



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع الموسومة ب:

دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بمستغانم

الأستاذ المشرف

عبد الوهاب غالم

11/05

بسم الله الرحمن الرحيم
عبد الوهاب غالم

إعداد

رفيق خيرة

خداوي فايذة

فوق قسم علوم الاتصال
أول مرة من مؤتمرات
عبد الوهاب غالم
مستغانم

لجنة المناقشة

- ❖ د/ بوعمامة العربي رئيسا
- ❖ د/ غالم عبد الوهاب مقرا
- ❖ أ/ مرواني محمد مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018

شكر و تقدير

وصدق الحبيب حين قال

من لم يشكر الناس الله لم يشكر الله ومن أسرى إليكم معروفا فكافئوه فغن لم تستطيعوا
فادعوا له

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نشكر الله تعالى الذي أعاننا بالقدرة على قطع مسيرتنا فله
الحمد دائماً وأبداً فهو الموفق المستعان

والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف عبد الوهاب غالم

الذي شرح لنا صدره فكان نعم الموجه وخير مرشد لم يبخل

علينا بنصائحه وإرشاداته فالشكر الخاص له ولكل الأساتذة

الذين بفضلهم بعد الله وصلنا إلى هذه المحطة

لكم مني جزيل الشكر والاحترام

تحياتي لكم

اهداء

إلى اشرف السيدات واطهر الأمهات

أمي الحنون

إلى الأمر الناهي في دنياي

أبي العزيز

لهما كل الامتنان والشكر والعرفان

إلى كل عائلتي وخاصة إخوتي الذين كانوا مثل السند لي طيلة مشواري

إلى رفيقة فكري فائزة

إلى رفيقة دربي خيرة

إلى كل الأصدقاء دون استثناء

إلى كل من ساندني سواء من قريب أو من بعيد على إتمام هذا العمل

إلى دفعة السنة الثانية ماستر وسائل الإعلام والمجتمع والى كل من تصفح مذكرتي

إليكم جميعا اهدي ثمرة جهدي

وارجوا من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خير لنا وصلاح

لأمرنا واستقامة نهجنا أن شاء الله تعالى

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
.....	شكر وتقدير
.....	إهداء
.....	ملخص الدراسة
.....	خطة الدراسة
أ	مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

09	تحديد الموضوع
10	أهمية الموضوع
11	أسباب اختيار الموضوع
12	أهداف الموضوع
13	تحديد الإشكالية
15	الفرضيات
16	المنهج وأداته
17	مجتمع البحث والعينة
21	الدراسات السابقة
28	تحديد المفاهيم الإجرائية
29	صعوبات البحث

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : وسائل الإعلام

- المبحث الأول: نشأة وسائل الإعلام 33
- المبحث الثاني: تعريف وسائل الإعلام 36
- المبحث الثالث: وظائف وسائل الإعلام 39
- المبحث الرابع: مزايا و عيوب وسائل الإعلام 43

الفصل الثاني : الوعي السياسي

- المبحث الأول: مفهوم الوعي السياسي 50
- المبحث الثاني: نشأة الوعي السياسي 53
- المبحث الثالث: أهمية الوعي السياسي 56
- المبحث الرابع: طرق اكتساب الوعي السياسي 59

الإطار التطبيقي للدراسة

- الجدول الإحصائية 68
- نتائج الدراسة 95
- خاتمة ت
- مراجع الدراسة 100
- الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	ص
1	توزيع العينة حسب المتغير الجنس	68
2	توزيع العينة حسب متغير السن	69
3	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	69
4	توزيع العينة حسب متغير مكان الإقامة	70
5	أنواع الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الطالب	71
6	عدد ساعات أو معدل التعرض لوسائل الإعلام	72
7	يمثل طبيعة الحصص التي يفضلها الطلبة	73
8	الفترات المفضلة للتعرض لوسائل الإعلام	75
9	أنماط و عادات الاعتماد على وسائل الإعلام	76
10	المتابعة أو التعرض لوسائل الإعلام	77
11	الأماكن المستخدمة للمتابعة ووسائل الإعلام	78
12	الحوامل المستخدمة للاعتماد على وسائل الإعلام	79
13	طبيعة المضامين المفضلة لدى الطلاب	80

80	يوضح معدل التعرض لوسائل الإعلام	14
81	طبيعة الوسائل الإعلامية المعتمد عليها	15
82	دوافع التعرض و الاعتماد على وسائل الإعلام	16
83	مدى اعتماد الطالب على وسائل الإعلام	17
84	مدى قدرة وسائل الإعلام على توجيه الرؤى السياسية لدى الطالب	18
85	أسس الاعتماد على وسائل الإعلام	19
86	مدى مصداقية وسائل الإعلام	20
87	مستوى الشأن السياسي التي تخصصه وسائل الإعلام	21
88	مدى تعبير الأجنذات الإعلامية عن مختلف التوجهات السياسية	22
89	رأي الطالب في: ما إذا كانت القوانين تمنع وسائل الإعلام من حرية تناول السياسة	23
90	مدى اعتماد وسائل الإعلام على الجمهور في تحديد أجنذتها السياسية	24
91	حراسة الطالب على متابعة حصص سياسية محددة	25
92	دور وسائل الإعلام في التأثير على الطالب لاختيار المضامين السياسية	26
93	مدى مساهمة الطالب في إبداء الرأي حول القضايا السياسية	27
93	نسبة الأفراد الذين يهتمون بمتابعة آخر التطورات السياسية	28
94	مساهمة الإعلام في تكوين ثقافة عن الأجنذات السياسية الوطنية و الدولية	29

ملخص الدراسة

شكلت وسائل الإعلام والاتصال منذ نشأتها إلى اليوم قنوات للمعرفة الإنسانية، وتزداد أهميتها باستمرار نتيجة التطور الذي شهده تقنيات الاتصال، الأمر الذي جعلها تقع في دائرة اهتمام الجمهور الذي بات يخصص من وقته ساعات طويلة لتلقي المضامين التي تبث على مدار الساعة .

ومن هنا يأتي هدف هذه الدراسة في معرفة مدى مساهمة وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي و مدى اعتماده عليها في متابعة القضايا السياسية و هذا كله من اجل الحصول على معلومات للإشباع الحاجات المعرفية.

وللوصول إلى أهداف هذه الدراسة قمنا بتصميم استمارة استبيان تتكون من جزأين الجزء الأول عبارة عن السمات الديمغرافية للمبحوثين والجزء الثاني عبارة عن أسئلة استبيان، يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الإعلام والاتصال، وقد بلغت العينة 120 مفردة موزعة على الطلبة تلخصت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

- يعتمد الطالب الجامعي على وسائل الإعلام بصفة دائمة في استقاء المعلومات السياسية باعتبارها مصدرا للمعرفة .

- تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الرؤى السياسية لدى الطالب الجامعي من خلال شبكتها البرمجية واختيار القضايا المعالجة ضمن أجنداتها .

- يرتبط الوعي السياسي للطلبة بقدرتهم على اختيار المضامين السياسية لوسائل الإعلام .

مقدمة:

في زمن أصبح فيه التنبؤ بما يحدث في المستقبل صعب وفي عصر اللاتقنيات تطل علينا وسائل الإعلام والاتصال بتطوراتها المذهلة معمقة هذا الشعور فاسحة المجال لنتائج وتغيرات لا يمكن التنبؤ بها ولكن الأكيد أنها احد عوامل التغيير الاجتماعي

فلقد أدى التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال إلى إحداث ثورة حقيقية وتغيرات جوهرية مست جميع مجالات الحياة ، وبدأت آثار هذه التغيرات على مستوى الجماعات والأفراد ليس على المستوى المحلي فقط بل تعدى ذلك إلى المستوى العالمي ، محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية ، و قد امتد هذا التطور إلى الحياة السياسية ن وبما أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا مهما من مصادر المعرفة لتحقيق أهدافهم في الفهم و التوجيه والتسليية فإن الاعتماد علو وسائل الإعلام يزداد في ظل التغيرات السياسية و الصراعات والأزمات ، ز نظرا لتزايد وانتشار الوسائل الإعلامية المختلفة فقد أخذت تؤدي ادوار مهمة في التأثير على المشاهد و علو مفاهيمه و قيمه و عاداته ن وأصبحت المحددات الرئيسية التي تشارك في تحديد ملامح سلوك المتابع

ونظرا لحاجة أفراد المجتمع بشرائه المختلفة إلى الأخبار والمعلومات للإحاطة بما يجري في البيئة المحيطة بهم سواء الداخلية والخارجية من الأحداث والقضايا السياسية فإن هذا

البحث يهدف إلى التعرف على مدى اعتماد الطالب الجامعي باختلاف أجناسه وشرائحه العمرية على وسائل الإعلام التي تساهم في جعلهم علو وعي بكل ما هو جاري من إحداه ، ومن اجل فهم هذه العلاقة قسمنا الدراسة إلى أربعة فصول :

قمنا في الفصل الأول بتوضيح الجانب المنهجي للدراسة و تمثلت الخطوات المنهجية المتبع خلال الدراسة في تحديد الموضوع ،أهمية الموضوع ، أسباب اختيار الموضوع ن أهداف الدراسة ، تحديد الإشكالية ، الفرضيات، المنهج وأداته، مجتمع البحث والعينة، الدراسات السابقة وتحديد المفاهيم الإجرائية

أما الفصل الثاني تطرقنا إلى الإطار النظري للدراسة الذي يعتبر بمثابة أرضية تمهيدية للعمل الميداني الذي يشمل بدوره على فصلين الفصل: الفصل الأول شمل وسائل الإعلام مفهومها ، نشأتها ، وظائفها ، مزايا وعيوبها و في الفصل الثاني قد تطرقنا إلى الوعي السياسي مفهومه ، نشأته ، أهميته ثم طرق اكتسابه ، الفصل الثالث والأخير الإطار الميداني للدراسة خصص لعرض الجداول الإحصائية والتحليل الكمية والكيفية لدوافع التعرض لوسائل الإعلام في متابعة القضايا السياسية، نتائج الدراسة ، ثم إلى إثبات أو نفي صحة الفرضيات وأخيرا الخاتمة .

الإطار المنهجي

تحديد الموضوع:

ساهمت التطورات الحديثة لوسائل الاعلام في سرعة استجابة الاعلام للاحداث والقضايا، سواء كانت محلية أو عالمية، حيث تطورت اليات نقل المعلومات للجمهور بالتزامن مع حدوثها.

أصبحت وسائل الإعلام واقعا لا يمكن التخلي عنه، حيث تعتبر المحرك الاساسي للرأي العام و المرآة العاكسة للأحداث، كما أن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال وظيفة التعبير تقوم على خلق القيم و إنتاجها وإبرازها في كل مجالات الفكر والنشاط الانساني بهدف التأثير في الجمهور ضمن معطيات ثقافية على صعيد العقائد المستجدة، وهي وظيفة انتاج مهام مرتبط بالواقع السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي القائم، فقد اصبحت وسائل الاعلام اليوم من المؤسسات المهمة التي انبعثت في الميدان الجامعي التي تقوم بدور مهم في اكتساب عادات و سلوكيات صحيحة كأداة فعالة تزرع جوانب مهمة و تنميها في شخصية الطالب و بث روح المسؤولية الاجتماعية و توجيهه في اتخاذ القرار

على هذا الأساس تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل الاعلام في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ومعرفة مدى اعتماده عليها للحصول على المعلومات حول كل ما هو جار حوله محليا اقليميا ودوليا و هذا لاشباع حاجاته المعرفية من جهة، والتحري عن تأثير الاعلام في تغيير المجتمعات من جهة أخرى، حيث يتأتى ذلك من خلال دراسة مدى اعتماد الطالب الجامعي على وسائل الاعلام وأثر ذلك على وعيه السياسي .

أهمية الدراسة :

- عبر -غابرييل الموند - في عبارته الشهيرة : كل شئ في السياسة اتصال عن ماهية الادوار والوظائف المتعددة التي تقوم بها وسائل الاعلام و الاتصال في خدمة النظام السياسي و ان هناك نوعا من التداخل بين السياسات و تكتيكات وسائل الاتصال يعود لايام يوليوس في العصر الروماني القديم .¹

تستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تتناول موضوع مهم ألا و هو دور وسائل الاعلام في تشكل الوعي السياسي الذي اثار جدلا واسعا بين الباحثين و صناع القرار حول قدرتها على التأثير في المجتمع ،حيث اتسمت برصد قيم جديدة و وعي جديد عبر تحولات جديدة وهنا تبرز هذه الاهمية في القاء الضوء على مجالات جديدة للاهتمام بأفراد المجتمع و بالطالب الجامعي على وجه الخصوص ، كما انها تعتبر من الدراسات التي تدرس ظاهرة مستجدة في اوساط المجتمع الجامعي بصفة خاصة و تمكن التفاعل من خلال وسائل الاعلام و قياس تاثيراتها على الطالب نظرا لانتشارمجالاتها و برامجها بشكل سريع يتطلب عمل دراسات لمواجهةها او الحد من سلبياتها ،فالجزائر بحاجة لمثل هذه النوعية من الدراسات للاستفادة منها في الخدمات الاعلامية ، كذلك تبين قدرة تكنولوجيا الاتصالات و المتمثل في الوسائل الاعلامية التي تسهر على احداث تطوير او تغيير على المجتمع و خاصة طلاب الجامعة و لفت انتباههم وهذا من خلال ما يبيث و يعرض من برامج و حصص سياسية تفاعلية

¹ يوسف حنان، الإعلام والسياسة، مقارنة ارتباطية، القاهرة، 2006، ص12

يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة الطلبة، فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها.

أسباب اختيار الموضوع :

ان اختيارنا لهذا الموضوع كان وراءه عدة مبررات و دوافع لعل اهمها تتمثل فيما يلي :

أ - الاسباب الموضوعية :

* تطرقت لهذه الدراسة كونها لها أهمية بالغة في مجتمعنا اليوم إضافة إلى أن هذه الدراسات و البحوث العلمية المتعلقة بوسائل الاعلام لا تزال محدودة و لا تفي بالحاجة معرفيا .

* السعي لانجاز دراسات لتقويم مدى متابعة الطلاب لهذه الوسائل الإعلامية و كذلك نتيج الفرصة لها من اجل معرفة اهم الحاجات التي يتناولها الجمهور أو الطالب الجامعي .

* التطرق الى معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في تشكيل و تنمية الوعي السياسي توجيه الرأي العام .

* اعتبار الموضوع احد اهم مواضيع الساعة و الذي طرح نفسه في الآونة الأخيرة .

* معرفة اهم التأثيرات الناجمة من هذه الدراسة .

* كثرة اهتمام الطلبة بوسائل الاعلام و قلة الدراسات في هذا الجانب .

ب - الأسباب الذاتية:

- * الاهتمام الشخصي بتكنولوجيا الاتصال والتركيز على وسائل الاعلام لما لها من اهمية .
- * الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق كونه موضوع العصر .
- * تعتبر الدراسة من اهم الرغبات التي اسمو الى تحقيقها .
- * الفضول جعلني اقدم على هذه الدراسة و محاولة معرفة نتائجها .

أهداف البحث :

يسعى البحث في اطار المنهج و الاساليب و الادوات البحثية المتبعة و المستخدمة الى تحقيق الاهداف التالية :

* توضيح الوسائل الاعلامية التي يعتمد عليها الطالب الجامعي في استقاء المعلومة السياسي .

* معرفة دور وسائل الاعلام في تكوين أو تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي .

* التعرف على أهم ما يتطرق إليه الطالب من ميولات سياسية أثناء متابعته لوسائل الإعلام

* الكشف عن مدى المصادقية المتوفرة لدى الطالب الجامعي اتجاه وسائل الإعلام .

* التعرف على درجة التفاعل مع وسائل الاعلام و علاقتها بالوعي السياسي .

* تسليط الضوء على حلقات وسائل الاعلام ومدى انتشارها في اوساط الطلبة .

