



جامعة عبد الحميد بن باديس "مستغانم"



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مخبر الدراسات الاتصالية والاعلامية

القنوت الإخبارية الجزائرية وتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين متبعي برامج قناة «الشروق نيوز»

أطروحة تخرج لنيل شهادة دكتوراه LMD في تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف:

أ. د. بوعمامة العربي

إعداد الطالبة:

خديجة طوبال

لجنة المناقشة		
الصفة	الرتبة	أعضاء المناقشة
رئيسا	أستاذة محاضرة "أ" جامعة مستغانم	د. خالد أمين
مقررا ومؤظرا	أستاذ التعليم العالي جامعة مستغانم	أ.د. العربي بوعمامة
مساعد مقرر	أستاذة محاضر "أ" جامعة مستغانم	د. فلاق صلاح شيرة
مناقشا	أستاذة محاضرة "أ" جامعة مستغانم	د. صفاح أمال فاطمة الزهراء
مناقشا	أستاذة محاضرة "أ" جامعة وهران 1	د. رايس علي ابتسام
مناقشا	أستاذة محاضرة "أ" جامعة وهران 2	د. بلحاج حسنية

السنة الدراسية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر وعرافان

الثناء الجميل على الرزاق الجليل، الذي منّ علينا بنعمة الإسلام، ووفقنا للوصول إلى هذا المقام وما توفيقني إلا بالله تعالى، فالحمد لله أولاً وآخراً.
الشكر الخاص والتقدير والاحترام إلى أستاذي المشرف " البروفيسور العربي بوعمامة " لقبوله الإشراف على هذه الأطروحة، وعلى تواضعه الكبير ورعاية صدره وتعاونه.
كما نشكر الدكتورة المحترمة " بن عمار سعيدة " على حرصها في أن يرى هذا العمل النور وهو في أسمى حلة.

الشكر الموصول للدكتور "صلاح فلاق شيرة" على مساهمته في إنجاز هذا العمل وعلى نصائحه السديدة ومعلوماته القيمة التي لم ييخل بها علينا وتوجيهاته. ونشكر كل الأساتذة الذين سهروا على تكويننا وتوجيهنا وخاصة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم.
كما نتوجه بعبارات الامتنان والشكر إلى جميع من مدّ يد العون والمساعدة لنا لإنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة، وإلى كل من قدم لنا المشورة والنصيحة سواء من العائلة أو الأصدقاء ليرى هذا العمل النور.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى

روحي ونبع الحنان إلى نور حياتي إلى من ربّنتي وأنارت دربي وأعانتني بالدعاء في كل صلاة.
أمي الحبيبة حفظها الله وأطال في عمرها وشفأها من السقم..
إلى من عمل بكدي في سبيل توفير كل وسائل الراحة لي إلى من علمني معنى الكفاح وأوصلني
إلى ما أنا عليه أي الكريم الذي لن يكرره الزمن رحمه الله وأنار قبره
وإلى قرّة عيني زوجي الغالي أطال الله في عمره
إلى ابني وسندي صهيب عبد الودود
إلى ابنتي الغالية مارية ضحى
وكل إخوتي وأخواتي وفقهم الله وأنار دروبهم
إلى من جمعني بهم الحياة ولو للحظات صديقتي الحبيبتين خديجة مقري وصورية عقاد.

خديجة طوبال

ملخص الدراسة: تهدف هذه الدراسة العلمية إلى الكشف عن مدى اعتماد فئة الشباب على قناة الشروق نيوز في مراقبة المحيط السياسي وحركة السياسيين الجزائريين، من عرض لمضامين إخبارية سياسية شائكة وتقييم هذه الفئة الأداء القناة فيما يتعلق بالقضية خاصة وأن القنوات الإخبارية الوطنية مثلا الشروق نيوز، تواجه عدد من التحديات التي تعوق مسيرتها وتنعكس سلبا بشكل أو بآخر على مضمون ما يقدم: منها الرقابة، أزمة المصادقية، ضعف الإعلام سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر، إضافة إلى التحديات التكنولوجية، لهذا يجدر وصف حجم التأثيرات التي تحدثها القناة في ظل هذه الظروف، وكذا معرفة دورها في ترتيب أولويات القضايا السياسية الراهنة لدى الرأي العام عينة الدراسة من خلال سبر آراء الشباب محل الدراسة والذين لديهم اهتمامات سياسية وميولات معرفية خاصة فيما يتعلق بقضايا السياسة الجزائرية الراهنة ومستوى المعرفة السياسية لديهم، وتحركات السلطة (الموالية أو المعارضة) ومعرفة دور البرامج ذات الطابع السياسي في تشكيل صورة ذهنية لدى الرأي العام عن تلك القضايا السياسية الراهنة.

