعلام في المجتمعات التي تعتمد فيها الأنظمة السياسية على المشاركة الشعبية أو حيث يكون الشعب رقبيا للحكومة، أن تقدم معلومات كافية وصحيحة للأفراد حتى يكون تفاعلهم ونشاطهم على مستوى يؤهلهم لأداء دورهم بالمشاركة السياسية.

❖ **المستوى العاطفي:** ويقصد به مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الأفراد تجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية، ومعناه أن مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية يقود إلى مرحلة أخرى من مراحل التأثير وهي الاهتمام والرغبة في هذه القضايا ومتابعتها، وهذا التغيير والانتقال من مرحلة إلى أخرى يؤثر ويتأثر بدوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام.

وخلصت جل الدراسات في الميدان مثال دراسة كل من "أتكين"، "جالواي" و"نيمان (Atkin, 1986) (Gallaway & Nyman) حول وسائل الإعلام وثقافة الناخب، ودراسة "جونسون" (Johnson Norris 1973)

حول التلفزيون والتنشئة السياسية، إلى أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وبين متغيري المعرفة السياسية والاهتمام بقضايا البيئة السياسية².

❖ **المستوى السلوكي:** وهو آخر وأهم مستويات التأثير في عملية التنشئة السياسية، ويقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية، إنه الترجمة الفعلية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية وما أنتجته هذه الأخيرة من مواقف واتجاهات تساعد على تشكيل أنماط سلوكية متعددة للمشاركة، بداية من طرح الأفكار ومناقشة الأحداث مع الآخرين إلى المشاركة الفعلية في مجرياتها، وهو ما يمثل قمة المشاركة في العملية

¹ محمد بن مسعود البشر، مرجع سابق، ص ص ، 145، 136.

² نفس المرجع السابق ، ص 145.

السياسية، وتقيد نتائج الدراسات أنه كلما ازداد تعرض الافراد لوسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص كلما ا زدت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة السياسية المتاحة لهم.

خلاصة:

تؤدي البرامج السياسية دورا أساسيا في خارطة البرامج التلفزيونية المختلفة سواء أكانت ترفيهية ، اجتماعية ، أو سياسية ، طبقا لما تفرضه طبيعة الفضائية ، اذ يفترض الحوار أو المحادثة أو المقابلة كأحد اشكال البرامج التي تحقق أهداف التلفزيون ، كما تؤدي البرامج السياسية دورا أساسيا في اعطاء توضيح لاتجاهات القنوات الفضائية لاسيما بعد التطور الكبير الذي حدث لوسائل الاعلام المختلفة المتمثلة في البث الفضائي ، حيث باستطاعة معد البرنامج استضافة أكثر من شخصية بغض النظر عن المكان ، وان يجمع بين شخصيات من بلدان مختلفة في برنامج واحد غير الاقمار الصناعية والحوار معهم ، مما يؤدي بالمشاهد الى الحصول على الاخبار والمعلومات والآراء بشكل مباشر من مصاره الاصلية.

أما الثقافة السياسية فقد اختلف فيها المفكرون نظرا لاختلاف منطلقاتهم الفكرية السياسية إلا أن المقصود بها عموما هو مجموع الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي نظاما ومعنى للعملية السياسية، وتعتمد القواعد المنتشرة التي تحكم تصرفات الأفراد داخل النظام السياسي، والتي تحدد الإطار الذي يحدث التصرف السياسي في نطاقه.

أي ان الثقافة السياسية تدور حول ما يسود المجتمع من قيم ومعتقدات تؤثر في السلوك السياسي لأعضائه حكاما ومحكومين.



الفصل الخامس

الإجراءات المنهجية للدراسة



الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة

أولا : مجالات الدراسة.

ثانيا : نوع الدراسة.

ثالثا : المنهج المستخدم في الدراسة.

رابعا : الأدوات المنهجية المعتمدة في الدراسة.

خامسا : الأساليب الإحصائية المستخدمة.

تمهيد :

بعد الانتهاء من مرحلة جمع البيانات والمعلومات من خلال البحث المكتبي والدراسات النظرية للموضوع ، انتقلنا الى مرحلة الدراسة الميدانية التي تستهدف الاجابة على تساؤلات الدراسة ، وهي مرحلة تمثل أهمية خاصة في البحوث الاجتماعية ، ومن أجل ذلك قمنا بعدد من المنهجية الخاصة بالدراسة الميدانية ، حيث اخترنا المنهج الملائم لطبيعة موضوع الدراسة ، واخترنا العينة وفق مجموعة من المعايير والشروط بالإضافة الى أداة جمع البيانات التي تتلاءم مع عينة الدراسة كما تضمن هذا الفصل الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية المتمثلة في مجالات الدراسة والمنهج المستخدم والعينة المختارة في الدراسة ، والتي تتكون من فئة الشباب وبالتحديد الطالب الجامعي ، وكان لزاما اختيار جملة من الاساليب الاحصائية الإحصائية المعتمدة من أجل التحليل الاحصائي للبيانات والمعطيات الميدانية ، ثم الوصول الى تحليل سوسيولوجي للظاهرة من خلال نتائج الدراسة الميدانية التي تجيب على التساؤلات المطروحة ، وفرضيات الدراسة والتي تعمم على المجتمع الكلي للدراسة.

أولاً : مجالات الدراسة :

تمثل مجالات الدراسة مكانة هامة ضمن البحوث و الدراسات السوسولوجية ، حيث تمكن الباحث من معرفة و جهته و المكان المخصص لإجراء الدراسة و جميع الخصائص الموجودة ضمنه ، و لقد اتفق كثير من المنشغلين بالبحث الاجتماعي على أن لكل دراسة مجالات ثلاث يجب على الباحث توضيحها عند تخطيط إجراء البحث و هذه المجالات هي:

1. المجال الجغرافي:

المجال الجغرافي هو النطاق المكاني لا جراء البحث الميداني ، وتمت هذه الدراسة في نطاق جغرافي محدد يتمثل في جامعة 20 أوت 195 سكيكدة ، تم اختيار أربعة كليات مختلفة لإجراء الدراسة الميدانية ، وهي كلية العلوم الانسانية والعلوم والاجتماعية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، كلية البيولوجية .

2. المجال الزمني :

يمكن تقسيم المجال الزمني لهذه الدراسة الى مرحلتين :

✓ مرحلة انجاز الجانب النظري للدراسة :

وتمثل بدايتها فترة أكتوبر 2013 ، حيث تم انطلاق العمل البحثي في الموضوع منذ التسجيل الاول في الدكتوراه ، وبعد الموافقة على مشروع البحث واتفاقنا مع الاستاذ المشرف بدأنا في انجاز الجانب النظري للدراسة ، وخلال السنوات الماضية تم العمل على التأسيس المنهجي للموضوع والتأسيس النظري له.

✓ مرحلة انجاز الجانب الميداني : (شهري أفريل وماي 2018)

وقبل هذه الفترة سبقها فترة اعداد استمارة الاستبيان أداة البحث ، وتخللها فترات تمت فيها ادخال تعديلات على الاستبيان عبر مراحل ، بناءا على ملاحظات ونصائح بعض الاساتذة المختصون وبعض الزملاء .

كما تم القيام باختبار استمارة البحث بعد ذلك قبل توزيعها نهائيا على مجموعة من الافراد وعددهم 20 فردا ، للتأكد من فهم المبحوثين لعبارات الاستبيان.

وبداية شهر أفريل تم النزول الى الميدان ، وتم توزيع الاستمارة وذلك بمساعدة بعض الاساتذة الزملاء خلال حصص تدريس الطلبة والذين ساعدوني في توزيع الاستمارات وجمعها ، خاصة في كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة ، كلية العلوم البيولوجية وتواصلت العملية الى غاية أواخر شهر ماي ، حيث تم توزيع أكثر من 500 استمارة استبيان على الطلبة المبحوثين استرد منها 487 منها قابلة للاستغلال.

3.المجال البشري:

ويشتمل على مجتمع البحث ومميزاته ، وكذا عينة الدراسة ونوعيتها وخصائصها :

✓ مجتمع البحث :

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية ، و هي تتطلب من الباحث دقة بالغة ، حيث يتوقف عليهم إجراء البحث و تصميمه و كفاءة نتائجه ، و يوجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه

مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته و تحديدها .¹

و لمعرفة مجتمع البحث أولا يجب تحديد مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعريفا دقيقا ، يشمل طبيعة وحداته ، هل هي متجانسة أم متباينة و هل هي موزعة في شكل فئات أو طبقات أو غير ذلك و في سياق إتمام البناء المنهجي للعمل كان لزاما علينا تحديد مجتمع البحث الذي سوف تجري عليه الدراسة و المتمثلة في دور البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة في تنمية الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي ، ومن خلال الموضوع المطروح

¹ . محمد شفيق الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية (الإسكندرية : المكتب الجامعي ، الحديث 1988 ، ص 112 .

للبحث يتبين لنا من الوهلة الأولى أن مجتمع بحثا هم الشباب الجامعي من طلبة و طالبات المتواجدين على مستوى جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

وبعد أن قمنا بتحديد مجتمع البحث و المتمثل في جميع كليات جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة و تحديد الخصائص التي تميز مجتمع بحثنا عن غيره من المجتمعات الأخرى ، فوجدنا أن من سمات الاختلاف من المستوى العلمي و التخصصات الموجودة داخل الجامعة ، و أيضا التمايز من حيث الجنس البشري (ذكور ،إناث) ومن المعروف علميا أنه من الصعب على الباحث إجراء دراسة مسحية لجميع مفردات مجتمع البحث ، حيث عدد مفرداته و يتطلب من الباحث وقتا كبيرا وجهد و إمكانيات مادية كبيرة من أجل القيام بدراسة مسحية و لهذا فأغلب البحوث العلمية تكفي في الغالب بعينة تمثل المجتمع المدروس لأن البحث تحكمه عوامل مادية و طاقات بشرية و أيضا فترة زمنية محددة لانتهاء من الدراسة.

فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله تستخدم كأسباب للتقدير العمل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها¹

✓ طريقة اختيار العينة :

يعد تحديد مجتمع الدراسة و مميزاته و سماته العامة و الخاصة ، و الذي شمل جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة كما حددنا ذلك فيما سبق و نظرا لظروف استحالة إجراء المسح الشامل على جميع مفردات البحث من طرف الباحث المتمثلة في كل طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة ، استخدم الباحث أسلوب المعاينة من خلال اختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث من أجل إجراء الدراسة الميدانية بعد تحديد مجتمع الدراسة تحديدا جيدا قمنا باختيار عدد من الكليات المتواجدة على مستوى جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة و كان ذلك بطريقة قصدية ، فاخترنا كل من (كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة ، كلية العلوم البيولوجية وكلية الايكولوجيا).

¹ صالح الدين شروخ : منهجية البحث العلمي ، (غنابة : جامعة باجي مختار ، 2003) ، ص ، (186).

ثانيا - المنهج المستخدم في الدراسة :

إن طبيعة الدراسة و الهدف منها حتم عليها استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، الذي يعد من بين المناهج الأكثر ملاءمة للدراسة السلوك الاجتماعي للأفراد أمام الظواهر التي يتعرضون لها ، و على أسلوب المسح بالعينة .

و بما أن دراستنا الراهنة إمبريقية بمعنى ذلك أننا سنحاول استعمال مختلف الأساليب الإحصائية للوصول إلى فهم كيفية متابعة أفراد معينة للدراسة للقضايا والمضامين السياسية في القنوات الفضائية الخاصة و دور ذلك في نشر و تنمية الثقافة السياسية لديهم.

ثالثا - الأدوات المنهجية المعتمدة في الدراسة :

يعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات التي تساعد في بحثه و ترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث و المنهج المستخدم في الدراسة و هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات و يمكن استخدام عدد من الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها و لدراسة الظاهرة بكافة جوانبها ، و عموما يتعين أن تقييم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت من أجلها و يمكن حصرها فيما يلي :

الاستمارة (الاستبيان) ، المقابلة ، الملاحظة ، تحليل المحتوى ، التحليل الإحصائي ، التجريب.¹

و يتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث ، فعليه الإحاطة جيدا بالأدوات و الطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت و جهد و تكاليف.

¹ محمد الصاوي محمد مبارك : البحث العلمي : أسسه و طريقة كتابته (القاهرة : المكتبة الأكاديمية 1996 ص (86).

رابعاً - نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية ، التي تستهدف وصف و تحليل و استكشاف العلاقة بين المتغيرات المختلفة لما لها من توجه (إمباريقي) من خلال تناول دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجزائريين ، اعتمادا في ذلك على أساليب و أدوات كمية و إحصائية في جمع البيانات و تحليلها بما يتماشى مع إشكالية البحث و أهدافه و فروضه .

و انطلاقا من طبيعة بحثنا تطلب منا الاعتماد على أداتين من أدوات البحث العلمي و هذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية و هي : الاستبانة كأداة رئيسية للحصول على البيانات و المعلومات اللازمة لموضوع الدراسة ، بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة إلى جانب الاستبانة .

و تحقيقا لأهداف الاستبانة قام الباحث بتصميم الاستبيان الذي يهدف إلى معرفة دور البرامج السياسية للفضائية الجزائرية الخاصة في تنمية الثقافة السياسية وذلك من خلال الجمهور المستهدف وقد اشتمل الاستبيان على أربعة (04) محاور :

✓ **المحور الأول :** و يتضمن ما يعرف بأسئلة الحقائق ، تشمل على مجموعة من الأسئلة الخاصة بالحقائق التكوينية لمتابعي البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة و يعد هذا المحور مهم في تصميم استمارة أي موضوع بحث من أجل التعرف على الخلفية الاجتماعية و الثقافية للمبحوثين و بذلك التعرف على السمات الشخصية للمبحوثين و يتكون هذا المحور من (5) أسئلة

✓ **المحور الثاني :** و يشتمل على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى الكشف عن عادات و أنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة و يتكون من (7) أسئلة.

✓ **المحور الثالث :** يقيس متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة من حيث الأسباب و العادات ومدى مصداقية هذه البرامج لدى المبحوثين فهذا المحور يحتوي على بعدين هما:

- أسباب و عادات المتابعة و يشتمل على (12) عبارة.
- و بعد المصادقية للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة و اشتمل على (14) عبارة.

- ✓ **المحور الرابع :** ويعد من أهم محاور الاستبيان لأنه يركز على الكشف عن جوانب التأثير في الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفية ، القيمة ، السلوكية).
- **الجانب المعرفي** و اشتمل على (15) عبارة .
 - **جانب القيم** و اشتمل على (17) عبارة .
 - **جانب الفعل** (المشاركة) و اشتمل على (15) عبارة .

كما تم قياس درجة الاستجابات المحتملة على الفترات إلى تدرج خماسي حسب مقياس ليكرات الخماسي في توزيع أوزان اجابات افراد العينة ، والذي يتوزع من أعلى وزن له و الذي أعطية له (05) درجات و الذي يمثل في حقل الإجابات (موافق بشدة) ، إلى أدنى وزن له (01) درجة واحدة و تمثل في حقل الإجابات (غي موافق بشدة) ، و بينهما ثلاث أوزان ، وقد كان الغرض من ذلك هي إتاحة المجال أمام أفراد العينة لاختيار الإجابات الدقيقة حسب تقديرهم.

2. تقييم أدوات القياس:

للتأكد من صلاحية أداة الدراسة تم استخدام كل من اختبارات الصدق والثبات وذلك على النحو التالي :

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة و ثباتها من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين في الإعلام و الاتصال و علم الاجتماع ، وقسم العلوم السياسية ، للتأكد من سلامة الصياغة اللغوية لل فقرات ، و درجة ملائمتها لأغراض الدراسة ، و الذي بلغ عددهم خمسة محكمين من جامعات و تخصصات مختلفة.

وقد تم اعتماد التعديلات وفقا للملاحظات التي أجمع عليها المحكمين ، وبعد استرجاع الاستبيان من جميع المحكمين تم إجراء التعديلات المقترحة التي أوصى بها المحكمون في توصياتهم ، وقد اعتبرت ملاحظات المحكمين و إجراء بعض التعديلات المشار إليها بمثابة الصدق الظاهري و صدق المحتوى للأداة و بذلك تم تصميم الاستبيان في صورته النهائية.

✓ اختبار الثبات:

يقصد بالثبات هو أن المقياس يعطي نفس النتائج اذا أعيد تطبيقه على نفس العينة ، في نفس الظروف والشروط وبالتالي فهو يؤدي الى الحصول على نفس النتائج ، أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها اعادة القياس ، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لوم تم اعادة توزيعها عدة مرات خلال فترات زمنية معينة ، وبالتالي كلما زادت درجة الثبات واستقرار الاداة كلما زادت الثقة فيها ، وقد قمنا بحساب معامل ثبات المقياس بطريقة التباين باستخدام معادلة " ألفا كرونباخ Cronbach's Alpah"، والذي يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح ، فاذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فان قيمة المعامل تكون مساوية للصفر ، والعكس اذا كان هناك ثبات تام في البيانات فان قيمة المعامل تساوي الواحد أي أن زيادة معامل ألفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة وتعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات أسئلة المقياس وتشتترط أن تقيس بنود المقياس سمة واحدة فقط ، ولذلك تم القيام بحساب معامل الثبات لكل محور على حدى ، ثم قمنا بحساب ثبات المقياس ككل ، كما استخدمنا في ذلك البرنامج الإحصائي spss لحساب معاملات الثبات من خلال صيغة معادلة ألفا كرونباخ:

والجدول التالي يوضح قيم معاملات ألفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة :

جدول رقم (01) يوضح نتائج ألفا كرونباخ

معاملات الثبات	عدد الفقرات	المحاور
0.78	12	أسباب و عادات متابعة القنوات الفضائية الخاصة
0.73	14	مصداقية المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة
0.89	15	محور بعد المعرفة السياسية
0.77	17	محور بعد القيم السياسية
0.64	15	محور بعد المشاركة السياسية
0.85	73	الدرجة الكلية

من الجدول رقم (01) يتضح أن نتائج الثبات لجميع محاور الدراسة تدل على وجود درجة عالية من الثبات لجميع محاور الدراسة ، فيما بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس الكلي لمحور الدراسة (0.85) وهو

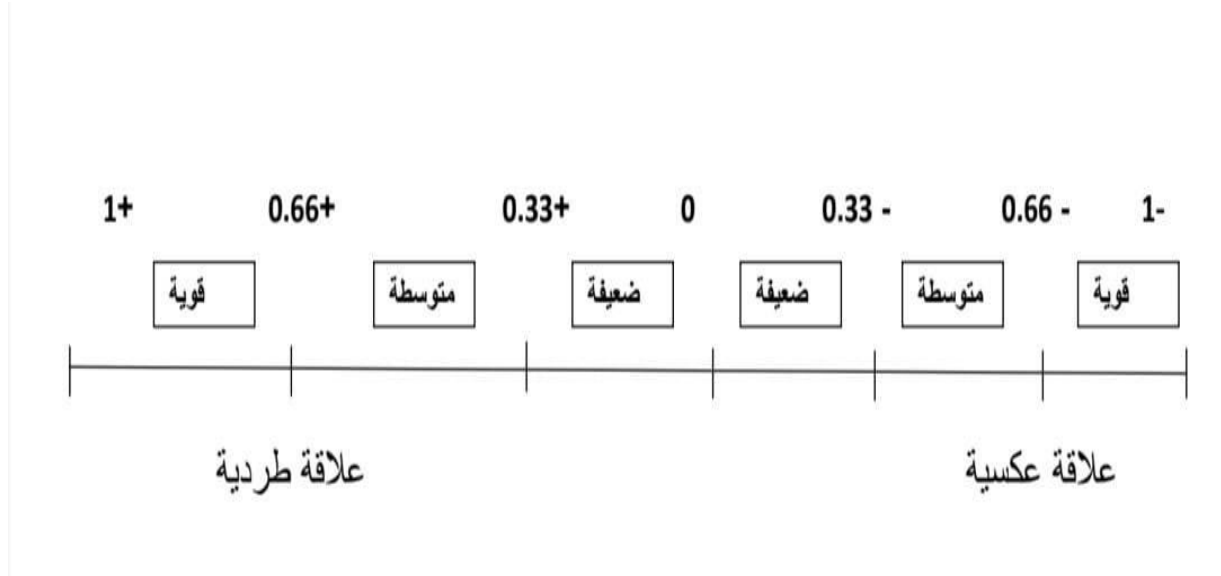
ثبات وصدق مرتفع ، وعليه يمكن القول أن المقياس الذي اعتمدت عليه الدراسة لقياس محاور الدراسة يتمتع بالثبات الداخلي لعباراته ، مما يمكننا من الاعتماد على هذه الاجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

خامسا/ الأساليب الإحصائية المستخدمة :

تم استخراج الدرجات على الاستبانة بترجمة سلم الإجابة اللفظية لكل فقرة إلى سلم تقديري رقمي مؤلف من خمس درجات موافق بشدة (05) درجات ، موافق (04) درجات غير موافق (02) درجة ، غير موافق بشدة (01) درجات محايد (03) درجة ، حيث اعتبرت الفترة التي يقل متوسطها الحسابي عن (2.49) تقييم منخفض ، و الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين (2.5 – 3.49) تقييم متوسط ، و الفقرة التي يزيد متوسطها الحسابي عن (3.5) تقييم مرتفع ، و الإجابة عن الأسئلة تم تفرغ البيانات الواردة في الاستبانة ، و تحليلها إحصائيا ببرامج (spss) كما استخدمه التقنيات الإحصائية المناسبة لكل سؤال من أسئلة الدراسة مثل : المتوسطات الحسابية ، الانحرافات المعيارية ، ودرجة التقييم و اختيار (ت) للبيانات المترابطة و تحليل التباين ، ذو البعد الواحد لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة ، والحكم على مدى قوة أو ضعف العلاقات الارتباطية.

والحكم على مدى قوة أو ضعف العلاقة الارتباطية ، عن طريق تقسيم مجال العلاقة الى وحدتين متساويتين ، الاولى من 1- الى 0 والثانية من 0 الى 1+ مع انعدام العلاقة عند القيمة الصفر ، ثم قسمة كل وحدة من هاتين الوحدتين الى ثلاث وحدات جزئية متساوية ، تضم كل منها ثلاث أنواع من الشدة ، قوية ، متوسطة ، ضعيفة ، وكذا تم تحديد اتجاه العلاقة عن طريق اشارة معامل الارتباط ، فاذا كان موجبا كانت العلاقة طردية ، واذا كان سالبا كانت العلاقة عكسية.

والشكل التالي رقم (06) يوضح ذلك :





الفصل السادس

عرض البيانات تحليلها وتفسيرها



الفصل السادس: عرض البيانات تفسيرها وتحليلها.

أولاً/ متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

ثانياً/ استجابة المبحوثين حول محور عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

ثالثاً/ استجابة المبحوثين حول محور مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

رابعاً/ استجابة المبحوثين حول محور البعد المعرفي للثقافة السياسية.

خامساً/ استجابة المبحوثين حول محور بعد القيم للثقافة السياسية.

سادساً/ استجابة المبحوثين حول محور بعد المشاركة للثقافة السياسية.

سابعاً/ نتائج العلاقة بين متغيرات الدراسة.

✓ نتائج الفرضية الجزئية الأولى.

✓ نتائج الفرضية الجزئية الثانية.

✓ نتائج الفرضية الجزئية الثالثة.

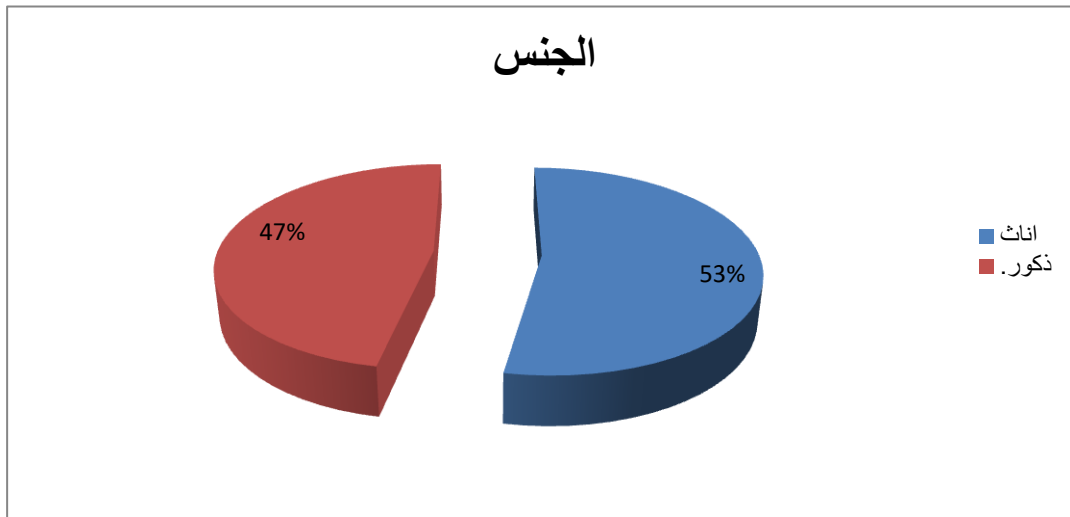
✓ نتائج الفرضية الجزئية الرابعة.