تحديد الإشكالية:

في ضوء التطورات التقنية الراهنة و الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال، برزت وسائل الإعلام في شتى المجالات ، و قد تشكل هذا التطور عبر حقبة زمنية متعاقبة وعلى امتداد التاريخ قفزات واسعة تجسدت انطلاقها بداية منتصف العشرين وما تلاها، كان لها اثر بالغ في ظهور مؤسسات إعلامية متعددة الأغراض و الأساليب غطت عوالم الاتصال المرئي و المسموع و المقروء ما جعل هذه الأخيرة تشارك الجمهور المتلقي مختلف الأحداث و آخر المستجدات ، و هذا راجع إلى وظائفها الأساسية المتمثلة في الإعلام و الأخبار و الشرح و التبسيط و التثقيف و التوعية ، وهذا طبقا لكل وسيلة فبرزت العديد من وسائل الاتصال التي تقوم علي مشاركة المتلقي ،بمعنى أن العالم يعيش مرحلة جديدة من مراحل تطوره الاتصالي ، ومازالت مستمدة حتى الآن تتميز بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا لتحقيق أهداف نهائية فبذلك اختلفت و تنوعت وسائل الإعلام لدى البشر على مدى العقود الماضية، فلم يعد الإعلام في عصرنا الحالي يلعب دور الوسيط بين المؤسسة و جمهورها بل تجاوز إلى أن أصبح يتحكم في المادة الإعلامية لإيصالها للجمهور المستهدف ، ومن هنا يأتي دورها في تشكيل الوعي السياسي و محاولة صناعة القرار و هذا كله راجع إلى الإعلام و قنواته المتعددة و المختلفة وعملية تشارك فيها مختلف فئات المجتمع إضافة إلى تطوير مستوى عقلانية القرار، وبالتالي فان للإعلام دور في بناء الدولة الحديثة و في تقويم المجتمع في جميع المجالات و اهمها المجال السياسي

خاصة ان العملية السياسية لا يمكن تصورهما بدون اتصال الذي يعد من اهم المحاور في الحياة البشرية لهذا أصبحت وسائل الإعلام و الاتصال مصدرا مهما من مصادر المعرفة في الحصول المعلومات، ومن المسلم به انه لكي تتقدم الشعوب و تتطور فلا بد أن يتم ذلك على أيدي شباب متعلم و مدرك واعي لحقوقه وواجباته كونهم عماد و أساس أي مجتمع و مشاركة قراراته المتعلقة به مائل تأسيس حزب أو الدخول في مسيرات للمطالبة بالحقوق، ما يسمح له بتطوير نفسه وكذا اقتراح بدائل فعالة و أولويات للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية والسياسية على وجه الخصوص ،ولتحقيق هذا الأخير يكون الاعتماد وبدرجة كبيرة على وصول هذه الفئة إلى المنافع التي تقدمها وسائل الإعلام و الاتصال .

و تأسيسا على ما تقدم يمكن طرح الاشكال في ضوء السؤال الرئيسي الآتي :

إلى أي مدى تساهم وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ؟

هذه الاشكالية تقودنا الى الاسئلة الفرعية الآتية:

- هل يعتمد الطالب الجامعي على وسائل الاعلام في استقاء المعلومات السياسية؟ لماذا؟
- كيف يمكن لوسائل الاعلام ان تقوم بتوجيه الرؤى السياسية لدى الطالب الجامعي ؟
- هل يرتبط الوعي السياسي للطلبة بقدرتهم على اختيار المضامين السياسية لوسائل الإعلام؟

الفرضيات :

تعد الفروض من اهم العناصر في البحث العلمي ،عبارة عن طريق يسلكها الباحث تساعده على الاتجاه نحو الحقيقة التي اثارته مشكلة البحث و تساؤلاته . و الفروض عند فان دالين " عبارة عن حلول مقترحة عبر عنها كتعليمات او مقترحات و انها تقارير تتكون من عناصر صيغت كنظام منسق من العلاقات التي تحاول تفسير حالات ، او احداث لم تتأيد بعد عن طريق الحقائق ².

واشتملت دراستنا على فرضيات مشتقة من التساؤلات الفرعية السابقة :

- 1- يعتمد الطالب الجامعي على وسائل الاعلام في استقاء المعلومات السياسية باعتبارها مصدرا رئيسيا للمعرفة السياسية بالنسبة إليه.
- 2- يمكن لوسائل الاعلام ان تقوم بتوجيه الرؤى السياسية لدى الطالب الجامعي من خلال شبكتها البرمجية واختيار القضايا المعالجة ضمن أجندتها.
- 3- يرتبط الوعي السياسي للطلبة نوعا ما بقدرتهم على اختيار المضامين السياسية لوسائل الإعلام

² عمر السيد احمد، البحث الإعلامي : مفهومه و إجراءاته و مناهجه ، الكويت، 2008، ص 131

منهج البحث :

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من اتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة الى بلوغ النتائج و ذلك باتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق اليها .

يعد هذا البحث من نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة هي الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين و الذي يعد جهدا علميا منظما للحصول علي بيانات و معلومات و اوصاف ظاهرة البحث وتسلط الضوء عليها للوصول الى نتائج دقيقة و قد عرفه **موريس أنجرس** بأنه طريقة تصور و تنظيم البحث .³

ينص المنهج على كيفية تصور تخطيط العمل حول دراسة ما ،انه يتدخل بطريقة اكثر او اقل الحاح في كل مراحل البحث ،حيث يقوم على اقتراحات ثم التفكير فيها و مراجعتها و التي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة و هذا بمساعدة و الوسائل التي تضمن له النجاح .

و نظرا لطبيعة الدراسة و طبيعة الموضوع و كذلك الاهداف الرامية الى تحقيقها فقد اعتمدنا على المنهج المسحي اي مسح جمهور وسائل الاعلام الذي يعد من انسب المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسة و الذي يعتمد عليه اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية و الوصفية و التحليلية و ذلك لانه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة و في مكان معين و في الوقت الحاضر .⁴

³ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوريد صحراوي وآخرون، دار القصة، 1996، ص1
⁴ محمد زيبان عمر، البحث العلمي ومناهجه، تقنياته، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002مصر، ص21

يعتبر منهج المسح من افضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور و خصائصه و كذا احتياجاته في بحوث الاعلام ، يعرفه احمد بن مرسلني بانه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات الساندة كما هي في الحيز الواقعي و ضمن ظروفها الطبيعية الغير مصطنعة .⁵

مجتمع البحث و عينته :

يمثل تحديد المجتمع الذي ستجمع منه البيانات احد اهم الخطوات في تصميم البحث العلمي ،لذا يجب على الباحث ان يوضح خصائص لظاهرة هذا المجتمع .⁶

كما يعرف على انه مجموعة من العناصر التي لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها ن العناصر الاخرى التي يجري البحث عنها .⁷

و نظرا لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث في البحوث الانسانية يلجأ الباحث دوما الى العينة كأسلوب لاجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي و التي تعرف على انها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة و اجراء الدراسة عليها ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كل مجتمع الدراسة الأصلية .⁸

و المجتمع يعرف كذلك على انه المجموعة الكلية او المجموعة الكاملة من الناس او الأحداث أو الأشياء .⁹

⁵ احمد بن مرسلني، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006الجزائر، ص286

⁶ عبد الكريم بو حفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ط1، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص55

⁷ موريس أنجرس، مرجع سابق، ص299

⁸ محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي وأدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1888، ص78

⁹ النجار فايز، النجار نبيل والزغبي ماجد، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، الأردن، 2008، ص85

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من اهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية فهي تتطلب من الباحث دقة بالغة و بالتالي هو الذي يحدد كفاءة النتائج يتكون مجتمع البحث لهذه الدراسة طلبة الاعلام و الاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس - خروبة- لولاية مستغانم .

أداة البحث :

هي الوسيلة التي يستخدمها الباحث لجميع البيانات اللازمة في موضوع البحث السابق ووضحنا في العنصر السابق أننا اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي و الذي يعتمد على تقنية الاستمارة لذلك استعملنا هذه الأخيرة كتقنية لجمع المعلومات من الميدان إذ نرى أن هذه الوسيلة تصلح لقياس ظاهرتنا . و من اجل معرفة رأي الطلبة حول موضوع الدراسة يستدعي منا الأمر استجواب العينة و هذا بفضل نموذج من الأسئلة المسمى بالاستمارة .

و الاستبيان أو الاستمارة هو عبارة عن أداة لجمع المعلومات و البيانات المتعلقة بموضوع

بحث محدد عن طريق الاستمارة تجري تعبئتها من قبل المستجيب .¹⁰

و يعرف كذلك الاستبيان على انه قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث من اجل

الحصول على إجابات تتضمن المعلومات البيانات المطلوبة.¹¹

¹⁰ غرابية فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في علوم الاجتماعية والإنسانية، الأردن، 2002، ص7

¹¹ احمد بن مرسل، مرجع سابق، ص288

عينة البحث :

تعتبر العينة جزء من المجتمع، أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي، وبهذه الطريقة، فإنه يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذ منه.¹² وتعرف أيضا بأنها : هي الجزء الذي يتم اختياره من الكل ، بهدف دراسته أو قياسه وتعميم ما نحصل عليه من نتائج على الكل.¹³

وقد استهدفت دراستنا إحدى العينات الغير عشوائية وهي العينة القصدية لأنها الأنسب والملائمة والتي تخدم أغراض وأهداف دراستنا، و نظرا لكبر مجتمع الدراسة سأقوم باختيار عينة متوازنة مع جميع المقاييس و يتراوح حجمها 120 عينة، وهي التي ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناءا على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها.¹⁴

صدق الأداة

يتحدد صدق أداة البحث عادة من خلال العلاقة بين أداة الاستجيب عليها وبين وظيفة تلك الأداة، ويمكن الحصول على عدد من المؤشرات التي تعزز صدق الأداة بعدة طرق، وقد اعتمدنا طريقة صدق المحكمين.¹⁵

¹² عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار النميز ، دمشق، 2004، ص168

¹³ محمد حسن إسماعيل، مناهج البحث في إعلام الطفل ، دار النشر للجامعات ، القاهرة، 2014، ص95

¹⁴ زياد احمد الطويبي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية تربية لواء البتراء، 2001، ص06

¹⁵ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع نفسه، ص 289

صدق المحكمين:

ويتم ذلك بعرض الأداة على عدد من المحكمين المتخصصين في المجال الذي تقيسه الأداة ويسمى أحيانا صدق الخبراء فإذا قال وان هذه الأداة تقيس السلوك الذي وضعت لقياسه فإن الباحث يستطيع الاعتماد على حكمهم¹⁶.

* وعليه تم تحكيم أداة البحث من طرف مجموعة من الأساتذة المحكمين ينتمون إلى الأسرة الجامعية وعددهم 03.¹⁷

ثبات الأداة :

إن القصد بحساب مستوى التحليل يتمثل في قياس مستوى الثبات بين نتائج التحليل المتوصل إليها ومن طرف المحللين المحكمين القائمين بعملية التحليل الاختباري للمادة محل هذا العمل ، أي القيام بحساب العلاقة الرياضية بين مستويات الاتفاق والتباين بين نتائج التحليل الاختباري للمحكمين ، حتى نتمكن من التأكد هل تحقق لنا الثبات المنشود في هذه العملية أم لا .

* معامل الثبات = ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين) x (عدد الفئات التي اتفق حولها المحكمين) (عدد الفئات التي قام بتحليلها الرمز الأول + عدد الفئات التي قام بتحليلها الرمز الثاني) .¹⁸

¹⁶ احمد بن مرسل ، المرجع نفسه، ص 289
د/صفاح امال ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم – د/ فلاق شبرة ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم – د/ عيو نورية ، جامعة الدكتور
¹⁷ مولاي الطاهر سعيدة .
¹⁸ احمد بن مرسل ، المرجع نفسه ، ص 289

الدراسات السابقة:

من المهم جدا لاي باحثان يطلع على البحوث التي سبقت بحثه و ذلك يجنبه التكرار و يمكنه تقادي اخطاء الاخرين ، و قد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه اكثر و اختيار الطرق و الاجراءات المنهجية الملائمة لدراسته ، فحاولنا قدر الامكان الحصول على دراسات سابقة و مشابهة لهذه الدراسة و اسفر جهدنا على الحصول عن الدراسات التالية :

الدراسة الأولى :

دراسة شدان يعقوب خليل ابو يعقوب 17-09-2015

- جاءت الدراسة تحت عنوان "اثر مواقع التواصل الاجتماعي عى الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية "

- تحت اشراف الاستاذ الدكتور عبد الستار قاسم ،قدمت هذه الاطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التخطيط و التنمية و السياسة بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس ،فلسطين 2015 -09-17

-عالج الباحث الإشكالية التالية :ما مدى الأثر الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على

الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

و حدد مجموعة من التساؤلات تمثلت في :

1- ما مستوى الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

2- هو حجم تعرض طلبة جامعة النجاح الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

3- ما هي أبرز مظاهر تحول مواقع التواصل الاجتماعي من طابع اجتماعي بحت الى مواقع ذات طابع سياسي طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

4- ما هو محتوى الثقافي التي تبثه مواقع التواصل الاجتماعي باتجاه طلبة جامعة النجاح الوطنية ؟

5- ما هو حجم اعتماد طلبة جامعة النجاح الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومة السياسية .

- وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي منهجا للدراسة، شمل مجتمع البحث جميع طلبة جامعة النجاح الوطنية و قد بلغ عددهم (19000) طالبا و طالبة، كما اعتمدت الدراسة على اداة الاستبيان كوسيلة للبحث حيث اختار الباحث عينة طبقية عشوائية بلغت 235 من الطلاب لجميع التخصصات .

- تلخصت أبرز نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث كما يلي :

اظهرت هذه الدراسة الاثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية ، اذ تلعب دورا هاما في حياة الطالب الجامعي سواء في حياته العامة او حياته الدراسية حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي و الاجتماعي و تدعيم القيم السياسية و المشاركة السياسية و توعية الناس بما يدور حولهم من احداث و مواقف على المستوى الداخلي و

الخارجي الفلسطيني المتعلق بالقضية الفلسطينية من خلال اطلاق الحملات و الاحداث الذي تناولت هذه القضية و حملت الهم الفلسطيني .

الدراسة الثانية:

دراسة انور محمد الرواس ، استاذ مشارك ، قسم الاعلام كلية الاداب و العلوم

الاجتماعية ، جامعة السلطات قابوس 2010

- جاءت الدراسة تحت عنوان " دور وسائل الاعلام العمانية الجماهيرية في التنشئة السياسية " دراسة استطلاعية في اتجاهات الجمهور.

- عالج الباحث الإشكالية التالية: معرفة اتجاهات الجمهور العماني لدور وسائل الاعلام العمانية الجماهيرية في عملية التنشئة السياسية ؟

و للاجابة عنها حدد مجموعة من التساؤلات تمثلت في :

1- ماهي المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

2- ماهي الادوار التي تمارسها المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

3- ماهي مظاهر المشاركة في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

4- ماهي اتجاهات عينة الدراسة حول دور وسائل الاعلام في عملية التنشئة السياسية ؟

5- ماهي الوسائل الاعلامية الاكثر تائيرا في عملية التنشئة السياسية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

- وللإجابة عن هذه التساؤلات قام الباحث بتصميم استمارة بيان تم تطبيقها على عينة قوامها 300 مفردة تم توزيع أفرادها على ستة فئات هي : الهيئة الأكاديمية ، أعضاء مجلس عمان ، فئة من العاملين في المجال الاعلامي ، فئة من الإداريين في القطاعين العام و الخاص ، فئة القيادات السياسية و العسكرية و فئة من طلاب الجامعة .

- تلخصت ابرز نتائج الدراسة التي توصل اليها الباحث كما يلي :

اظهرت هذه الدراسة الاستطلاعية ان وسائل الاعلام تربعت على صدارة المؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية و ربما يكون السبب في ذلك مقدرتها على التأثير و تشكيل الاتجاهات السياسية بسبب طبيعتها الجماهيرية و تنوع مضامينها ، كما تشير النتائج الى تكوين الاتجاهات الفكرية و السياسية يمثل الدور الاول للمؤسسات المعنية بالتنشئة السياسية اما من حيث مظاهرممارسة التنشئة السياسية فيستنتج من النتائج ان الانتخابات تصدرت ترتيب هذه المظاهر ربما بسبب اهتمام المواطنين بالعملية السياسية و المشاركة في الانتخابات ، و اوضحت النتائج وجود اختلاف من حيث اتجاهات عينة الدراسة حول وجود دورالاعلام العماني الجماهيري في التنشئة السياسية .