الكلمات المفتاحية: القنوات الإخبارية الجزائرية؛ متابعة القضايا السياسية الراهنة؛ طلبة الجامعة؛ برامج قناة الشروق نيوز؛ القضايا السياسية.

Abstract: This scientific study aims to reveal the extent of the youth's dependence on Chorouk News channel in monitoring the political environment and the movement of Algerian politicians, in terms of presenting political implications news contents and evaluating this category's performance of the channel in relation to the issue, especially since national news channels, for example, Al Chorouk News, face a number of challenges that impede its path and are reflected negatively in a way or another on the content of what is presented: as censorship, the crisis of credibility, the weakness of the media, the control of media values that do not keep pace with the current data , in addition to the technological challenges. Therefore, it is worth describing the magnitude of the effects that the channel has caused under these circumstances, as well as knowing its role in prioritizing the current political issues of the public opinion. The study sample is by probing the opinions of the youth under study who have political interests and knowledge tendencies, especially with regard to current Algerian political issues and the level of political knowledge they have, and the authority moves (with or against), and knowing the role of the political programs in forming a mental image to the public opinion of those current political issues.

Key words: Algerian news channels, follow up the current political issues, university students, EChorouk News Channel programs, political issues.

الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	إهداء
	كلمة شكر
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ	المقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
5	إشكالية الدراسة
6	التساؤلات الفرعية
7	الفرضيات
7	أهمية الدراسة
8	أهداف الدراسة
9	حدود الدراسة
10	التحديد المفاهيمي للدراسة
16	نوع الدراسة
16	منهج الدراسة
17	الدراسات السابقة
31	مجتمع البحث وعينة الدراسة
38	النظريات المفسرة للدراسة
الفصل الأول: الرأي العام	
49	تمهيد
50	المبحث الأول: ماهية الرأي العام وتقسيماته
50	أولاً: مفهوم الرأي العام
51	ثانياً: تعريف الفقه العربي للرأي العام

55	ثالثا: أنواع الرأي العام
63	المبحث الثاني: المقومات الأساسية في تكوين الرأي العام
63	أولا: العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام
66	ثانيا: مراحل تكوين الرأي العام
70	ثالثا: أساليب تغيير الرأي العام
79	المبحث الثالث: دراسة الرأي العام.
79	أولا: نظريات الرأي العام.
80	ثانيا: استطلاع الرأي العام وقياسه.
84	ثالثا: مشكلات قياس الرأي العام.
85	رابعا: العوامل المؤثرة في الرأي العام ووظائفه.
88	خلاصة
الفصل الثاني: القنوات الإخبارية والمشرع القانوني للإعلام الجزائري	
90	تمهيد
91	المبحث الأول: تطور القنوات الفضائية.
91	أولا: الفضائيات العالمية.
100	ثانيا: الفضائيات العربية.
118	ثالثا: القنوات الإخبارية العالمية والعربية.
130	المبحث الثاني: الفضائيات الجزائرية والمشرع القانوني للإعلام الجزائري.
130	أولا: بدايات الفضائيات الجزائرية.
131	ثانيا: الفضائيات الجزائرية الواقع والرهان
139	ثالثا: قانون الإعلام السمعي البصري في التشريع الجزائري
145	خلاصة
الفصل الثالث: القنوات الإخبارية والحياة السياسية للرأي العام	
147	تمهيد
148	المبحث الأول: القنوات الإخبارية ووظيفة الإعلام السياسي