أولاً/ تحليل وتفسير بيانات الجداول.

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.

النسبة %	التكرار	الجنس
47.0%	215	ذكر
53.0%	242	أنثى
100%	457	المجموع

الشكل رقم (07) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



يوضح لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الجنس إذ تبين لنا تفوق الاناث على الذكور ، إذ بلغ عددهم 304 طالبة بنسبة 66.53% ، أما الذكور فبلغ عددهم 153 طالب بنسبة 33.47% .

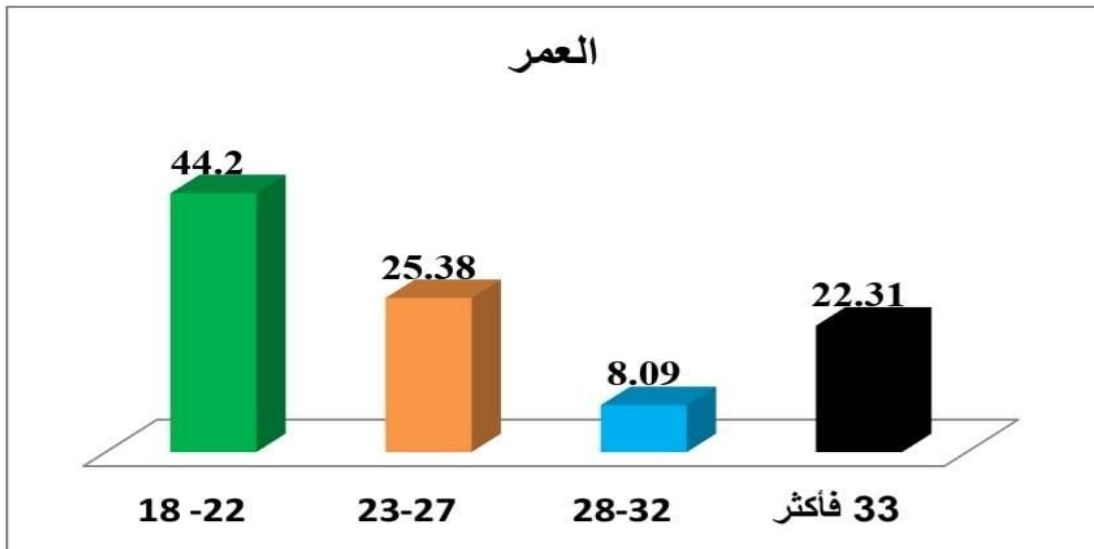
وهذا راجع الى أن عدد الطالبات في الجامعات الجزائرية يفوق عدد الطلبة الذكور هذا من جهة ، ومن جهة أخرى فإن عدد الاناث في كليات العلوم الانسانية والاجتماعية وكلية الحقوق والعلوم السياسية

وكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة أكثر من الذكور وهذا حسب الاحصائيات المقدمة من طرف الادارة ، وذلك لان الاناث يميلون الى التخصصات الادبية على عكس الذكر الذين يفضلون التخصصات العلمية.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة %	التكرار	العمر
44.2%	202	18 -22
25.38%	116	23-27
8.09%	37	28-32
22.31%	102	33 فأكثر
100%	457	المجموع

الشكل رقم(08): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن العينة قد توزعت على أربع فئات عمرية ، حيث بلغ أفراد العينة من الفئة العمرية (18 الى 22) سنة (202) مبحوث بنسبة (42.2%) ، أما الفئة العمرية الثانية (من 23 الى 27) سنة فقد بلغ عددهم (116) مبحوثا بنسبة قدره ب (25.38%) ، تليها الفئة العمرية الثالثة (

من 28 الى 32) سنة فقد بلغ عددهم (37) مبحوثا بنسبة بلغت (8.9%) ، وأخيرا الفئة العمرية (33 فأكثر) حيث بلغ عددهم (102) مبحوثا بنسبة قدرة ب (22.31%) ومن خلال المعطيات الاحصائية نلاحظ أن عينة الدراسة تتميز بالطابع الشبابي وذلك راجع الى كونهم طلبة جامعيين.

الجدول رقم (04) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

النسبة%	التكرار	المستوى الدراسي
21.66%	99	السنة الاولى
13.56%	62	السنة الثانية
31.07%	142	السنة الثالثة
14.66%	67	ماستر 1
19.3%	87	ماستر 2
100%	457	المجموع

الشكل رقم (09) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.



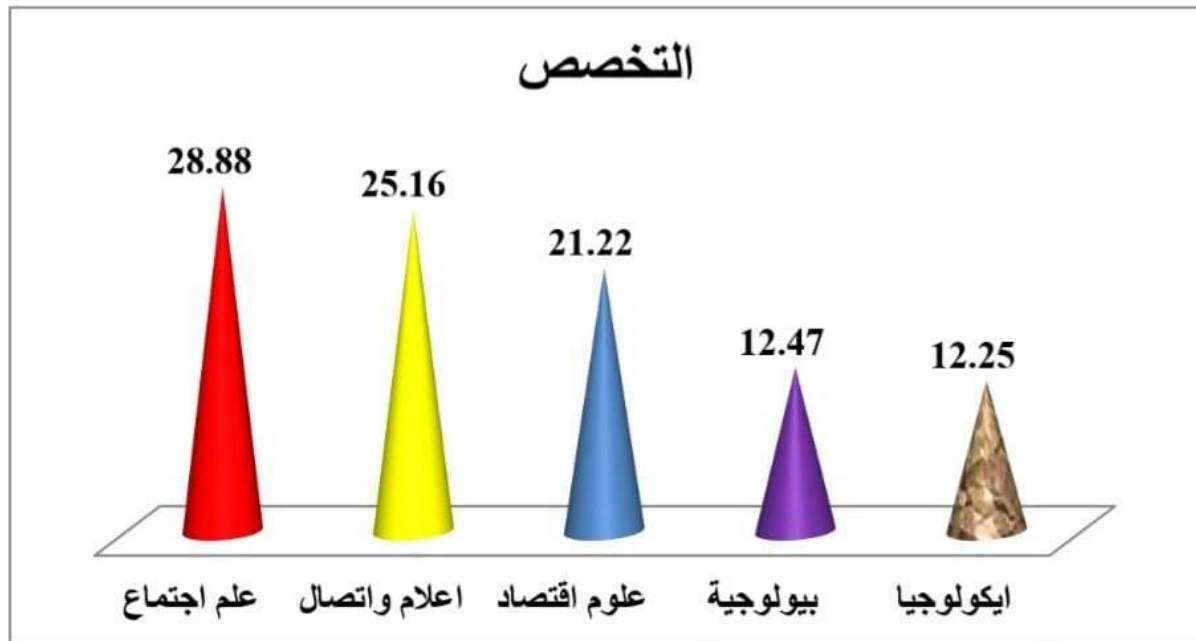
يتضح لنا من خلال الشواهد الاحصائية الموضحة في الجدول أعلاه أن توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى العلمي قد توزعت على خمسة مستويات أناه السنة الاولى جامعي ، واعلاها السنة الثانية ماستر ، وكما يتضح من بيانات الجدول أن أعلى نسبة تمثيل بين مستويات التعليم كان مستوى السنة الثالثة

جامعي الذي بلغ عددهم (142) مبحوثا بنسبة قدرة ب (31.7%) ، يليها في المرتبة الثانية مستوى السنة الاولى جامعي والذي بلغ عددهم (99) مبحوثا بنسبة بلغت (21.66%) ، تليها في المرتبة الثالثة سنة ثانية ماستر والتي بلغ عددها (87) مبحوثا بنسبة بلغت (19.03%) ، ثم جاءت في المرتبة الرابعة مستوى السنة الاولى ماستر بمجموع قدر ب (62) مبحوثا ونسبة بلغت (14.66%) ، وأخير مستوى السنة الثانية جامعي حيث بلغ عددها (62) مبحوثا بنسبة بلغت (13.56%).

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص.

النسبة%	التكرار	التخصص
28.88%	132	علم الاجتماع
25.16%	115	اعلام واتصال
21.22%	97	علوم اقتصادية
12.47%	57	بيولوجيا
12.25%	56	ايكولوجيا
100%	457	المجموع

الشكل رقم (10) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التخصص.

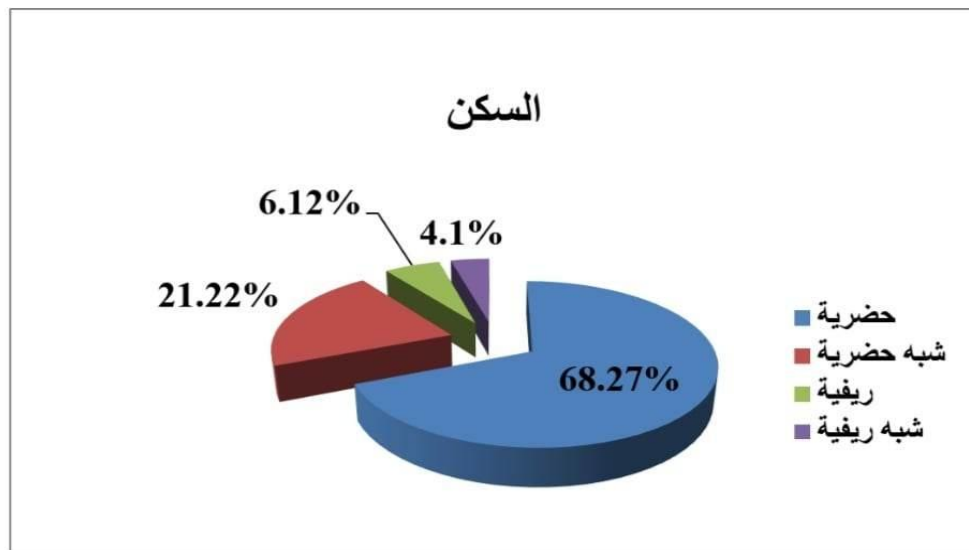


يتبين لنا من خلال الشواهد الاحصائية في الجدول اعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير التخصص أن أكبر نسبة ممثلة هم الطلبة المسجلين في تخصص علم الاجتماع حيث بلغ عددهم (132) مبحوث بنسبة بلغت (28.88%) ، يليها تخصص الاعلام والاتصال حيث بلغ عددهم (115) مبحوثا بنسبة قدرة ب (25.16%) ، وجاء في المرتبة الثالثة تخصص علوم اقتصادية حيث بلغ عددها (97) مبحوثا بنسبة بلغت (21.22%) ، وجاء في المرتبة الرابعة تخصص بيولوجيا حيث بلغ عدد الطلبة المسجلين بها (54) مبحوث بنسبة بلغت (12.47%) ، واخيرا تخصص ايكولوجيا ب (56) مبحوث ونسبة بلغت (12.25%).

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع السكن.

النسبة %	التكرار	السكن
68.27%	312	حضرية
21.22%	97	شبه حضري
6.12%	28	ريفية
4.1%	20	شبه ريفية
100%	457	المجموع

الجدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع السكن.



ان توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير منطقة السكن كما يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن عدد أفراد العينة الذين يقطنون بالمناطق الحضرية قد بلغ عددهم (312) مبحوث بنسبة بلغت (68.27%) ، تليها المنطقة الشبه حضرية بواقع (97) مفردة ونسبة بلغت (21.22%) ، ثم المناطق الريفية بواقع (28) مبحوث ونسبة بلغت (6.12%) ، وأخيرا المناطق الشبه الريفية بواقع (20) مفردة ونسبة بلغت (4.1%)، ومن خلال الشواهد الاحصائية للجدول يتضح أن الطلبة الذين يقطنون المناطق الحضرية هم الاوفر حظا لمتابعة دراستهم وتحسين مستواهم العلمي.

الجدول رقم (07): يوضح مفهوم افراد عينة الدراسة للثقافة السياسية.

النسبة %	التكرار	الفئة
51,2%	360	المعرفة السياسية
14,7%	103	المشاركة السياسية
34,1%	240	تشكيل الاتجاهات السياسية
100%	703	المجموع

تبين الشواهد الاحصائية الموضحة في الجدول أن نسبة 51.2 % من أفراد العينة المبحوثة يرون بأن الثقافة السياسية هي عبارة عن مجموعة المعارف السياسية التي يمتلكها الفرد ، فيما نجد أن 34.1 % من أفراد العينة يعتبرون أن الثقافة السياسية هي عبارة عن تشكيل اتجاهات حول الاحداث والوقائع السياسية في المجتمع ، و 14.7 % من أفراد العينة يرونها بأنها تعبر عن المشاركة السياسية.

الجدول رقم (08): يوضح مدى اهتمام افراد عينة الدراسة بالشؤون السياسية في البلاد.

النسبة %	التكرار	مدى اهتمامك بالشؤون السياسية في البلاد
18,2%	83	مهتم جدا
40.9%	187	مهتم
39.6%	181	مهتم قليلا
1.3%	6	غير مهتم على الاطلاق
100%	457	المجموع

توضح الشواهد الاحصائية في الجدول أن نسبة 40.9 % من أفراد عينة الدراسة يقرون باهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد بأنهم مهتمون ونسبة 1.3 % من افراد العينة أقرروا بعد اهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد ، ونسبة 39.6 % من أفراد العينة بدرجة مهتم قليلا في حين نجد أن نسبة 18.2 % أنهم مهتمون جدا.

ما نلاحظه من خلال الشواهد الاحصائية للجدول أن هناك اهتمام كبير بالشؤون السياسية للبلاد من قبل أفراد عينة الدراسة وهذا ليس غريب كون أن أفراد عينة الدراسة هم ذوي مستوى علمي عالي كونهم طلبة جامعيين ، فغالبا ما يكون الافراد ذوي المستوى العلمي العالي أكثر متابعة واهتمام للشؤون السياسية مقارنة بغير المتعلمين مما يوضح أهمية التعليم في الارتقاء بالاهتمامات السياسية لأفراد المجتمع.

أولا/ عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

الجدول رقم (09): ما هي أهم المصادر التي تستقي منها الأخبار السياسية (رتب إجابتك بالأرقام)

النسبة %	التكرار	الفئة
52,7%	241	وسائل الإعلام الجزائرية
3,7%	17	وسائل الإعلام الأجنبية
10,7%	49	مناقشاتك اليومية (الزملاء أفراد العائلة)
32,8%	150	شبكة الانترنت
100%	457	المجموع

بغرض التعرف على أهم المصادر التي يستقي من أفراد العينة الاخبار والمعلومات السياسية ، فقد تم وضع أربعة مصادر وطلب من المبحوثين ترتيبها حسب أهميتها لهم كمصدر للمعلومات السياسية ، فجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول كما يلي:

حيث كانت أكبر قيمة لوسائل الاعلام الجزائرية بنسبة 52.7% من اجابات أفراد العينة ، تليها ثانيا شبكة الانترنت بنسبة 32.8% كمصدر ثاني لاستقاء المعلومات السياسية بالنسبة لأفراد عينة البحث ، أما ثالثا فكانت من خلال المناقشات اليومية مع الزملاء وافراد العائلة بنسبة 10.7 % من أفراد العينة ، وأخيرا وسائل الاعلام الاجنبية بنسبة قدرة ب 3.7% من أفراد العينة ، ولعل أن التغيرات التي طرأت على البيئة

الاعلامية التي يعيشها المواطن الجزائري وخاصة صدور قانون الاعلام الجديد 2012 الذي سمح بالانفتاح الاعلامي الذي عرف منافسة شديدة من حيث تقديم المعلومات للمواطن بالسرعة والدقة اللازمة ، كان له دور وتأثير في ترتيب مصادر الحصول على المعلومات السياسية بالنسبة لأفراد عينة البحث والاضطلاع بالشؤون والقضايا السياسية المحلية والدولية ، فتوفر قنوات فضائية عدة خاصة فالسنوات القليلة الماضية مع انفتاح النظام السياسي الجزائري وسماحه قانونيا بفتح القنوات الفضائية الخاصة (قانون الاعلام 2012) ، بعد أن كان التلفزيون العام المصدر الوحيد للفرد الجزائري في متابعة الاخبار والقضايا السياسية الداخلية والخارجية ، مما سمح بالتدفق الحر للمعلومات عبر القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية ، وكذلك وجود شبكة الأنترنت كمصدر أساسي للمعلومات السياسية مع الصحف الوطنية كذلك قد أدى الى تصدر هذه المصادر مرتبة متقدمة في انتقاء المعلومات السياسية لدى المواطن الجزائري، وهيا مكانة تدعمها كذلك الازواضع الاجتماعية والاقتصادية للمواطن وارتفاع المستوى التعليمي ، وكذلك دخول الاتصال الشخصي في المرتبة الثالثة كمصدر لاستقاء المعلومات السياسية متمثل في المناقشات مع الزملاء والاقارب.

الجدول رقم (10): متابعة القنوات الفضائية الخاصة.

هل أنت من متبعي القنوات الفضائية الخاصة	التكرار	النسبة%
نعم	450	98,5%
لا	7	1,5%
المجموع	457	100%

تبين الشواهد الاحصائية في الجدول أن نسبة 98.5% من أفراد عينة الدراسة هم من المتابعين للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كونها تمتاز بالاستقلالية وعدم احتكار المعلومة من جهة ، ومن جهة أخرى كونه هذه الاخيرة تمتاز بسرعة ايصال المعلومات من خلال التغطية الآنية للأحداث السياسية التي تدور في البلاد ، في حين نجد أن نسبة 1.5% من أفراد عينة الدراسة لا يتابعون الفضائيات الخاصة الجزائرية كون أن لديهم بدائل أخرى تجذبهم لمتابعة المواضيع السياسية المتعلقة بشؤون البلاد مثل الانترنت التي أصبحت تستهوي شريحة كبيرة من أفراد المجتمع الجزائري خاصة شريحة الشباب.

الجدول رقم (11): نوع الاخبار التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في الفضائيات الخاصة الجزائرية.

نوع الاخبار	التكرار	النسبة :
الاخبار الثقافية	246	21,8%
الاخبار اجتماعية	250	22,2%
الاخبار سياسية	371	32,9%
الاخبار علمية	260	23,1%
المجموع	1127	100%

لغرض التعرف على أهم الاخبار التي يحرص على متابعتها أفراد العينة عبر القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية ، وكما يتضح من الجدول فان النتائج الاحصائية جاءت متقاربة جدا بين أهم هذه المواضيع. حيث جاءت أكبر نسبة في المرتبة الاولى 32.9% خاصة بالأخبار السياسية ، أما الاخبار العلمية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة قدرة ب 23.1% من أفراد العينة ، وثالثا الاخبار الاجتماعية بنسبة قدرة ب 22.2 % من أفراد العينة ، وأخيرا الاخبار الثقافية بنسبة 21.8% من أفراد عينة البحث وهيا أصغر نسبة.

الجدول رقم (12): معدل متابعتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (متابعة المواضيع السياسية)

النسبة %	التكرار	ما معدل متابعتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (متابعة المواضيع السياسية)
23.63%	108	يومية
59.08%	270	بعض أيام الاسبوع
12.91%	59	أسبوعيا
4.37%	20	شهريا
100%	457	المجموع

من خلال المؤشرات الاحصائية المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 59.08 % من اجمال أفراد عينة الدراسة تقوم بمتابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة بعض أيام الاسبوع ، أما نسبة

23.63% من أفراد عينة الدراسة فهم يتابعونها يوميا ، أما نسبة 12.91% من أفراد العينة فيتابعون البرامج السياسية للفضائيات الخاصة أسبوعيا ، في حين نجد نسبة 4.37% من افراد العينة يتابعونها شهريا.

ما نلاحظه من خلال المؤشرات الاحصائية للجدول أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تحرص على متابعة البرامج السياسية للفضائية الخاصة بعض أيام الاسبوع أو بشكل يومي وفي حالات كثيرة شهريا وهذا يمكن تفسيره من جهة كون أن أفراد عينة البحث هم طلبة جامعيين يقيمون في الإقامة الجامعة وبالتالي انعدام جهاز التلفاز داخل غرف الإقامة يحول دون متابعتهم اليومية لهذه البرامج هذا من جهة ، ومن جهة أخرى توفر وسائل اعلام بديلة يتابعها المواطن الجزائري مثل شبكة الانترنت التي تحوص شريحة كبيرة من أفراد المجتمع الجزائري خاصة فئة الشباب.

الجدول رقم (13): حجم الساعات اليومية التي تقضيها في متابعة المواضيع السياسية عبر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

النسبة%	التكرار	ما حجم الساعات اليومية التي تقضيها في متابعة المواضيع السياسية عبر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
5.03%	23	لا أشاهدها أبدا
59.73%	273	أقل من ساعة
12.69%	58	من ساعة الى أقل من ساعتين
20.35%	93	من ساعتين الى أقل من ثلاث ساعات
2.18%	10	أشاهدها بمعدل ثلاث ساعات أو أكثر
100%	457	المجموع

ان حجم التعرض للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة له دور كبير في تنمية مستوى الثقافة السياسية لدى الفرد خاصة على المستوى الزمني المتوسط والبعيد في حال تكرر متابعة هذه البرامج السياسية ، ومن خلال الشواهد الاحصائية المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 59.73% من أفراد عينة الدراسة يقرون بأنهم يتابعون المواضيع السياسية عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة أقل من ساعة يوميا ، أما نسبة 20.35% فهم يتابعونها بمعدل من ساعتين الى أقل من ثلاث ساعات ، تليها نسبة

12.69% يتابعونها بمعدل من ساعة الى أقل من ساعتين في اليوم ، في حين نجد أن نسبة 2.18% يتابعونها بمعدل ثلاث ساعات فأكثر في اليوم.

ومما يلاحظ على المعطيات الاحصائية للجدول أعلاه أن هناك ضعف كبير في الحجم الساعي لمتابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة عند غالبية أفراد العينة حيث كانت أغلبية الاجابات بمعدل أقل ساعة في اليوم وكذلك من ساعتين الى أقل من ثلاث ساعات في اليوم وهو حجم ساعي غير كاف لتنمية مستوى الثقافة السياسية من خلال تشكيل معارف واتجاهات سياسية ، وعموما يمكن ارجاع هذا الضعف في حجم المتابعة كما قلنا في تحليلنا في الجدول السابق الى كون أفراد العينة طلبة جامعيين وكذلك الى توفر وسائل اعلام بديلة مثل الانترنت التي تجذب اهتمام شريحة كبيرة من المجتمع الجزائري خاصة فئة الشباب.

ثانيا/استجابة المبحوثين حول محور عادات وأنماط متابعة الطلبة للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة الجزائرية.

الجدول رقم (14) : عادات وأنماط متابعة الطلبة للقنوات الفضائية الخاصة.

الانحراف	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	الرقم
1,06	2,26	119	181	89	56	12	التكرار	1
		26,0	39,6	19,5	12,3	2,6	النسبة	
1,15	2,49	104	152	86	102	13	التكرار	2
		22,8	33,3	18,8	22,3	2,8	النسبة	
1,27	3,85	40	44	34	166	173	التكرار	3
		8,8	9,6	7,4	36,3	37,9	النسبة	
1,02	4,20	21	15	30	177	214	التكرار	4
		4,6	3,3	6,6	38,7	46,8	النسبة	
1,04	4,16	14	35	26	173	209	التكرار	5
		3,1	7,7	5,7	37,9	45,7	النسبة	
1,22	3,68	39	51	52	192	123	التكرار	6
		8,5	11,2	11,4	42,0	26,9	النسبة	
1,21	3,44	11	129	79	125	113	التكرار	7
		2,4	28,2	17,3	27,4	24,7	النسبة	
1,05	4,03	12	46	35	187	177	التكرار	8
		2,6	10,1	7,7	40,9	38,7	النسبة	
1,05	3,90	21	39	35	231	131	التكرار	9
		4,6	8,5	7,7	50,5	28,7	النسبة	
0,98	3,90	9	50	41	234	123	التكرار	10
		2,0	10,9	9,0	51,2	26,9	النسبة	
1,20	3,65	45	34	63	210	105	التكرار	11
		9,8	7,4	13,8	46,0	23,0	النسبة	
1,12	3,67	27	46	84	194	106	التكرار	12
		5,9	10,1	18,4	42,5	23,2	النسبة	
1,11	3,60	متوسط البعد						

من خلال الشواهد الاحصائية المسجلة في الجدول أعلاه ، فإننا نسجل متوسطات حسابية بين مرتفعة ومتوسطة فيما يخص استجابات المبحوثين حول عبارات هذا البعد ، حيث نسجل أعلى متوسط حسابي (4.20 من 05) خاصة بالعبارة رقم (04) الخاصة باعتبار ان الفترة الليلية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حيث نجد أن 46.8% موافق بشدة و 38.7% موافق و 6.6% محايد.

و ثاني متوسط حسابي مسجل (4.16 من 05) خاصة بالعبارة رقم (05) و هو ما يدل على أن العطل الرسمية تساهم بشكل أكبر في متابعة أفراد بالعينة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، حيث نجد أن 45.7% موافق بشدة و 37.9% موافق و 5.7% محايد .

و ثالثا أكبر متوسط حسابي (4.05 من 05) خاص بالعبارة (08) و هو يعني أن الأحداث السياسية المختلفة في المنطقة دور في تحفيز أفراد العينة على متابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، بنسبة 40.9% موافق و 38.7% موافق بشدة و 7.7% محايد .