الدراسة الثالثة :

دراسة الاستاذة عيسى عبيد نورية جامعة مستغانم -شعبة علوم الاعلام و

الاتصال 2015

- جاءت هذه الدراسة تحت عنوان " الاحزاب السياسية و الاعلام الجديد " دراسة ميدانية
- عالجت الباحثة الإشكالية التالية :كيف توظف الأحزاب السياسية الإعلام الجديد في التأثير على الشباب ؟

اندرج تحت هذا السؤال سؤاليين فرعيين :

- 1- هل يتردد الشباب الجزائري على صفحات الاحزاب السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع الخاصة بها ؟
- 2- كيف تساهم الاحزاب السياسية على ترسيخ مفهوم المواطنة لدى الشباب الجزائري من خلال الاعلام الجديد ؟

- وللإجابة عن هذه التساؤلات اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي ، تكونت عينة الدراسة من مئة مفردة استبيان قسمت على طلبة علوم الاعلام و شعبة العلوم السياسية .

- تلخصت ابرز نتائج الدراسة التي توصل اليها الباحث كما يلي ؟

تمحورت الدراسة في دراسة متغيرين هما الاعلام الجديد و السياسة و معرفة العلاقة بينهما كما درست ايضا فئة الطلاب من خلال تقنية الاستبيان لمعرفة كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات من قبل الاحزاب السياسية الجزائرية و الكشف عن الدوافع وراء استخدام شريحة

الشباب للاعلام الجديد و منه اتضح ان اغلب الطلبة لايترددون على صفحات الاحزاب السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و المواقع ابخاصة بها ، كما انهم يعتبرون ان الاحزاب السياسية تعزز مفهوم المواطنة من خلال مؤشر الانتماء بينما لا ترسخها عبر مؤشري المشاركة السياسية و الهوية الجماعية .

التعقيب على الدراسات السابقة :

لاشك إن للدراسات السابقة اهمية كبيرة لدى كافة الباحثين عند القيام باي بحث علمي معتمد ، و قد يستفيدوا منها اذا كانت تتعلق بموايع بحوثهم او تقترب منها في الاجابة على تساؤلات الدراسة و صياغة فروضها ، و تحقيق اهدافها ، و من خلالها يتوصل الباحث الى نتائج و استنتاجات و مقترحات قد تساهم في اثناء مواضيعهم البحثية ، و من خلال استعراض الدراسات السابقة نلاحظ ندرة البحوث التي تتناول الوعي السياسي لدى الشباب و دور وسائل الاعلام في تشكيل هذا الوعي و المشاركة السياسية ، و طبقت معظمها على جمهور عام او جمهور الاناث .

و في ضوء ما سبق عرضه من الدراسات السابقة اتضح ماييلي :

الدراسات تتوافق مع دراستنا في ابراز اهمية وسائل الاعلام و دورها في تشكيل الوعي السياسي او التنشئة السياسية لدى الشباب حيث ركزت و ابدت اهتماما بالطالب الجامعي خاصة و ذلك يرجع الى اتساع هذه الشريحة في المجتمع و قوة تأثيرها فيه اضافة الى انها اجريت في فترات زمنية متقاربة مما يدل بشكل واضح على تزايد الاهتمام بدور وسائل

الاعلام في المجتمع و لاسيما في المجال السياسي ، اتفقت ايضا في توضيح الوسائل التي اعتمد عليها الشباب في استقاء المعلومة السياسية ، و قد لاحظنا اعتماد معظمها على المنهج المسحي في الدراسة واستخدام نفس الاداة وهي الاستمارة و توزيعها على مجتمع بحث واحد و الذي تمثل في شريحة الشباب و قد توافقت الدراسات الثلاث في معالجة اشكالياتها بناء على التساؤل حول مستوى الوعي التي تقدمه وسائل الاعلام للطالب و حجم التعرض او الاعتماد لهذه الوسائل أو الصفحات الاجتماعية .

و اختلفت دراستنا عن الدراسات السابقة في كونها ركزت هذه الاخيرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الوعي السياسي على غرار دراستنا التي اهتمت بوسائل الاعلام بصفة عامة بغض النظر عن الدراسة الثانية التي توافقت مع دراستنا في هذه النقطة ، حيث ركزت الدراسة الاولى لشدان يعقوب على الاعلام في المجتمع الفلسطيني دون غيره و دراسة محتواه الثقافي اما الدراسة الثانية فقد اجريت بحثها على فئة الشباب من الجمهور على عكس دراستنا التي ركزت على الطالب الجامعي فقط

كما استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في :

بناء الإطار النظري و تقسيم فصول الدراسة .

تحديد مصطلحات البحث :

* **المفهوم الإجرائي لوسائل الإعلام:** تعني النقل الموضوعي الحر للأخبار و المعلومات بطرق مختلفة من خلال وسائل معينة بقصد التأثير على الطرف الآخر أي مستقبل المعلومة .

* **التعريف الإجرائي للوعي السياسي:** هو حالة من اليقظة الفكرية يدرك فيها الإنسان نفسه و قدرته على التفهم و التحليل لواقع مجتمعه و محيطه الإقليمي و الدولي و هو طريق الفرد لمعرفة حقوقه وواجباته في كل الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية .

* **التعريف الإجرائي لمفهوم السياسة :** اتجاه يوضح أسلوب التفكير عند اتخاذ القرارات الصالحة و هي المرشد للأفعال و اتخاذ الرأي .

الطلبة الجامعيين :

الطالب الجامعي هو كل شخص يتابع دروسا في الجامعة أو احد فروعها أو مؤسسة تعليمية مكافئة لها ،في الغالب يكون هذا الشخص قد انتهى من الدراسة في الأطوار سابقة يكون مستواها التعليمي ادني من المستوى الجامعي "المتوسطة-الثانوية" يسعى لحصول على إحدى الشهادات مثل : الليسانس-الماستر-الدكتوراة .

صعوبات البحث :

من المستحيل أن يخلو البحث العلمي من الصعوبات، فالباحث مهما كانت مهاراته أو إمكانياته المادية والمعنوية فإنه دائماً يوجد صعوبات في مسار البحث العلمي، كانت صعوبات خفيفة سهلة التجاوز ونحن بدورنا كباحثين مبتدئين في الميدان لم نعثر على صعوبات عويصة نذكر البعض منها :

* صعوبة عملية السحب والالتحاق بالكتب في المكتبات الجامعية بالرغم من أن كل المراجع المتعلقة بالموضوع مصدقة في الكمبيوتر وهذا راجع إلى سوء التسيير من الموظفين في بعض المكتبات .

* عدم توفر الدراسات السابقة المحلية حول موضوع الدراسة .

* تلقينا أيضاً صعوبات في الميدان كوننا غير معتادين على انجاز بحث ميداني .

* غياب الحس العلمي عند بعض أفراد العينة، حيث هناك من رفضوا استلام الاستمارة رغم محاولتنا لإقناعهم .

* طول مدة استرجاع الاستمارات من المبحوثين .

الإطار النظري

الفصل الأول: وسائل الإعلام

تمهيد

المبحث الأول: نشأة وسائل الإعلام

المبحث الثاني: تعريف وسائل الإعلام

المبحث الثالث: وظائف وسائل الإعلام

المبحث الرابع: مزايا وعيوب وسائل الإعلام

خلاصة

تمهيد

- لقد عرفت وسائل الإعلام تطورا كبيرا جعلها تكتسح جميع مجالات الحياة ؛ و تتميز هذه بكونها فتحت للإنسان مجالا واسعا للمشاهدة و الاستماع و القراءة ؛ و من مميزات هذه الوسائل أنها تدخلت في جميع المجالات الاجتماعية و التربوية ؛ الثقافية و الاقتصادية ؛ فأصبحت تؤثر في سلوكيات الفرد كالسلوك الاجتماعي و الاقتصادي ... الخ؛ فقد أصبحت جزء من الحياة المعاصرة كمعيار لقياس مدى تطور المجتمعات للتحول نحو الحداثة و الديمقراطية .

المبحث الأول : نشأة وسائل الإعلام :

تعكس دراسة تاريخ العصور القديمة مدى استخدام القدماء الرموز و الإشارات التي تعد لغة التفاهم بين المجتمعات و الأفراد ؛ فقد استخدم المصريون القدماء الرموز و الإشارات ليتبعها بعد ذلك شعوب الحضارات الشرقية كإلهند و الصين ثم تلت مرحلة الخطابة و اللغة ؛ التي أصبحت فيها اللغة مفردة لغوية كنوع من التعبير الاتصالي بين الأفراد و الجماعات ثم مرحلة الكتابة التي كانت فيما سبق عبارة عن نقوش و رسوم علي جدران المعابد و الكهوف ؛ لكن سرعان ما تطورت الوسائل التي استعملها المجتمعات في عملية الكتابة والتدوين؛ لتأتي بعدها مرحلة الطباعة خلال القرن الخامس عشر لتكوين بمثابة أعظم وسيلة اتصال عرفها الإنسان لأنها أحدثت تطورات هائلة في حياة المجتمعات في الإعلام و الاتصال ووسائله عن طريق تحديث الكتابة و انتشار الكتب المطبوعة؛ أو عن طريق الصحافة المكتوبة .¹⁹

وتطور الإعلام وتطورت وسائله وأدواته وأصبح واقعا لا يمكن لبني البشر أن يخلو عنه بل وأصبح المحرك الأساسي للرأي العام والمرآة العاكسة للأحداث، كانت وسائل الإعلام المكتوبة ولاسيما الصحافة إلى عهد قريب هي المسيطر الأساسي على اهتمام الجمهور.²⁰

¹⁹ سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 93

²⁰ سناء محمد الجبور، مرجع نفسه ، ص 94

وقد كانت في غرب أوروبا في نهاية القرن السادس عشر صحافة خبرية تقتصر على نشر الأخبار من دون التعليق عليها أو تحليلها، وبمكنا رصد بداية الصحافة في عام 1597 حين اصدر صموئيل "ديلهرم" في "اوفسبورج" مجلة شهرية، لكن سرعان ما تغيرت وظائف الصحافة و تحولت من صحافة خبرية إلى صحافة رأي وتحليل وتعليق، ومع قيام الثورة الفرنسية بدأ التاريخ الحقيقي لصحافة الرأي، وما إن قامت الثورة الفرنسية التي تعد تاريخيا "أم الثورات" حتى تغير الحال و احتلت الصحافة مكانة مرموقة وسط المجتمع الفرنسي.²¹

و مع مطلع العشرين وقيام الثورة الصناعية، كان الإعلام اكبر المستفيدين منها، حيث تفتق ذهن العلماء وإرشادهم تفكيرهم إلى الحاجة لإيجاد وسائل إعلامية أكثر سرعة من الوسائل الإعلامية التقليدية المتوفرة لديهم، وبدأ عصر التكنولوجيا الإعلامية التي أحدثت نقلة سريعة وواسعة في مفهوم و أهمية الإعلام، وغيّرت في نمط أدواته، حتى صار الإعلام اليوم جزءا مهما من نشاطنا و حياتنا اليومية ، وصار المواطن أكثر ارتباطا بوسائل الإعلام التي صارت تتفنن في نقل الأخبار والمعلومات ومتابعتها.²²

ولم يقف العقل البشري عند ما وصل إليه، وكانت الحاجة أسرع من القبول فيما توصل إليه، وأدى إلى حماس البشر في اقتحام المجهول إلى اختراع الراديو الذي كان و مازال وسيلة مهمة من وسائل الإعلام والاتصال.²³

²¹ د.فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص-ص 22--23

²² د.فؤاد احمد الساري، مرجع نفسه، ص 24

²³ د.فؤاد احمد الساري، مرجع نفسه، ص 25

وانتشرت في أصقاع العالم الإذاعات التي سارعت الدول إلى إنشائها بعد أن تيقنت أهميتها خاصة بعد الدور الكبير الذي لعبته في الحرب العالمية الأولى و الثانية وبالأخص الإذاعات الموجهة، وأصبح الراديو منافسا كبيرا لكنه لم يقض على وجودها بل زاد من أهميتها²⁴

وفي منتصف القرن الماضي كانت الثورة الصناعية في أوج قمتها، وقد أثمرت اخطر اختراع في وقتها وهو التلفزيون والذي أدى بشكل مباشر إلى تغيير المفاهيم و الأسس الاجتماعية في حياتنا اكر من وسائل الأعلام المختلفة، وظل العالم مبهورا بهذه الشاشة الصغيرة المرئية ولا يزال، تطور التلفزيون وتعددت أغراضه ووسائله، ومع ثورة الأقمار الاصطناعية انتقلت فكرة التلفزيون من مجرد شاشة محلية إلى محطات و قنوات فضائية يتابعها ملايين البشر و تنتقل الأخبار والأحداث أولا بأول للمتلقي من موقع الحدث، ومع ظهور الانترنت أصبح الإعلام بلا منازع أهم و تخطر صناعة تسعى دول العالم جميعها لامتلاكها ...

وعلى الرغم من الاختلاف الكبير الذي انقسم إليه الجمهور حول مصداقية وسائل الإعلام يبقى الإعلام أهم وسيلة يتعامل معها البشر ولا يستطيعون الخلاص من تأثيرها²⁵

²⁴ فؤاد احمد الساري، مرجع نفسه، ص25

²⁵ فؤاد احمد الساري، مرجع نفسه، ص26

المبحث الثاني: تعريف وسائل الإعلام:

قبل التعريف بوسائل الإعلام يستحسن التطرق إلي معنى الإعلام في حد ذاته حيث تم تعريفه من قبل العديد من الباحثين:

الإعلام في اللغة: هو العلم بالشيء، ويقال استعلمني خبر فلان واعلمنه واستعلمني الخبر فأعلمته²⁶

فالإعلام مشتق من (اعلم) يقال علم إعلما بمعنى اخبر أخبارا ولفظة الإعلام مشتقة من مادة علم، يقال علم الشيء أي شعر به وما علمت بخبر قدومه وانصرافه أي ما شعرت به، واعلم معناها اخبر، واستعلمه الخبر أي استخبره إياه، والإعلام مصدر مشتق من الفعل اعلم و معناها وضع علامة على كل شيء أو عبارة مع إظهار هذا المعنى وإبرازه وتأكده وإشهاره أمام عامة الناس إبلاغا.²⁷

الإعلام اصطلاحا:

هو الإخبار بالأحداث و نشر المعلومات وانتقاؤها والتدقيق في صحتها بناء على وجهة النظر في الحياة و على سياسة الدولة، وحسب منهج تربوي معين (أي حسب كيفية معينة لإيصال المعلومة بحيث تضمن هذه الكيفية وصول المعلومة بالشكل المراد .²⁸

²⁶ منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص27

²⁷ محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، ط1، ج12، دار صادر، بيروت، ص415

²⁸ محمد بن مكرم بن منظور، مرجع نفسه، ص 415

وهو كذلك النقل الحر و الموضوعي للأخبار و المعلومات بإحدى وسائل الإعلام، وأنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة²⁹

و يعرفه الدكتور إبراهيم إمام بأنه نشر الأخبار و المعلومات والآراء على الجماهير، ويمكن التوصل إلى تعريف عام و شامل لتحديد معنى الإعلام بأنه: هو نقل المعلومات و المعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطرق مختلفة ومن خلال وسائل معينة لها شخصيتها الحقيقية و لاعتبارية بقصد خلق التأثير لدى الطرف الآخر مستقبل المعلومة .³⁰

والإعلام بمفهومه الحديث يقابل في اللغة الانجليزية كلمة communication، و تعني معلومات مبلغة -رسالة شفوية أو خطية- تبادل الأفكار والآراء والمعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارة.³¹

ومع ذلك نلاحظ أن مصطلح الإعلام يتسع أحيانا ليشمل مفهوم الاتصال، ويضيق أحيانا أخرى ليقصر على وسائل الإعلام ، فان هذه الأخيرة يمكن تعريفها كالتالي :

وسائل الإعلام:

يقصد بها في الأصل جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الإعلام و إيصال المعلومات إلى الناس بدءا من ورق الصحيفة و انتهاء بالحاسبات الآلية و الأقمار الصناعية، إلا أن

²⁹ منذر صالح جاسم الزبيدي، مرجع سابق، ص27

³⁰ منذر صالح جاسم الزبيدي، مرجع سابق، ص28

³¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص107

وسائل الإعلام بصفة أو كما تسمى (وسائل الاتصال الجماهيري) تنقسم بصفة عامة إلى وسائل مقروءة ؛ سمعية ووسائل بصرية و سمعية.³²

- قد تم التركيز في هذا التعريف على وظيفة وسائل الإعلام كأدوات لتوصيل المعلومات إلى المجتمع و هي تنقسم بدورها إلى وسائل سمعية بصرية و مقروءة.³³

- في القاموس السياسي الإنجليزي-الأمريكي: فهو تعبير مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس ويقصد به -بمعناه الأصلي- جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة و راديو و سينما و تلفزيون و كتب و إعلانات؛ التي تتجه إلى القطاعات الواسعة من الناس و تعتمد على تقنية صناعية متطورة تسمح لهل أن تصل إلى هؤلاء الناس دون أي عائق.³⁴

- أما تعريف "محمد جميل حمامي" هي احد أشكال الاتصال الجماهيري ويقصد بالاتصال؛ عملية التفاعل الاجتماعي من اجل إشباع الحاجات المتنوعة؛ فهو من أهم الظواهر البشرية الاجتماعية لأنه نتاج للتفاعل بين الفرد والمجتمع وهو الضرورة البشرية الملحة المستمرة التي يعيش الإنسان معها طوال عمره لأجل إشباع حاجاته المتعددة.³⁵

³² محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص11

³³ محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مرجع نفسه، ص12

³⁴ عبد الوهاب الكيالي وآخرون، موسوعة السياسة، ج7، مطبعة العلوم، بيروت، 1994، ص280

³⁵ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص63

المبحث الثالث: وظائف وسائل الإعلام :

للإعلام عدة وظائف رئيسية هي :

• التوجيه و تكوين المواقف و الاتجاهات:

إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر و غير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة ؛فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة و محتوى ؛ازداد تأثيرها فلا يعقل أن تخاطب من ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق و علم الكلام و الحجج الفكرية و الفلسفية .³⁶

• زيادة الثقافة و المعلومات:

التثقيف العام هدفه هو زيادة الفرد بواسطة وسائل الإعلام و ليس بالطرق و الوسائل الأكاديمية التعليمية؛ والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي و عارض أو بشكل مخطط و مبرمج و مقصود.

و التثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد ؛ هذه المواجهة تقدم له - بدون أن يكون هو المقصود بالذات- ؛ معلومات وأفكار وصورا و آراء .³⁷

³⁶ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص114

³⁷ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص115

إما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير كالب برامج الزراعية لبتي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة و التلفزيون أو من خلال الانترنت .³⁸

• الاتصال الاجتماعي و العلاقات البيئية:

يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض ؛ هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية و تميتها ؛ فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبار اجتماعية عن الأفراد و الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية و الثقافية فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار ؛ بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.³⁹

• الترفيه عن الجمهور و تسليته :

وتقوم وسائل الإعلام بما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل و مرفه، وهذا يتوقف بواسطة الأبواب المسلية في الصحف أو كالب برامج الكوميديا في التلفزيون ، وفي الحاليتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحا وهو أن برامج الترفيه و التسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها، وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب

³⁸ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق ، ص115

³⁹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق ، ص116

ترفيه موجه يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحورها و حتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام.⁴⁰

• الإعلان و الدعاية:

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين؛ كما تقوم بدور هام في حقول العمل و التجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل ؛ أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ...الخ.⁴¹

كما تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الضغوط التي تقوم على فرض بعض الأفكار والآراء والمواقف بهدف التأثير على السلوك الاجتماعي عن طريق استعمال وسائل تقنية ذات تأثير سحري على الجمهور و هذه الوظيفة تتم على الصعيدين:

1- على صعيد الإعلان وهي ضغوط نفسية واجتماعية واقتصادية ذات أهداف

تجارية

2- على صعيد الدعاوي السياسية وهذه الضغوطات ذات أهداف سياسية⁴²

⁴⁰ عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق، ص117

⁴¹ عبد الرزاق الدليمي ، مرجع سابق، 118

⁴² منذر صالح جاسم الزبيري، ، مرجع سابق، ص48

تعد وسائل الإعلام مجموعة من الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال بين الفرد و المجتمع ؛ فقد استطاعت على تنوعها من صحافة و تلفزيون وإذاعة أمام تعقيد الحياة و تعدد ما فيها من اختراعات ؛ صناعات و اكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد و تقديمه إلى الجمهور انطلاقاً من وظائفها المختلفة كالتوجيه ؛ التثقيف ؛ الاتصال .⁴³

⁴³ منذر صالح جاسم الزبيدي ، مرجع سابق، ص49

المبحث الرابع : مزايا وعيوب وسائل الإعلام:

• مزايا وسائل الإعلام:

✓ الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته

الأساسية: الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور

المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي

✓ يتسم الإعلام بالصدق والصراحة وعرض الثابت و الإخبار الصحيحة وتوسع دائرة

الإعلام الموجه الخاضع بالضرورة لسياسات وتوجهات ومصالح الجهة الممولة

والمنشئة وهنا يتحول المفهوم إلى الإعلام كالدعاية باعتباره البث المسموع والمرئي

والمكتوب بالأحداث الواقعية

✓ يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع .

✓ تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا، والتقدم وارتفاع المستوى التعليمي

والثقافي والفكري لأفراد المجتمع .⁴⁴

إن مكونات عملية الإعلام تتفاعل وتكون في صورة تغيرات مستمرة بالتفاعل يتم بين أفراد

وجماعات متفرقة، ويسمى اتصالا جمعيا، فالمرسل لاستطيع أن يتفاعل، والتأثير في السلوك

المستقبل هو هدف عملية الإعلام .⁴⁵

⁴⁴ حسين شقيق، سيكولوجية الإعلام ، دار الفكر للنشر والطباعة والتوزيع، دمشق، 2010، ص120

⁴⁵ حسين شقيق، مرجع نفسه، ص121

• عيوب وسائل الإعلام:

- ✓ سلوك منحرف لدى الأطفال والشباب والمراهقين، حيث توصلت بعض الدراسات إلى أن المشاهدة المتكررة لأفلام العنف والعدوان تقود إلى السلوك العدواني
- ✓ التأثير على تكوين الصورة الذهنية لدى المشاهدين، حيث أن وسائل الإعلام المرئية بصفة خاصة دورها واضح في تكوين الصورة الذهنية عند الأفراد عن الدول و المواقف والأحداث، بل تؤثر على الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور وطريقة التفكير وهذا فإن البرامج المنحرفة أنها تقود إلى تصورات منحرفة عن الحياة والمجتمع وعن الأشخاص والقيادات والموجهين .
- ✓ إن التركيز على أفلام العنف وإحداث الإجرام تقود المشاهد الى تطبيع علاقته بالسلوك الإجرامي وبالتالي فإن من يقوم بهذا في نظره قد يكون يستحق الإعجاب .
- ✓ تعويد الناس على عادات ومظاهر الترف والبذخ، والتطلع الى ما هو فوق القدرات المالية والاقتصادية.
- ✓ ضعف العلاقات الأسرية، الانعزال وحصر المشاهد مع واقعه الجديد، لما يضعف فرص التعامل الاجتماعي والأسري .⁴⁶

⁴⁶ حسين شفيق ، مرجع نفسه، ص113

✓ تنمية روح التسلية في المتلقي وتعليم واكتساب المهارات عن طريق الممارسة، حيث يتعود المشاهد سهولة التحصيل دون ممارسة أو جهد أو تجربة للمعلومة والمهارات،

مكتفياً بما يقدمه الجهاز الإعلامي من حلول ونتائج.⁴⁷

⁴⁷ حسين شقيف، مرجع نفسه ، ص112

الخلاصة :

وفي الأخير نستخلص من هذا الفصل أن وسائل الإعلام تعد المرآة العاكسة لصورة المجتمع ولنشاط الأفراد اليومي والمستمر وبذلك يقع على عاتق هذه الوسائل المتنوعة مسؤولية كبيرة ، ومن هذا المنطلق تؤدي وسائل الإعلام وظيفة حيوية تخدم المجتمع ويكون لها القدرة في التحضير الفكري والثقافي و السياسي وبما يؤهلها بأن تبلور قيما و مبادئ لدى جميع فئات المجتمع و شرائحه المختلفة وبالشكل الذي يتناسب مع الظروف ومعطيات ذلك المجتمع ويتأكد هذا لن يتحقق إلا في توافر وسائل و أجهزة إعلامية .

الفصل الثاني: الوعي السياسي

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم الوعي السياسي

المبحث الثاني : نشأة الوعي السياسي

المبحث الثالث : أهمية الوعي السياسي

المبحث الرابع : طرق اكتساب الوعي السياسي

خلاصة

تمهيد:

- يشكل الوعي ميزة الإنسان التي يتكئ عليها في ممارسة حياته و الحفاظ عليها دون بقية الكائنات،حيث إن قيمة الوعي و أهميته تكمن في أهدافه و غاياته،فهو عنصر الحياة في المجتمع و المركز الرئيسي لحركة الإنسان ة فكره و سلوكه

- فقد تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم الوعي السياسي و نشأته ثم أهميته و أهم طرق

اكتسابه

المبحث الأول : مفهوم الوعي السياسي:

مفهوم الوعي:

لغة: هو الفهم سلامة الإدراك، من وعى، الوعي، حفظ القلب للشيء، وعى الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان: أي أحفظ منه

اصطلاحاً: هو إدراك الفرد لنفسه و للبيئة المحيطة به. فهو حصاد إدراك الناس و تصوراتهم للعالم المحيط بهم، بما اشتمل إليه عليه من علاقات بالطبيعة وبالإنسان و بالأفكار، وهو إدراك تصور يتحدد بحالة بنائية تاريخية لمجمع معين بمعنى إن الوعي طابعه التاريخي البنائي.³⁹

و يعرفه أيضا بأنه: إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا و هو أساس كل معرفة.⁴⁰

بينما يشير محمد عبد الحميد إلى الوعي بأنه العملية التي يقوم عليها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات و معاني المدركات الحسية، و هذا يعني إن الفرد لا يقوم بتفسير الرسائل في معاني مطابقة لها تماما، ولكننا لتفسير يكون في إطار التفاعل بين الرموز التي تم استقبالها و بين المعرفة ذات العلاقة بها التي يتعين بها الفرد المتلقي.⁴¹

³⁹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص619-620.
⁴⁰ احمد خورشيد النورة جي، مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية، ط1، دار الشؤون الثقافية، 1990، ص253
⁴¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص184

مفهوم الوعي السياسي:

يعرفه محمد حجاب بأنه: مجموعة من القيم و الاتجاهات و المبادئ التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه و مشكلاته يحلها و يحكم عليها و يحدد موقفه منها و يدفعه إلى التحرك من اجل تطويرها و تغييرها .⁴²

و يرى عمار حمادة بأن الوعي السياسي: هو الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي و لما يحصل فيه من إحداث و تطورات . و بعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا و معرفة الأهداف المتسترة وراء موقفها و تحركاتها و مشاريعها.⁴³

و يعرفه محمد عبد الواحد حجازي بأنه: القدرة على إدراك المنهج القويم لتصرف القضايا و المشكلات الاجتماعية التي يصادفها المرء في حياته.⁴⁴

يشير مفهوم الوعي السياسي إلى: وعي المواطن بحقوقه الأساسية: حقه في الحياة، وفي الملكية، وفي التفكير، وفي الحرية، و في التعبير عن آرائه و أفكاره و حقه في الكرامة و الاحترام.⁴⁵

في حين يعرف السيد حنفي الوعي السياسي بأنه: إدراك الشخص لذاته و لذوات الآخرين ممن حوله، وهذا يعني أن للوعي الذاتي تأثيرا بالغا على السياسة .⁴⁶

⁴² محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، مرجع سابق ، ص621

⁴³ عمار حمادة، الوعي والتحليل السياسي، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2005، ص20

⁴⁴ محمد عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص118

⁴⁵ إمام عيد الفتاح إمام، الديمقراطية والوعي السياسي، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 100

⁴⁶ السيد حنفي عوض، السياسة والمجتمع، مودرن جرا فيك سنبتير، الإسكندرية ، 1999، ص209

و نقصد بالوعي السياسي معرفة المواطن بحقوقه الأساسية وواجباته، و ما يجري حوله من أحداث ووقائع، من أجل قدرته على تجاوز خبرات الجماعة أو الجماعات الصغيرة التي ينتمي إليها ليعانق خبرات و مشكلات المجتمع السياسي ككل.⁴⁷

و يرى أيضا نظام محمود بركات الوعي السياسي بأنه ذلك البنيان الفكري المرتبط بتصوير و تفسير الوجود السياسي، وأنه يمثل كل ما يخطر في ذهن الإنسان حول تنظيمه السياسي و حياته العامة كما هي أو كما يجب أن تكون ، و بذلك تكون الأفكار السياسية عبارة عن تصور عقلائي للظاهرة السياسية، وتمثل صورة الظاهرة السياسية كما يتخيلها الإنسان في مختلف الأزمنة.⁴⁸

بينما يرى نزار إبراهيم أن الوعي السياسي يمثل المستوى الأعلى من نضج الوعي الطبقي إذ إن الوعي السياسي يشترط في الأساس نموا و نضجا في الوعي الطبقي ذلك لان نمو الوعي السياسي ينشأ على أرضية حدة الصراعات الاجتماعية، و بالتالي فالوعي السياسي يعكس المصالح الاقتصادية للطبقات.⁴⁹

بعد استعراض المفاهيم المختلفة للوعي السياسي يمكن تعريفه بأنه: مدى إدراك الأفراد للقضايا و الأحداث السياسية المهمة التي ترتبط بمجمعاتهم المحلية و القومية ومدى معرفتهم و فهمهم للأمر التي تتصل بالمجال السياسي .

⁴⁷ ثروت مكي، الإعلام والسياسة: وسائل الاتصال والمشاركة و السياسة ، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص76

⁴⁸ نظام محمود بركات، مقدمة في الفكر السياسي، دار عالم الكتب، الرياض، 1985، ص24

⁴⁹ نزار إبراهيم، الوعي السياسي لدى الشباب العربي المثقف، مجلة الوحدة، الرباط ، العدد 54، 1988، ص76

المبحث الثاني : نشأة الوعي السياسي :

تعد نشأة الوعي السياسي عند الإنسان أثناء عملية الإنتاج الاجتماعي و لهاذ فهو ثمرة من ثمار التطور الاجتماعي ففي عملية الإنتاج بالذات وفي عملية إعداد أدوات الإنتاج و أثناء التفاعل ع الطبيعة يستطيع الإنسان إن يعي وان يكتشف خصائص الأشياء و يفرق بين ما هو جوهري، وماهر غي جوهري وان يظهر الترابط الحتمي و السببي بين الظواهر، وان يعي العلاقة بينه و بين الوسط الذي تعيش فيه . ويرتبط نشوء الوعي السياسي بشكل عام عند الإنسان بظهور اللغة. فقد أثر تكون اللغة تأثيرا بالغا في تكوين الوعي و تطوره، إذ عن طريق اللغة بدأ الحوار بين الإنسان منذ الفترات التاريخية.⁵⁰

فالرومان كانت لديهم إسهامات واضحة و جلية على معرفة الفرد بحقوقه السياسية و القانونية، فضلا عن دورهم في تحليل الأحداث السياسية التي مرت بها إمبراطوريتهم إما اليونانيون فيعود لهم الفضل في نشر الكثير من المفاهيم السياسية التي أصبحت بمثابة قواعد فكرية والتي أصبحت فيما بعد إلى قواعد للانطلاق الديمقراطي خاصة في أوروبا ففي مجال الوعي السياسي نبدأ بالتاريخ الأوربي و الظروف التي ساعدت على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الأوربي عبر الزمن و أولى الجليلات كان بظهور عصر النهضة الأوروبية .وقد مثل هذا العصر رد فعل على الاستبداد الكنيسة في تلك الفترة.⁵¹

⁵⁰ عبد المسلم الماجد، مذاهب و مفاهيم في الفلسفة و الاجتماع، ط1، المكتبة المصرية، بيروت، 1995، ص129

⁵¹ موسى إبراهيم، معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، مؤسسة عز الدين للطباعة و النشر، بيروت، 1994، ص13

و كان هدف عصر النهضة هو إحداث التغيير و الابتكار و حدثت بدايات التغيير في أوروبا، وخاصة إيطاليا فقد دفعت أوروبا استثنائياً في طريق مشروع مثمر محصور في الزمان و ذي مردود تاريخي كبير.⁵²

فالأحداث التاريخية تشير إلى نمو الوعي القومي في إيطاليا و تأسيس الجمهوريات في مدنها، إذن العامل السياسي و محاولة القضاء على التوترات التي كانت موجودة بين مدن إيطاليا ساعد على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الغربي.⁵³