148	أولاً: مفهوم الإعلام السياسي
149	ثانياً: مسؤوليات القنوات الإخبارية في إطار الوظيفة السياسية
153	ثالثاً: القنوات الإخبارية وقوة التأثير من خلال الإعلام السياسي
158	المبحث الثاني: الواقع الإعلامي للقنوات الإخبارية واتجاهات الرأي العام
158	أولاً: القنوات الإخبارية وصنع الأجندة السياسية
166	ثانياً: القنوات الإخبارية وتكريس المعرفة والسلوك السياسي للرأي العام
177	ثالثاً: القنوات الإخبارية والتأثير في اتجاهات الرأي العام
185	خلاصة
الفصل الميداني: عرض وتحليل معطيات الفرضيات	
187	تمهيد
188	المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة الشروق نيوز
188	أولاً: التعريف بالقناة
188	ثانياً: تأسيس القناة وملكيته
189	المبحث الثاني: عرض النتائج ومناقشتها وتحليلها
191	أولاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الأولى: عناصر الجاذبية في تناول قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية الراهنة:
220	ثانياً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الثانية: عرض قناة الشروق الإخبارية للمواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الوطنية وفق الأجندة السياسية للجمهور (الطلبة الجامعيين).
220	ثالثاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الثالثة: وجود فروق دالة إحصائية في اتجاهات الطلبة عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية بدلالة النوع والمؤهل العلمي.
258	رابعاً: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الرابعة: وجود علاقة ارتباطية بين متابعة برامج قناة «الشروق نيوز» ومستوى التأثير على اتجاهات الرأي السياسي لدى الطلبة الجامعيين حول القضايا السياسية الراهنة.
291	الخاتمة
292	النتائج العامة للدراسة
298	التوصيات والاقتراحات
300	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
32	الجدول رقم (01) يوضح عدد أفراد العينة المختارة وتوزيعهم على المؤسسات الجامعية	01
189	الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس.	02
189	الجدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب السن.	03
190	الجدول رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي.	04
190	الجدول رقم (05) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الاجتماعي.	05
191	الجدول رقم (06) يبين توزيع المبحوثين حسب مكان السكن.	06
191	الجدول رقم (07) يبين توزيع العينة حسب حجم التعرض لبرامج قناة الشروق نيوز	07
195	الجدول رقم (08) يبين توزيع العينة حسب معية المشاهدة	08
198	الجدول رقم (09) يبين توزيع العينة حسب فترات المشاهدة	09
200	الجدول رقم (10) عرض ومناقشة: ما نوع المضامين والبرامج التي تشاهدها عادة على قناة الشروق نيوز.	10
202	الجدول رقم (11) يبين توزيع أفراد العينة على حسب دوافع مشاهدة هذه البرامج.	11
205	الجدول رقم (12) يبين اتجاه عينة الدراسة حول عناصر الجاذبية التي توظفها قناة الشروق نيوز في برامجها الإخبارية.	12
214	الجدول رقم (13) يبين اختبار دلالة تكرارات إجابات الفقرة السابعة من المحور الثاني عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 1.	13
220	الجدول رقم (14) يبين محتوى البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك بدلالة الجنس والمستوى الدراسي.	14
223	الجدول رقم (15) يبين اختبار دلالة تكرارات الإجابات على الفقرة الثالثة من المحور الثالث عند مستوى معنوية 0.01.	15
227	الجدول رقم (16) يبين اتجاهات عينة الدراسة حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز حول هذه العبارات.	16
243	الجدول رقم (17) يوضح اتجاهات الطلبة نحو عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي يهتم بها .	17
247	الجدول رقم (18) يوضح اتجاهات الطلبة عينة الدراسة حيال توافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع المحيط الجامعي.	18
249	الجدول رقم (19) يبين اتجاهات عينة الدراسة حيال مساعدة توافق الآراء السياسية في القناة على تدعيم رأيهم أو تغييره.	19

251	جدول رقم (20) يبين اتجاهات الطلبة حيال تغيير آرائهم السياسية خوفا من التهميش.	20
253	الجدول رقم (21) يبين درجة الرضا عن مستوى معالجة القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز.	21
258	الجدول رقم (22) يبين العلاقة بين حجم التعرض و زيادة الاعتماد على برامج القناة لإشباع الحاجات المعرفية واختبار الارتباط (اختبار phi).	22
261	الجدول رقم (23) يبين العلاقة بين حجم التعرض وترتيب أجندة القناة حسب أهميتها بالنسبة للمتلقي.	23
263	الجدول رقم (24) يبين العلاقة بين حجم التعرض والتأثيرات المعرفية.	24
267	الجدول (25) يبين علاقة حجم المشاهدة بالتأثير الوجداني لعينة الدراسة.	25
273	الجدول رقم (26) يبين دراسة علاقة الارتباط بين الوقت المستغرق في المشاهدة والتأثيرات السلوكية جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية.	26
278	الجدول رقم (27) يبين العلاقة بين حجم المشاهدة والتأثيرات القيمية.	27
283	الجدول رقم (28) يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الأول باختبار بيرسون عند مستوى معنوي 0.05.	28
284	الجدول رقم (29) يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الثاني عند مستوى معنوي 0.05.	29
286	الجدول رقم (30) يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الثالث عند مستوى معنوي 0.05.	30
288	الجدول رقم (31) يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الرابع عند مستوى معنوي 0.05.	31
290	الجدول رقم (32) يبين اختبار الفاكرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.	32