أما فيما يخص رابع أكثر الأسباب تأثيرا على عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لدى أفراد العينة هي العبارة رقم (09) الخاصة بتنوع الكبير في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة الذي يساعد على زيادة عدد ساعات مشاهدتها و العبارة رقم (10) الخاصة بوجود اهتمام الطلبة ببعض القضايا يجعلهم يتابعون القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة في أي وقت بمتوسط حسابي يقدر ب(3.90 من 05) بنسبة 50.5% موافق و 28.7% موافق بشدة و 7.7% محايد بالنسبة للعبارة رقم (09) ونسبة 51.2% موافق ، 26.9% موافق بشدة و 9.0% محايد بالنسبة (10) .

أما العبارة رقم (03) الخاصة بالفترة المسائية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة فجاءة خامسا بمتوسط حسابي قدر ب (3,85 من 5) ، أين أفاد 37.9% موافق بشدة و 36.3% موافق و 7.4% محايد .

أما سادسا متوسط حسابي فهو (3.68 من 5) و خاصة بالعبارة (06) حيث ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بمكان إقامة الطالب بنسبة 42.0% موافق و 26.9% موافق بشدة و

11.4% محايد ، 11.2% غير موافق ، 8.5% غير موافق بشدة و ما يلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقرون بأن متابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة مرتبط بمكان إقامتهم .

أما باقي المتوسطات الحسابية متراوحة بين (2.26 – 3.67) حيث جاءت العبارة (12) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (5 – 3.67) ، فقد أقر 42.5% من أفراد العينة على موافقتهم على أن عادات و أنماط مشاهدتهم للمضامين السياسية القنوات الفضائية الخاصة تتأثر بالظروف التي يمر بها الطالب ، نسبة 23.2% أبدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، 28.4% حايذ و نسبة 10.2% غير موافق ، نسبة 5.9% غير موافق بشدة يليها في المرتبة الثامنة العبارة رقم (11) بمتوسط حسابي (5 – 3.65) حيث أكد 46.0% من افراد العينة موافقتهم على أنه لا توجد فترة محددة لمشاهدة القنوات الفضائية الخاصة من قبل أفراد العينة ، و نسبة 23.0% أبدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، 13.8% محايد ، 7.4% غير موافق ، 9.8% بدرجة غير موافق بشدة على ذلك ، يليها في المرتبة التاسعة العبارة رقم (07) بمتوسط حسابي (5 – 3.44) حيث أكد 27.4% من أفراد العينة موافقتهم على أن فترات متابعة المضامين السياسية القنوات الفضائية الخاصة يرتبط بالحالة الاجتماعية للأفراد العينة ، و نسبة 28.2% أقر و بعدم موافقتهم على ذلك ، و نسبة 27.3% محايد.

العبارة رقم (02) جاءت في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (5 – 2.49) حيث أكد 22.3% من أفراد العينة موافقتهم على أن فترة الظهيرة هي أكثر الفترات ملائمة لمتابعة البرامج السياسية القنوات الفضائية الخاصة في حين نجد أن نسبة 33.3% من أفراد العينة أكدوا عدم موافقتهم على ذلك ، و نسبة 22.8% عدم موافقتهم بشدة 18.8% محايدين ، أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت العبارة رقم (01) بمتوسط حسابي (5 – 2.26) حيث أكد 12.3% من أفراد العينة على أن الفترة الصباحية هي أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الخاصة في حين أكد 39.6% من أفراد العينة على عدم موافقتهم على ذلك 26.0% عدم موافقتهم بشدة ، 19.5% محايد .

الجدول رقم (15) : مصداقية البرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.

الانحراف	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	الرقم
1,06	3,12	32	118	90	199	18	التكرار	13
		7,0	25,8	19,7	43,5	3,9	النسبة	
1,01	3,56	17	54	111	204	71	التكرار	14
		3,7	11,8	24,3	44,6	15,5	النسبة	
1,07	3,11	39	100	111	186	21	التكرار	15
		8,5	21,9	24,3	40,7	4,6	النسبة	
1,01	3,16	24	94	163	138	38	التكرار	16
		5,3	20,6	35,7	30,2	8,3	النسبة	
0,95	3,20	21	90	140	189	17	التكرار	17
		4,6	19,7	30,6	41,4	3,7	النسبة	
0,94	3,29	19	83	119	220	16	التكرار	18
		4,2	18,2	26,0	48,1	3,5	النسبة	
1,15	3,17	28	128	95	149	57	التكرار	19
		6,1	28,0	20,8	32,6	12,5	النسبة	
1,16	3,01	51	118	100	152	36	التكرار	20
		11,2	25,8	21,9	33,3	7,9	النسبة	
1,31	3,18	52	125	44	159	77	التكرار	21
		11,4	27,4	9,6	34,8	16,8	النسبة	
0,96	3,62	12	58	85	238	64	التكرار	22
		2,6	12,7	18,6	52,1	14,0	النسبة	
1,05	3,53	21	65	89	214	68	التكرار	23
		4,6	14,2	19,5	46,8	14,9	النسبة	
1,19	3,37	58	46	69	236	48	التكرار	24
		12,7	10,1	15,1	51,6	10,5	النسبة	
1,25	3,25	38	118	74	146	81	التكرار	25
		8,3	25,8	16,2	31,9	17,7	النسبة	
1,09	3,35	30	84	85	214	44	التكرار	26
		6,6	18,4	18,6	46,8	9,6	النسبة	
1,09	3,28							متوسط البعد

ثالثا: استجابة المبحوثين حول عبارات المحور الثالث (مصادقية البرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية):

من خلال الشواهد الاحصائية المتحصل عليها في الجدول أعلاه المتعلق بمصادقية المضامين السياسية في القنوات الفضائية الخاصة لدى افراد العينة فإننا نسجل متوسطات حسابية متوسطة على عبارات هذا البعد و بانحرافات ضعيفة في أغلب الأحيان ، حيث جاءت في المرتبة الأولى و بأعلى متوسط حسابي (3.62 - 5) و هو خاص بالعبارة رقم (22) أين أقر 52.1% من أفراد العينة موافقتهم على أن القنوات الفضائية الخاصة تساهم من خلال معالجتها لبعض المضامين السياسية في تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، 14.0% بدرجة موافق ، 18.6% محايد ، بينما 12.7% غير موافق و 2.6% غير موافق بشدة .

ثم يليها في المرتبة الثانية العبارة رقم (2) بمتوسط حسابي (3.56 - 5) حيث أكد 43.5% من أفراد عينة البحث على اعتمادهم على القنوات الفضائية الخاصة كمصدر للمعلومات السياسية لنقص هذه المعلومات في الإعلام العمومي بدرجة موافق و 15.5% بدرجة موافق بشدة و نسبة 24.3% محايد و 11.8% غير موافق و 3.7% غير موافق .

ثم يليها في المرتبة الثالثة العبارة رقم (23) بمتوسط حسابي (3.58 - 5) حيث أقر 46.8% من إجمالي أفراد العينة على عدم ثقتهم في المضامين السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة بدرجة موافق و 14.9% بدرجة موافق بشدة ، 19.5% بدرجة محايد ، و 14.2% بدرجة غير موافق و 4.6% بدرجة غير موافق بشدة .

يليه في المرتبة الرابعة رقم (24) بمتوسط حسابي (3.37 - 5) أين أكد 51.6% من أن العينة على ثقتهم في المضامين التي تقدمها القنوات الفضائية حسب طبيعة المحتوى بدرجة موافق ، 10.5% بدرجة موافق بشدة ، 15.1% بدرجة محايد ، و 10.1% بدرجة غير موافق ، 12.7% بدرجة غير موافق بشدة .

يليه في المرتبة الخامسة العبارة رقم (26) بمتوسط حسابي (3.35-5) حيث أكد 46.8% بدرجة موافق من أفراد العينة على القنوات الفضائية الخاصة تحرص على بث مضامين سياسية هادفة ، 9.6% بدرجة موافق بشدة ، 18.6% محايد ، 18.4% غير موافق ، 6.6% غير موافق بشدة .

العبارة رقم (25) و بمتوسط حسابي (3.25-5) حيث أقر 31.9% بدرجة موافق من أفراد العينة على أن الصورة التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة من خلال برامجها مطابقة للواقع السياسي و 17.7% بدرجة موافق بشدة 16.2% بدرجة محايد و 25.8% بدرجة غير موافق و 8.3% بدرجة غير موافق بشدة .

العبارة رقم (18) بمتوسط حسابي (3.29-5) حيث أكد 48.1% بدرجة موافق على أن القنوات الفضائية الخاصة تساهم في عرض المضامين السياسية بطريقة موضوعية ، و 3.5% بدرجة موافق بشدة ، 26.0% بدرجة محايد ، 18.2% بدرجة غير موافق ، 4.2% بدرجة غير موافق بشدة .

العبارة رقم (17) بمتوسط حسابي (3.20-5) حيث أكد 41.4% من أفراد العينة على أن القنوات الفضائية الخاصة تعتبر وسيلة لنشر الإشاعات بدرجة موافق ، 3.7% موافق بشدة 30.76% محايد ، 19.7% بدرجة غير موافق ، 4.6% بدرجة غير موافق بشدة .

العبارة رقم (21) حيث سجلنا متوسط حسابي قدر بـ (3.18-5) أين أكد 34.8% من أفراد عينة البحث على أن القنوات الفضائية الخاصة تساهم في محاربة الفساد الإداري و المالي من خلال معالجتها للمضامين السياسية بدرجة موافق ، 16.8% بدرجة موافق بشدة ، 9.6% بدرجة محايد ، 27.4% غير موافق ، 11.4% غير موافق بشدة .

تليها في المرتبة العاشرة العبارة (19) بمتوسط حسابي (3.17-5) حيث يقر 32.6% من أفراد العينة على أن المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة لا تتحكم بها السلطات بدرجة موافق ، 12.5% موافق بشدة ، 20.8% محايد ، 28.0% بدرجة غير موافق ، 6.1% بدرجة غير موافق بشدة .

أما العبارة رقم (16) فقد جاءت في المرتبة الحادية عشر لمتوسط حسابي قدر بـ (3.16-5) حيث نجد أن 30.2% من أفراد العينة يؤكدون أن القنوات الفضائية الخاصة تعتبر وسيلة لنشر الإشاعات بدرجة

موافق 8.3% بدرجة موافق بشدة ، 35.7% محايد ، 20.6% بدرجة غير موافق ، 5.3% غير موافق بشدة .

العبارة رقم (13) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.12-5) حيث أكد 43.5% أن المضامين السياسية القنوات الفضائية الخاصة لا تتميز بالمصداقية في تقديم المعلومات السياسية بدرجة موافق ، 3.9% موافق بشدة ، 19.7% محايد ، 25.8% غير موافق ، 7.0% غير موافق بشدة .

أما العبارة رقم (14) فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.11-5) حيث يقر 40.7% من أفراد العينة على أن الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية الخاصة لا يخدم الصالح العام بدرجة موافق ، 4.6% موافق بشدة ، 24.3% محايد ، 21.9% غير موافق ، 8.5% غير موافق بشدة .

عموما نجد المتوسط الحسابي العام لبعد المصداقية المضامين السياسية القنوات الفضائية الخاصة قد قدر ب(3.28-5) و بانحراف معياري قدره (1.09) وهذا له دلالة على عدم وجود مصداقية للمضامين السياسية في القنوات الفضائية الخاصة لدى المبحوثين .

ويعتبر بعد مصداقية المضامين السياسية في القنوات الفضائية الخاصة أحد العوامل الأساسية المحددة لمدى اعتماد الجمهور عليها و متابعتها .

من خلال النتائج التي تم عرضها يمكن القول أن جمهور البحث لا يقر بمصداقية المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم مصداقية وثقة المبحوثين في المضامين السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة بموافقة جمهور البحث ، حيث حلت في المقدمة الترتيب أن هذه المضامين السياسية تسعى إلى تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، فالمعلومات السياسية في المضامين السياسية لا تتميز بالمصداقية فهي تقدم و تضع صورة غير مطابقة للواقع السياسي في غالب الأحيان ، كما أنها تحرص على بث برامج سياسية هادفة ، فالمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق ، وهنا تطرح بالطبع إشكالية حرية القنوات الفضائية الخاصة ، وفي ملكيتها وهذا ما يشكك في مصداقية مضامينها من قبل الجمهور .

رابعا / استجابة المبحوثين حول البعد المعرفة السياسية:

الجدول رقم (16) : البعد المعرفي للثقافة السياسية

الانحراف	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	الرقم
1,10	3,77	24	52	42	225	114	التكرار	27
		5,3	11,4	9,2	49,2	24,9	النسبة	
1,11	3,67	36	43	36	261	81	التكرار	28
		7,9	9,4	7,9	57,1	17,7	النسبة	
0,89	3,74	0	60	75	246	76	التكرار	29
		0,0	13,1	16,4	53,8	16,6	النسبة	
0,85	3,78	0	58	53	278	68	التكرار	30
		0,0	12,7	11,6	60,8	14,9	النسبة	
0,85	3,65	0	65	78	266	48	التكرار	31
		0,0	14,2	17,1	58,2	10,5	النسبة	
0,86	3,61	7	66	53	304	27	التكرار	32
		1,5	14,4	11,6	66,5	5,9	النسبة	
0,92	3,61	19	44	70	286	38	التكرار	33
		4,2	9,6	15,3	62,6	8,3	النسبة	
1,05	3,56	23	64	65	243	62	التكرار	34
		5,0	14,0	14,2	53,2	13,6	النسبة	
1,10	3,70	27	56	37	245	92	التكرار	35
		5,9	12,3	8,1	53,6	20,1	النسبة	
0,88	3,75	5	62	34	299	57	التكرار	36
		1,1	13,6	7,4	65,4	12,5	النسبة	
1,08	3,71	29	45	44	252	87	التكرار	37
		6,3	9,8	9,6	55,1	19,0	النسبة	
1,20	3,60	38	52	71	189	107	التكرار	38
		8,3	11,4	15,5	41,4	23,4	النسبة	
1,16	3,43	41	59	92	194	71	التكرار	39
		9,0	12,9	20,1	42,5	15,5	النسبة	
1,17	3,46	36	71	73	203	74	التكرار	40
		7,9	15,5	16,0	44,4	16,2	النسبة	
1,21	3,22	57	79	68	211	42	التكرار	41
		12,5	17,3	14,9	46,2	9,2	النسبة	
1,03	3,62	متوسط البعد						

استجابة المبحوثين حول بعد المعرفة :

من خلال النتائج الإحصائية الموضحة في الجدول فإننا نلاحظ أن المتوسطات حسابية بين مرتفعة ومتوسطة على عبارات بعد المعرفة السياسية حسب استجابات أفراد العينة تراوحت بين (3.22-3.78) وكان أبرزها الفقرة (30) بمتوسط حسابي (5-3.78) حيث أقر 60.8% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية الخاصة من خلال مضامينها السياسية ساهمت بتعريفهم بالشخصيات السياسية الفاعلة في الدولة بدرجة موافق ، 14.9% موافق بشدة 11.6% محايد ، 12.7% غير موافق.

أما العبارة رقم (77) فقد جاءت ثانيا بمتوسط حسابي قدر ب (5-3.77) حيث أكد 49.2% من أفراد العينة أن للقنوات الفضائية الخاصة دور إيجابي في رفع مستوى المعرفة السياسية لديهم بدرجة موافق ، 24.9% بدرجة موافق بشدة ، 9.2% محايد ، 11.4% غير موافق و 5.3% غير موافق بشدة.

أما ثالثا فجاءت العبارة رقم (36) بمتوسط حسابي (5- 3.75) 65.4% من أفراد العينة يقرون بأن المضامين السياسية المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة زادت في معرفتهم بوظيفة و نشاط الحكومة بدرجة ، 12.5% بدرجة موافق بشدة 7.4% محايد ، 13.6% بدرجة غير موافق.

أما رابعا فجاءت العبارة رقم (36) بمتوسط حسابي (5- 3.75) ، 65.4% من أفراد العينة يقرون بأن المضامين السياسية المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة زادت في معرفتهم بوظيفة ونشاط الحكومة بدرجة 12.5% بدرجة موافق بشدة، 7.4% بدرجة غير موافق.

أما العبارة رقم (35) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (5-3.70) حيث أقر 53.6% من إجمالي أفراد العينة أن متابعتهم للمضامين السياسية في القنوات الفضائية الخاصة ساهم في تعزيز معارفهم حول العديد من القضايا الدولية بدرجة موافق 20.1% موافق بشدة ، 8.1% محايد 12.3% غير موافق.

أما العبارة رقم (37) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (5-3.71) حيث أكد 55.1% من إجمالي أفراد العينة أن اعتمادهم على المضامين السياسية القنوات الفضائية الخاصة نظرا لسرعة إيصال

المعلومات حول العالم و الأحداث السياسية بدرجة موافق 19.0% بدرجة موافق بشدة 9.6% محايد 9.8% غير موافق 6.3% غير موافق بشدة.

أما العبارة رقم (28) فقد جاءت في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدر (3.67-5) حيث أكد 53.8% من أفراد العينة أن المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة تزودهم بالمعارف السياسية حول الأحداث المحلية بدرجة موافق 17.7% موافق بشدة، 7.9% محايد 9.4% غير موافق، 7.9% غير موافق بشدة.

يليه العبارة (31) بمتوسط حسابي (3.65-5) حيث أقر 58.2 من أفراد عينة البحث على أن المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة تساعدهم في الكشف الغموض المصاحب للأحداث السياسية بدرجة موافق ، 10.5% موافق بشدة، 17.1% محايد، 14.2% غير موافق.

يليه العبارة (32،33) بمتوسط حسابي (3.61-5) حيث جاءت نسبة 66.5% من أفراد العينة العبارة (32) يؤكدون على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في زيادة رصيدهم المعرفي بالقضايا و الأحداث السياسية المحلية بدرجة موافق ، 5.9% موافق بشدة 11.6% محايد 14.4% غير موافق ، حيث نجد أن 62.5% من أفراد عينة العبارة (33) يقرون بأن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة جعلهم على دراية بدور البرلمان لدرجة موافق ، 8.3% موافق بشدة ، 15.3% محايد 9.6% غير موافق ، 4.2% غير موافق بشدة.

يليه في المرتبة العاشرة العبارة رقم (38) بمتوسط حسابي (3.60-5) حيث أقر 41.5% من أفراد العينة أنهم يعتمدون على القنوات الفضائية الخاصة في إيصال المعلومات بالسرعة اللازمة حول القضايا و الأحداث السياسية المحلية بدرجة موافق ، 23.4% بدرجة موافق بشدة 15.5% محايد 11.4% غير موافق، 8.3% غير موافق بشدة .

العبارة رقم (34) في المرتبة الحادية عشرة بمتوسط حسابي (3.61-5) حيث أكد 53.2% من أفراد العينة بدرجة موافق أن المتابعة المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهمت في فهمهم

للوّاقع السياسي ، و 13.6% بدرجة موافق بشدة ، 14.2% محايد ، 14.0% بدرجة غير موافق ، 5.0% بدرجة غير موافق بشدة .

لتأتي في المرتبة الأخيرة و بنسب متقاربة العبارات رقم (39،40،41) حيث أقر 44.4% من أفراد العينة أن المضامين السياسية المطروحة في القنوات الفضائية الخاصة قد ساهمت في معرفتهم بما يدور من أحداث خارجية بدرجة موافق بشدة ، 16.0% محايد ، 15.5% غير موافق ، 7.9% غير موافق بشدة. أما العبارة (39) سجلنا بها متوسط حسابي (3.43-5) حيث أكد 42.5% من أفراد العينة أن الفيض المعلوماتي المتوفر في المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في زيادة معارفهم حول القضايا السياسية بدرجة موافق 15.5% موافق بشدة ، 20.1% محايد ، 12.9% غير موافق ، 9.0% غير موافق بشدة.

في المرتبة الأخيرة العبارة (41) بمتوسط حسابي (3.22-5) حيث أقر 46.2% من أفراد العينة أن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية في القنوات الفضائية الخاصة زاد في معرفتهم بمكونات النظام السياسي السائد بدرجة موافق ، 9.2% موافق بشدة ، 14.9% محايد ، 17.3% غير موافق 12.5% بدرجة غير موافق بشدة من خلال استجابة جمهور البحث لمحتوى البعد المعرفي.

خامسا: استجابات المبحوثين بعد القيم السياسية:

الجدول رقم (17) : بعد القيم للثقافة السياسية.

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف
42	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في زيادة شعور الاعتزاز بالولاء للوطن.	65	185	60	104	43	3,27	1,23
		النسبة	14,2	40,5	13,1	22,8		
43	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في زيادة شعور الاعتزاز بالانتماء للوطن.	54	181	70	116	36	3,22	1,18
		النسبة	11,8	39,6	15,3	25,4		
44	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في ترسيخ مبدأ التساوي في الواجبات بين المواطنين	28	188	75	127	39	3,09	1,13
		النسبة	6,1	41,1	16,4	27,8		
45	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في ترسيخ مبدأ التساوي في الحقوق بين المواطنين	51	176	57	128	45	3,13	1,22
		النسبة	11,2	38,5	12,5	28,0		
46	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز المواطنة لدي.	40	208	95	82	32	3,31	1,08
		النسبة	8,8	45,5	20,8	17,9		
47	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في ترسيخ قيم التعاون والتسامح لدي.	37	224	72	103	21	3,33	1,06
		النسبة	8,1	49,0	15,8	22,5		
48	أعتقد أن القنوات الفضائية الخاصة قد فتحت المجال أمام حرية التعبير في القضايا السياسية.	55	198	80	69	55	3,28	1,21
		النسبة	12,0	43,3	17,5	15,1		
49	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز مبدأ سيادة القانون لدي.	47	151	103	123	33	3,12	1,13
		النسبة	10,3	33,0	22,5	26,9		
50	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز مقومات الوحدة الوطنية.	47	185	102	90	33	3,27	1,11
		النسبة	10,3	40,5	22,3	19,7		
51	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في تعزيز القيم الأمنية لاستقرار الوطن .	26	192	112	102	25	3,20	1,03
		النسبة	5,7	42,0	24,5	22,3		
52	متابعتي للبرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة عمق من شعوري بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية التي تخص الوطن.	35	203	100	103	16	3,30	1,01
		النسبة	7,7	44,4	21,9	22,5		
53	المواضيع السياسية في القنوات الفضائية الخاصة عززت مفهومي اتجاه السيادة الوطنية للدولة الجزائرية.	28	188	90	128	23	3,15	1,06
		النسبة	6,1	41,1	19,7	28,0		
54	متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة يشعرنني بأني جزء من الحياة السياسية في الوطن.	8	254	90	66	39	3,28	1,02
		النسبة	1,8	55,6	19,7	14,4		
55	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في تعزيز أهمية دور منظمات حقوق الإنسان .	13	231	81	82	50	3,16	1,10
		النسبة	2,8	50,5	17,7	17,9		
56	تؤكد القنوات الفضائية الخاصة على أهمية المصالحة الوطنية في نشر الأمن والسلام داخل المجتمع .	31	232	73	84	37	3,30	1,10
		النسبة	6,8	50,8	16,0	18,4		
57	تساهم القنوات الفضائية الخاصة في غرس مفهوم تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة لدي .	23	207	88	97	42	3,16	1,10
		النسبة	5,0	45,3	19,3	21,2		
58	تعزز القنوات الفضائية الخاصة من خلال برامجها السياسية على ضرورة التعددية الحزبية.	8	207	90	108	44	3,06	1,07
		النسبة	1,8	45,3	19,7	23,6		
1,11	متوسط البعد						3,21	

نلاحظ من خلال النتائج الإحصائية التي يوضحها الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لبعده القيم السياسية قد قدر بـ (3.21-5) بانحراف معياري قدره (1.11) بمتوسط إجابات مرتفع و متوسط في كل عبارة ، حيث نجد أن العبارة رقم (47) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.33-5) فلقد أكد 49.0% من أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في ترسيخ قيم التسامح و التعاون لديهم ، و نسبة 8.1% بدرجة موافق بشدة ، نسبة 15.8% محايد ، و نسبة 22.5% أكدوا على عدم موافقتهم ، 4.6% بدرجة غير موافق بشدة .

يليهما في المرتبة الثانية العبارتين (52-56) بمتوسط حسابي (3.30-05) ، ففي العبارة رقم (52) أقرت نسبة 44.4% من أفراد العينة بموافقتهم أن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد عمق من شعورهم بالمسؤولية اتجاه القضايا السياسية التي تخص الوطن ، ونسبة 7.7% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، وجاءت نسبة 21.9% كمحايدين ، أما 22.5% فأكدوا عدم موافقتهم ، ونسبة 3.5% أكدوا عدم موافقتهم بشدة على ذلك ، أما فيما يخص العبارة (56) فقد جاء نسبة 50.8% من أفراد العينة أكدوا موافقتهم على أن القنوات الفضائية الخاصة من خلال مضامينها السياسية تؤكد على أهمية المصالحة الوطنية في نشر الأمن و السلم داخل المجتمع ، ونسبة 6.8% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، في حين نجد نسبة 26.0% محايدين ، ونسبة 18.4% غير موافقين و نسبة 8.1% بشدة على ذلك .

أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت العبارتين (48-54) بمتوسط حسابي (3.28-5) ، ففي العبارة رقم (48) أكدت نسبة 43.3% من أفراد العينة بموافقتهم على أن القنوات الفضائية الخاصة قد فتحت المجال أمام حرية التعبير في القضايا السياسية ، ونسبة 12.0% أقرروا موافقتهم بشدة على ذلك و نسبة 17.5% محايدين ، ونسبة 15.1% أكدوا عدم موافقتهم 12.0% أكدوا بدرجة عدم موافقتهم بشدة.

أما فيما يخص العبارة رقم (54) فقد جاءت نسبة 50.5% من أفراد العينة أقرروا موافقتهم على أن القنوات الفضائية الخاصة ساهمت في تعزيز أهمية دور منظمات حقوق الإنسان ، ونسبة 2.8% بدرجة موافق بشدة ، نسبة 17.7% محايد ، أما نسبة 17.9% منهم أبدوا عدم موافقتهم ونسبة 10.9% عدم موافقتهم بشدة على ذلك.

أما خامسا فجاءت العبارتين (42-50) بمتوسط حسابي (3.27-5) حيث أكد 40.5% من أفراد العينة على متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في تعزيز أو زيادة شعور الاعتزاز بالولاء للوطن ، ونسبة 14.2% موافق بشدة ، 13.1% محايد 22.8% غير موافق ، 9.4% غير موافق بشدة.

أما فيم يخص العبارة رقم (50) نجد أن نسبة 40.5% من أفراد العينة أبدوا موافقتهم على أن متابعتهم المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في تعزيز مبدأ سيادة القانون لديهم ، ونسبة 10.3% أبدوا موافقتهم بشدة على ذلك 22.3% محايد ، 12.7% أبدوا عدم موافقتهم بشدة على ذلك.

يليهما العبارة رقم (43) بمتوسط حسابي (3.22-5) حيث أقر 39.6% من أفراد العينة على متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في زيادة شعورهم بالاعتزاز بالانتماء ، ونسبة 11.8% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، و 25.4% أبدوا عدم موافقتهم بشدة و 15.3% محايدين.

أما العبارة (51) فقد جاءت في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.20-5) حيث أقر 42.0% من أفراد العينة على متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في تعزيز القيم الأمنية لاستقرار الوطن ، ونسبة 5.7% موافقتهم بشدة على ذلك ، 24.5% محايد ، 22.3% عدم موافق و نسبة 5.5% أبدوا عدم موافقتهم بشدة.

في المرتبة الثامنة جاءت العبارتين رقم (55-57) بمتوسط حسابي (3.16-5) ففي العبارة رقم (55) أكد 50.5% من أفراد العينة على موافقتهم على أن البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهمت في تعزيز أهمية دور منظمات حقوق الإنسان ، ونسبة 2.8% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك نسبة 17.7% محايدين، نسبة 17.9% فير موافقين ، 10.9% غير موافقين بشدة ، أما في العبارة رقم (57) نجد أن

نسبة 45.3% من أفراد العينة أقرروا بأن المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهمت في غرس مفهوم تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة لديهم و نسبة 5.0% بدرجة موافق بشدة 19.3% محايد ونسبة 21.2% أبدوا رفضهم ، نسبة 9.2% أبدوا اعدم موافقتهم بشدة

العبارة رقم (53) جاءت في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.51-5) حيث أكد 41.1% من أفراد العينة موافقتهم على أن المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة عززت مفهوم السيادة الوطنية للدولة الجزائرية لديهم ، ونسبة 6.1% بدرجة موافق بشدة ، 19.7% محايدين و نسبة 28.0% أبدوا عدم موافقتهم ، ونسبة 5.0% عدم موافقتهم بشدة.

يليهما في المرتبة العاشرة العبارة رقم (45) بمتوسط حسابي (3.13-5) حيث أقر 38.5% من أفراد العينة موافقتهم على متابعتهم المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في ترسيخ مبدأ التساوي في الحقوق بين المواطنين ،نسبة 11.2% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، 12.5% محايدين ، بنسبة 28.0% أكدوا عدم موافقتهم على ذلك.

أما العبارة رقم (49) فقد جاءت في المرتبة الحادية عشرة بمتوسط حسابي (3.12-5) ،حيث أقر 33.0% من أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في تعزيز مبدأ سيادة القانون لديهم ، نسبة 10.3% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك 22.5% محايدين ، 26.9% أكدوا عدم موافقتهم 7.2% عدم موافقتهم بشدة على ذلك.

أما العبارة رقم (44) فقد جاءت في الثانية عشرة بمتوسط حسابي (3.9-5) و بأكبر نسبة 41.1% موافق ونسبة 27.8% غي موافق ، نسبة 16.4% محايد.

في المرتبة الأخيرة نجد الفقرة رقم (58) بمتوسط حسابي (3.6-5) ،حيث أكدوا 45.3% من أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد عزز ضرورة التعددية 23.6% من أفراد العينة أبدوا عدم موافقتهم و نسبة 19.7% محايد.

سادسا/ استجابات المبحوثين حول بعد المشاركة السياسية:

الجدول رقم (18) : بعد المشاركة السياسية.

الانحراف	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	الرقم
1,09	2,93	41	153	76	173	14	التكرار	59
		9,0	33,5	16,6	37,9	3,1	النسبة	
1,20	2,78	68	155	72	132	30	التكرار	60
		14,9	33,9	15,8	28,9	6,6	النسبة	
1,19	3,03	60	110	70	189	28	التكرار	61
		13,1	24,1	15,3	41,4	6,1	النسبة	
1,12	3,35	42	74	55	252	34	التكرار	62
		9,2	16,2	12,0	55,1	7,4	النسبة	
1,11	3,40	46	56	55	268	32	التكرار	63
		10,1	12,3	12,0	58,6	7,0	النسبة	
1,12	3,36	47	58	70	248	34	التكرار	64
		10,3	12,7	15,3	54,3	7,4	النسبة	
1,07	3,23	44	76	84	239	14	التكرار	65
		9,6	16,6	18,4	52,3	3,1	النسبة	
1,29	2,92	78	129	39	175	36	التكرار	66
		17,1	28,2	8,5	38,3	7,9	النسبة	
1,14	3,21	41	104	61	218	33	التكرار	67
		9,0	22,8	13,3	47,7	7,2	النسبة	
1,18	3,00	46	146	63	168	34	التكرار	68
		10,1	31,9	13,8	36,8	7,4	النسبة	
1,17	3,26	49	83	62	225	38	التكرار	69
		10,7	18,2	13,6	49,2	8,3	النسبة	
1,11	3,16	49	80	103	200	25	التكرار	70
		10,7	17,5	22,5	43,8	5,5	النسبة	
1,06	3,44	41	50	64	273	29	التكرار	71
		9,0	10,9	14,0	59,7	6,3	النسبة	
1,01	3,62	35	28	58	292	44	التكرار	72
		7,7	6,1	12,7	63,9	9,6	النسبة	
1,14	3,25	48	74	87	212	36	التكرار	73
		10,5	16,2	19,0	46,4	7,9	النسبة	
1,13	3,20	متوسط البعد						

نلاحظ من خلال النتائج التي يوضحها الجدول أن المتوسط الحسابي قدره (1.13) ، بمتوسط إجابات بين مرتفع و متوسط في كل العبارات الخاصة بالبعد السلوكي.

فقد جاءت العبارة رقم (72) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.62-5) حيث أكد 63.9% بدرجة موافق أنهم أصبحوا يناقشون القرارات السياسية التي يتابعونها في المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ، 9.6% بدرجة موافق بشدة ، 12.7% محايد ، 6.1% غير موافق 7.7% غير موافق بشدة.

أما في المرتبة الثانية فقد جاءت العبارة رقم (71) بمتوسط حسابي (3.44-5) حيث أكد 59.7% من أفراد العينة أن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في دفعهم للمشاركة بالرأي في بعض الأحداث السياسية مع الأصدقاء بدرجة موافق ، 6.3% بدرجة موافق بشدة ، 14.0% محايد ، 10.9% غير موافق ، 9.0% بدرجة غير موافق بشدة.

يليهما في المرتبة الثالثة العبارة رقم (63) بمتوسط حسابي (3.40-5) حيث أقر 58.6% من أفراد العينة على أن المواضيع السياسية التي تطرحها القنوات الفضائية الخاصة قد عززت الإحساس لديهم بالمسؤولية عند الإقتراع بدرجة موافق ، 7.0% بدرجة موافق بشدة ، 12.0% بدرجة محايد ، 12.3% بدرجة غير موافق ، 10.1% بدرجة غير موافق بشدة.

أما العبارة رقم (64) فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.36-5) حيث أكد 54.3% من أفراد العينة على أن متابعتهم المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في تغيير رأيهم حول بعض القضايا السياسية بدرجة موافق ، 7.4% بدرجة موافق بشدة ، 15.3% محايد 12.7% غير موافق ، 10.3% غير موافق بشدة.

أما العبارة رقم (62) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.35-5) حيث أقر 55.1% من أفراد العينة أنهم أصبحوا أقل ترددا في التعبير عن آرائهم السياسية بدرجة موافق 7.4% بدرجة موافق بشدة ، 12.0% محايد ، 16.2% بدرجة غير موافق 9.2% بدرجة غير موافق بشدة.

أما العبارة رقم (69) فقد جاءت في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.26-5) حيث أكد 49.2% من أفراد عينة البحث على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة زاد في رغبتهم في

الاقتراع بعيدا عن المصلحة الخاصة بدرجة موافق ، 8.3% بدرجة موافق بشدة 13.6% محايد ، 18.2% غير موافق ، 10.7% غير موافق بشدة.

أما في المرتبة السابعة فقد جاءت العبارة رقم (73) بمتوسط حسابي (3.25-5) حيث أكد 46.4% من أفراد العينة على أن المضامين السياسية للقنوات الفضائية قد ساهمت في تعزيز مبدأ الوصول إلى السلطة من خلال صناديق الاقتراع لديهم بدرجة موافق 7.9% موافق بشدة 16.2% غير موافق ، 10.5% غير موافق بشدة ، في حين نسبة 19.0% محايد.

يليهما في المرتبة الثامنة العبارة رقم (65) بمتوسط حسابي (3.23-5) وقد أكد 52.3% من أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في تكوين اتجاه سياسي لديهم ونسبة 3.1% بدرجة موافق بشدة ، 18.4% محايد ، نسبة 16.6% غير موافقين بشدة.

وجاءت العبارة رقم (67) في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.21-5) حيث كانت أكبر نسبة في هذه العبارة 47.7% من أفراد العينة أكدوا على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد عزز موقفهم إتجاه مشاركة المرأة في الحياة السياسية و نسبة 7.2% بدرجة موافق بشدة على ذلك ، ونسبة 13.3% محايد ، 22.8% بدرجة غير موافق ، 9.0% غير موافقين بشدة.

أما في المرتبة العاشرة فقد جاءت العبارة رقم (70) بمتوسط حسابي (3.16-5) حيث أكدت نسبة 43.8% من أفراد العينة على أن متابعتهم للمضامين السياسية زاد من اقتناعهم بمبدأ انتخاب برلماني رقابي لأخذ من ، 5.5% موافقتهم بشدة ، نسبة 22.5% محايد 17.5% أبدوا عدم موافقتهم ، نسبة 10.7% عدم موافقتهم بشدة.

في المرتبة الحادية عشرة جاءت العبارة (61) بمتوسط حسابي (3.03-5) حيث أكد 41.4% من أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في تكوين اتجاه سياسي لديهم ، 6.1% موافقتهم بشدة ، نسبة 15.3% محايد ، 24.1% أبدوا عدم موافقتهم ، 13.1% عدم موافقتهم بشدة.

العبارة رقم (68) جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.00-5) حيث أقر 36.8% من أفراد العينة على موافقتهم على أن متابعتهم للقنوات الفضائية الخاصة زاد في رغبتهم في الانخراط في المنظمات السياسية 7.4% أبدوا موافقتهم بشدة ، 13.8% محايدين ، 31.9% أبدوا عدم موافقتهم ، 10.1% عدم موافقتهم بشدة.

أما في النرتباة الثالثة عشرة فقد جاءت العبارة (59) بمتوسط حسابي (2.93-5) حيث أقر 37.9% من أفراد العينة على موافقتهم على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في رفع مستوى المشاركة السياسية لديهم ، 3.1% موافق بشدة 16.6% محايد ونسبة 33.5% أبدوا عدم موافقتهم ، ونسبة 9.0% عدم موافقتهم بشدة.

أما العبارة رقم (66) فقد جاءت في المرتبة الرابعة عشرة بمتوسط حسابي (2.92-5) حيث أقر 38.3% من افراد العينة على موافقتهم على أن متابعتهم للقنوات الفضائية الخاصة زاد في رغبتهم في المشاركة السياسية ، نسبة 7.9% موافق بشدة 8.5% محايد ، أما نسبة 28.2% فقد أبدوا عدم موافقتهم ، نسبة 17.1% غير موافق بشدة.

في المرتبة الأخيرة جاءت العبارة رقم (60) بمتوسط حسابي (2.78-5) حيث أقر 28.9% من أفراد العينة على موافقتهم على أن متابعتهم للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في اهتمامهم بالانخراط في الأحزاب السياسية نسبة 6.6% موافقتهم بشدة ،نسبة 15.8% محايدين نسبة 33.9% غير موافقين ، 14.9% عدم موافقتهم بشدة.

سابعاً / نتائج العلاقة بين متغيرات الدراسة:

1. نتائج الفرضية الأولى:

الجدول رقم (19) : معاملات ارتباط بيرسون بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية والثقافة السياسية بأبعادها الثلاث:

القيمة الاحتمالية sig	معامل الارتباط	الاتحـراف المعيارى	المتوسط الحسابى	العينة	
0.000	0.55	5,0536	42,5711	457	عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة
		5			مجال المعرفة السياسية
	9,3968	53,0897	مجال القيم السياسية		
	7		مجال المشاركة السياسية		
	0.47	12,215	54,18		
		35	16		
	0.54	11,954	46,40		
		09	92		

اختبار الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الطالب الجزائري.

وبمعالجة البيانات واستخدام معامل الارتباط " بيرسون " جاءت نتيجة اختبار الفرضية كما يعبر عنها الجدول السابق كالتالي:

✓ تبين وجود علاقة ارتباط دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة، حيث نلاحظ مستوى الارتباط 0.55 فيما يخص العلاقة بالجانب المعرفي، ومستوى دلالة (0.00) أما الجانب القيمي (القيم) مستوى الارتباط 0.47 ومستوى الدلالة (0.00)، اما الجانب السلوكي فكان معامل الارتباط ضعيف 0.54 ومستوى الدلالة 0.00 وهي نسبة أقل من مستوى الدلالة (0.05).

ومما سبق يمكن القول انه توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الطالب الجزائري.

2. نتائج الفرضية الثانية:

الجدول رقم (20) : معاملات ارتباط بيرسون بين مصداقية البرامج السياسية والثقافة السياسية بأبعادها الثلاث:

القيمة الاحتمالية sig	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة			
0.000	0.64	6,78460	44,6761	457	مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة		
		9,3968	53,0897		7	مجال المعرفة السياسية	
	0.64	12,215	54,18		35	16	مجال القيم السياسية
	0.54	11,954	46,40		09	92	مجال المشاركة السياسية

اختبار الفرضية الثانية:

توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بمعالجة البيانات واستخدام معامل الارتباط " بيرسون " جاءت نتيجة اختبار الفرض حسب ما هو موضح في الجدول السابق كالتالي:

✓ اتضح وجود علاقة ارتباط دالة احصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى المعرفة السياسية حيث كان معامل الارتباط 0.64 ومستوى دلالة 0.00 وهي أصغر من مستوى الدلالة 0.05.

✓ وجود علاقة ارتباط بين حجم المصداقية وجانب القيم السياسية بنسبة معامل ارتباط 0.64 ومستوى دلالة 0.00 وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، ووجود علاقة ارتباط بين حجم المصداقية والجانب السلوكي بنسبة معامل ارتباط 0.54 ومستوى الدلالة 0.00 وهي أصغر من 0.05.

وبالتالي يمكن القول بقبول الفرض الثاني الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباط بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة الجزائرية ومستوى الثقافة السياسية للأفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (21) : نتائج اختبار (ت) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير الجنس.

الجانب المعرفي					
الجنس	تكرار	متوسط حسابي	انحراف معياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	153	53,2745	10,07618	,298	0.76
اناث	304	52,9967	9,05156		
جانب القيم السياسية					
الجنس	تكرار	متوسط حسابي	انحراف معياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	153	53,7190	15,47768	574	0.56
اناث	304	54,4145	10,20900		
جانب المشاركة السياسية (الفاعل)					
الجنس	تكرار	متوسط حسابي	انحراف معياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ذكور	153	46,1176	13,21878	37	0.71
اناث	304	46,5559	11,28436		

للتحقق من الفرضية قمنا بحساب قيمة (ت) للتحقق من الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير الجنس وحسب النتائج الاحصائية للجدول اتضح ما يلي:

من خلال الجدول رقم (21) تبين أن قيمة T تساوي 298 عند مستوى دلالة (0.76) وهذا اكبر من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي للثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس ، وبالتالي فرضية الدراسة غير محققة، مقارنة بالمتوسط الحسابي.

من خلال الجدول رقم (21) تبين أن قيمة T تساوي 574 عند مستوى دلالة (0.56) وهذا اكبر من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى القيم للثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس ، وبالتالي فرضية الدراسة غير محققة، مقارنة بالمتوسط الحسابي.

من خلال الجدول رقم (21) تبين أن قيمة T تساوي 37 عند مستوى دلالة (0.71) وهذا اكبر من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة الثقافية السياسية لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس ، وبالتالي فرضية الدراسة غير محققة، مقارنة بالمتوسط الحسابي.

ومما سبق يمكن القول انه تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة

السياسية بأبعادها الثلاث لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس.

نتائج اختبار (ت) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير التخصص.

الجدول رقم (22) : نتائج اختبار (ت) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير التخصص.

الجانب المعرفي					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0,000	12,109	974,274	4	3897,095	بين المجموعات
		80,461	452	36368,227	داخل المجموعات
			456	40265,322	المجموع
جانب القيم السياسية					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	3,511	512,583	4	2050,333	بين المجموعات
		145,999	452	65991,593	داخل المجموعات
			456	68041,926	المجموع
جانب المشاركة السياسية (الفعل)					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	الجنس
0,000	5,222	719,552	4	2878,208	بين المجموعات
		137,797	452	62284,274	داخل المجموعات
			456	65162,481	المجموع

يتضح من الجدول أن قيمة (ف) للبعد المعرفي قد بلغت (12,109) ومستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (974,274) وداخل المجموعات بلغ (80,461) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 3,511 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص بعد القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (512,583) وداخل المجموعات بلغ (145,999)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص بعد المشاركة السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (719,552) وداخل المجموعات بلغ (137,797)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير التخصص.

الجدول رقم (23) : نتائج اختبار (ف) لحساب الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير المستوى التعليمي

الجانب المعرفي					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0,000	24,592	1799,148	4	7196,592	بين المجموعات
		73,161	452	33068,730	داخل المجموعات
			456	40265,322	المجموع
جانب القيم السياسية					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	11,570	1579,889	4	6319,557	بين المجموعات
		136,554	452	61722,368	داخل المجموعات
			456	68041,926	المجموع
جانب المشاركة السياسية (الفعل)					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	الجنس
0,000	28,731	3302,315	4	13209,259	بين المجموعات
		114,941	452	51953,223	داخل المجموعات
			456	65162,481	المجموع

بمعالجة البيانات وباستخدام اختبار ANOVA جاءت نتيجة الاختبار كما هو موضح في الجدول أعلاه والخاص بالفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير المستوى التعليمي من قبل المبحوثين كالتالي:

أن قيمة "ف" تساوي 24,592 ومستوى دلالة 0.00 فيما يخص الجانب المعرفي وهي أكبر من 0.05. حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (1799,148) وداخل المجموعات بلغ (73,161) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 11,570 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (1579,889) وداخل المجموعات بلغ (136,554) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 28,731 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص الجانب السلوكي وهي نسبة أصغر من 0.05 ويمكن القول إن هناك فروق دالة.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (3302,315) وداخل المجموعات بلغ (114,941) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (24) : نتائج اختبار (ف) لحساب الفروق بين معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وابعاد الثقافة السياسية.

الجانب المعرفي					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0,000	8,338	702,369	3	2107,106	بين المجموعات
		84,234	453	38158,215	داخل المجموعات
			456	40265,322	المجموع
جانب القيم السياسية					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0,041	2,776	409,477	3	1228,430	بين المجموعات
		147,491	453	66813,495	داخل المجموعات
			456	68041,926	المجموع
جانب المشاركة السياسية (الفعل)					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	الجنس
0,105	2,056	291,734	3	875,203	بين المجموعات
		141,915	453	64287,278	داخل المجموعات
			456	65162,481	المجموع

بمعالجة البيانات وباستخدام اختبار ANOVA جاءت نتيجة الاختبار كما هو موضح في الجدول أعلاه والخاص بمعدل متابعة الفضائيات الجزائرية الخاصة من قبل المبحوثين كالتالي:

أن قيمة "ف" تساوي 8,338 ومستوى دلالة 0.00 فيما يخص الجانب المعرفي وهي أكبر من 0.05. حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (702,369) وداخل المجموعات بلغ (84,234)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و453) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 2,776 ومستوى دلالة 0.41 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (409,477) وداخل المجموعات بلغ (147,491)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و453) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" 2,056 ومستوى دلالة 1050 فيما يخص الجانب السلوكي وهي نسبة أصغر من 0.05 ويمكن القول إن هناك فروق دالة.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (291,734) وداخل المجموعات بلغ (141,915)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و453) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين وجود فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث وبين عادات وانماط متابعة الفضائيات الخاصة من قبل المبحوثين.

الجدول رقم (25) : نتائج اختبار (ف) لحساب الفروق بين حجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وابعاد الثقافة السياسية.

الجانب المعرفي					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0,000	7,000	587,213	4	2348,852	بين المجموعات
		83,886	452	37916,470	داخل المجموعات
			456	40265,322	المجموع
جانب القيم السياسية					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0,015	3,115	456,311	3	1825,242	بين المجموعات
		146,497	453	66216,683	داخل المجموعات
			456	68041,926	المجموع
جانب المشاركة السياسية (الفعل)					
الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	الجنس
0,509	,826	118,250	4	473,001	بين المجموعات
		143,118	452	64689,480	داخل المجموعات
			456	65162,481	المجموع

يتضح من الجدول أن قيمة (ف) للبعد المعرفي قد بلغت (7,000) ومستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (587,213) وداخل المجموعات بلغ (83,886)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 3,115 ومستوى دلالة 0150، فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (456,311) وداخل المجموعات بلغ (146,497)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة. أن قيمة "ف" تساوي 826, ومستوى دلالة 5090, فيما يخص جانب المشاركة السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (118,250) وداخل المجموعات بلغ (143,118)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين وجود فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى معدل وحجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة الجزائرية من قبل المبحوثين.



الفصل السابع

مناقشة نتائج الدراسة الميدانية



الفصل السابع: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

أولاً/ مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة الميدانية.

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الأولى.

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثانية.

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثالثة.

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الرابعة.

ثانياً/ مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

ثالثاً/ مناقشة النتائج في ضوء نظريات الدراسة.

رابعاً/ النتيجة العامة.

خاتمة.

قائمة المراجع.

الملاحق.

ملخص الدراسة.

أولا / مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة:

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الاولى:

من خلال النتائج العامة للدراسة يتبين لنا أن الجزئية الاولى القائلة أنه "توجد علاقة دالة احصائيا بين عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والثقافة السياسية بأبعادها الثلاث" قد تحققت بدليل أن أغلب نتائج الاسئلة المرتبطة بهذه الفرضية أثبتت ذلك.

فقد بلغ معامل الارتباط بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد المعرفي للثقافة السياسية 0.55 وهو معدل متوسط.

أما معامل الارتباط بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وبعد القيم للثقافية السياسية بلغ 0.47 وهو معدل متوسط.

كما بلغ معامل الارتباط بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد السلوكي للثقافة السياسية 0.54 وهو معدل متوسط.

ومنه يمكن القول انه توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الطالب الجزائري.