أما في الشرق فكان العكس مما هو الحال عليه في أوروبا خاصة في العصور الوسطى، فقد عرف الشرق الاستقرار السياسي و ذلك نتيجة لظهور الإسلام و قيام الحضارة الإسلامية، وما جاءت به تلك الحضارة على مبادئ وأفكار على عكس مما كانت موجودة في الجزيرة العربية قبل ظهور الإسلام، ومثلت الحضارة الإسلامية حلقة غنية ربطت بين الحضارات القديمة الشرقية و الإغريقية وبين حضارة العصور الحديثة ، أي أن الإسلام لم يرى ذلك الفصل بين ما هو ديني و ما هو دنيوي الأمر الذي أدى إلى الاهتمام بالسياسة ضمن الشريعة الإسلامية و في أول دولة إسلامية رأت النور على الأرض هنا يقول غولدزيبية : إن الإسلام قد جعل الدين دنيوياً لقد أراد إن يبني حكماً لهذا العالم بوسائل هذا العالم.⁵⁴

⁵² موسى إبراهيم ، مرجع نفسه، ص13

⁵³ موسى إبراهيم ، مرجع نفسه، ص 14

⁵⁴ هشام جعيط ، أزمة الثقافة الإسلامية، ط1، دار الحقيقة، بيروت، 1980، ص 138

إن الوعي السياسي بصورة عامة في منتصف الأربعينات و حتى بداية التسعينات تأثرت إلى حد كبير بالمسألة الدولية و الصراع الدولي و العلاقات بين القطبين العملاقين في العالم، حيث كانت هناك صراع إيديولوجيا بين الولايات المتحدة التي مثلت القطب الغربيين و الاتحاد السوفياتي (السابق) والتي مثلت القطب الشرقي، فالبيئة الدولية كانت تعكس تجليات على البيئة الداخلية و خاصة الفكرية، وان ظروف الحرب الباردة التي استمرت من (1945-1992) شكلت نظاما دوليا مرتبكا إلى حد كبير و أعطى للحكومات خاصة في الشرق الأوسط الحجة في إعلان حالة الطوارئ و استحالة إمكانية التغيير الديمقراطي بحجة الظروف التي تمر بها الدول و تهديد التغيير على الأمن القومي كل ذلك أدى إلى بقاء المجتمعات العربية تحت الاستبداد السياسي ة بذلك أصبح الوعي السياسي قاصرا على مفاهيم الثورة و مصطلحات القائد الكاريزما و حتى وقتنا الحاضر ما تزال بعض البلدان تعيش حالة طوارئ ولا نرى أي مبرر لها سوى استخدامها للحفاظ على كراسي الحكم التي لا تتغير إلا بالجلطة الدماغية.⁵⁵

⁵⁵ صلاح محمد عبد الحميد، منير محمود الشامي، الإعلام السياسي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 12-13

المبحث الثالث : أهمية الوعي السياسي:

يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد و لرؤيته لقضايا وطنه و أمته، وكذلك رؤيته للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية، يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروفًا اعتيادية و غير اعتيادية في الداخل فضلا عن البيئة الدولية و دراستهما و تحليلها و ما يجري عليها من تغيرات و تأثير تلك التغيرات و التطورات في الواقع المحلي للمجتمع و الشعب.⁵⁶

وابرز النقاط في موضوع أهمية الوعي السياسي نلخصه في :

- يساعد الوعي السياسي على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف و التطورات و دور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات كل هذا يكون بمثابة سبيل إلى الوعي السياسي لاتجاه تطور المجتمع و نهضته.⁵⁷

- إن الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية و علمية بعيدة عن العواطف و تأثيرات البيئة و المبالغة في رصد عوامل التخلف، وكذلك رصد الايجابيات، حيث يساعد الوعي السياسي للمحيط الذي يعيش فيه الإنسان على تحليل الأمور السياسية

⁵⁶ شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، اثر مواقع التواصل الاجتماعي الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة ماجستير، فلسطين ، 2015 ، ص20.

⁵⁷ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص17

من زوايا متعددة بحيث يعطي الواقع مشهدا علميا و أكاديميا يخدم الدارسين في هذا

المجال.⁵⁸

- عن طريق الوعي السياسي يحدد دور الدولة و مؤسساتها في التعامل مع القضايا الحيوية

التي تحدث في داخل المجتمع و إن الوعي السياسي الموجود لدى الأفراد غالبا ما يقيد

الدولة و لا يسمح لها بان يعمل بشكل مطلق في الساحة الداخلية و حتى على المستوى

الدولي.⁵⁹

- إن الوعي السياسي يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل

و اخطر الأزمات التي يمر بها الشرق الأوسط، إذ يعد الاستبداد السبب الرئيسي وراء

التخلف في المجالات الاجتماعية، الثقافية و الاقتصادية.⁶⁰

ومن الممكن أن نستفيد من الوسائل الحديثة في الاستفادة من الوعي السياسي وزيادة دوره

في المجتمع و نتخلص بذلك من الجمود الذي طال مدته في الشرق الأوسط وان الأوان قد

حان لكي ندرّب الأفراد على المفاهيم الحية التي تؤدي إلى إحياء المجتمع و استقراره و

رفاهيته و تثقيفه.⁶¹

⁵⁸ محمد جابر الأنصاري، العرب و السياسة ابن الخلل، ط1، دار الساقى، بيروت، 1988، ص41

⁵⁹ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص19

⁶⁰ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص20

⁶¹ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص21

و من خلال هذه الأهمية نستنتج أن الوعي السياسي يساعد على معرفة الأحداث و التطورات التي تجري في الواقع للمجتمع و الشعب ، وكذلك يرف من قدرة الأفراد على التحليل الموضوعي و العلمي للأحداث السياسية، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية برفع مستويات الإحساس بضرورة المشاركة السياسية لدى الأفراد ليبادروا في اتخاذ دور ايجابي في الحياة السياسية وذلك بأن يساهموا في اقتراح بعض الطرق لانجازها أو ممارسة نشاطات سياسية أخرى .⁶²

⁶² صلاح محمد عبد الحميد ، منير ممدوح الشامي ، مرجع سابق، ص 22

المبحث الرابع : طرق اكتساب الوعي السياسي :

وسائل الإعلام:

إن وسائل الإعلام باعتبارها طرق لاكتساب الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها و مصدر تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة الشمولية تكونت كل وسائل الإعلام بيد الحزب الحاكم أو السلطة المنفردة بحيث يغرض إرادته على أفكار عامة، على عكس ما نراه في المجتمعات الديمقراطية حيث تفرض وسائل الإعلام آراءها و إرادتها على الحكومات و سياستها.⁶³

و يشير " تود جتلن " إلى مزايا وسائل الإعلام و مضارها بالنسبة لحركات الاحتجاج الاجتماعية التي تنادي بالتغيير السياسي الجذري.⁶⁴

وهكذا فإن التغطية الإعلامية تؤثر في الأفراد و يكون لديهم توجهات و آراء حول مختلف المفاهيم و الأحداث السياسية، و مادنا نعيش اليوم عصر المعلوماتية فإن هذا الدور معرض للتطور و التوسع و هكذا نجد في عالم اليوم تعدد و تنوع طرق اكتساب الوعي السياسي و اتساع المؤثرات التي تسهم في تنمية الوعي السياسي على المستوى العالمي والمحلي.⁶⁵

فالبعد السلبي في تشكيل الوعي السياسي غالبا ما نراه في الأنظمة الشمولية التي تعتقل فيها الكلمة و ينعدم فيها الرأي و إن الإعلام موجه لدرجة تؤثر في عقول الأفراد و توجههم نحو

⁶³ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص26

⁶⁴ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص31

⁶⁵ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص32

نوع معين من الأفكار و المعتقدات و ذلك من خلال الوسائل التي تمارس من خلال الحرب النفسية والدعائية و تستغل وسائل الإعلام المرئية و المسموعة لذلك الغرض لذا مغن أي تظاهرات من قبيل الوعي السياسي يكون مزيفا أو موجهاً.⁶⁶

إن الإعلام في الوقت الراهن يمارس دور أكبر حيث تعدد الوسائل و تحويل العلم الى قرية صغيرة لذا أصبح بإمكان الأفراد الذين يعيشون تحت نير الاستبداد من التعرف على العالم الواسع و اقتناء الأفكار الحرة من خلال الانترنت و الأقمار الصناعية.⁶⁷

وهنا لا بد من الفرق بين الأثر الذي يجلبه الإعلام العالمي في اكتساب نوع من الوعي السياسي، فالإعلام العالمي اليوم يؤثر بصورة واضحة في تفكير الشعوب نظرا لسرعة التنقل في المعلومات و يتجلى هذا الأثر بقوة في المجتمعات النامية و المغلقة وذلك لكون الأفراد في هذه المجتمعات تقيم الأحداث السياسية من زاوية ردود الأفعال الآنية والمرحلية دون التفكير في العواقب و الآثار التي تفرزها الظروف السياسية المتنوعة، لذا نرى بأن الظواهر التي تعبر عن الوعي السياسي كالمظاهرات و المطالبة بالتغيير غالبا ما تكون مرحلية و تتلاشى في الوقت الذي رسمته الأنظمة الحاكمة في هذه البلدان⁶⁸

⁶⁶ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص 32

⁶⁷ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص 33

⁶⁸ ه صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص 34

أما الإعلام المحلي فإن أثره ليس بالمستوى المطلوب وان مساهمته في توعية الأفراد توعية سياسية يكون مقتصرًا على المفاهيم التي تريد السلطة إيصالها إلى الشارع وفق مصالح النخبة الحاكمة و لكي يمارس الإعلام المحلي دوره لابد من تفاعله مع هموم المواطن و تعبيره عم يتجه إليه الشارع أو الرأي العام الشعبي.⁶⁹

الأحزاب السياسية:

لا شك في أن للأحزاب السياسية دور هام في الاتجاهات السياسية لدى الأفراد و بطبيعة الحال فإن دور الأحزاب يختلف باختلاف المجتمعات ففي المجتمعات المتخلفة ترتبط حياة الأفراد الحزبية إلى حد الاعتماد الكامل، و هذا ما لا نراه في المجتمعات الأخرى.⁷⁰

وغالبا ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية في الفترات الأولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الأحزاب ضئيلا بالنسبة للتوعية السياسية و غالبا ما تكون الاتجاهات التي تغرسها الأحزاب في الدول المتقدمة منسجمة مع القيم التي تغرسها العائلة والمدرسة، أما في البلدان المتخلفة فتسعى الأحزاب إلى غرس قيم غالبا ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها البالغون في طفولتهم حيث يقتصر التغيير و التطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات، و الأحزاب في منطقة الشرق الوسط تساهم بدو بارز في صياغة المفاهيم والأحداث السياسية.⁷¹

⁶⁹ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي ، ، مرجع سابق ، ص94

⁷⁰ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص28

⁷¹ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص29

وذلك لان هذه المجتمعات تعد مجتمعات نخبوية أي أن هناك نخبة حاكمة تقود المجتمع نحو فهم معين وأسلوب معين من السلطة، وتحليل معين للقضايا السياسية التي تحدث في المحيط المحلي والدولي، لذا يعد هذا الدور للأحزاب دورا سلبيا إلى درجة ما و ذلك لان هذه الحالة تتيح الاستغلال واحتكار الأفكار في المجتمع، على أية حال إن للأحزاب الدور البارز و في بعض الأحيان الدور المساعد على اكتساب الوعي السياسي تبعا لاختلاف المجتمعات التي تعمل بها تلك الأحزاب السياسية.⁷²

جماعات الضغط:

والمؤسسة الأخرى التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي تجاه القضايا التي يمر بها المحيط أو البيئة الاجتماعية للإنسان تمثل في جماعات الضغط ووعي هذه الجماعات حول قضية معينة واتجاه معين غالبا ما تتسجم القضية أو الاتجاه مع مصالح الأفراد الذين يشكلون جماعات الضغط.⁷³

وظاهرة جماعات الضغط هي ظاهرة قديمة غير أنها لم تبرز بشكلها المميز في الحياة السياسية إلا قبل بضعة عقود من السنين في الولايات المتحدة الأمريكية ومنها شاع هذا المصطلح في البلدان الأخرى.⁷⁴

⁷² صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص28

⁷³ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق ص25

⁷⁴ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص26

عرفت على أنها مجموعة من الأشخاص تربطهم روابط و علاقات خاصة ذات صفة دائمة و متواترة بحيث تفرض على أعضائها نمطا معيناً من السلوك الجماعي و طريقة التأثير لجماعات الضغط على اكتساب الوعي السياسي تظهر من خلال الوظيفة التي تقوم بها الجماعات الضاغطة ألا و هي التأثير المباشر و التأثير غير مباشر في الحكومات وذلك يؤدي إلى فرض نوع من السلوك و الوعي السياسي على الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الجماعات، وبطبيعة الحال يختلف دور وتأثير جماعات الضغط على تكوين الوعي السياسي باختلاف المجتمعات البشرية كما هو الحال في الأحزاب السياسية، أما في بلدان الشرق الأوسط فلا تزال دور جماعات الضغط غير واضحة و أن وجدت تلك الجماعات فإنها غير فعالة و تقليدية، أن دور جماعات الضغط من حيث تأثيرها على الوعي السياسي يرتبط بالدور الذي تلعبه هذه الجماعات من خلال تأثيرها على العمليات الانتخابية و صنع القرار السياسي في البلدان.⁷⁵

⁷⁵ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص28

الجامعة:

إن الجامعة هي أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر و الأفكار و تطويرهما وكذلك توليدهما ولها دور حيوي و بارز في حياة المجتمعات البشرية و قد قامت بهذا الدور الفعال في لبلدان المتقدمة من خلال مشاركتها في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادة ما كانت بمثابة قوة ضغط على الحكومة من خلال تقييد بعض ممارسته السياسية ، وتمارس الجامعة دورها الايجابي إذا ما تم الربط بين المعرفة و الإنتاج أي ربط الجامعة بهموم و مشاكل المجتمع والعمل على تثقيف المواطنين ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية ومراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي السياسي و نشره بين الطلبة و المجتمع ، ويظهر دور الجامعة في اكتساب الوعي السياسي من خلال اهتماماتها بالأحداث السياسية التي يمر بها المجتمع وخاصة في العلوم الإنسانية.⁷⁶

⁷⁶ صلاح محمد عبد الحميد، منير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص26

خلاصة :

وفي الأخير نستخلص من هذا الفصل إلى أن أهمية الوعي السياسي يعد ضرورة إنسانية نظرا لارتباطه بالواقع الإنساني و همومه ومشاكله، فالوعي السياسي يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروفًا اعتيادية وغير اعتيادية في الداخل فضلا عن البيئة الدولية ودراستهما وتحليلها وما يجري عليها من تغيرات والتأثير تلك التغيرات والتطورات في الواقع المحلي للمجتمع والشعب

الإطار التطبيقي

الإطار التطبيقي للدراسة

عرض و تحليل البيانات

النتائج النهائية للدراسة

التحقق من الفرضيات

أولاً: عرض و تحليل البيانات

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة النمطية المتمثلة في الطلبة الجامعيين وارتباطهم بوسائل الإعلام وقد تم تحديد السن من 18 سنة إلى 28 سنة فما فوق

لقد أجريت الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 01 ابريل إلى غاية 29 ابريل بلغت عدد الاستمارات المقسمة و المسترجعة أي الصالحة للدراسة 120 استمارة، و قد تم اختيار طلبة الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس - خروبة - لولاية مستغانم للإجراء هذه الدراسة

وبناء على ذلك تشكلت عينة الدراسة وخصائصها على النحو التالي:

جدول رقم (1) يمثل توزيع العينة حسب المتغير الجنس :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة المتغير الجنس
20,83%	25	الذكور
79,16%	95	الإناث
100%	120	المجموع

يبين الجدول رقم (1) أفراد العينة حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور 20,83 % وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع المجموع الكلي لمجتمع البحث في حين قدرت نسبة الإناث ب 79,16 % و هي نسبة متفاوتة أعطت الأغلبية للإناث وهذا أمر يبرره عددهم المرتفع مقارنة مع عدد الذكور في مجتمع البحث .