حيث نلاحظ من خلال الجدول التالي الخاص بمعدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وانماط المتابعة من 1 الى 12 وبعد المعرفة السياسية من 27 الى 41:

جدول رقم (26) معدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وأنماط المتابعة وبعد المعرفة السياسية :

	41ع	40ع	39ع	38ع	37ع	36ع	35ع	34ع	33ع	32ع	31ع	30ع	29ع	28ع	27ع	
1ع	,103'	,099'	,082	,156''	,146''	-	,105'	,094'	-,045	-,034	-,096'	-	-	,000	,055	
2ع	-,023	-,049	,064	,115*	,109*	-	-,111*	-,051	-,085	-	-,046	-,096*	-	-,063	-,068	
3ع	,155**	,206**	,247**	,258**	,267**	,062	,265**	,233**	,045	,059	,053	,063	,019	,213**	,311**	
4ع	-,116*	-,057	-	-	-,086	-	-,079	-,024	-	-,082	,012	-,007	-,059	,010	,071	
5ع	-,101*	,013	,062	,089	,086	,138**	-,088	,047	,088	,223**	,119*	,147**	,225**	,165**	,121**	
6ع	,110*	-,027	,172**	,197**	,049	,003	,081	,091	,036	,019	,035	,012	,166**	,187**	,196**	
7ع	,152**	,126**	,181**	,164**	,275**	,235**	,249**	,216**	,116*	,139**	,125**	,194**	,127**	,070	,211**	
8ع	,082	,144**	,196**	,232**	,235**	,142**	,187**	,088	,010	,101*	,038	,138**	,192**	,113*	,173**	
9ع	,154**	,146**	,350**	,208**	,173**	,195**	,192**	,250**	-,011	-,029	,045	,202**	,041	,308**	,322**	
10ع	,364**	,388**	,406**	,400**	,258**	,346**	,308**	,302**	,324**	,347**	,265**	,419**	,387**	,434**	,385**	
11ع	,242**	,318**	,330**	,294**	,113*	,123**	,207**	,340**	,057	,229**	,317**	,168**	,286**	,438**	,348**	
12ع	,119*	,186**	,206**	,123**	,219**	,121**	,103*	,226**	-,008	,041	,025	,117*	,058	,245**	,277**	

حيث تدل الشواهد الاحصائية أن جل العلاقات متوسطة وهناك علاقات ضعيفة فقط بناء على معيار الحكم على طبيعة العلاقة بين أبعاد الدراسة الراهنة.

ففي العبارة رقم (1) مثلا التي تقول تعتبر الفترة الصباحية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية ، حيث نلاحظ أن معظم معدلات العلاقة بعبارات البعد المعرفي ضعيفة الى ضعيفة وضعيفة جدا باستثناء العلاقة مع العبارة رقم (28) و (30) و (38) والعبارة رقم (39) ، وكذلك الشأن بالنسبة لعبارات بعد عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

أما فيما يخص العلاقة بين عبارات البعد الاول (عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد الثاني الذي يمثل بعد القيم السياسية) فالجدول التالي يوضح أن:

جدول رقم (27) معدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وأنماط المتابعة وبعد القيم السياسية:

58ع	57ع	56ع	55ع	54ع	53ع	52ع	51ع	50ع	49ع	48ع	47ع	46ع	45ع	44ع	43ع	42ع	
,142"	,105"	,095"	,093"	,055"	,126"	,037"	,057"	,138"	,111"	,030"	,199"	,140"	,074"	,152"	,136"	-,014"	1ع
,080"	,052"	-,011"	,049"	-,034"	-,066"	-,036"	,032"	,157"	,157"	-,025"	,040"	-,090"	-	,020"	,028"	,026"	2ع
,237"	,132"	,184"	,125"	,167"	,090"	,172"	,321"	,274"	,206"	,270"	,206"	,064"	,136"	,111"	,188"	,147"	3ع
-,024"	-	,032"	-	-	-,015"	,001"	,089"	,106"	,082"	,213"	-	-	-,088"	-	-	-,084"	4ع
,017"	,141"	,072"	,109"	,162"	-,047"	,104"	,004"	,108"	-,020"	,081"	,183"	,180"	,181"	,102"	,111"	,089"	5ع
-	,077"	,060"	-,031"	,177"	-,079"	,141"	,009"	,070"	-,023"	,007"	,272"	,216"	,179"	,187"	,186"	,157"	6ع
,159"	,066"	,096"	-,007"	,109"	,245"	,039"	,291"	,025"	,051"	,105"	,018"	,160"	,178"	,206"	,131"	,091"	7ع
-	,061"	,168"	,132"	,081"	,043"	,016"	-,086"	,055"	,054"	,054"	,206"	,065"	,052"	,014"	,094"	,108"	8ع
,123"	,009"	,180"	,108"	,132"	,218"	-,025"	,031"	,089"	,103"	,196"	,226"	,225"	,120"	,194"	,146"	,160"	9ع
,074"	,309"	,181"	,165"	,239"	,195"	,152"	,129"	,162"	,268"	,185"	,287"	,345"	,338"	,379"	,408"	,489"	10ع
,231"	,430"	,416"	,378"	,292"	,255"	,249"	,311"	,266"	,218"	,181"	,440"	,309"	,372"	,457"	,551"	,373"	11ع
-	,201"	,134"	,125"	,104"	,122"	,042"	,114"	,043"	,026"	,070"	,193"	,105"	,192"	,056"	,127"	,097"	12ع
,109"																	

يتضح من خلال المعطيات الاحصائية للجدول أن جل العلاقات التي يوضحها الجدول بين عبارات البعد الاول الذي يمثل عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد الثاني الذي يمثل بعد القيم السياسية هي علاقة تقدر من ضعيفة الى متوسطة في أغلب الاحيان ، حيث نلاحظ أن أكبر معدل في العلاقة جاء بين العبارة رقم (11) والعبارة رقم (43) بمتوسط قدر ب (0.551).

أما فيما يخص العلاقة بين عبارات البعد الاول (عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد الثاني الذي يمثل بعد المشاركة السياسية) فالجدول التالي يوضح أن:

جدول رقم (28) معدل الارتباط من البعد الاول وهو عادات وانماط المتابعة وبعد المشاركة السياسية :

73ع	72ع	71ع	70ع	69ع	68ع	67ع	66ع	65ع	64ع	63ع	62ع	61ع	60ع	59ع	
-,079	,013	,071	-,005	,042	,073	,146"	-,068	,061	-,007	,110'	,059	,028	-,008	,028	1ع
,100'	-,018	-,013	,106'	,015	,083	,080	-,065	-,036	-,077	,042	,079	,039	,004	,079	2ع
,318"	,300"	,166"	,163"	,143"	,124"	,237"	,164"	,192"	,154"	,186"	,178"	,186"	,221"	,133"	3ع
-,092	-,044	-	-	-	-	-	-,053	-,053	-,031	-	-	-,019	,038	,092'	4ع
		,179"	,104'	,180"	,106"	,205"				,125"	,095'				
-,002	,024	,192"	,242"	,222"	,111'	,128"	,178"	,107'	,084	,169"	,120"	,196"	,173"	,010	5ع
,077	,067	,114'	,143"	,123"	,227"	,155"	,167"	,116'	,004	,178"	,098'	,097'	,277"	,175"	6ع
,253"	,244"	,243"	,190"	,078	,129"	,180"	,087	,168"	,098'	,210"	,183"	,281"	,107'	,057	7ع
,079	,213"	,199"	,209"	,108'	,040	,259"	,081	,292"	,168"	,267"	,273"	,103'	,050	,027	8ع
,174"	,382"	,314"	,292"	,285"	,077	,257"	,099'	,231"	,259"	,292"	,390"	,232"	,055	,094'	9ع
,442"	,325"	,241"	,341"	,290"	,281"	,354"	,305"	,281"	,213"	,387"	,199"	,225"	,158"	,259"	10ع
,242"	,165"	,215"	,278"	,192"	,214"	,337"	,133"	,115'	,168"	,313"	,074	,211"	,201"	,188"	11ع
,234"	,176"	,283"	,245"	,376"	,254"	,245"	,236"	,161"	,301"	,257"	,306"	,153"	,145"	,137"	12ع

يتضح من خلال الشواهد الاحصائية للجدول أن العلاقة بين عبارات البعد الاول المتمثل في أنماط متابعة البرامج السياسية للفضائية الجزائرية الخاصة والبعد الثالث الذي يتمثل في بعد المشاركة السياسية هي علاقة من متوسطة الى ضعيفة في أغلب الاحيان ، وهذه النتائج تؤكد ما جاء في الجداول السابقة فيما يتعلق بالبعد المعرفي وبعد القيم للثقافة السياسية.

ومنه يمكن القول أن هناك علاقة متوسطة بين أنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والثقافة السياسية بأبعدها الثلاثة (البعد المعرفي ، بعد القيم ، وبعد المشاركة).

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثانية:

أما الفرضية الثانية القائلة "بوجود علاقة احصائية دالة بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية والثقافة السياسية للشباب الجزائري".

حيث تبين من خلال المعطيات الاحصائية لبيانات الدراسة أن هذه الفرضية تحققت حيث ثبت بالشواهد الرقمية وجود علاقة ارتباط دالة احصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعدها الثلاث (البعد المعرفي ، بعد القيم ، بعد المشاركة).

فقد بلغ معامل الارتباط بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد المعرفي للثقافة السياسية 0.64 وهو معدل متوسط.

أما معامل الارتباط بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وبعد القيم للثقافية السياسية بلغ 0.64 وهو معدل متوسط.

كما بلغ معامل الارتباط بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد السلوكي للثقافة السياسية 0.54 وهو معدل متوسط.

ومنه يمكن القول انه توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الطالب الجزائري.

أما بالنسبة للعلاقة بين بعد المصداقية وبعد المعرفة السياسية فقد كان أكبر معدل ارتباط بين عبارات البعدين هو (0.484) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (29) معدل الارتباط من البعد الاول وهو مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة وبعد المعرفة السياسية :

41ع	40ع	39ع	38ع	37ع	36ع	35ع	34ع	33ع	32ع	31ع	30ع	29ع	28ع	27ع	
,403	,417	,330	,431	,459	,360	,274	,439	,293	,310	,484	,187	,280	,310	,345	13ع
,192	,201	,298	,138	,258	-,034	,142	,207	-	-,085	-,037	,036	-,074	,214	,255	14ع
,168	,077	,212	,321	,238	,174	,237	,375	,013	,029	,157	,189	,100	,175	,207	15ع
,207	,133	,188	,106	,170	,059	,081	,001	-,018	-,068	,005	-	-,013	,117	,051	16ع
,283	,089	,094	,119	,108	,151	,150	,099	,148	,113	,254	-	,168	,174	,169	17ع
,089	,118	,117	,165	,096	,141	-,012	,132	,131	,205	,237	,092	,167	,160	,176	18ع
,160	,211	,132	,306	,252	,194	,186	,196	,112	,264	,328	,269	,322	,245	,222	19ع
,156	,214	,115	,374	,214	,117	,230	,279	,144	,263	,340	,397	,330	,299	,287	20ع
,136	,094	,046	,168	,063	,255	,171	,223	,328	,310	,176	,373	,345	,158	,192	21ع
,012	,065	,022	,006	,005	,159	,071	-	,216	,077	-,066	,044	,282	,087	-,029	22ع
,327	,112	,016	,083	,084	,000	,189	-,057	,091	,077	,151	-,003	,088	,130	,199	23ع
,394	,196	,069	,219	,071	,090	,287	,182	,191	,068	,188	,137	,163	,308	,249	24ع
,267	,278	,264	,301	,183	,397	,275	,332	,163	,079	,301	,314	,296	,287	,365	25ع
-,042	,170	,278	,205	,174	,211	,074	,189	,153	,307	,120	,192	,252	,216	,276	26ع

حيث يتبين من خلال الشواهد الاحصائية في الجدول وجود علاقة ضعيفة بين معدلات العلاقة بين عبارات البعدين ، فقد كان أكبر معدل ارتباط بين عبارات البعدين الخاص بالعبارة رقم (31) والعبارة رقم (13) والذي قدر ب (0.485) ، وثاني معدل هو الخاص بالعبارة رقم (37) من البعد الاول والعبارة رقم (13) من البعد الثاني والذي قدر ب (0.459) ، أما ثالث أكبر معدل ارتباط والذي يخص العبارة رقم (34) من البعد والعبارة رقم (13) من البعد الثاني والذي قدر معامل ارتباطه ب (0.439) .

جدول رقم (30) معدل الارتباط من البعد الاول وهو مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة
وبعد القيم السياسية :

41ع	40ع	39ع	38ع	37ع	36ع	35ع	34ع	33ع	32ع	31ع	30ع	29ع	28ع	27ع	
,403"	,417"	,330"	,431"	,459"	,360"	,274"	,439"	,293"	,310"	,484"	,187"	,280"	,310"	,345"	13ع
,192"	,201"	,298"	,138"	,258"	-,034"	,142"	,207"	- ,107"	-,085"	-,037"	,036"	-,074"	,214"	,255"	14ع
,168"	,077"	,212"	,321"	,238"	,174"	,237"	,375"	,013"	,029"	,157"	,189"	,100"	,175"	,207"	15ع
,207"	,133"	,188"	,106"	,170"	,059"	,081"	,001"	-,018"	-,068"	,005"	- ,208"	-,013"	,117"	,051"	16ع
,283"	,089"	,094"	,119"	,108"	,151"	,150"	,099"	,148"	,113"	,254"	- ,096"	,168"	,174"	,169"	17ع
,089"	,118"	,117"	,165"	,096"	,141"	-,012"	,132"	,131"	,205"	,237"	,092"	,167"	,160"	,176"	18ع
,160"	,211"	,132"	,306"	,252"	,194"	,186"	,196"	,112"	,264"	,328"	,269"	,322"	,245"	,222"	19ع
,156"	,214"	,115"	,374"	,214"	,117"	,230"	,279"	,144"	,263"	,340"	,397"	,330"	,299"	,287"	20ع
,136"	,094"	,046"	,168"	,063"	,255"	,171"	,223"	,328"	,310"	,176"	,373"	,345"	,158"	,192"	21ع
,012"	,065"	,022"	,006"	,005"	,159"	,071"	- ,103"	,216"	,077"	-,066"	,044"	,282"	,087"	-,029"	22ع
,327"	,112"	,016"	,083"	,084"	,000"	,189"	-,057"	,091"	,077"	,151"	-,003"	,088"	,130"	,199"	23ع
,394"	,196"	,069"	,219"	,071"	,090"	,287"	,182"	,191"	,068"	,188"	,137"	,163"	,308"	,249"	24ع
,267"	,278"	,264"	,301"	,183"	,397"	,275"	,332"	,163"	,079"	,301"	,314"	,296"	,287"	,365"	25ع
-,042"	,170"	,278"	,205"	,174"	,211"	,074"	,189"	,153"	,307"	,120"	,192"	,252"	,216"	,276"	26ع

من خلال الشواهد الاحصائية الخاصة بالجدول السابق يتضح لنا أن علاقة الارتباط بين عبارات البعد الاول الذي يتمثل في مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد الثاني الذي يمثل بعد القيم للثقافة السياسية هي علاقة متوسطة وفي بعض الاحيان ضعيفة الارتباط والشواهد الاحصائية للجدول السابق توضح ذلك ، حيث نجد أن أكبر معامل ارتباط للعلاقة قدر ب (0.433) والخاص بالعبارة رقم (26) من البعد الاول والعبارة رقم (42) من البعد الثاني .

جدول رقم (31) معدل الارتباط من البعد الاول وهو مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة
وبعد المشاركة السياسية :

73ع	72ع	71ع	70ع	69ع	68ع	67ع	66ع	65ع	64ع	63ع	62ع	61ع	60ع	59ع	
,455	,287	,296	,410	,350	,306	,271	,358	,279	,259	,352	,090	,204	,167	,166	13ع
,088	,060	,244	,257	,283	,183	,212	,242	,281	,241	,248	,340	,224	,200	,113	14ع
,194	,009	,058	,255	,151	,283	,328	,249	,176	,143	,092	,088	,169	,203	,197	15ع
,123	,154	,097	-,014	-	-,064	,023	,076	,085	,133	,181	,180	,044	-,030	,062	16ع
,174	,131	,185	,050	-,045	,052	-,024	,072	,123	,139	,184	,049	,039	,027	,047	17ع
,164	-,080	,218	,225	,222	,286	,247	,375	,103	,070	,137	-,007	,143	,224	,132	18ع
,344	,042	,201	,319	,263	,286	,219	,390	,256	,122	,192	,060	,190	,279	,075	19ع
,322	,079	,217	,389	,319	,290	,255	,282	,164	,246	,040	,052	,189	,165	,027	20ع
,330	,101	,220	,284	,237	,278	,267	,280	,144	,235	,121	,025	,270	,305	,098	21ع
,070	,113	,031	,098	-,061	-,029	-	,025	,033	,021	,094	,021	,034	-	-	22ع
						,098							,135	,203	
-,056	-,007	,103	,211	,060	,121	,162	,061	,163	,066	,121	,047	,179	,087	,146	23ع
,118	,092	,155	,207	,177	,314	,216	,241	,211	,253	,090	,074	,158	,280	,224	24ع
,286	,139	,085	,284	,246	,263	,230	,213	,098	,182	,173	,018	,094	,162	,196	25ع
,404	,057	,201	,360	,316	,271	,277	,347	,196	,050	,214	-,014	,218	,261	,167	26ع

من خلال الشواهد الاحصائية الخاصة بالجدول السابق يتضح لنا أن علاقة الارتباط بين عبارات البعد الاول الذي يتمثل في مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد الثاني الذي يمثل بعد القيم للثقافة السياسية هي علاقة متوسطة وفي بعض الاحيان ضعيفة الارتباط والشواهد الاحصائية للجدول السابق توضح ذلك ، حيث نجد أن أكبر معامل ارتباط للعلاقة قدر ب (0.455) والخاص بالعبرة رقم (73) من البعد الاول والعبرة رقم (13) من البعد الثاني ، ونجد أن ثاني أكبر معامل ارتباط للعلاقة قدر ب (0.404) والخاص بالعبرة رقم (73) من البعد الاول والعبرة رقم (26) من البعد الثاني.

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الثالثة:

أما بخصوص الفرضية الثالثة القائلة بوجود فروق دالة احصائيا بين حجم ومعدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية للشباب الجزائري ، فان هذه الفرضية أيضا تحققت حيث تثبت الشواهد الرقمية وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى أفراد عينة الدراسة المبحوثة يعزى الى متغير عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة من حيث معدل وحجم التعرض، بمعالجة البيانات وباستخدام اختبار ANOVA جاءت نتيجة الاختبار كما والخاص بحجم متابعة الفضائيات الجزائرية الخاصة من قبل المبحوثين كالتالي:

أن قيمة "ف" تساوي 8,338 ومستوى دلالة 0.00 فيما يخص الجانب المعرفي وهي أكبر من 0.05. حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (702,369) وداخل المجموعات بلغ (84,234)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و 453) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 2,776 ومستوى دلالة 0.41 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (409,477) وداخل المجموعات بلغ (147,491)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و 453) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" 2,056 ومستوى دلالة 1050، فيما يخص الجانب السلوكي وهي نسبة أصغر من 0.05 ويمكن القول إن هناك فروق دالة.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (291,734) وداخل المجموعات بلغ (141,915)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و 453) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين وجود فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث وبين عادات وانماط متابعة الفضائيات الخاصة من قبل المبحوثين.

أما فيما يخص معدل المتابعة للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة فقد أكدت النتائج أن قيمة "ف" تساوي 8,338 ومستوى دلالة 0.00 فيما يخص الجانب المعرفي وهي أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (702,369) وداخل المجموعات بلغ (84,234)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و453) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 2,776 ومستوى دلالة 0.41 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (409,477) وداخل المجموعات بلغ (147,491)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و453) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 2,056 ومستوى دلالة فيما يخص الجانب السلوكي وهي نسبة أصغر من 0.05 ويمكن القول إن هناك فروق دالة.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (291,734) وداخل المجموعات بلغ (141,915)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (3 و453) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين وجود فروق دالة احصائيا بين حجم ومعدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية للشباب الجزائري.

من خلال الشواهد الاحصائية المتحصل عليها في نتائج هذه الفرضية يمكن القول أن هناك فروق دالة احصائيا تعزى الى معدل المتابعة للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، فهناك فروق فيمن يتابع هذه البرامج بشكل يومي وبين من يتابعها بعض أيام الاسبوع أو أسبوعيا أو شهريا.

كذلك بالنسبة لنتائج الفروق في مستوى الثقافة السياسية بالنسبة لحجم المتابعة للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث لاحظنا وجود فروق دالة في مستوى الثقافة السياسية تعزى للحجم الساعي الخاص بمتابعة البرامج السياسية لهذه القنوات الفضائية.

✓ مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الجزئية الرابعة:

أما بالنسبة للفرضية الرابعة والتي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث (البعد المعرفي ، بعد القيم ، بعد المشاركة) تعزى الى متغير (الجنس ، التخصص ، المستوى التعليمي)

للتحقق من الفرضية قمنا بحساب قيمة (ت) للتحقق من الفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير الجنس وحسب النتائج الإحصائية اتضح ما يلي:

من خلال الجدول رقم (21) تبين أن قيمة (ت) تساوي 298 عند مستوى دلالة (0.76) وهذا أكبر من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى المعرفي للثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس ، وبالتالي فرضية الدراسة غير محققة، مقارنة بالمتوسط الحسابي.

من خلال الجدول رقم (21) تبين أن قيمة (ت) تساوي 574 عند مستوى دلالة (0.56) وهذا أكبر من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى القيم للثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس ، وبالتالي فرضية الدراسة غير محققة، مقارنة بالمتوسط الحسابي.

من خلال الجدول رقم (21) تبين أن قيمة (ت) تساوي 37 عند مستوى دلالة (0.71) وهذا أكبر من مستوى الدلالة (0.05) ، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة للثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس ، وبالتالي فرضية الدراسة غير محققة، مقارنة بالمتوسط الحسابي.

ومما سبق يمكن القول انه تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير الجنس والمستوى التعليمي والتخصص العلمي.

أما فيما يخص الفروق بين مختلف التخصصات في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث (البعد المعرفي ، بعد القيم ، بعد المشاركة) نجد أن :

أن قيمة (ف) للبعد المعرفي قد بلغت (12,109) ومستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (974,274) وداخل المجموعات بلغ (80,461) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 3,511 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص بعد القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (512,583) وداخل المجموعات بلغ (145,999)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 3,511 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص بعد المشاركة السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (719,552) وداخل المجموعات بلغ (137,797)، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير التخصص.

أما فيما يخص الفروق في المستوى التعليمي و مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث (البعد المعرفي ، بعد القيم ، بعد المشاركة) نجد أنه وبمعالجة البيانات وباستخدام اختبار ANOVA جاءت نتيجة الاختبار كما هو موضح في الجدول أعلاه والخاص بالفروق في مستوى الثقافة السياسية وفقا للمتغير المستوى التعليمي من قبل المبحوثين كالتالي:

أن قيمة "ف" تساوي 24,592 ومستوى دلالة 0.00 فيما يخص الجانب المعرفي وهي أكبر من 0.05. حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (1799,148) وداخل المجموعات بلغ (73,161) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" تساوي 11,570 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (1579,889) وداخل المجموعات بلغ (136,554) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

أن قيمة "ف" 28,731 ومستوى دلالة 0.000 فيما يخص الجانب السلوكي وهي نسبة أصغر من 0.05 ويمكن القول إن هناك فروق دالة.

حيث نلاحظ أن متوسط المربعات بين المجموعات بلغ (3302,315) وداخل المجموعات بلغ (114,941) ، وتعتبر هذه القيمة غير دالة حيث بلغت قيمة الاحتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0,05) وذلك بين درجتي الحرية (4 و452) ومنه الفرضية محققة.

ومما سبق يمكن القول انه تبين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الشباب الجزائري تعزى الى متغير المستوى التعليمي.

وبالتالي يمكن القول أن الفرضية الرابعة والتي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث (البعد المعرفي ، بعد القيم ، بعد المشاركة) تعزى الى متغير (الجنس ، التخصص ، المستوى التعليمي) قد تحققت.

ثانيا/ مناقشة النتائج في ضوء المداخل النظرية المفسرة للدراسة:

✓ مناقشة النتائج في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

استطاعت البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة التأثير على جمهور الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والمعارف السياسية بشكل كبير باعتبارها مصدرا مهما من مصادر المعلومات لتحقيق أهدافهم وإدراك المحيط الاجتماعي من حولهم ، غير أن نتائج الدراسة الحالية قد انفتحت مع ما قدمته نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام فيما يخص اعتماد جمهور البحث على وسائل الاعلام المختلفة في تحقيق اهدافهم ، حيث أثبتت نتائج الدراسة تنوع في وسائل الاعلام المختلفة التي يعتمدها أفراد العينة المبحوثة في استقاء المعلومات السياسية فقد تراوحت بين وسائل الاعلام الجزائرية ، ووسائل الاعلام الاجنبية ، والمناقشات اليومية مع الاصدقاء وافراد العائلة ، اضافة الى وسيلة غاية في الاهمية تستهوي شريحة كبيرة من المجتمع باعتبارها مصدرا للمعلومات السياسية وهي الانترنت حيث احتلت مكانة مهمة في استجابات المبحوثين.

كما أن ضعف ثقة جمهور البحث في البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم مصداقية وثقة المبحوثين في المضامين السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة بموافقة جمهور البحث ، حيث حلت في المقدمة الترتيب أن هذه المضامين السياسية تسعى إلى تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، فالمعلومات السياسية في المضامين السياسية لا تتميز بالمصداقية فهي تقدم و تضع صورة غير مطابقة للواقع السياسي في غالب الأحيان ، كما أنها تحرص على بث برامج سياسية هادفة ، فالمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق ، وهنا تطرح بالطبع إشكالية حرية القنوات الفضائية الخاصة ، وفي ملكيتها وهذا ما يشكك في مصداقية مضامينها من قبل الجمهور ، فنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ترى أن علاقة هذه الوسائل بالنظام السياسي هي التي تشكل الكيفية التي يستطيع الافراد من خلالها أن يعتمدوا على مصادر وسائل الاعلام للمعرف السياسية. كذلك وضحت الشواهد الاحصائية للدراسة أن الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة كان ضعيفا ، وتبين أن معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة كان متوسطا ، فوجود تأثير سياسي لوسائل الاعلام يرتبط بشكل كبير بكيفية وطريقة

متابعتها كما ترى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ويمكن ارجاع ذلك الى ارتباط هذه الوسيلة بالنظام السياسي أو ببعض جماعات الضغط الموجودة على الساحة.

✓ مناقشة النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ترتكز نظرية الاستخدامات والاشباعات على خصائص الجمهور انطلاقا من مفهوم الجمهور الايجابي الذي يستخدم رسالة اعلامية معينة لاشباع حاجة أو حاجات معينة أو لتحقيق منفعة ما بعيدا عن مقولة التعود ، فنظرية الاستخدامات والاشباعات لها رؤية مختلفة تكمن في ادراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي في السلوك المرتبط بوسائل الاعلام وتحكم عملية استخدام جمهور المتابعين لوسيلة الاعلام عدة عوامل من بينها السن والجنس والمؤهل العلمي ، فلكل هذه المتغيرات أو لبعضها تأثيرا على اختيارات الفرد للمضامين والبرامج الاعلامية التي يريد متابعتها ، حيث كانت نتيجة دراستنا الراهنة أن معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة كان متوسطا على العموم حيث أقر 59.08% من أفراد العينة أنهم يتابعونها بعض أيام الاسبوع ، و 23.63% يتابعونها بشكل يومي ، و 12.91% يتابعونها أسبوعيا ، و 4.37% يتابعونها بشكل شهري.

وضحت الشواهد الاحصائية للدراسة أن الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة كان ضعيفا حيث أقر (273) محوث بمعدل (59.73%) أنهم يتابعونها بأقل من ساعة يوميا.

من خلال المعطيات الاحصائية للدراسة تبين ضعف ثقة جمهور البحث في البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم مصداقية وثقة المبحوثين في المضامين السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة بموافقة جمهور البحث ، حيث حلت في المقدمة الترتيب أن هذه المضامين السياسية تسعى إلى تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، فالمعلومات السياسية في المضامين السياسية لا تتميز بالمصداقية فهي تقدم و تضع صورة غير مطابقة للواقع السياسي في غالب الأحيان ، كما أنها تحرص على بث برامج سياسية هادفة ، فالمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق ، وهنا تطرح بالطبع إشكالية حرية القنوات الفضائية الخاصة ، وفي ملكيتها وهذا ما يشكك في مصداقية مضامينها من قبل الجمهور ، فنظرية الاستخدامات والاشباعات تؤكد

على أن الافراد المتلقين للمضامين الاعلامية لهم دور فعال في العملية الاتصالية وستخدمون الوسيلة الاعلامية لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم وتؤكد على أن الجمهور المتلقي ليس سلبيا أمام قوة الرسالة و تأثيرها الفعال ، وانما هو جمهور عنيد يبحث دائما عن المحتوى الذي يريد التعرض له ، ويتحكم في مضمون الرسائل التي تقدم هذا المحتوى.

فلقد أكده الشواهد الاحصائية لدراستنا على وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى معدل وحجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، اضافة الى وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى متغير المستوى التعليمي.

اضافة الى عدم ل توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى متغير الجنس.

✓ مناقشة النتائج في ضوء نظرية الفجوة المعرفية:

تؤكد الكثير من الدراسات أن نظرية الفجوة المعرفية يمكن تطبيقها على أسس متعددة وليس على الاساس الاجتماعي والاقتصادي فقط ، فالفجوة المعرفية قد تحدها خصائص تعتمد على مركز الفرد الاجتماعي بناء على متغيرات العمر والجنس والمستوى التعليمي ، درجة الاهتمام ، حجم التعرض لوسائل الاعلام ، وأن الفجوة المعرفية ليست بالضرورة أن تحدث بين الفئات الأعلى والأدنى في المستوى الاجتماعي والاقتصادي حيث أكد بعض الباحثين أن هناك متغيرات يفوق تأثيرها متغير التعليم كمؤشر للمستوى الاجتماعي الاقتصادي في إحداث الفجوات المعرفية ، وهذا ما يتوافق مع دراستنا الراهنة والتي أكدت نتائجها وجود فروق ذات دلالة احصائية في الجانب المعرفي للثقافة السياسية تعزى الى متغير التخصص العلمي والمستوى التعليمي ما عدى متغير الجنس ، اضافة الى الاتصال الشخصي الذي تبين من خلال الشواهد الرقمية للدراسة وشبكة الانترنت والتي تعد مصدرا مهما للمعلومات السياسية.

كما أن حجم ومعدل متابعة الوسيلة الاعلامية يؤدي الى احداث فجوة معرفية وهو ما أكدته الدراسة ، حيث أقرت النتائج بوجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث (البعد

المعرفي ، بعد القيم السياسية ، بعد المشاركة السياسية (تعزى الى حجم ومعدل متابعة أفراد العينة للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

ثالثا/ مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

سنحاول من خلال هذه الدراسة مطابقة نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسات السابقة وذلك من خلال الشواهد الاحصائية.

بالنسبة لدراسة سعيد مراح ، بعنوان "أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة ، دراسة وضعية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين - جمهور قناة النهار TV أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل والمجتمع ، فقد توصلت الى اعتبار الطلبة أن قناة النهار TV هي مؤيدة في طرحها للقضايا السياسية وهي نتيجة متشابهة بنتيجة دراستنا الحالية حيث تبين ضعف ثقة جمهور البحث في البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم مصداقية وثقة المبحوثين في المضامين السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة بموافقة جمهور البحث ، حيث حلت في المقدمة الترتيب و بأعلى متوسط حسابي (3.62 - 5) أن هذه المضامين السياسية تسعى إلى تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، فالمعلومات السياسية في المضامين السياسية لا تتميز بالمصداقية فهي تقدم و تضع صورة غير مطابقة للواقع السياسي في غالب الأحيان ، كما أنها تحرص على بث برامج سياسية هادفة ، فالمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق ، وهنا تطرح بالطبع إشكالية حرية القنوات الفضائية الخاصة ، وفي ملكيتها وهذا ما يشكك في مصداقية مضامينها من قبل الجمهور .

أما فيما يخص التأثيرات المعرفية والسلوكية فقد كانت النتائج كالتالي:

البرامج في قناة النهار TV تقدم معلومات عن الأحداث والقضايا السياسية بدرجة متوسطة ، هذا من جانب التأثيرات المعرفية التي جاءت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

من حيث تأثيرات السلوكية لم تستطع البرامج السياسية بقناة النهار TV تغيير اتجاهات وسلوك الطلبة نتيجة متابعتهم للبرامج السياسية.

وهي نتائج مشابهة لنتائج دراستنا الراهنة حيث كانت استجابات المحوثين حول عبارات بعد المشاركة السياسية متوسطة ، نفس النتائج تحصلنا عليها من خلال استجابة المبحوثين لعبارات بعد المعرفة السياسية .

بالنسبة لدراسة شريف أنوار محمد بعنوان "البرامج السياسية في التلفزيون السوداني ودورها في تطوير الوعي السياسي دراسة وصفية تحليلية على برنامجي (في الواجهة- بلا قيود) ، فقد توصلت الى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية بصفة دائمة لدى عينة الدراسة مما يدل على تفضيلهم لتلك القنوات كمصدر رئيسي للمعلومات لديهم ، وهي نفس النتيجة التي توصلنا اليها في دراستنا الراهنة رغم اختلاف مجتمع الدراسة ، أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 98.5% من أفراد عينة الدراسة هم من المتابعين للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كونها تمتاز بالاستقلالية وعدم احتكار المعلومة من جهة ، ومن جهة أخرى كونه هذه الأخيرة تمتاز بسرعة إيصال المعلومات من خلال التغطية الآنية للأحداث السياسية التي تدور في البلاد.

كما أشارت دراسة شريف أنوار محمد الى أن البرامج السياسية تأتي على رأس البرامج الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين عينة الدراسة بنسبة 38,9% و يعد تفضيل المبحوثين عينة الدراسة للبرامج السياسية يرجع لطبيعة المرحلة التي تعيشها مصر الآن ووجود تلك القضايا الهامة التي تشغل بال الرأي العام ، وهي نفس نتيجة دراستنا حيث وجدنا أن نسبة 40.9% من أفراد عينة الدراسة يقرون باهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد بأنهم مهتمون.

في حين كشفت نتائج دراسة شريف أنوار محمد عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على قناة one في الحصول على المعلومات السياسية بحسب المتغيرات الديمغرافية كانت نتائج دراستنا مخالفة لذلك حيث تبين وجود فروق دالة إحصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى متغيرات (التخصص ، المستوى التعليمي) ما عدى متغير الجنس.

أما دراسة أحمد سلطان الفضلي بعنوان " دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي " رسالة ماجستير في الاعلام جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا.

فقد جاءت نتائج الدراسة تبين اعتماد أغلبية المواطنين الكويتيين على قنواتهم الفضائية الخاصة لإشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم والوصول إليها ، كما تبين وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند الدلالة (0.05) بين المحافظة والقنوات الفضائية المفضلة بدلالة قيمة χ^2 ، وهذه النتائج تتشابه بشكل كبير مع النتائج العامة لدراستنا حيث أظهرت نتائج الدراسة الراهنة أن نسبة 98.5% من أفراد عينة الدراسة هم من المتابعين للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كونها تمتاز بالاستقلالية وعدم احتكار المعلومة من جهة ، ومن جهة أخرى كونه هذه الاخيرة تمتاز بسرعة اقبال المعلومات من خلال التغطية الآنية للأحداث السياسية التي تدور في البلاد .

أما نتائج دراسة الباحثة فيروز لمطاعي بعنوان "دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين الجزائريين - فضائية الجزيرة الاخبارية نموذجا - دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية الربيعية والتي هدفت من خلالها بالدرجة الاولى الى التعرف على الدور الحقيقي الذي يمكن أن تقوم به الفضائيات العربية الاخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين ، اضافة الى التعرف على مدى وجود المشاركة الجماهيرية في البرامج السياسية ورصدهم القضايا الرئيسية ونوعية البرامج التي يقبل عليها الطالب والاساتذة الجامعيين.

ومن خلال التحليل الكمي والنوعي توصلت الباحثة الى مجموعة من الاستنتاجات نلخص اهمها كما يلي :

تختلف درجة الوعي السياسي بين الاوساط المجتمعية بناءا على النسبة في طريقة التعرض بالفضائيات محطة الدراسة (شرق ، وسط ، غرب ، جنوب) الجزائر فمن ناحية التعرض صنفنا الجزيرة في طليعة اهتمامات الباحثين عبر الاقمار الاربعة وجاء برنامج الاتجاه المعاكس في طليعة البرامج الاكثر متابعة ، وتعتبر فئة الاساتذة الحاصلين على درجة الماجستير والدكتوراه الاكثر وعيا بقضايا الانتفاضات الثورية العربية ، أما من ناحية التأثير فقد غيرت فضائية الجزيرة الاخبارية من مواقف الباحثين اتجاه انتفاضات الثورة العربية لكن هذه القنوات بهذه الانتفاضات اختلفت بناءا على البيئة ، حيث اعتبر الباحثين في الوسط الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه الثورة الليبية والتونسية ، بينما اعتبر الباحثين بالشرق الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه الانتفاضة المصرية

والليبية أيضا ، واعتبر المبحوثين بالغرب الجزائري الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه الانتفاضة المصرية ثم الليبية ، واعتبر المبحوثين بالجنوب الجزائري الجزائري أن الجزيرة الاخبارية غيرت من قناعتهم اتجاه الانتفاضة المصرية ثم الليبية ، ومن هنا فان الانتفاضات الليبية غيرت من قناعات المبحوثين بدرجات متفاوتة بناء على البيئة باعتبار أن الجزيرة الاخبارية أعطتها وقتا أكبر واضطرت الى قطع برامجها بهدف تغطية أحداثها ، وهي نتائج متشابهة نوعا ما مع نتائج الدراسة الراهنة حيث كشفت الشواهد الكمية الى أقرت بوجود علاقة تأثير دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية).

أما نتائج دراسة أشرف عصام فريد بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الاردني ، فقد كانت متشابهة من حيث حجم ومعدل التعرض ، باختلاف نوع الوسيلة ، وذلك مشابه مع نتائج دراستنا حيث كشفت الشواهد الكمية الى أقرت بوجود علاقة تأثير دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية).

رابعا/ النتيجة العامة للدراسة:

بعد عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها ورصدها باستخدام الأدوات المعتمدة من ميدان البحث بغية اختبار الاسئلة المطروحة الرئيسية منها والمتفرعة عنها من أجل وصف وتفسير العلاقة القائمة بين متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والدور الذي تلعبه في نشر وتنمية الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي من خلال عينة البحث المتمثلة في الطلبة الجامعيين في تخصصات مختلفة من كليات العلوم الانسانية والاجتماعية ، الحقوق والعلوم السياسية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارة ، كلية العلوم البيولوجية والايكولوجيا ، اذ تبين من خلال متابعة وتحليل النتائج المتوصل اليها من خلال الدراسة والتي يمكن عرضها كما يلي:

✓ خصائص عينة الدراسة:

✓ أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 98.5% من أفراد عينة الدراسة هم من المتابعين للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كونها تمتاز بالاستقلالية وعدم احتكار المعلومة من جهة ، ومن جهة أخرى كونه هذه الاخيرة تمتاز بسرعة اوصول المعلومات من خلال التغطية الآنية للأحداث السياسية التي تدور في البلاد.

✓ كما أن نسبة 40.9 % من أفراد عينة الدراسة يقرون باهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد بأنهم مهتمون ونسبة 1.3 % من افراد العينة أقروا بعد اهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد ، ونسبة 39.6 % من أفراد العينة بدرجة مهتم قليلا في حين نجد أن نسبة 18.2 % أنهم مهتمون جدا.

✓ متابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية وأهمية الثقافة السياسية لدى الطالب:

✓ كما أن 40.9 % من أفراد عينة الدراسة يقرون باهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد بأنهم مهتمون ونسبة 1.3 % من افراد العينة أقروا بعد اهتمامهم بالشؤون السياسية في البلاد ، ونسبة 39.6 % من أفراد

✓ العينة بدرجة مهتم قليلا في حين نجد أن نسبة 18.2 % أنهم مهتمون جدا.

✓ أقر 52.7% من أفراد العينة متابعتهم للأخبار والمواضيع السياسية لوسائل الاعلام الجزائرية ، تليها ثانيا شبكة الأنترنت بنسبة 32.8% كمصدر ثاني لاستقاء المعلومات السياسية بالنسبة لأفراد عينة البحث ، أما ثالثا فكانت من خلال المناقشات اليومية مع الزملاء وافراد العائلة بنسبة 10.7 % من أفراد العينة ، وأخيرا وسائل الاعلام الاجنبية بنسبة قدرة ب 3.7% من أفراد العينة.

✓ تعتبر البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة من أهم المصادر التي يستقي منها أفراد العينة المعلومات والمعارف السياسية حول الاحداث والوقائع السياسية التي تدور حولهم في المجتمع ، حيث أن نسبة 98.5% من أفراد عينة الدراسة هم من المتابعين للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كونها تمتاز بالاستقلالية وعدم احتكار المعلومة من جهة ، ومن جهة أخرى كونه هذه الاخيرة تمتاز بسرعة اوصول المعلومات من خلال التغطية الآنية للأحداث السياسية التي تدور في البلاد ،

في حين نجد أن نسبة 1.5 % من أفراد عينة الدراسة لا يتابعون الفضائيات الخاصة الجزائرية كون أن لديهم بدائل أخرى تجذبهم لمتابعة المواضيع السياسية المتعلقة بشؤون البلاد مثل الانترنت التي أصبحت تستهوي شريحة كبيرة من أفراد المجتمع الجزائري خاصة شريحة الشباب.

✓ أما فيما يخص نوعية الاخبار التي يحرص أفراد العينة على متابعتها عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة فقد جاءت النتائج متقاربة نوعا ما حيث احتلت الاخبار السياسية المرتبة الاولى تليها الاخبار العلمية ثم الاخبار الاجتماعية وفي المرتبة الاخيرة الاخبار العلمية.

✓ أقر 59.08% من أفراد العينة أنهم يتابعون البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة بعض أيام الاسبوع ، و 23.63% يتابعونها بشكل يومي ، و 12.91% يتابعونها أسبوعيا ، و 4.37% يتابعونها بشكل شهري.

✓ أقر (59.73%) من أفراد العينة أنهم يتابعون البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة بأقل من ساعة يوميا . ، أما نسبة 20.35 % فهم يتابعونها بمعدل من ساعتين الى أقل من ثلاث ساعات ، تليها نسبة 12.69% يتابعونها بمعدل من ساعة الى أقل من ساعتين في اليوم ، في حين نجد أن نسبة 2.18% يتابعونها بمعدل ثلاث ساعات فأكثر في اليوم.

عادات وأنماط متابعة الطلبة للفضائية الجزائرية الخاصة:

تبين من خلال الشواهد الاحصائية لعادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة أن الفترة الليلية هي الفترة الأكثر ملائمة لمتابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حيث كان أكبر متوسط حسابي (4.20 من 05) خاصة بالعبارة رقم (04) الخاصة باعتبار ان الفترة الليلية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حيث نجد أن 46.8% موافق بشدة و 38.7% موافق و 6.6% محايد.

و ثاني متوسط حسابي مسجل (4.16 من 05) خاصة بالعبارة رقم (05) و هو ما يدل على أن العطل الرسمية تساهم بشكل أكبر في متابعة أفراد بالعينة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، حيث نجد أن 45.7% موافق بشدة و 37.9% موافق و 5.7% محايد

و ثالثا أكبر متوسط حسابي (4.05 من 05) خاص بالعبارة (08) و هو يعني أن الأحداث السياسية المختلفة في المنطقة دور في تحفيز أفراد العينة على متابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، بنسبة 40.9% موافق و 38.7% موافق بشدة و 7.7% محايد .

هذه أكبر المتوسطات الحسابية الخاصة بالعبارات وهي تعتبر متوسطات بين المرتفعة والمتوسطة أما باقي العبارات في تحصلت على متوسطات ضعيفة.

✓ مصداقية البرامج السياسية للقنوات الجزائرية الخاصة:

من خلال المعطيات الاحصائية للدراسة تبين ضعف ثقة جمهور البحث في البرامج السياسية للقنوات الجزائرية الخاصة ، حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم مصداقية وثقة المبحوثين في المضامين السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة بموافقة جمهور البحث ، حيث حلت في المقدمة الترتيب و بأعلى متوسط حسابي (3.62 - 5) أن هذه المضامين السياسية تسعى إلى تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، فالمعلومات السياسية في المضامين السياسية لا تتميز بالمصداقية فهي تقدم و تضع صورة غير مطابقة للواقع السياسي في غالب الأحيان ، كما أنها تحرص على بث برامج سياسية هادفة ، فالمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق ، وهنا تطرح بالطبع إشكالية حرية القنوات الفضائية الخاصة ، وفي ملكيتها وهذا ما يشكك في مصداقية مضامينها من قبل الجمهور .

ثم يليها في المرتبة الثانية العبارة رقم (2) بمتوسط حسابي (3.56 - 5) حيث أكد 43.5% من أفراد عينة البحث على اعتمادهم على القنوات الفضائية الخاصة كمصدر للمعلومات السياسية لنقص هذه المعلومات في الإعلام العمومي بدرجة موافق و 15.5% بدرجة موافق بشدة و نسبة 24.3% محايد و 11.8% غير موافق و 3.7% غير موافق .

ثم يليها في المرتبة الثالثة العبارة رقم (23) بمتوسط حسابي (3.58 - 5) حيث أقر 46.8% من إجمالي أفراد العينة على عدم ثقتهم في المضامين السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة بدرجة

موافق و 14.9% بدرجة موافق بشدة ، 19.5% بدرجة محايد ، و 14,2% بدرجة غير موافق و 4.6% بدرجة غير موافق بشدة .

✓ نتائج البعد المعرفي للثقافة السياسية :

من خلال النتائج الإحصائية الموضحة فإننا نلاحظ أن المتوسطات حسابية متوسطة على عبارات بعد المعرفة السياسية حسب استجابات أفراد العينة تراوحت بين (3.22-3.78) وكان أبرزها الفقرة (30) بمتوسط حسابي (5-3.78) حيث أقر 60.8% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية الخاصة من خلال مضامينها السياسية ساهمت بتعريفهم بالشخصيات السياسية الفاعلة في الدولة بدرجة موافق ، 14.9% موافق بشدة 11.6% محايد ، 12.7% غير موافق.

أما العبارة رقم (77) فقد جاءت ثانيا بمتوسط حسابي قدر ب (5-3.77) حيث أكد 49.2% من أفراد العينة أن للقنوات الفضائية الخاصة دور إيجابي في رفع مستوى المعرفة السياسية لديهم بدرجة موافق ، 24.9% بدرجة موافق بشدة ، 9.2% محايد ، 11.4% غير موافق و 5.3% غير موافق بشدة.

أما ثالثا فجاءت العبارة رقم (36) بمتوسط حسابي (5- 3.75) 65.4% من أفراد العينة يقرون بأن المضامين السياسية المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة زادت في معرفتهم بوظيفة و نشاط الحكومة بدرجة ، 12.5% بدرجة موافق بشدة 7.4% محايد ، 13.6% بدرجة غير موافق.

أما باقي العبارات فقد حصلت على متوسطات ضعيفة حسب استجابات المبحوثين.

✓ نتائج بعد القيم السياسية :

كانت نتائج استجابات المبحوثين حول عبارات بعد القيم السياسية متوسطة ، حيث نجد أن العبارة رقم (47) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (5-3.33) فلقد أكد 49.0% من أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في ترسيخ قيم التسامح و التعاون لديهم ، و نسبة 8.1% بدرجة موافق بشدة ، نسبة 15.8% محايد ، و نسبة 22.5% أكدوا على عدم موافقتهم ، 4.6% بدرجة غير موافق بشدة .

يليهما في المرتبة الثانية العبارتين (52-56) بمتوسط حسابي (3.30-05) ، ففي العبارة رقم (52) أقرت نسبة 44.4% من أفراد العينة بموافقتهم أن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد عمق من شعورهم بالمسؤولية اتجاه القضايا السياسية التي تخص الوطن ، ونسبة 7.7% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، وجاءت نسبة 21.9% كمحايدين ، أما 22.5% فأكدوا عدم موافقتهم ، ونسبة 3.5% أكدوا عدم موافقتهم بشدة على ذلك ، أما فيما يخص العبارة (56) فقد جاء نسبة 50.8% من أفراد العينة أكدوا موافقتهم على أن القنوات الفضائية الخاصة من خلال مضامينها السياسية تؤكد على أهمية المصالحة الوطنية في نشر الأمن و السلم داخل المجتمع ، ونسبة 6.8% أكدوا موافقتهم بشدة على ذلك ، في حين نجد نسبة 26.0% محايدين ، ونسبة 18.4% غير موافقين و نسبة 8.1% بشدة على ذلك .

أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت العبارتين (48-54) بمتوسط حسابي (3.28-5) ، ففي العبارة رقم (48) أكدت نسبة 43.3% من أفراد العينة بموافقتهم على أن القنوات الفضائية الخاصة قد فتحت المجال أمام حرية التعبير في القضايا السياسية ، ونسبة 12.0% أقرروا موافقتهم بشدة على ذلك و نسبة 17.5% محايدين ، ونسبة 15.1% أكدوا عدم موافقتهم 12.0% أكدوا بدرجة عدم موافقتهم بشدة.

✓ نتائج بعد المشاركة السياسية:

كانت استجابات المحوثين حول عبارات بعد المشاركة السياسية بين متوسطة ومرتفعة حيث كان أكبر متوسط حسابي

(5-3.62) حيث أكد 63.9% بدرجة موافق أنهم أصبحوا يناقشون القرارات السياسية التي يتابعونها في المضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ، 9.6% بدرجة موافق بشدة ، 12.7% محايد ، 6.1% غير موافق 7.7% غير موافق بشدة.

أما في المرتبة الثانية فقد جاءت العبارة رقم (71) بمتوسط حسابي (3.44-5) حيث أكد 59.7% من أفراد العينة أن متابعتهم المستمرة للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في دفعهم للمشاركة بالرأي في بعض الأحداث السياسية مع الأصدقاء .

يليه في المرتبة الثالثة العبارة رقم (63) بمتوسط حسابي (3.40-5) حيث أكد أفراد العينة على أن المواضيع السياسية التي تطرحها القنوات الفضائية الخاصة قد عززت الإحساس لديهم بالمسؤولية عند الاقتراع.

أما العبارة رقم (64) فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.36-5) حيث أكد أفراد العينة على أن متابعتهم المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة ساهم في تغيير رأيهم حول بعض القضايا السياسية.

أما العبارة رقم (62) فقد جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.35-5) حيث أقر أفراد العينة أنهم أصبحوا أقل ترددا في التعبير عن آرائهم السياسية.

أما العبارة رقم (69) فقد جاءت في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3.26-5) حيث أكد أفراد عينة البحث على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة زاد في رغبتهم في الاقتراع بعيدا عن المصلحة الخاصة.