جدول رقم (02) يمثل نسبة توزيع العينة حسب متغير السن :

النسبة	التكرار	المتغير السن / التكرار والنسبة
20,16%	35	22-18
60%	72	27-23
10,83%	13	28 فما فوق
100%	120	المجموع

يوضح الجدول رقم (2) أفراد العينة حسب السن حيث قدرت نسبة الفئة العمرية (22-18) ب 20,16 % وقد كانت نسبة مقبولة نوعا ما ، وتليها الفئة العمرية (27-23) بنسبة قد بلغت 60 % و هي اكبر نسبة من المجموع الكلي لأفراد العينة ، ثم تأتي في المؤخرة فئة 28 فما فوق و قد بلغت نسبتهم 10,83 % وتعتبر هذه النتائج منطقية لأن الفئة العمرية التي تصدرت المركز الأول هي السن الطبيعي العادي للشباب في مرحلة الدراسات الجامعية

الجدول رقم (3) يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي :

النسبة	التكرار	المتغير و النسبة / التكرار
34,16	41	ليسانس
65,83	79	ماستر
/	/	دكتوراه
100	120	المجموع

يبين الجدول رقم (3) توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي وقد شمل جميع الأطوار ، حيث يبرز 3 مستويات بلغت نسبة المستوى الأول المتمثل في الليسانس حوالي 34,16%

الجانب التطبيقي

وقد كانت نسبة مرضية ، أما المستوى الثاني المتمثل في الماستر قد شكل النسبة الأعلى في هذه الدراسة بنسبة 65,83 % ، أما في ما يخص المستوى الثالث المتمثل في الدكتوراه كان منعدم لعدم تلقينا لطلاب هذا المستوى و بالتالي فإن الجدول يشير إلى ارتفاع عدد طلبة الماستر وهذا راجع إلى أفراد مجتمع البحث .

الجدول رقم (4) يمثل توزيع العينة حسب متغير مكان الإقامة :

المتغير	التكرار والنسبة	التكرار	النسبة
الحي الجامعي	64	53,33%	
المنزل العائلي	56	46,66%	
المجموع	120	100%	

يمثل الجدول رقم (4) أفراد العينة حسب مكان الإقامة ، نلاحظ أن نسبة الطلبة المقيمين في الحي الجامعي بلغت 53.33 % وهذا يبرر بأن معظم الطلبة يقطعون مسافة كبيرة للالتحاق بالدروس ويبتعدون عن منازلهم بغية للدراسة و تعد هذه النسبة أعلى من نسبة الطلبة المقيمين في المنزل العائلي التي قدرت ب 46,66 % لما يؤكد من شمولية الدراسة.

الجدول رقم (05) : يبين أنواع الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الطالب :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الوسائل الإعلامية
%06,66	08	صحف
/	/	مجلات
%43,33	52	تلفزيون
%04,16	05	إذاعة
%45,83	55	الانترنت
%100	120	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن الانترنت تصدرت القائمة واحتلت المرتبة الأولى بالرغم من اختيار الطلبة لأكثر من إجابتين و قد قدرت نسبة المتابعين لها ب 45,83 % و هذا يعود إلى إمكانية الاستخدام أربعا و عشرين ساعة مع سهولة و سرعة الوصول للمعلومة الحديثة و التي لا تتميز بالجمود ويليها بنسبة متقاربة جدا التلفزيون الذي احتل المرتبة الثانية حيث بلغت نسبة التعرض له 43,33 % و هذا راجع إلى ما يميزه عن الوسائل الأخرى من قدرته على جذب كافة الفئات العمرية و الطبقات داخل المجتمع كما انه يخاطب كافة المستويات التعليمية إضافة إلى انه مجاني الخدمة وواسع الانتشار و قدرته على الإقناع ، وهناك طلبة يتعرضون إلى وسائل أخرى قدرت بنسب قليلة جدا مثل الصحف التي قدرت نسبة المتعرضين لها ب 06,66 % والإذاعة قدرت ب 04,16 % أما في ما يخص المجالات فقد انعدمت نسبتها نظرا لعدم التعرض إليها بتاتا .

الجدول رقم (06): يمثل عدد ساعات أو معدل التعرض لوسائل الإعلام :

المجموع	أنثى						ذكر						تكرار والنسبة	
	28 فأكثر		27-23		22-18		28 فأكثر		27-23		22-18			
ن	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	عدد سا
14,16 %	17	11,11 %	1	12 %	6	20 %	4	/	/	13,6 %	3	20 %	3	ساعة
60 %	72	55,55 %		66 %	33	50 %	10	50	2	68,18 %	15	46,66 %	7	من 1 سا إلى 3 سا
25,83 %	31	33,33 %	3	22 %	11	30 %	6	50	2	18,18 %	4	33,33 %	5	أكثر من 3 سا
100 %	120	100 %	9	100 %	50	100 %	20	100 %	4	100 %	22	100 %	15	المجموع

من خلال الجدول رقم (06) تبين أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يتعرضون من ساعة إلى 3 ساعات لوسائل الإعلام يوميا و قد قدرت النسبة ب 60 % إجمالا ،تحصلنا على هذه النتيجة من خلال التحليل على مستوى الفئة العمرية لكل جنس ، حيث فضلوا جل الطلبة التعرض للوسائل الإعلامية من ساعة إلى 3 ساعات متتالية في كل من الذكور والإناث أما الطلبة الذين يتعرضون معظم وقتهم لوسائل الإعلام أي أكثر من 3 ساعات فقد قدرت نسبتهم ب 25,83 % إجمالا، أما بالنسبة للذكور و الإناث من خلال الفئات العمرية فقد سجلت أيضا نسب متفاوتة في هذه الإدلالات وهذا يشير إلى أن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في حياتهم اليومية ، ويتضح من النتائج انه لا تتعدى درجت التعرض نسبة 14,16 % عند أفراد العينة لساعة واحدة بالنسبة للذكور والإناث و هذا يرجع إلى عدة عوامل أهمها

الجانب التطبيقي

ضيق الوقت كونهم متمرسين و تفضيلهم الدراسة على إضاعة الوقت في التعرض لوسائل الإعلام .

الجدول رقم (07): يمثل طبيعة الحصص التي يفضلها الطلبة :

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة الحصص
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%21,66	26	%27,36	26	/	/	حصص اجتماعية
%47,5	57	%44,21	42	%60	15	حصص سياسية
%03,33	04	%02,10	02	08 %	02	حصص اقتصادية
%20	24	%18,94	18	%24	06	حصص ثقافية
%07,5	09	%07,36	07	08%	02	دون تحديد
%100	120	%100	95	100 %	25	المجموع

يهدف هذا الترتيب إلى توضيح اختلاف أولويات الاهتمام و التفضيل لدى الطلبة بشأن الحصص الأكثر متابعة

يظهر من خلال الجدول رقم (07) أن الحصص السياسية احتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب 47,5 % إجمالاً وقد تبين من خلال البيانات الإحصائية أن الشباب أكثر إقبالاً على الحصص السياسية دون غيرها من الحصص بنسبة 60% وذلك بالنسبة لفئة الذكور مقارنة مع فئة الإناث التي كانت نسبتها مقبولة و قد قدرت ب 44,21% وهذا يوضح ان الشباب لديهم ميولات نحو السياسة أكثر من الإناث أما المرتبة الثانية فقد عادت إلى

الحصص الاجتماعية بنسبة 21,66% إجمالاً أما بالنسبة للذكور فقد كن الإقبال من ناحية الإناث فقط بنسبة 27,36% في حين أن النسبة عند الذكور انعدمت و هذا راجع لتفضيلهم لحصص أخرى ثم بعدها جاءت الحصص الثقافية في المركز الثالث بنسبة 20% إجمالاً، في حين أن نسبة الإقبال عند الذكور بلغت 24% وقد كانت اكبر من نسبة الإناث التي لم تتجاوز 18,94% ، ونجد الحصص الغير محددة احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 07,5% إجمالاً، أما فيما يتعلق بنسبة إقبال الذكور فقد قدرت حوالي 08% وهي نسبة عالية بدرجة جد قليلة بالنسبة للإناث التي قدرت نسبت إقبالها حوالي 07,36% و جاءت الأخبار الاقتصادية في ذيل الترتيب بنسبة 3,33% إجمالاً، وقد تعادلت النسبة لكلتا الفئتين بنسبة 2% ، نستخلص من خلال ما سبق أن الحصص السياسية تأتي في مقدمة الحصص أكثر تفضيلاً بالنسبة للطلبة و هذا ما يؤكد أن وسائل الإعلام و ما تقدمه من حصص و أحداث سياسية يعتبر احد المصادر المهمة و الأساسية بالنسبة للمبحوثين لاستقاء الأخبار الدولية و الوطنية، أما سبب تفضيل الحصص الاجتماعية فيعود إلى معالجة هذه الحصص قضايا متعلقة بالمجتمع و الشباب و طرح جميع انشغالاتهم و هكذا نلاحظ أن هناك اختلاف في درجة الاهتمام ب الحصص الإعلامية الإخبارية لدى الطلبة و يرجع ذلك غالباً كون عملية المشاهدة هي سلوك شخصي يرتبط بالدرجة الأولى باختيار الأفراد و اهتماماتهم و دوافعهم

الجدول رقم (08) يمثل الفترات المفضلة للتعرض لوسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار و النسبة الفترات المفضلة
25%	30	صباحا
11,66%	14	مساء
36,66%	44	ليلا
26,66%	32	لا توجد فترة محددة
100%	120	المجموع

نكتشف من خلال الجدول رقم (08) أن 36,66 % من أفراد العينة يفضلون الليل للتعرض لوسائل الإعلام ومعرفة آخر المستجدات الحاصلة من أحداث و قضايا في العالم و هذا راجع كون الليل هو وقت الذروة و الهدوء و اعتبارها وسيلة مساعدة للخلود إلى النوم من بعد العمل و التعب في النهار لتأتي المرتبة الثانية للأفراد الذين ليس لديهم وقت مفضل أو محدد للتعرض أو متابعة الوسائل الإعلامية ، وقد بلغت نسبتهم 26,66 % لتأتي فترة الصباح في المرتبة الثالثة بنسبة 25% وهذا كون معظم المبحوثين في فترة الصبيحة يتهيأون للذهاب إلى الجامعة و في الأخير تأتي فترة المساء بنسبة 11,66% و هي فترة الرجوع من الدراسة وبالتالي نستنتج بأن كل من فترة الصباح و المساء تكون نسبة المشاهدة فيها قليلة و هذا راجع إلى عدة أسباب ذكرناها سابقا .

الجدول رقم (09) يمثل أنماط و عادات الاعتماد على وسائل الإعلام :

المجموع		الإناث				الذكور				الجنس التكرار النسبة
		الإقامة		المنزل		الإقامة		المنزل		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مدى الاعتماد
%48,33	58	%38,66	15	%33,33	10	%68	17	61,51 %	16	دائما
%40	48	%51,28	20	%50	15	%28	07	23,07 %	06	أحيانا
%11,66	14	%10,25	04	%16,66	05	%04	01	15,38 %	04	نادرا
%100	120	100%	39	100%	30	100%	25	100%	26	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (09) بأن أفراد العينة يعتمدون على وسائل الإعلام بشكل دائم هذا بنسبة 48,33 % و هي نسبة معتبرة بالنسبة لأفراد مجتمع البحث وهذا راجع لأهميتها في حياة الطالب فقد أصبحت جزء لا يتجزأ من نمط حياته وهذا ما يبرر نسبتها العالية في الاعتماد المفرط عليها، بالرغم من أن معظمهم يقطنون في الحي الجامعي إلا أنها لم تكن حاجزا بينها و بين وسائل الإعلام من خلال توفير الإقامة الجامعية للوسائل الإعلامية مثل التلفزيون و وضع شبكة الانترنت في كل مكان متاح، فقد تجاوزت نسبته الاعتماد الدائم عند الذكور في الحي الجامعي 68 % أما بالنسبة للإناث فقد بلغت نسبتها حوالي 38,66 % ، أما الذين يعتمدون عليها أحيانا فبلغت نسبتهم 40 % إجمالا و قد

الجانب التطبيقي

تجاوزت أيضا النسبة 51,28 عند الإناث فيما يخص الاعتماد المتداول وذلك حسب الظروف.

أما الفئة التي أجابت ب نادرا بلغت نسبتهم 11,66% وهي فئة قليلة مقارنة مع أفراد مجتمع البحث و من هنا نستخلص بأن الطلبة أو العينة المستهدفة في هذه الدراسة تعيش في محيط على الاطلاع الدائم لما تقدمه أو تبرمجه وسائل الإعلام ، و من خلال ما توصلنا إليه من نتائج لتحليل السؤال المتعلق بالفرضية فنستنتج بأن الطالب باختلاف أجناسه يعتمد بنسبة معتبرة على وسائل الإعلام في رصد الأخبار و المعلومات عن الإحداث السياسية ، و بالتالي فإنها تعتبر مصدرا للمعرفة.

الجدول رقم (10) يمثل المتابعة أو التعرض لوسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة المتغير
30,83%	37	بمفردك
10,83%	13	مع العائلة
58,33%	70	حسب الظروف
10 % 0	120	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (10) بشأن إجابات أفراد العينة عن السؤال يتضح لنا أن أعلى نسبة من الطلبة يفضلون الاعتماد على وسائل الإعلام حسب الظروف نظرا لعدم وجود أوقات محددة للتعرض لهذه الوسائل الإعلامية و هذه النتيجة منطقية بشكل كبير فقد قدرت النسبة لهذه الفئة ب 58,33%، في حين بلغت نسبة الذين يفضلون التعرض لوسائل

الجانب التطبيقي

الإعلام بمفردهم حوالي 30,83% و في خاتمة التحليل نجد أن فئة قليلة فضلت التعرض لهذه الوسائل مع العائلة و كانت النسبة لا تتجاوز 10,83% و نلاحظ من خلال البيانات أن النسبة كانت متفاوتة ذلك حسب نوع الوسائل و اختلاف المضامين و البرامج .

الجدول رقم (11) يوضح الأماكن المستخدمة للمتابعة وسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الأماكن
55%	66	المنزل
25%	30	فضاءات عمومية
20%	24	أماكن أخرى
100%	120	المجموع

من خلال البيانات المدون في الجدول رقم (11) نلاحظ أن أغلبية الطلبة الذين يتابعون وسائل الإعلام يفضلون المنزل بنسبة 55% و قد يرجع إلى عدة خصائص أهمها كون هؤلاء الطلبة المبحوثين يفضلون الفضاء العائلي و مشاهدة التلفزيون ، و تأتي الفضاءات العمومية في ثاني مرتبة بنسبة 25% لتليها الأماكن الأخرى بنسبة 20% .

الجدول رقم (12) يمثل الحوامل المستخدمة للاعتماد على وسائل الإعلام :

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس التكرار والنسبة الوسائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%25	30	%24,21	23	%28	07	وسائل تقليدية راديو - تلفزيون - صحافة
%75	90	%75,78	72	%72	18	وسائل حديثة انترنت - مواقع التواصل الاجتماعي
%100	120	%100	95	%100	25	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (12) ومن خلال التحاليل الإحصائية تنوع الحوامل التي يستخدمها الطلبة للتعرض أو متابعة وسائل الإعلام حيث تبين لنا أن الوسائل الحديثة تحظى بمتابعة واسعة حيث وصلت نسبة الاعتماد إلى حوالي 72% من ناحية الذكور و ما يقارب 75,78% من ناحية الإناث، نظرا لانتشارها الواسع و تميزها بالسرعة و الاستمرارية وبثها للمعلومات أكثر من غيرها من الوسائل الإعلامية ، في حين الوسائل التقليدية حازت على نسبة اعتماد قدرت نسبتها من جهة الذكور 28% أما من ناحية الإناث فقدرت نسبة اعتمادهم ب 24,21% ومنه فإن الوسائل الحديثة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 75% إجمالاً باعتبارها الأكثر استخداماً لتلقي الأخبار والمعلومات أما الإقبال على الوسائل التقليدية كان بنسبة قليلة لم تتجاوز 25% من مجتمع البحث .

الجدول رقم (13) يوضح طبيعة المضامين المفضلة لدى الطلاب :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة المضامين
47,5%	57	أخبار
22,5%	27	حوارات
30%	36	نقاشات
100%	120	المجموع

يبين الجدول رقم (13) طبيعة المضامين التي يفضل الطالب متابعتها عبر وسائل الإعلام حيث أن القسم الأكبر من أفراد العينة يفضلون متابعة الأخبار التي قدرت نسبتها بـ 47,5% بينما فضلت فئة أخرى النقاشات بلغت نسبتها 30% أما الحوارات التي فلم تتجاوز نسبتها 22,5% وهذا ما يشير إلى مدى الاهتمام بالإخبار مع اختلاف الرغبات عند أفراد مجتمع البحث .