أما في المرتبة السابعة فقد جاءت العبارة رقم (73) بمتوسط حسابي (3.25-5) حيث أكد أفراد العينة على أن المضامين السياسية للقنوات الفضائية قد ساهمت في تعزيز مبدأ الوصول إلى السلطة من خلال صناديق الاقتراع لديهم

يليه في المرتبة الثامنة العبارة رقم (65) بمتوسط حسابي (3.23-5) والخاصة بتأكد أفراد العينة موافقتهم على أن متابعتهم للمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة قد ساهم في تكوين اتجاه سياسي لديهم.

أما العبارات:

متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة عزز موقفي اتجاه مشاركة المرأة في الحياة السياسية.

متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة زاد اقتناعي بمبدأ انتخاب برلماني رقابي لا خدمي.

تكون لدي اتجاه سياسي بعد متابعتي لبرامج القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.

ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في زيادة الرغبة لدى في المنظمات السياسية.

جاءت بمتوسطات حسابية (5-3.21) ، (5-3.16) ، (5- 3.03) ، (5-3.00) على التوالي.

✓ نتائج الفرضية الجزئية الاولى:

افرزت عملية التحليل الاحصائي للعلاقة بين عادات وأنماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة عددا من النتائج:

✓ وجود علاقة تأثير متوسطة قدرت ب 0.55 بين عادات وأنماط المتابعة والبعد المعرفي للثقافة السياسية لا فراد العينة.

✓ وجود علاقة تأثير متوسطة قدرت ب 0.47 بين عادات وأنماط المتابعة وبعد القيم للثقافة السياسية لا فراد العينة.

✓ وجود علاقة تأثير متوسطة قدرت ب 0.54 بين عادات وأنماط المتابعة وبعد المشاركة للثقافة السياسية لا فراد العينة.

وبالتالي يمكن القول انه توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث (البعد المعرفي ، بعد القيم ، بعد المشاركة) لدى الطالب الجزائري.

✓ نتائج الفرضية الجزئية الثانية:

افرزت عملية التحليل الاحصائي للعلاقة بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة عددا من النتائج:

✓ وجود علاقة تأثير متوسطة قدرت ب 0.64 بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد المعرفي للثقافة السياسية لا فراد العينة.

✓ وجود علاقة تأثير متوسطة قدرت ب 0.64 بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة وبعد القيم للثقافة السياسية لا فراد العينة.

✓ وجود علاقة تأثير متوسطة قدرت ب 0.54 بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والبعد المشاركة للثقافة السياسية لا فراد العينة.

وبالتالي يمكن القول بقبول الفرض الثاني الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباط بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة الجزائرية ومستوى الثقافة السياسية للأفراد عينة الدراسة.

✓ نتائج الفرضية الجزئية الثانية:

أفرزت عملية التحليل الاحصائي للفرضية الثالثة عددا من النتائج هي:

✓ وجود فروق ذات دلالة احصائية في البعد المعرفي للثقافة السياسية توزع الى معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث أن قيمة "ف" تساوي 8,338 ومستوى دلالة 0.00 فيما يخص الجانب المعرفي وهي أكبر من 0.05.

✓ وجود فروق ذات دلالة احصائية في بعد القيم للثقافة السياسية توزع الى معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث أن قيمة "ف" تساوي 2,776 ومستوى دلالة 0.41 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

✓ وجود فروق ذات دلالة احصائية في بعد المشاركة للثقافة السياسية توزع الى معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث أن قيمة "ف" تساوي 2,056 ومستوى دلالة 1050, فيما يخص الجانب السلوكي وهي نسبة أصغر من 0.05.

✓ وجود فروق ذات دلالة احصائية في البعد المعرفي للثقافة السياسية توزع الى حجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث أن قيمة (ف) للبعد المعرفي قد بلغت (7,000) ومستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

- ✓ وجود فروق ذات دلالة احصائية في بعد القيم للثقافة السياسية توزع الى حجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث أن قيمة "ف" تساوي 3,115 ومستوى دلالة 0150 فيما يخص جانب القيم السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.
- ✓ وجود فروق ذات دلالة احصائية في بعد المشاركة للثقافة السياسية توزع الى حجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة حيث أن قيمة "ف" تساوي 826, ومستوى دلالة 5090 فيما يخص جانب المشاركة السياسية ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.
- ومما سبق يمكن القول انه تبين وجود فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى معدل وحجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة الجزائرية من قبل المبحوثين.
- ✓ نتائج الفرضية الرابعة:
- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في المستوى المعرفي للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير الجنس حيث كانت قيمة (ت) تساوي (298,) ومستوى دلالة (0.76).
- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى القيم للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير الجنس حيث كانت قيمة (ت) تساوي (574,) ومستوى دلالة (0.56).
- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى المشاركة للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير الجنس حيث كانت قيمة (ت) تساوي (37) ومستوى دلالة (0.71).
- ✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في المستوى المعرفي للثقافة السياسية بأبعاده لأفراد العينة تعزى الى متغير التخصص حيث بلغت قيمة (ت) " 12.109 " ومستوى دلالة (0.000).
- ✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى القيم للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير التخصص حيث بلغت قيمة (ت) " 3.511 " ومستوى دلالة (0.000).
- ✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى المشاركة للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير التخصص حيث بلغت قيمة (ت) " 5.222 " ومستوى دلالة (0.000).

✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في المستوى المعرفي للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير المستوى التعليمي حيث أن قيمة "ف" تساوي 24,592 ومستوى دلالة 0000 ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى القيم للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير المستوى التعليمي حيث أن قيمة "ف" تساوي 11,570 ومستوى دلالة 0000 ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى المشاركة للثقافة السياسية لأفراد العينة تعزى الى متغير المستوى التعليمي حيث أن قيمة "ف" تساوي 28,731 ومستوى دلالة 0000 ومستوى دلالة هنا أكبر من 0.05.

ومما سبق يمكن القول انه تبين وجود فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى متغيرات (التخصص ، المستوى التعليمي) ما عدى متغير الجنس قد تحققت.



الخاتمة



خاتمة:

حاولنا من خلال دراستنا هذه التعرف على دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الثقافة السياسية لدى طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة بأبعادها الثلاثة البعد المعرفي، البعد القيمي (القيم) ، البعد السلوكي (الفعل) ، وكان اختيارنا لهذا الموضوع انطلاقا من القنوات الفضائية الخاصة حديثة النشأة ، وكذلك المجال السياسي الذي أصبح هام في حياتنا اليومية وكذلك باعتبار الفضائيات الخاصة من أهم وسائل الاعلام المؤثرة في تكوين الفرد سياسيا من خلال التأثير الذي تحدثه في تكوينه الفكري وقيمه السلوكية ، فعل الرغم من أن طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة يتابعون البرامج السياسية بصفة غير منتظمة ، نظرا لارتباطهم بالدراسة من جهة وانشغالهم غالبا بالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، وبعد عرض وتحليل البيانات الاحصائية التي تم جمعها خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج يمكن ايجازها في يلي :

✓ تبين الشواهد الاحصائية للدراسة أن نسبة 98.5% من أفراد عينة الدراسة هم من المتابعين للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة كونها تمتاز بالاستقلالية وعدم احتكار المعلومة من جهة ، ومن جهة أخرى كونه هذه الاخيرة تمتاز بسرعة اوصول المعلومات من خلال التغطية الآنية للأحداث السياسية التي تدور في البلاد.

✓ تعتبر البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة من أهم المصادر التي يستقي منها أفراد العينة المعلومات والمعارف السياسية حول الاحداث والوقائع السياسية التي تدور حولهم في المجتمع.

✓ تنوع الاخبار والموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر الفضائيات الجزائرية الخاصة وقد احتلت الاخبار السياسية المرتبة الاولى تليها الاخبار العلمية ثم الاخبار الاجتماعية وفي المرتبة الاخيرة الاخبار العلمية.

✓ من خلال الشواهد الرقمية لاستجابات المبحوثين تبين أن معدل متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة كان متوسطا على العموم حيث أقر 59.08% من أفراد العينة أنهم يتابعونها بعض أيام الاسبوع ، و 23.63% يتابعونها بشكل يومي ، و 12.91% يتابعونها أسبوعيا ، و 4.37% يتابعونها بشكل شهري.

✓ وضحت الشواهد الاحصائية للدراسة أن الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة كان ضعيفا حيث أقر (273) مبحوث بمعدل (59.73%) أنهم يتابعونها بأقل من ساعة يوميا.

✓ من خلال المعطيات الاحصائية للدراسة تبين ضعف ثقة جمهور البحث في البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ، حيث حظيت أكثر العبارات إشارة إلى عدم مصداقية وثقة المبحوثين في المضامين السياسية لهذه القنوات الفضائية الخاصة بموافقة جمهور البحث ، حيث حلت في المقدمة الترتيب أن هذه المضامين السياسية تسعى إلى تشويه صورة بعض الجهات السياسية ، فالمعلومات السياسية في المضامين السياسية لا تتميز بالمصداقية فهي تقدم و تضع صورة غير مطابقة للواقع السياسي في غالب الأحيان ، كما أنها تحرص على بث برامج سياسية هادفة ، فالمضامين السياسية للقنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق ، وهنا تطرح بالطبع إشكالية حرية القنوات الفضائية الخاصة ، وفي ملكيتها وهذا ما يشكك في مصداقية مضامينها من قبل الجمهور .

✓ من خلال الشواهد الاحصائية للدراسة اعتبار ان الفترة الليلية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

✓ توجد علاقة تأثير دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية).

✓ توجد علاقة تأثير دالة احصائيا بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية).

✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى معدل وحجم متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة.

- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى متغير الجنس.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى متغير التخصص.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاثة (المعرفة السياسية ، القيم السياسية ، المشاركة السياسية) لأفراد العينة تعزى الى متغير المستوى التعليمي.
- وفي الاخير يمكن القول أن نتائج هذه الدراسة لا يمكن تعميمها على المجتمع ككل الا أن النتائج تبقى ذات أهمية كبيرة باعتبار أن الموضوع مهم جدا ويحتاج دراسات أعمق تكمل النقائص التي يمكن أن تكون في هذه الدراسة ، فالفضائيات الجزائرية الخاصة بالرغم من أنها تلعب دور في كشف الغموض عن العديد من القضايا خاصة ذات الطابع السياسي الا أن برامجها تبقى بعيدة في نظر افراد عينة الدراسة وتطلعات البرامج الغربية والعربية ، لذا على هذه الفضائيات الخاصة الجزائرية تطوير وتكثيف البرامج الخاصة بتغطية الاحداث السياسية المحيطة بالمجتمع الجزائري الامر الذي يساعد على تنمية الثقافة السياسية لدى أفراد المجتمع وبالتالي يدفعهم الى التجول في عالم السياسة ويكون لديهم دور ورأي حول القضايا والاحداث السياسية المحيطة بهم.



قائمة المراجع



قائمة المراجع باللغة العربية:

أولا / المعاجم والموسوعات :

1. عبد الهادي الجوهري ، معجم علم الاجتماع ، مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ، 1985.
2. ابن منظور ، لسان العرب ، بيروت دار صادر للطباعة والنشر ، المجلد 15 ، 2000.
3. محمد جمال الفار ، معجم المصطلحات الاعلامية ، الاردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع 2014.
4. غي هرميه ، فليب برو و آخرون ، معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية ، ترجمة هيثم اللمع ، المؤسسة الجامعية للنشر لبنان ، ط 1 ، 2005.
5. فيليب برو : علم الاجتماع السياسي، ترجمة: محمد عرب صاصيلا ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط 1 ، سنة 1998.

ثانيا/ الكتب:

1. أحمد عبد الملك ، فضائيات ، عمان ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، 2000 ، ط.2
2. أحمد مصطفى خاطر ، تنمية المجتمعات المحلية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 1999 .
3. اسماعيل بشرى جميل ، الإبداع الإعلامي في العصابات العربية ، ط 1 ، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.
4. احمد سليمان أبوزيد ، علم الاجتماع السياسي " الأسس و القضايا من منظور نقدي" دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006.
5. أشرف حافظ، الهوية العربية والصراع مع الذات، (الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2012).

- 6.العمر ناصر ، سليمان ، البيث المباشر حقائق وأرقام ، الرياض ، دار الوطن ، ط 1 ، 2007 .
- 7.المنصف المعياري ، محمد عبد الكافي : القنوات العربية المتخصصة ، تونس ، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية (56) ، 2006 .
- 8.السيد عليوة، منى محمود ، المشاركة السياسية ، (القاهرة: مركز الامارات لدراسات الاستراتيجية والسياسية ،2000).
- 9.ثامر كامل محمد الخزرجي ، المنظم السياسية الحديثة والسياسات العامة ، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، 2004).
- 10.حسين علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمع بصرية ، ط 1 (القاهرة: دار العربية للنشر والتوزيع ،2009)، ص 97.
- 11.حسن نيازي ، الصيف ، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات ، القاهرة ، ايتراك للنشر والتوزيع . ط 1، 2010.
- 12.حميد محسن ، مترجم ، سوسيولوجيا الثقافة والهوية ، (دمشق ، دار كيوان للطباعة والنشر والتوزيع ، 2010).
- 13.حسن مكاوي و ليلي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 1998 .
- 14.حسن عبد الله العايد ، أثر العولمة في الثقافة العربية ، (بيروت: دار النهضة العربية ، 2112).

15. حياة قزاددي ، الصحافة والسياسة أو الثقافة السياسية والممارسات الإعلامية في الجزائر، (الجزائر: طكسيج كوم لدراسات والنشر والتوزيع، 2012).
16. حسين علوان، إشكالية بناء الثقافة المشاركة في الوطن العربي ، (بيروت:مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2009).
17. حسين علي محمد ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية بصرية ، ط 1، (القاهرة : دار العربية للنشر والتوزيع، 2009).
18. حسينة بوشايخ ، برامج الرأي وقناة الجزيرة الفضائية ، الجزائر ، دار الوسام العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
19. زهير احدادن ، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1991.
20. روبيرت هيليارد ، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الاعلام الحديثة ، ترجمة مؤيد حسن فوزي ، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات العربية المتحدة.
21. كمال المنوفي، مفهوم الثقافة السياسية دراسة نظرية تأصيلية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية ، 2008.
22. ديفليير وروكيتش، نظرية وسائل الاتصال، ترجمة كمال عبد الرؤوف،(القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993).
23. سعد لبيب ، العرب وأقمار البث التلفزيوني ، دط ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، 2001.

24. سعد صالح ، اعداد وتنفيذ البرامج التلفزيونية ، الحوار المتمدن ، العدد 2850 ، 06 ديسمبر 2009.
25. سعود صيف ليندة ، الإعلام الإخباري في الفضائيات ، ط 1 ، الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2015.
26. سعد بن سعود بن عبد العزيز آل سعود: الاتصال و الإعلام السياسي ، دار الكتاب الحديث ، المملكة العربية السعودية 2006.
27. سهير جاد ، سامية علي أحمد ، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون ، (القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 1999).
28. سليم عبد النبي ، الإعلام التلفزيوني ، ط 1 ، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2010).
29. شيماء زغيب ذو الفقار، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام ، الدار المصرية اللبنانية، ط 1 ، د بلد، 2004.
30. صالح الدين شروخ : منهجية البحث العلمي ، (عنابة : جامعة باجي مختار ، 2003).
31. صلاح عبد اللطيف :غازي زين عوض الله: دراسات في الصحافة المتخصصة، جدة، الإعلامية للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، (1411هـ).
32. صادق الاسود ، علم الاجتماع السياسي ، (أسسه وأبعاده) ، بغداد ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، 1991.
33. طه أحمد الزيدي وآخرون ، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفنائه ، ط 1 ، الأردن ، دار النفائس.

34. عامر حسن فياض وناظم عبد الواح الجسور ، ثالثوث المستقبل العربي ، الديمقراطية ، المجتمع المدني والتنمية ، الامارات ، أبو ظبي للطباعة والنشر ، مركز زايد للتنسيق ، 2002 .
35. نصر الدين العياضي ، التلفزيون دراسات وتجارب ، ط1، دار الجزائر، هومة للنشر، 1998.
36. عبد الفتاح أبو المعال ، أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم، دط، عمان، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2006.
37. عاطف عدلي العبد ، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها، وأخلاقياتها، الإسكندرية ، دار الإيمان للطباعة ، 2006.
38. علي غربي ، أجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، قسنطينة ، دار الفائز للطباعة والنشر ، ط2 ، 2009 .
39. عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
40. علي عبد الفتاح علي، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دط، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013.
41. علي كنعان ، تخطيط وتنظيم البرامج الاعلامية ، الطبعة العربية ، عمان- الاردن ، دار الايام للنشر والتوزيع ، 2015.

42. عبد النبي خزعل ، فن التحري والايخار والبرامج في الفضائيات التليفزيونية والقنوات الفضائية ، لبنان ، دار النهضة العربية ، ط1 ، 2010.
43. عبد الله محمد عبد الرحمان ، علم الاجتماع السياسي النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1 ، 2001.
44. عازم أبو الحمام، الإعلام الثقافي: جدليات وتحديات، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010).
45. علي عبد الفتاح ، الاعلام الدبلوماسي و السياسي ، عمان الأردن، دار اليازوري العلمية ، 2014.
46. فضيل دايو ، الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2003.
47. فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
48. فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
49. فهد بن عبد الرحمان الشميري ، التربية الاعلامية ، كيف تتعامل مع الاعلام ، الرياض مكتبة الملك فهد الوطنية ، ط1 ، 2010.
50. فاروق ناجي محمود ، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه ، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1 ، 2008.
51. قباري محمد اسماعيل ، علم الاجتماع الثقافي ، مشكلات الشخصية في البناء الاجتماعي ، الاسكندرية ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، 1998.

52. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2008) .
53. محمد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية ، (لدمارك: الأكاديمية العربية، 2007) .
54. محمد علي ، دراسات في علم الاجتماع السياسي ، مطبعة الوادي ، الاسكندرية ، 1997 .
55. محمد علي محمد ، أصول الاجتماع السياسي ، السياسة والمجتمع في العالم الثالث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية 1995 .
56. محمد بن مسعود البشر ، مقدمة في الاتصال السياسي ، مكتبة العبيدات ، الرياض ، ط1، سنة 1997 .
57. محمد بن سعود البشير : مقدمة في الاتصال السياسي ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 2008 .
58. محمد الصاوي محمد مبارك : البحث العلمي : أسسه وطريقة كتابته (القاهرة : المكتبة الأكاديمية 1996) .
59. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ط 1 ، (1997) .
60. محمد شفيق ، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، (الإسكندرية : المكتب الجامعي ، الحديث 1988) .
61. محمد حيدر الشيخ ، صناعة التلفزيون في القرن العشرين ، دط، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب .
62. محمد عوض ، مدخل الى فنون العمل التلفزيوني ، القاهرة ، دار الفكر العربي .

- 63.مي عبد الله ، نظريات الاتصال ،بيروت ، دار النهضة العربية ، ط2، 2010.
- 64.مصطفى حميد كاظم طائي ، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع ، الاسكندرية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، ط1 ، 2008.
- 65.مشروع تمهيدي لقانون عضوي يتعلق بالإعلام، الجزائر، وزارة الاتصال والثقافة ، مارس 1998.
- 66.مولود زايد الطيب ، علم الاجتماع السياسي ، (ليبيا: منشورات جامعة السابع من أبريل،2007).
- 67.هناء السيد ، الفضائيات وقادة الرأي ، (القاهرة : الغربي للنشر والتوزيع ، 2005) .
- 68.هيثم هادي الهيتي : الإعلام السياسي و الإخباري ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان بدون سنة.
- 69.هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، القاهرة، 2006، الدار المصرية اللبنانية.
- 70.هاني ابراهيم البطل ، الانتاج الإذاعي والتلفزيوني ، القاهرة، عالم الكتب ، ط1، 2011.

ثالثا/ الرسائل الجامعية:

1/الدكتوراه:

- 1.محمد سالم موسى المنفي ، " دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية"، دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة،(كلية الإعلام ، جامعة القاهرة،2007).
- 2.السعيد بومعيزة : اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، الجزائر 2006 .

قائمة المراجع

3. سعيد مراح: أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة ، دراسة وضعية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين - جمهور قناة النهار TV أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل والمجتمع ، بجامعة باتنة سنة 2016-2017.

4. فيروز لمطاعي : دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين الجزائريين - فضائية الجزيرة الاخبارية نموذجا - دراسة وصفية تحليلية لفترة ما يسمى بالانتفاضات الثورية الربيعية سبتمبر 2011 - سبتمبر 2012" ، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علم الاعلام والاتصال 2013/2014.

5. أشرف عصام فريد : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الاردني ، قدمت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الاعلام سنة 2016".

2/ رسائل الماجستير:

1. مأمون رحمة الله عوض الكريم، اتجاهات البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية بالتطبيق على برنامج الوحدة والسلام والمسار من يناير 2008 وحتى ديسمبر 2011 ، رسالة ماجستير، (جامعة أم درمان الإسلامية :كلية الإعلام، 2013).

2. محمد البكري موسى أحمد الطيب، فاعلية البرامج السياسية التلفزيونية في نشر الوعي الأمني، رسالة ماجستير، (جامعة أم درمان الإسلامية: كلية الإعلام، 2013).

3. رمضان بلعمري ، قطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2011/2012.

4.صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعة الفلسطينية ، رسالة ماجستير ، (جامعة البترا عمان: كلية الآداب والعلوم،2014- 2015).

5.نعيمة موكس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية، رسالة ماجستير، (جامعة الجزائر 3 ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، 2013-2014) .

6.علي سيد علي، "علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون"، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط،)، 2002.

7.عوض كريم ، مأمون رحمة الله : اتجاهات البرامج السياسية بقناة الشروق الفضائية بالتطبيق على برنامجي حديث الوحدة والسلام والمسار في الفترة من جانفي 2008 وحتى ديسمبر " 2011 أطروحة مقدمة للحصول على درجة ماجستير كلية الإعلام بجامعة أم درمان الإسلامية بالسودان سنة 2013.

8.أحمد سلطان الفضلي بعنوان " دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي " رسالة ماجستير في الاعلام جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا.

رابعاً/ المجلات والدوريات:

1.بوحزام نوال ، نعيمة مليكة ، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي ، دراسة ميدانية على عينة الشباب مدينة معسكر مجلة دراستها البحوث الاجتماعية جامعة الوادي العدد 6 أفريل.

2.صبيحة بخوش، تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية الحزبية 1991- 2010، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 23، جامعة ورقلة الجزائر، مارس 2011.

3. قانون الإعلام 1982، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1982.
4. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 ، المتعلق بالإعلام.
5. القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، 21 جمادى الأولى عام 1435 هـ الموافق لـ 23 مارس 2014.
6. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 90-07 مؤرخ في 8 رمضان 1410 الموافق 3 أبريل 1990 المتعلق بالإعلام.

خامسا / الكتب باللغة الأجنبية:

1. Denis McQuail And Sven Windahl, "Communication Models for the Study of Communication", 2nd, ed. (New York, Longman, 1995) .
2. Werner J. Severin And James W. Tankard, "Communication Theories, Orgins Methods and Use in the Mass Media", (USA, Longman, Inc, 2001) .
3. Melvin DeFleur And Sandra Rokeach, "Theory Of Mass Communication , (New York, Longman, Edu, 1992).
4. Sandra J. Ball Rokeach, "The Origins of Individual Media – System Dependency aSociological Framework", (Communication Research ,Vol. 12, No. 4, 1985).
5. John D. H. Downing, "Internationalizing Media Theory Translation, Power, Culture, Reflections on Media In Russia, Poland and Hungary 1980 – 1995",(London, SAGE Publication, 1996).

6. Brian McNairy **An introduction To Political Communication**, 3mdded (London Routledge, 2003.

سادسا /مواقع الانترنت:

7. عثمان لحياتي ، مقال تحت عنوان : انفجار فضائي في الجزائر يخلق فوضى القنوات

<https://www.alarabiya.net>

8. مقال تحت عنوان ، ما يجب معرفته عن القوات الجزائرية الخاصة

www.elbilad.net.

9. عمار طيبي: مقال تحت عنوان، القنوات الجزائرية الخاصة

www.djzaire55.com/elkhabar/37/771

10. عبد المومن بن صغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع

الإعلامي الجزائري لما بعد الاستقلال، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية

<http://democraticac38153>

11. عثمان لحياتي، مقالة انفجار فضائي في الجزائر يخلق فوضى القنوات

<http://www.alarab by/coiuk>



الملاحق





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

قسم العلوم الاجتماعية

كلية العلوم والإنسانية والاجتماعية

التخصص: علم الاجتماع والاتصال

شعبة علم الاجتماع

استمارة استبيان بعنوان:

دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في نشر الثقافة
السياسية لدى الشباب الجزائري
دراسة ميدانية على طلبة جامعة 20 أوت 1955
-سكيكدة-

بين أيديكم استمارة استبيان ، وهذا في اطار إنجاز دراسة علمية للحصول على درجة الدكتوراه علم الاجتماع تخصص اتصال داخل التنظيمات العامة من قسم علم الاجتماع بجامعة محمد خيضر بسكرة ، لذا نأمل منكم التعاون من خلال الإجابة على التساؤلات الموجودة في الاستبانة بعناية وتركيز ، من أجل الحصول على نتائج موضوعية وحيادية لموضوع الدراسة ، وإذا رأيت سؤالاً ليس دقيقاً ضع شطباً عليه علماً بأن هذه الدراسة لا تهدف سوى للبحث العلمي وستكون في اطار السرية التامة .