الجدول رقم (14) يوضح معدل التعرض لوسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة درجة الإقبال
60%	72	زاد
17,5%	21	تراجع
22,5%	27	لم يحدث أي تغيير
100%	120	المجموع

الجانب التطبيقي

تفيد إجابات المبحوثين أن من خلال الجدول رقم (14) أن 60% من الطلبة قد زاد إقبالهم و تعرضهم حاليا لوسائل الإعلام و هذا ما يبرر الاعتماد بشكل دائم و منتظم لفئة معينة من فراد مجتمع البحث في حين أن الفئة التي تم تراجع معدل تعرضها بلغت 17,5% من المبحوثين أما الفئة التي لم يحدث عليها أي تغيير فقد تقاربت ب 22,5% ، وعليه يتضح أن التعرض لوسائل الإعلام ل يتراجع إلا بنسبة قليلة مقارنة مع باقي درجات الإقبال

الجدول رقم (15) يمثل طبيعة الوسائل الإعلامية المعتمد عليها:

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة طبيعة الوسائل
22,5%	27	محلية عمومية
25%	30	محلية خاصة
52,5%	63	دولية
100%	120	المجموع

من خلال الجدول رقم (15) نسعى دراسة و معرفة طبيعة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الطلبة لاستقاء المعلومات والأخبار و تظهر البيانات الإحصائية المدونة أعلاه أن تقريبا نصف المبحوثين بنسبة 52,5% يتابعون وسائل الإعلام الدولية من اجل المعرفة وتتبعها لما تبثه أو تنشره من معلومات يحتاج إليها المشاهد، أما 25% من الطلبة يحصلون على المعلومات من الوسائل الإعلامية المحلية و ما يتبقى ب 22,5% من المبحوثين يتعرضون إلى الوسائل المحلية العمومية و عليه فإن نسبة معتبرة من الطلبة يعتمدون على الإعلام الدولي في تحصيل معلوماتهم .

الجدول رقم (16) يوضح دوافع التعرض و الاعتماد على وسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة دوافع التعرض
45,5%	54	مصدر معلومات حول ما يدور في العالم
32,5%	39	مجرد عادة لكسر الروتين اليومي
22,5%	27	شغل أوقات الفراغ
10 % 0	120	المجموع

حسب الجدول رقم (16) يتبين أن الطالب يسعى من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الحصول على معلومات ما يدور حولهم في العالم كله بنسبة معتبرة و قدرت ب 45,5% و تليها نسبة ب 32,5% للذين يتعرضون للوسائل الإعلامية من أجل كسر الروتين اليومي و هي نسبة غير بعيدة عن الذين يتابعونها من أجل شغل أوقات الفراغ التي قدرت نسبتهم حوالي 22,5% ، ومن خلال ما يتقدم يتبين لن الحصول على المعلومات حول العالم هو الدافع الأساسي للتعرض إلى وسائل الإعلام و عليه نلاحظ لن هناك ارتباطا بين الدافع و اهتمام الطالب بالأخبار السياسية التي تصدرت قائمة الحصص المفضلة لدى الباحثين و بالتالي نستنتج أن الدوافع الكامنة وراء التعرض هي التي تحدد نوع المحتوى الذي يتعرض له الباحث ، فمع اختلاف دوافع الطالب المشاهد نتوقع اختلاف مظاهر و عاداته.

الجدول رقم (17) يوضح مدى اعتماد الطالب على وسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة مدى الاعتماد
62,5%	75	بشكل كبير
30%	36	إلى حد ما
7,5%	9	إلى حد قليل
100%	120	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (17) أن 62,5% من الطلبة يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام في متابعتهم للحدث و القضايا السياسية هذا يشير إلى أن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في حياة الطالب و تعد من أولوياتهم في الحياة ، ومن جهة أخرى نجد 30% فقط يعتمدون بدرجة متوسطة على هذه الوسائل ، لانشغالهم في الدراسة ، في حين 7,5% تخص من يعتمدون عليها بدرجة قليلة جدا

الجدول رقم (18) يوضح مدى قدرة وسائل الإعلام على توجيه الرؤى السياسية لدى الطالب:

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس التكرار والنسبة الإجابات
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%64,16	77	%60	57	%80	20	نعم
%35,83	43	%40	38	%20	5	لا
%100	120	%100	95	%100	25	المجموع

من خلال الجدول رقم (18) و البيانات الواردة من خلاله يتبين أن الفئة الأكبر من المبحوثين تجيب بنعم و تساند الاتجاه الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام لها القدرة على توجيه الرؤى السياسية لدى الطالب المشاهد من خلال بث البرامج السياسية و تشكيل الرأي العام و التوجيه السياسي إضافة إلى قوتها في التأثير كما صرح بعض المبحوثين، و قدرت نسبة هذه الفئة حوالي 64,16% و من ناحية متغير الجنس قد بلغت 80% بالنسبة للذكور و 60% بالنسبة للإناث في هذا التوجه أما الفئة المتبقية فقد ساندت الرأي الأخرى و قد أجابت بالنفي (لا) أي أنها ترى بأن وسائل الإعلام ليس لها القدرة على توجيه الرؤى السياسية لدى الطالب المشاهد و قد بلغت هذه النسبة حوالي 35,83% و من ناحية متغير الجنس في هذا التوجه قد سجلت فئة الذكور نسبة 20% أما فئة الإناث لم تتجاوز 40% ونستنتج من هذه الإجابات تدل على أن وسائل الإعلام لها تأثير بشكل ما في توجيه الرؤى السياسية لدى أفراد العينة ومنه فقد تحققت الفرضية و بالتالي يمكن لوسائل الإعلام ان تقوم

بتوجيه الرؤى السياسية لدى الطالب الجامعي من خلال شبكتها البرمجية و اختيار القضايا المعالجة ضمن أجندتها .

الجدول رقم (19) يوضح أسس الاعتماد على وسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار و النسبة مرجعية الاعتماد
27,5%	33	محتوى البرامج القيم
55%	66	عمق المعالجة و التفصيل
17,5%	21	المتابعة المستمرة
100%	120	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (19) بشأن إجابات أفراد العينة أن النسبة الأعلى من المبحوثين بمختلف خصائصها الشخصية و العلمية يرجعون اعتمادهم على وسائل الإعلام إلى عمق المعالجة و التفصيل بنسبة 55% ليأتي محتوى البرامج القيم لتحل المرتبة الثانية بنسبة 27,5% و تليها المتابعة المستمرة لتختم النسبة بـ 17,5% فنلاحظ أن النسب كانت متقاربة و بالتالي تختلف الأسس من مبحوث إلى آخر .

الجدول رقم (20) يوضح مدى مصداقية وسائل الإعلام :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة مدى المصداقية
45%	54	إلى حد كبير
50%	60	إلى حد ما
5%	6	لا توجد مصداقية
100%	120	المجموع

من خلال الجدول رقم (20) يتضح أن الفئة التي تعتقد أن هناك مصداقية لدى وسائل الإعلام قد بلغت 45% فيما أشارت 50% من أفراد العينة إلى أنه توجد مصداقية إلى حد ما بينما أشارت فئة قليلة من أفراد العينة قدرت بـ 5% إلى أنه لا توجد مصداقية لهذه الوسائل و يتضح من الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة من أفراد العينة ترى أن هناك مصداقية لكن إلى حد ما و هذا يكشف أن عدم وجود المصداقية بشكل مطلق هو من احد أسباب عدم اعتماد جزء قليل من أفراد العينة على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات.

الجدول رقم (21) يوضح مستوى الشأن السياسي التي تخصصه وسائل الإعلام :

المجموع		الإناث		الذكور		التكرار والنسبة مستوى الشأن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 47,5	57	%44,21	42	%60	15	كافي
%42,5	51	%46,31	44	%28	7	متوسط
%10	12	%09,47	09	%12	03	ضعيف
%100	120	%100	95	%100	25	المجموع

من خلال الجدول رقم (21) يتبين أن مستوى الشأن السياسي الذي تخصصه قنوات وسائل الإعلام من وجهة نظر المبحوثين بشكل كافي و متوسط قدرت بنسب جد متقاربة وجاءت على النحو التالي 47,5% بالنسبة للمستوى الكافي و 42,5% بالنسبة للمستوى المتوسط أي ان المستوى ذو كفاءة معتبرة و هذا من خلال ما يبثه الإعلام من مضامين و معلومات سياسية تفي بالغرض الذي يطلبه الجمهور، أما النسبة التي ترى أن المستوى ضعيف فكانت جد ضئيلة لم تتجاوز 10% من أفراد العينة وهذا ما يبرر الاندفاع القوي نحو وسائل الإعلام وما تبثه من أحداث سياسية .

الجدول رقم (22) يوضح مدى تعبير الأجناس الإعلامية عن مختلف التوجهات السياسية:

المجموع		الإناث		الذكور		التكرار والنسبة الإجابات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%77,5	93	%82,10	78	%60	15	نعم
%22,5	27	%17,89	17	%40	10	لا
%100	120	%100	95	%100	25	المجموع

من خلال الجدول رقم (22) اتضح أن أفراد العينة انقسمت قسمين حيث تصدرت المركز الأول الفئة التي أجابت بنعم أي أنها راضية عن مختلف التوجهات السياسية التي تعبر عنها الأجناس الإعلامية أي أن التعبير عنها كان بشكل منطقي و قد بلغت هذه النسبة %77,5 إجمالاً، أما فيما يخص متغير الجنس فقد تجاوزت نسبة الإناث حوالي % 82,10 من أفراد عينة البحث الذين يرون أن الأجناس الإعلامية تعبر بشكل كافي عن مختلف التوجهات السياسية و هي نسبة جد متقاربة بالنسبة لفئة الذكور التي لم تجاوزت نسبتها أيضا 60 %، أما النسبة المتبقية التي قدرت ب حوالي %22,5 كانت من نصيب الفئة التي لم تكن راضية عن ما تعبر عنه الأجناس الإعلامية و كانت نسبة قليلة لكل من الإناث و الذكور، و منه فإن وجهة رأي المبحوث تكون مختلفة حسب اختلاف الوسيلة التي يتعرض إليها أفراد العينة

الجدول رقم (23) يوضح وجهة نظر الطالب في: ما إذا كانت القوانين تمنع وسائل الإعلام من حرية تناول السياسة :

النسبة	التكرار	التكرار و النسبة
		الإجابات
%87,5	105	نعم
%12,5	15	لا
%100	120	المجموع

من خلال الجدول رقم (23) يتضح أن نسبة كبيرة من أفراد العينة قد أجابت بنعم أي أنها ترى القوانين تحد من حرية وسائل الإعلام بلغت هذه النسبة حوالي 87,5% أما النسبة التي لم ترى في ذلك إشكال قد قدرت ب 12,5% و بالتالي حسب البيانات الإحصائية فإن الفئة الغالبة قد رأت أن القوانين تمنع الوسائل الإعلامية من حرية تناول السياسة و ذلك للحفاظ على كرامة الغير و تجنب الوقوع في متهات كما صرح معظم الطلبة

الجدول رقم (24) يوضح مدى اعتماد وسائل الإعلام على الجمهور في تحديد أجندتها السياسية :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابات
%33,33	40	نعم
%22,5	27	لا
%44,16	53	أحيانا
%100	120	المجموع

من خلال الجدول رقم (24) يتبين أن نسبة 33,33% ترى أن وسائل الإعلام ترى بعين الاعتبار جمهورها في تحديد أجندتها السياسية، أما الفئة التي لا ترى أن وسائل الإعلام قد تأخذ جمهورها على محمل الجد في تحديد مضامينها فقد كانت نسبة قليلة إلى حد ما بلغت حوالي 22,5% أما الفئة الغالبة بنسبة 44,16% فقد رأت ما بينهم و اختارت أحيانا للرد على السؤال و هذا يوحي بإيجابية إلى الموضوع بشكل ما

المحور 3 :

بعد تطرقنا في المحورين السابقين على عادات و دوافع اعتماد الطالب الجامعي على وسائل الإعلام سنأخذ بعين الاعتبار في هذا المحور علاقة هذه الأخيرة بالوعي السياسي من خلال وجهة نظر المبحوث .

الجدول رقم (25) يوضح حراسة الطالب على متابعة حصص سياسية محددة :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابات
% 60	72	نعم
%40	48	لا
%100	120	المجموع

من خلال الجدول رقم (25) يتضح أن معظم الطلاب و بنسبة عالية بلغت 60% يحرصون على متابعة حصص معينة و قد ركزوا على ذكر الحصص السياسية بوجه الخصوص و في وسائل مختلفة في حين فضلت فئة قدرت ب 40% على متابعة حصص مختلفة و هذا يعود إلى شخصية المبحوث و اهتماماته

الجدول رقم (26) يبرز دور وسائل الإعلام في التأثير على الطالب لاختيار المضامين السياسية :

المجموع		أنثى		ذكر		التكرار والنسبة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الإجابات
%28,33	34	%31,57	30	%16	04	دائما
%74,5	57	%42,10	40	%68	17	غالبا
%24,16	29	26.31%	25	%16	04	نادرا
100%	120	%100	95	%100	25	المجموع

من خلال الجدول رقم (26) يتضح من خلال البيانات الإحصائية للجدول أن وسائل الإعلام غالبا ما تؤثر على اختيار الطالب في تحديد نوعية المضامين السياسية بنسبة % 74,5 نظرا للاعتماد المفرط من قبل الطلبة على ما تقدمه من أحداث و هذا ما يوضح و يبرر مدى مساهمة وسائل الإعلام في تحديد الرؤى المعرفية و السياسية لدى الطالب .

أما الفئة التي أفرت أن وسائل الإعلام دائما ما تؤثر عليها في اختيارها للمضامين السياسية قدرت ب % 28,33 و هذا راجع إلى نوع الوسيلة التي يتعرض إليها الطالب و مدى تأثيرها ، في حين بلغت نسبة الفئة التي أجابت بنادرا ب % 24.16 و بالتالي نستنتج أن وسائل الإعلام تلعب دور أساسي في توجيه الطلاب نحو اهتماماتهم

الجدول رقم (27) يوضح مدى مساهمة الطالب في إبداء الرأي حول القضايا السياسية :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابات
%55	66	نعم
%45	54	لا
%100	120	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (27) أن نسبة 55 % من أفراد العينة يساهمون بإبداء رأيهم حول ما يطرح من قضايا سياسية أما 45 % من الأفراد العينة المتبقية لا يساهمون بإبداء رأيهم حول ما يطرح من قضايا سياسية مطروحة

الجدول رقم (28) يوضح نسبة الأفراد الذين يهتمون بمتابعة آخر التطورات السياسية :

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الإجابات
% 85	102	نعم
%15	18	لا
%120	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (28) أفراد العينة الذين يهتمون بمتابعة آخر التطورات السياسية حيث بلغت نسبتهم 85 % أما أفراد العينة الذين لا يهتمون بمتابعة آخر التطورات السياسية قد قدرت نسبتهم ب 44 % و هذا يدل على اهتمامهم بالأحداث السياسية

الجدول رقم (29) يمثل نسبة مساهمة وسائل الإعلام في تكوين ثقافة عن الأجندة السياسية الوطنية و حتى الدولية :

المجموع		الإناث		الذكور		التكرار و النسبة
التكرار	النسبة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الإجابات
91,66%	110	94,73%	90	80%	20	نعم
08,33%	10	05,26%	05	20%	05	لا
100%	120	100%	95	100%	25	المجموع

يوضح الجدول رقم (29) نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام تساهم في تكوين ثقافة عن الأجندة السياسية الوطنية و حتى الدولية ، حيث بلغت نسبتهم 91,66 %، أما بالنسبة للإناث فإن النسبة تجاوزت 91,66 % وهي نسبة متقاربة نوعا ما مقارنة مع نسبة الذكور في هذا الاتجاه التي قدرت ب 80 % ، كما صرح معظم الطلبة من خلال نشر الأخبار السياسية و تقديم كل ما هو جديد في الساحة السياسية سواء في الوطن أو عن الدول الأخرى وتطوراتها السياسية وأنها وسائل تتحدث عن جميع المجالات دون تحيز، أما نسبة أفراد العينة الذين يرون أن وسائل الإعلام لا تساهم في تكوين ثقافة سياسية عن الأجندة السياسية الوطنية وحتى الدولية قد قدرت نسبتهم ب 8,33 % إجمالاً ، أما في ما يخص نسبة الذكور والإناث فكانت قليلة قدرت على التوالي 20 % بالنسبة للذكور و 05,26 % بالنسبة للإناث حيث صرحت هذه الفئة بأن ما تقدمه وسائل الإعلام عبارة عن كلام ليس إلا وأنها وسائل تعتمد على مصادر غير موثوقة .