الملاحق

ضع علامة (/) أمام العبارة المناسبة

اعداد :

حمادي فتحي

اشراف

أ. د . عبد العالي ديلة

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- الفئة العمرية : (22-18) (27-23) (32-28) 33 فأكثر
- 3- المستوى الدراسي: سنة أولى سنة ثانية سنة ثالثة سنة أولى ماستر سنة ثانية ماستر
- 4- التخصص : علم الاجتماع إعلام واتصال علوم سادية بيولوجية إيكولوجيا
- 5- منطقة السكن: حضرية شبه حضرية ريفية شبه ريفية

المحور الثاني: متابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية وأهمية الثقافة السياسية لدى الطالب:

- 6- ما مفهومك للثقافة السياسية : المعرفة السياسية المشاركة السياسية تشكيل الاتجاهات السياسية
- 7- - مدى اهتمامك بالشؤون السياسية في البلاد : مهتم جدا مهتم مهتم قليلا بر مهتم لا مهتم إطلاق

8- ما هي أهم المصادر التي تستقي منها الأخبار السياسية (رتب إجابتك بالأرقام) ؟

- وسائل الإعلام الجزائرية
- وسائل الإعلام الأجنبية
- مناقشاتك اليومية (الزملاء أفراد العائلة)
- شبكة الانترنت
- أخرى تذكر

9 - هل أنت من متتبعي القنوات الفضائية الخاصة ؟

- نعم لا

10- إذا كانت إجابتك بنعم ما أنواع الأخبار التي تحرص على متابعتها عبر القنوات الفضائية الخاصة ؟

- ثقافية اجتماعية سياسية علمية

11- ما معدل متابعتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (متابعة المواضيع السياسية) ؟

- يوميا
- بعض أيام الأسبوع
- شهريا
- أسبوعيا

12- ما حجم الساعات اليومية التي تقضيها في متابعة المواضيع السياسية عبر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ؟

- لا أشاهدها أبدا
- أشاهدها بمعدل أقل من ساعة يوميا
- أشاهدها بمعدل ساعة يوميا
- أشاهدها بمعدل ثلاث ساعات أو أكثر

المحور الثالث: متابعة الطلبة للقنوات الفضائية الخاصة:

الرقم	مضمون الفقرة	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
عادات وأنماط متابعة الطلبة للقنوات الفضائية الخاصة:						
01	تعتبر الفترة الصباحية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية .					
02	تعتبر فترة الظهيرة أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.					
03	تعتبر الفترة المسائية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.					
04	تعتبر الفترة الليلية أكثر الفترات ملائمة لمتابعة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.					
05	تساهم العطل الرسمية في مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية بشكل أكبر.					
06	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية بمكان إقامة الطالب.					
07	ترتبط فترة مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية بالحالة الاجتماعية					

					للطالب.	
					تحفز الأحداث السياسية المختلفة في المنطقة على متابعة القنوات الفضائية الخاصة.	08
					التنوع الكبير في القنوات الفضائية الخاصة يساعد في زيادة عدد ساعات مشاهدتها.	09
					وجود اهتمام من قبل طلبة الجامعات لبعض القضايا يجعلهم يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة في أي وقت.	10
					لا توجد فترة محددة لمشاهدة القنوات الفضائية الخاصة من قبل طلبة الجامعات.	11
					تتأثر مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة بالظروف التي يمر بها الطالب الجامعي.	12

مصادقية البرامج السياسية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية:					
					13 تتميز برامج القنوات الفضائية الخاصة بالمصادقية في تقديم المعلومات السياسية.
					14 أعتمد على القنوات الفضائية الخاصة كمصدر للمعلومات السياسية لنقص هذه المعلومات في الإعلام العمومي .
					15 ثقتي في المضامين التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة هو ما يجعلني أتابعها.
					16 في نظري تعتبر القنوات الفضائية الخاصة وسيلة لنشر الإشاعات .
					17 تعتبر القنوات الفضائية الخاصة وسيلة لتزييف الحقائق السياسية .
					18 تساهم القنوات الفضائية الخاصة في عرض المواضيع السياسية بطريقة موضوعية.
					19 المواضيع السياسية للقنوات الفضائية الخاصة لا تتحكم بها السلطة .
					20 القنوات الفضائية الخاصة وسيلة محايدة بين النظام والمواطن .
					21 تساهم القنوات الفضائية الخاصة من خلال معالجتها للمواضيع السياسية في محاربة الفساد المالي والإداري.

					22	تساهم القنوات الفضائية الخاصة في معالجتها لبعض المواضيع السياسية بتشويه صورة بعض الجهات السياسية.
					23	لا أثق في المضامين السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة بشكل مطلق.
					24	أثق في المضامين التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة حسب طبيعة المحتوى.
					25	الصورة التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة من خلال برامجها مطابقة للواقع السياسي .
					26	تحرص القنوات الفضائية الخاصة على بث برامج سياسية هادفة .

المحور الرابع: التأثير في نشر الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث

الرقم	الفقرة	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
مجال المعرفة السياسية						
27	للقنوات الفضائية الخاصة دور إيجابي في رفع مستوى المعرفة السياسية لدي.					
28	تزودني القنوات الفضائية الخاصة بالمعارف السياسية.					
29	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعريفي بالمؤسسات الفاعلة في الدولة.					
30	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في تعريفي بالشخصيات الفاعلة في النظام السياسي .					
31	تساعدني القنوات الفضائية الخاصة في الكشف عن الغموض المصاحب للأحداث					

	السياسية.					
32	ساهمت متابعتي للبرامج السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة في زيادة رصيدي المعرفي بالقضايا المحلية.					
33	متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة جعلني على دراية بدور البرلمان .					
34	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في فهمي للواقع السياسي.					
35	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز معارفي حول العديد من القضايا الدولية.					
36	البرامج السياسية المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة زادت في معرفتي بوظيفة ونشاط الحكومة.					
37	أعتمد على القنوات الفضائية الخاصة في إيصال المعلومات بالسرعة اللازمة حول القضايا السياسية الدولية.					
38	أعتمد على القنوات الفضائية الخاصة في إيصال المعلومات بالسرعة اللازمة حول القضايا السياسية المحلية.					
39	الفيض المعلوماتي المتوفر في القنوات					

	الفضائية الخاصة ساهم في زيادة معارفي حول القضايا السياسية.					
40	ساهمت المواضيع السياسية المطروحة في القنوات الفضائية الخاصة في معرفتي بما يدور من أحداث خارجية.					
41	من خلال متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة زادت معرفتي بمكونات النظام السياسي السائد.					

:

	مجال القيم السياسية					
42	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في زيادة شعور الاعتزاز بالولاء للوطن.					
43	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في زيادة شعور الاعتزاز بالانتماء للوطن.					
44	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في ترسيخ مبدأ التساوي في الواجبات بين المواطنين					
45	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في ترسيخ مبدأ التساوي في الحقوق بين المواطنين					
46	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز المواطنة لدي.					
47	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في ترسيخ قيم التعاون والتسامح لدي.					
48	أعتقد أن القنوات الفضائية الخاصة قد فتحت المجال أمام حرية التعبير في القضايا السياسية.					
49	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز مبدأ سيادة القانون لدي.					
50	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تعزيز مقومات الوحدة الوطنية.					
51	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في تعزيز القيم الأمنية لاستقرار الوطن.					
52	متابعتي للبرامج السياسية في القنوات الفضائية					

	الخاصة عمق من شعوري بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية التي تخص الوطن.					
53	المواضيع السياسية في القنوات الفضائية الخاصة عززت مفهومي اتجاه السيادة الوطنية للدولة الجزائرية.					
54	متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة يشعري بأني جزء من الحياة السياسية في الوطن.					
55	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في تعزيز أهمية دور منظمات حقوق الإنسان.					
56	تؤكد القنوات الفضائية الخاصة على أهمية المصالحة الوطنية في نشر الأمن والسلام داخل المجتمع.					
57	تساهم القنوات الفضائية الخاصة في غرس مفهوم تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة لدي.					
58	تعزز القنوات الفضائية الخاصة من خلال برامجها السياسية على ضرورة التعددية الحزبية.					

مجال المشاركة السياسية (الفعل السياسي)					
59	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في رفع مستوى المشاركة السياسية لدي.				
60	ساهمت متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة في اهتمامي بالانخراط في الأحزاب السياسية.				
61	تكون لدي اتجاه سياسي بعد متابعتي لبرامج القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية.				
62	أصبحت أناقش القضايا التي أتابعها في القنوات الفضائية الخاصة مع الأصدقاء.				
63	عززت المواضيع السياسية التي تطرحها القنوات الفضائية الخاصة إحساسي بالمسؤولية عند الاقتراع.				
64	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تغيير رأيي حول بعض القضايا السياسية.				
65	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في تكوين اتجاه سياسي لدي.				
66	متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة زاد في رغبتي في المشاركة السياسية.				
67	متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة عزز موقفي اتجاه مشاركة المرأة في الحياة السياسية.				
68	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في زيادة الرغبة لدي في المنظمات السياسية.				

69	متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة زاد من رغبتي في الاقتراع بعيد عن المصلحة الخاصة.					
70	متابعتي للقنوات الفضائية الخاصة زاد اقتناعي بمبدأ انتخاب برلماني رقابي لا خدمي.					
71	ساهمت متابعتي المستمرة للقنوات الفضائية الخاصة في دفعي نحو المشاركة بالرأي في بعض الأحداث السياسية مع الأصدقاء.					
72	أصبحت أناقش القرارات السياسية التي أتابعها في القنوات الفضائية الخاصة مع الآخرين.					
73	ساهمت القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية في تعزيز مبدأ الوصول للسلطة من خلال صناديق الاقتراع لدي.					

ملخص الدراسة باللغة العربية

الجامعة : جامعة محمد خيضر - بسكرة

الكلية : كلية العلوم الاجتماعية والانسانية.

القسم : قسم العلوم الاجتماعية.

التخصص : تخصص علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة.

الموضوع : متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة ودوره في نشر الثقافة السياسية في المجتمع الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين - جامعة سكيكدة.

عدد الفصول : سبعة فصول.

عدد الصفحات :

اعداد الطالب : حمادي فتحي .

اشراف : أ . د . عبد العالي دبلّة .

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الثقافة السياسية لدى طلبة جامعة سكيكدة بأبعادها الثلاثة المعرفية، بعد القيم، البعد السلوكي وذلك من خلال دراسة عادات وانماط متابعة الطلبة للبرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة والاسلوب والدوافع الكامنة وراء ذلك ومدى مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة لدى أفراد عينة الدراسة وعلاقة ذلك بمستوى الثقافة السياسية لديهم، وذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة سكيكدة.

وقسمت الدراسة الى شقين : تم من خلاله طرح مساهمات وأفكار مختلف النظريات التي أهتمت بالموضوع ، مع تحديد وضبط مفاهيمه الاجرائية ، وكذا الاحاطة بمحددات ونتائج متغيري الدراسة ، وعرض نتائج الدراسات السابقة لها.

أما في الشق الميداني فقد احتوى عرض عن مجتمع الدراسة ، والعينة التي شملها البحث والمنهج المستخدم والادوات المستخدمة في جمع المعلومات والبيانات ، كما تم خلاله عرض تحليل احصائي لمتغيري الدراسة ، وفي الاخير تم تحليل العلاقات الاحصائية بين الابعاد المشكلة لفرضيات الدراسة ، ومن ثم مناقشة هذه النتائج في ضوء الفروض والدراسات السابقة والنظريات المفسرة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى ما يلي:

- ✓ كشف مدى اهتمام الطلبة بالقضايا السياسية.
- ✓ كشف مدى اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في الفضائيات الخاصة في فهم وتحليل ما يدور من أبحاث سياسية وطنية ودولية.
- ✓ التعرف على التأثيرات المعرفية والقيمية (القيم) والسلوكية للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة على الطلبة باعتبارهم أهم شريحة في المجتمع الجزائري.
- ✓ معرفة العلاقة بين مقدار وحجم التعرض للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري.
- ✓ معرفة العلاقة بين دوافع واسباب متابعة البرامج السياسية للفضائيات الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري.
- ✓ معرفة العلاقة بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري.

تساؤلات الدراسة: انطلقت دراسة هذا الموضوع من الموجهات البحثية التالية:

التساؤل الرئيسي للدراسة: ما دور متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في نشر الثقافة السياسية للشباب الجزائري بأبعادها الثلاث: المعرفة السياسية، القيم السياسية، المشاركة السياسية.

وبناء عليه تحدد مشكلة الدراسة بالإجابة على الاسئلة التالية:

- ماهي عادات وأنماط متابعة الشاب الجزائري للقنوات الفضائية الخاصة.
- ماهي أهم الاسباب والدوافع الكامنة وراء متابعة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- ما مقدار مصداقية البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة لدى الشاب الجزائري.
- هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين أسباب ودوافع متابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري.
- هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مصداقية البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري.
- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري تعزى الى معدل وحجم متابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة.
- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري تعزى الى متغير (الجنس ، المستوى التعليمي ، والتخصص العلمي).

منهج الدراسة:

اعتمدت الراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، والذي تم تطبيقه على عينة تتكون من 487 طالب ، حيث تم جمع البيانات عن طريق استمارة الاستبيان ثم تحليلها احصائيا للإجابة على تساؤلات الدراسة.

أهم نتائج الدراسة:

✓ توجد علاقة ارتباط دالة احصائيا بين عادات وانماط متابعة البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة ومستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث لدى الطالب الجزائري.

- ✓ توجد علاقة ارتباط بين مصداقية البرامج السياسية للفضائيات الخاصة الجزائرية ومستوى الثقافة السياسية للأفراد عينة الدراسة.
- ✓ توجد فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى متغيرات متغير المستوى التعليمي.
- ✓ توجد فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى متغيرات متغير التخصص العلمي.
- ✓ لا توجد فروق دالة احصائيا في مستوى الثقافة السياسية بأبعادها الثلاث تعزى الى متغيرات متغير الجنس.

Résumé de l'étude en français

Université : Université Mohamed Kheidar – Biskra

Faculté: faculté des sciences sociales et humaines

Département : département des sciences sociales

Spécialité: Spécialisation en sociologie de la communication et des relations publiques.

Thème : Suivi des programmes politiques des chaînes satellitaires privées et son rôle dans la diffusion de la culture politique dans la société algérienne

**Une étude de terrain sur un échantillon d'étudiants universitaires –
Université de Skikda.**

Nombre de chapitres: Sept chapitres.

Nombre de pages :

Présenté par l'étudiant :Hamadi Fathi

Sous la direction du Prof. Dr: Debla Abd Elaali

Cette étude visait à connaître le rôle du suivi des programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes dans le développement de la culture politique des étudiants de l'Université de Skikda avec ses trois dimensions cognitives, la dimension des valeurs, la dimension comportementale, etc. en étudiant les habitudes et les habitudes des étudiants suivant les programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes, le style et les motivations derrière cela et l'étendue de la crédibilité des programmes L'aspect politique des chaînes satellitaires privées algériennes parmi l'échantillon d'étude et ses relation avec le niveau de culture politique qu'ils ont, et cela à travers une étude sur le terrain d'un échantillon d'étudiants de l'Université de Skikda. L'étude a été divisée en deux parties : à travers laquelle les apports et les idées des différentes théories concernées par le sujet ont été mis en avant, tout en identifiant et en contrôlant ses concepts procéduraux, ainsi qu'en prenant note des déterminants et des résultats des variables d'étude, et présentant les résultats d'études antérieures.

Quant à la partie terrain, elle contenait une présentation sur la communauté d'étude, l'échantillon qui a été inclus dans la recherche, la méthodologie utilisée et les outils utilisés dans la collecte d'informations et de données, et une analyse statistique des variables d'étude a été présentée au cours de celle-ci. A la lumière des hypothèses, des études antérieures et des théories explicatives

les objectifs des études:

Cette étude vise à ce qui suit

- Exposer l'intérêt des élèves pour les questions politiques.
- Il a révélé à quel point les étudiants s'appuient sur les programmes politiques des chaînes satellitaires privées pour comprendre et analyser ce qui se passe en termes d'événements politiques nationaux et internationaux.

- Identifier les effets cognitifs, moraux (valeurs) et comportementaux des programmes politiques des chaînes satellitaires privées sur les étudiants en tant que segment le plus important de la société algérienne.
- Connaître la relation entre la quantité et la taille de l'exposition aux programmes politiques sur les chaînes satellitaires privées et le niveau de culture politique de l'étudiant algérien.
- Connaître le rapport entre les motivations et les raisons de suivre les programmes politiques des chaînes satellitaires privées et le niveau de culture politique de l'étudiant algérien.
- Connaître le rapport entre la crédibilité des programmes politiques des chaînes satellitaires privées et le niveau de culture politique de l'étudiant algérien.

Questions d'étude : L'étude de ce sujet s'est appuyée sur les axes de recherche suivants :

La question principale de l'étude : Quel est le rôle du suivi des programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes dans la diffusion de la culture politique de la jeunesse algérienne dans ses trois dimensions : savoir politique, valeurs politiques et participation politique.

- En conséquence, le problème de l'étude est déterminé en répondant aux questions suivantes:
- En conséquence, le problème de l'étude est déterminé en répondant aux questions suivantes:
- Quelles sont les habitudes et les schémas de suivi de la jeunesse algérienne sur les chaînes satellitaires privées ?
- Quelles sont les principales raisons et motivations derrière l'écoute des chaînes satellitaires privées algériennes ?
- Quelle est la crédibilité des programmes politiques des chaînes satellitaires privées auprès de la jeunesse algérienne ?

- Existe-t-il une relation statistiquement significative entre les raisons et les motivations pour suivre les programmes politiques des chaînes satellitaires privées et le niveau de culture politique de la jeunesse algérienne ?
- Existe-t-il une relation statistiquement significative entre la crédibilité des programmes politiques des chaînes satellitaires privées et le niveau de culture politique de la jeunesse algérienne ?
- Existe-t-il des différences statistiquement significatives dans le niveau de culture politique de la jeunesse algérienne en raison du taux et du volume de suivi des programmes politiques des chaînes satellitaires privées ?
- Existe-t-il des différences statistiquement significatives dans le niveau de culture politique de la jeunesse algérienne en raison de la variable (sexe, niveau d'études et spécialisation scientifique) ?

Approche de l'étude :

L'étude s'est appuyée sur l'approche descriptive analytique, qui a été appliquée à un échantillon de 487 étudiants, où les données ont été recueillies au moyen d'un formulaire de questionnaire, puis analysées statistiquement pour répondre aux questions de l'étude.

Les résultats les plus importants de l'étude :

- Il existe une corrélation statistiquement significative entre les habitudes et les habitudes de suivre les programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes et le niveau de culture politique dans ses trois dimensions pour l'étudiant algérien.
- Il existe une corrélation entre la crédibilité des programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes et le niveau de culture politique des individus de l'échantillon d'étude.

– Il existe des différences statistiquement significatives dans le niveau de culture politique dans ses trois dimensions dues aux variables de la variable niveau d'instruction.

– Il existe des différences statistiquement significatives du niveau de culture politique dans ses trois dimensions dues aux variables de la variable de spécialisation scientifique.

Il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans le niveau de culture politique dans ses trois dimensions dues aux variables de la variable de genre.

Summary of the study

This study aims to know the role of following up the political programs of the private Algerian satellite channels in spreading and developing the political culture of the students of skikda University in its three dimensions (the cognitive dimensions. the values dimensions. the behavior dimensions.). this is done by studying the habits and patterns of students follow –up to the political programs of private satellite channels. and the style and motives behind this. and the extent of the credibility of the political programs of the private Algerian satellite channels among the study sample members and its relationship to their level of political culture. through a field study of a sample of university students in skikda.

Résumé de l'étude

Cette étude vise à connaître le rôle du suivi des programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes dans la diffusion et le développement de la culture politique des étudiants de l'Université de skikda dans ses trois dimensions (les dimensions cognitives. les dimensions des valeurs. les dimensions comportementales.) . cela se fait en étudiant les habitudes et les schémas des étudiants qui suivent les programmes politiques des chaînes satellitaires privées. et le style et les motifs derrière cela. et l'étendue de la crédibilité des programmes politiques des chaînes satellitaires privées algériennes parmi les membres de l'échantillon de l'étude et sa relation avec leur niveau de culture politique. à travers une étude de terrain d'un échantillon d'étudiants universitaires à skikda

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور متابعة البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة في نشر الثقافة السياسية لطلبة جامعة سكيكدة وتنميتها بأبعادها الثلاثة (الأبعاد المعرفية. أبعاد القيم. أبعاد السلوك). . ويتم ذلك من خلال دراسة عادات وأنماط متابعة الطلاب للبرامج السياسية للقنوات الفضائية الخاصة. والأسلوب والدوافع وراء ذلك. ومدى مصداقية البرامج السياسية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بين أفراد عينة الدراسة وعلاقتها بمستوى الثقافة السياسية لديهم. من خلال دراسة ميدانية لعينة من طلبة الجامعة في سكيكدة

Summary of the study in English

University: Mohamed Kheidar University – Biskra

Faculty: Faculty of Social Sciences and Humanities

Department: Department of Social Sciences

Speciality: Specialization in the sociology of communication and public relations.

theme: Monitoring the political programs of private satellite channels and its role in the dissemination of political culture in Algerian society

A field study on a sample of university students – University of Skikda.

Number of Chapters: Seven Chapters

number of pages:

presented by the student :Hamadi Fathi

Under the direction of Prof. Dr.:Abdelaali Debla

This study aimed to know the role of the follow-up of the political programs of the Algerian private satellite channels in the development of the political culture of the students of the University of Skikda with its three cognitive dimensions, the dimension of the values, the behavioral dimension, etc. by studying the habits and habits of students following the political programs of Algerian private satellite channels, the style and motivations behind it and the extent of the credibility of the programs. The political aspect of Algerian private satellite channels among the sample of study and its relationship with the level of political culture they have, and this through a field study of a sample of students from the University of Skikda.

The study was divided into two parts: through which the contributions and ideas of the different theories concerned with the subject were put forward, while identifying and controlling its procedural concepts, as well as taking note of the determinants and results of the study variables, and presenting the results of previous studies.

As for the field part, it contained a presentation on the study community, the sample that was included in the research, the methodology used and the tools used in the collection of information and data, and a statistical analysis of the study variables was presented during it. In the light of hypotheses, study objectives:

This study aims to: previous studies and explanatory theories

- Demonstrate students' interest in political issues.

- He revealed how much students rely on the political programs of private satellite channels to understand and analyze what is happening in terms of national and international political events.
- Identify the cognitive, moral (values) and behavioral effects of the political programs of private satellite channels on students as the most important segment of Algerian society.
- Know the relationship between the quantity and size of exposure to political programs on private satellite channels and the level of political culture of the Algerian student.
- Know the relationship between the motivations and reasons for following the political programs of private satellite channels and the level of political culture of the Algerian student.
- Know the relationship between the credibility of the political programs of private satellite channels and the level of political culture of the Algerian student.

Study questions: The study of this subject was based on the following lines of research:

The main question of the study: What is the role of the follow-up of the political programs of the Algerian private satellite channels in the diffusion of the political culture of the Algerian youth in its three dimensions: political knowledge, political values and political participation.

– Accordingly, the problem of the study is determined by answering the following questions:

– Accordingly, the problem of the study is determined by answering the following questions:

– What are the habits and monitoring patterns of Algerian youth on private satellite channels?

– What are the main reasons and motivations behind listening to Algerian private satellite channels?

– What is the credibility of the political programs of the private satellite channels with the Algerian youth?

– Is there a statistically significant relationship between the reasons and motivations for following the political programs of private satellite channels and the level of political culture of Algerian youth?

– Is there a statistically significant relationship between the credibility of the political programs of private satellite channels and the level of political culture of Algerian youth?

– Are there statistically significant differences in the level of political culture of Algerian youth due to the rate and volume of monitoring of political programs by private satellite channels?

– Are there statistically significant differences in the level of political culture of Algerian youth due to the variable (sex, level of studies and scientific specialization)?

Study approach:

The study relied on the analytical descriptive approach, which was applied to a sample of 487 students, where data was collected through a questionnaire form and then statistically analyzed to answer the questions of the study.

The most important results of the study:

– There is a statistically significant correlation between the habits and habits of following the political programs of Algerian private satellite channels and the level of political culture in its three dimensions for the Algerian student.

– There is a correlation between the credibility of the political programs of private Algerian satellite channels and the level of political culture of the individuals in the study sample.

– There are statistically significant differences in the level of political culture in its three dimensions due to the variables of the educational level variable.

– There are statistically significant differences in the level of political culture in its three dimensions due to the variables of the scientific specialization variable.

There are no statistically significant differences in the level of political culture in its three dimensions due to the variables of the gender variable