ثانيا: النتائج النهائية للدراسة

بعد التحليل للبيانات الخاصة بعينة الدراسة التي تبنت دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي تم التوصل إلى مجموعة من النتائج و التي سيتم استعراضها وفق المحاور التالية :

أنماط وعادات اعتماد الطلاب على وسائل الإعلام:

أثبتت الدراسة بأن أكثر وسيلة إعلامية يعتمد عليها الطالب الجامعي تمثلت في الانترنت بنسبة 45,83 % وهي نسبة جد متقاربة مقارنة مع التلفزيون ل تليه بعد ذلك الصحف ثم الراديو و لتأتي المجلات في المركز الأخير و بنسبة معدومة، و قد توصلت الدراسة إلى أن النسبة الأعلى من أفراد العينة و التي تقدر نسبتها ب 25,83 % لا يزيد معدل تعرضها لهذه الوسيلة أكثر من 3 ساعات .

يفضل الطالب الجامعي متابعة الحصص السياسية بنسبة 47,5 % تليها الحصص الاجتماعية ثم الحصص الثقافية أما الحصص الأخرى كالاقتصاد و غيرها فقد حظيت بنسبة اهتمام قليلة، أظهرت النتائج أن الفترة الليلية تعتبر من أفضل الفترات بالنسبة للطالب الجامعي من اجل التعرض للوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها بنسبة 36,66 % ومن هنا نستنتج أن فترة التعرض ليس لهل وقت محدد كذلك بنسبة 26,66 % وبالتالي فان فترة التعرض للوسيلة الإعلامية مرتبط بالوقت المناسب و المتاح بالدرجة الأولى

كشفت الدراسة بأن الطالب يعتمد على وسائل الإعلام لمعرفة الأحداث الحاصلة في محيطه بنسبة عالية فدرت ب 48,33 % بصفة دائمة و منتظمة، في حين أن أعلى نسبة من الطلاب المبحوثين على اختلاف فورقاتهم الديمغرافية أجابوا بأنهم يتعرضون للوسائل الإعلام حسب الظروف أولا ثم بمفردهم ثانيا وبنسبة اقل من الأولى و الثانية فضلوا المشاهدة مع عائلاتهم ، أما في ما يخص الأماكن المفضلة لديهم في متابعة وسائل الإعلام

فقد تعددت الفضائيات التي يتعرض فيها الطالب و يتقدمها المنزل بنسبة 55 لتليها الفضائيات العمومية وأماكن أخرى في الأخير.

أشارت نتائج الدراسة إلى إن رغم تعدد الحوامل المستخدمة لمتابعة وسائل الإعلام فقد تصدرت الوسائل الحديثة المركز الرئيسي بنسبة 75 % نظرا للانتشار الهواتف النقالة الذكية و توسع شبكة الانترنت ثم تأتي الوسائل التقليدية في المرتبة الثانية .

من خلال بيانات الدراسة توضح أن البرامج الإخبارية من أكثر المضامين المفضلة لدى الطالب الجامعي على مستوى الوسائل الإعلامية بنسبة 47,5 % ثم تليها بعد ذلك النقاشات وصولا إلى الحوارات بنسبة قليلة ، و منه إن معدل تعرض الطالب لهذه الوسائل قد زاد بنسبة عالية قدرت ب60 % من أفراد العينة.

دوافع التعرض والاعتماد على وسائل الإعلام :

تبين من خلال نتائج الدراسة إن أولوية الطلبة الجامعيين في الاعتماد على وسائل الإعلام تكمن في الوسائل الإعلامية الدولية بصفة خاصة بنسبة 52,5 و هي نسبة متفاوتة مقارنة مع طبيعة الوسائل الأخرى المحلية العمومية و الخاصة إضافة إلى أن الحصول على المعلومات هو الدافع الرئيسي للتعرض لوسائل الإعلام لدى نسبة معتبرة من أفراد العينة، يليها مجرد كسر للروتين كما تعتبر المتابعة كذلك لشغل أوقات الفراغ ولكن بنسبة قليلة، كما تبين بأن نسبة كبيرة من أفراد العينة يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام بنسبة 62,5 % .

بينت النتائج ارتفاع نسبة الطلبة الذين يعتقدون أن وسائل الإعلام لها القدرة على توجيه الرؤى السياسية لدى الطالب المشاهد بنسبة 64,16 و هذا نابع عن تجاربهم أو دوافعهم أما النسبة المعارضة فقد كانت ضئيلة.

أن أهم الأسس التي يعتمد عليها الطالب من أجل التعرض لوسائل الإعلام هو عمق المعالجة و التفصيل ومن ثم محتوى البرامج القيم والمتابعة المستمرة و من خلال ذلك يتضح إلينا أن اكبر فئة من الطلبة يرون أن هناك مصداقية لدى وسائل الإعلام بصفة مطلقة وذلك يفسر مدى اعتماده المفرط عليها في استقاء المعلومات التي يحتاج إليها إضافة أن هذه الفئة تؤكد بان ما تخصصه القنوات لشأن الحدث السياسي كافي وهذا راجع لمدى اكتفائه من ما تبثه من معلومات حول الأحداث السياسية وقد وضحت نفس الفئة أيضا أن الأجندات الإعلامية للوسائل التي يتابعها الطالب قد عبرت عن مختلف التوجهات السياسية بشكل منطقي حسب المضامين و أنواع الأجندات الإعلامية

لاحظ معظم أفراد العينة أن القوانين تمنع وسائل الإعلام بشكل كبير من حرية تناول السياسة نظرا لعدم تمكنها من ممارسة حرية الرأي والتعبير بشكل مطلق كما قد أثبتت الدراسة من خلال آراء الطلاب بان وسائل الإعلام تأخذ بعين الاعتبار الجمهور في غالب الأحيان لتحديد أجندتها السياسية وذلك حسب الظروف المتاحة لها .

علاقة وسائل الإعلام بالوعي السياسي:

ظهر من نتائج الدراسة الإقبال المرتفع لفئة كبيرة من أفراد عينة الدراسة يحرصون على متابعة حصص سياسية محددة عبر قنوات مختلفة و قد اجمع معظم أفراد العينة الدور الفعال الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على الطالب من اجل اختياره للمضامين السياسية معينة

أوضحت الدراسة من خلال البيانات الإحصائية أن وسائل الإعلام قد أتاحت فرصة كسر حاجز الخوف والصمت ولاسيما عند تصفحه الانترنت و المواقع التي لا تخضع لرقابة و يصعب السيطرة عليها، لذلك لتلجأ إليها الطالب للتعبير بحرية عن وجهات نظره حول الأمور السياسية والاهتمام بأخر التطورات السياسية ، وقد أوضحت أيضا أن هذه الوسائل

الإعلامية تساهم في تكوين ثقافة هن الأجندة السياسية الوطنية وحتى الدولية، حيث أصبحت تقد كل ما هو جديد في الأوضاع السياسية سواء عن الوطن أو خارجه .

التحقق من الفرضيات :

من خلال كل التحليلات و النتائج المتداولة في الدراسة نستنتج أن كل من الفرضية الأولى والثانية والثالثة قد تحققت وبالتالي تثبت صحتها، وذلك من خلال ما توصلنا إليه من مدى اعتماد الطالب الجامعي على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا رئيسيا للمعرفة والأخبار السياسية المختلفة، بالإضافة كذلك إلى قدرة وسائل الإعلام على توجيه الرؤى السياسية لدى الطالب المشاهد من خلال شبكتها البرمجية واختيار القضايا المعالجة ضمن أجندتها وعن كل هذا بالطبع سوف تنتج علاقة بين الطالب ووسائل الإعلام وتقوم هذه الأخيرة بالتأثير على الطالب من جهة أخرى في اختياره للمضامين السياسية و الاهتمام بها لدى كل من الذكور والإناث .

في النهاية يمكن القول إن التحول والتغير عبر التطور التكنولوجي هو بمثابة جوهر الإعلام والاتصال بشكل عام ما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما بظهور تقنية جديدة ، فالإعلام جديد في كل طور من أطواره ، الم يكن الإعلام جديدا مع ظهور الطباعة و جديدا مع تطور الصحافة المكتوبة وظهورا لتلفزيون ، الم يتساءل العلماء وخبراء والباحثون في هذا الحقل عن مصير الدور الإعلامي والاتصالي التي بادرت الوسائل الإعلامية لتأديته في ظل الاستقطاب الإعلامي ، فقد أصبحت وسائل الإعلام من ضروريات الحياة لدى الفرد واستحوذت على حيز كبير من الاهتمام .

ففي دراستنا هاته حاولنا أن نسلط الضوء على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ، وفي ظل البيئة الاتصالية والإعلامية التي تتميز بالتنوع الكبير في مختلف الوسائل قد أبرزت النتائج بأن الطالب الجزائري لا يزال مهتم و مرتبط بوسائل الإعلام متعرضا لها بصفة دائمة لما تبثه من جديد في الساحة السياسية وما تقدمه من معلومات ومعارف عن الأحداث والقضايا السياسية وما يدور في المجمع ، سواء كن على المستوى الوطني او الدولي ، وبالتالي كن لها دور بالغ في التأثير على رأي الطالب و تشكيل ثقافته ووعيه السياسي .

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- احمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2006.
- 2- احمد خورشيد النورة جي، مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية، ط1، دار الشؤون الثقافية، 1990.
- 3- إمام عبد الفتاح إمام،الديمقراطية والوعي السياسي، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 4- السيد حنفي عوض،السياسة والمجتمع،مودرن جرا فيك سنبتز، الإسكندرية، 1999.
- 5- النجار فايز، النجار نبيل والزغبى ماجد، أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي، الأردن، 2008.
- 6- ثروت مكي،الإعلام والسياسة:وسائل الاتصال والمشاركة و السياسة ،عالم الكتب،القاهرة،2005.
- 7- حسين شقيق، سيكولوجية الإعلام ، دار الفكر للنشر والطباعة والتوزيع، دمشق، 2010.
- 8- زياد احمد الطويسي، مجتمع الدراسة والعينات، مديرية تربية لواء البتراء، 2001.

9- سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

10- صلاح محمد عبد الحميد، منير محمود الشامي، الإعلام السياسي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

11- عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

12- عبد الكريم بو حفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ط1، ديوان مطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.

13- عبد المسلم الماجد، مذاهب و مفاهيم في الفلسفة و الاجتماع، ط1، المكتبة المصرية، بيروت، 1995.

14- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار النمير ، دمشق، 2004.

15- عبد الوهاب الكيالي وآخرون، موسوعة السياسة، ج7، مطبعة العلوم، بيروت، 1994.

16- حمادة، الوعي والتحليل السياسي، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2005.

17- عمر السيد احمد، البحث الإعلامي : مفهومه و إجراءاته و مناهجه ، الكويت، 2008.

18- غرابية فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في علوم الاجتماعية والإنسانية، الأردن، 2002.

19- فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

20- موسى إبراهيم، معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، مؤسسة عز الدين للطباعة و النشر، بيروت، 1994.

21- محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، ط1، ج12، دار صادر، بيروت.

22- محمد جابر الأنصاري، العرب و السياسة ابن الخلل، ط1، دار الساقى، بيروت، 1988.

23- محمد حسن إسماعيل، مناهج البحث في إعلام الطفل ، دار النشر للجامعات ، القاهرة، 2014.

24- محمد زيبان عمر، البحث العلمي ومناهجه، تقنياته، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002.

- 25- محمد عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، دار الوفاء لندنيا
الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006.
- 26- محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمي وأدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر
والتوزيع، عمان، 1888.
- 27- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع،
القاهرة، 2008.
- 28- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 29- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوريد صحراوي
وآخرون، دار القصبية، 1996
- 30- منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار
حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 31- نزار إبراهيم، الوعي السياسي لدى الشباب العربي المثقف، مجلة الوحدة، الرباط ،
العدد 54، 1988.
- 32- نظام محمود بركات، مقدمة في الفكر السياسي، دار عالم الكتب، الرياض، 1985.
- 33- هشام جعيط، أزمة الثقافة الإسلامية، ط1، دار الحقيقة، بيروت، 1980.

34- يوسف حنان، الإعلام والسياسة، مقارنة ارتباطيه، القاهرة، 2006.

الأطروحات :

شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، اثر مواقع التواصل الاجتماعي الوعي السياسي بالقضية

الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة ماجستير، فلسطين ، 2015 .

الملاحق

جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

استبيان

في إطار تحضير مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال الموسومة

ب: "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي"، نضع بين أيديكم

استمارة البحث الميداني، نرجو منكم الإجابة عن الأسئلة الواردة فيها.

تكون الإجابة بوضع العلامة (x) في المكان المخصص.

في الأخير نعلمكم أن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة لن تستخدم إلا للأغراض العلمية.

تحت إشراف:

من إعداد:

- عبد الوهاب غالم

- رقيق خيرة

-خداوي فايذة

السنة الجامعية: 2017-2018

البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: 22-18 27-23 28 فما فوق
- المستوى الجامعي: ليسانس ماستر
- مكان الإقامة: الحي الجامعي المنزل العائلي

المحور الأول: أنماط وعادات اعتماد الطلاب على وسائل الإعلام:

- 1- ما هي الوسائل الإعلامية التي تتعرض لها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- صحف مجلات إذاعة تليفزيون الإنترنت
- 2- ما هي الأوقات التي تخصصها لمتابعة هذه الوسائل؟
- ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من ثلاث ساعات
- 3- ما هي طبيعة الحصص التي تهتم بمتابعتها؟
- حصص اجتماعية سياسية اقتصادية ثقافية دون تحديد
- 4- ما هي فترات تعرضك لوسائل الإعلام؟
- صباحا مساء ليلا لا توجد فترة محددة
- 5- هل تعتمد على وسائل الإعلام لمعرفة الأحداث الحاصلة في محيطك؟
- دائما أحيانا نادر
- 6- مع من تفضل التعرض لوسائل الإعلام؟

بمفردك مع العائلة حسب الظروف

7- ما هي الأماكن التي تفضل فيها التعرض لوسائل الإعلام؟

المنزل فضاءات عمومية أماكن أخرى

8- ما هي العوامل التي تعتمد عليها في متابعة وسائل الإعلام؟

وسائل تقليدية الانترنت

9- ما طبيعة المضامين التي تفضل متابعتها عبر وسائل الإعلام؟

أخبار حوارات نقاشات

10- هل متابعتك أو تعرضك لوسائل الإعلام حاليا؟

زائد تراجع لم يحدث أي تغيير

المحور الثاني: دوافع التعرض والاعتماد على وسائل الإعلام؟

11- ما هي طبيعة وسائل الإعلام التي تعتمد عليها؟

محلية عمومية محلية خاصة دولية

12- ما هي دوافع تعرضك لوسائل الإعلام؟

مصدر معلومات حول ما يدور في العالم مجرد عادة لكسر الروتين اليومي

شغل أوقات الفراغ

13- ما مدى اعتمادك على المضامين المقدمة عبر وسائل الإعلام؟

بشكل كبير إلى حد ما إلى حد قليل جدا

14- هل تعتقد أن وسائل الإعلام لها القدرة على توجيه الرؤى السياسية للمشاهد ؟

نعم لا

في حالة نعم كيف ذلك ؟

15- على أي أساس تعتمد على وسائل الإعلام في توجيه رأيك السياسي ؟

محتوى برامج القيم عمق المعالجة والتفصيل المتابعة المستمرة

16- بنظرك أنت إلى أي مدى ترى أن هناك مصداقية لدى وسائل الإعلام؟

إلى حد كبير إلى حد ما لا توجد مصداقية

17- هل ترى أن ما تخصصه القنوات لشأن الحدث السياسي ؟

كافي متوسط ضعيف

18- هل تعبر الأجنداث الإعلامية للوسائل التي تتابعها عن مختلف التوجهات السياسية بشكل منطقي ؟

نعم لا

19- هل ترى أن القوانين تمنع وسائل الإعلام من حرية تناول السياسة ؟

نعم لا

في حالة نعم فسر كيف ذلك ؟

20- هل تأخذ بعين الاعتبار وسائل الإعلام الجمهور في تحديد أجنحتها السياسية ؟

نعم لا أحيانا

المحور الثالث : علاقة وسائل الإعلام بالوعي السياسي :

21- هل تحرس على متابعة حصص سياسية محددة؟

نعم لا

في حالة نعم حددها مع ذكر القناة

22- هل كان لوسائل الإعلام دور في اختيارك للمضامين السياسية؟

دائما غالبا نادرا

23- هل تساهم في إبداء الرأي حول ما يطرح من قضايا سياسية؟

نعم لا

24- هل تهتم بمتابعة آخر التطورات السياسية؟

نعم لا

25- هل تساهم وسائل الإعلام في تكوين ثقافة عن الأجندة السياسية الوطنية و حتى الدولية؟

نعم لا لماذا