مقدمة

مقدمة عامة:

شهدت الساحة الإعلامية الجزائرية تنافسا كبيرا بين القنوات الإخبارية المتخصصة بعد الانفتاح الإعلامي وتشريع الإعلام السمعي البصري سنة 2012م، ومع عولمة الإعلام العربي والجزائري خاصة ظهرت مفاهيم وأوضاع ثقافية وسياسية جديدة تعين على الإعلام المحلي المتخصص رصدها وتوضيحها للجماهير، وقاية من الانصهار في ثقافة الآخر والتلاعب بالعقول الجزائرية الشابة خاصة فيما يتعلق بالقواعد السياسية وحدودها الاستراتيجي. وبهذا زادت التوقعات الشعبية والنخبوية والإعلامية في رفع سقف الحرية الإعلامية والتعبير عنها إلى مستوى يسمح للأفكار مهما بلغ تطرفها بالتعبير عن نفسها والسعي لإقناع المشاهد برؤيتها¹، وهذا شكل ضغطا كبيرا على القنوات الحكومية الوطنية وهي نفسها النقطة التي استغلتها القنوات الإخبارية المتخصصة والخاصة ولعبت دورا في استقطاب أكبر قدر من المشاهدة من جميع الفئات (المراهقين الشباب، الرجال والنساء، وكذا النخبة من المجتمع وغيرها من الفئات الأخرى...).

لقد تعزز دور القنوات الإخبارية المحلية كثيرا بعدما أخذت أهم القنوات اعتمادها عام 2014م من بينها قناة "الشروق نيوز" والتي تم أخذها على غرار الإخباريات الأخرى كمثال، ذلك لأنها أقرب إلى الاحترافية (من الجانب التقني). وبما أن الوظيفة الأساسية للقنوات الإخبارية هي التنمية والتوعية السياسية فإنها تخصص أكبر حجم زمني للأخبار السياسية لتأدية دورها السياسي كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية التي يمكن أن ينتج عنها: تعديل أو توجيه أو صناعة اتجاهات أو إلغائها أحيانا أخرى، وفي هذا الإطار تكون القنوات الإخبارية قد أحاطت جمهورها بالمعلومات حول قضية سياسية ما من خلال مضاعفة حجمها ونوعها، وبهذا تكون قد قامت بقبولبة الرأي العام حولها بأي صفة من صفات تشكيله.

ومن خلال استخدامها كقنوات للتوعية السياسية ونشر الأفكار الصحيحة في هذا الصدد، فالقنوات الإخبارية جزء لا يتجزأ من الحياة السياسية في أي بلد عندما تعبر عن آراء ومصالح أوسع وأكبر لقوى وتيارات سياسية واجتماعية².

فتزايدت أهمت القنوات الإخبارية في الجزائر خاصة بعد الأحداث السياسية المعقدة الأخيرة وخاصة منذ الإعلان عن العهدة الرابعة والخامسة للنظام السابق وبعدها الحراك الشعبي سنة 2018م وقد لوحظ من طرف الباحثين أن هناك علاقة وطيدة بين حجم التغطية وكيفية معالجتها لهذه القضايا والأحداث المتعلقة بها واتجاهات الجمهور وتشكيل معارفه السياسية نحوها. وهذا قد أثار حفيظتنا العلمية من أجل البحث في الموضوع وتوصيفه على منهج يسمح بتوضيح الظاهرة للباحثين، وفي هذا جاء هذا البحث ليدرس علاقة القنوات الإخبارية وتوجيه الرأي العام الطلابي الجزائري نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة، وذلك من خلال تقسيم الرسالة إلى مجموعة من

¹ - هالة إسماعيل بغداددي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح دراسة ميدانية مقارنة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009، ص8.

² - جمال عبد العظيم، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس 2001، ص162.

الفصول النظرية والميدانية من أجل الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه المنهجية والنظرية وكذا التطبيقية، وذلك حسب.

إطار منهجي: تم فيه طرح مشكلة الدراسة والتساؤلات الفرعية وفرضياتها، وأسباب اختيار الموضوع وأهميته والهدف منه، حدود الدراسة الزمنية والجغرافية، وكذا تحديد المفاهيم الإعلامية والسياسية، وتحديد العينة والمعاينة ومجتمع البحث، وتحديد أداة جمع البيانات ومراحل إعدادها، والخلفية النظرية التي يستند عليها تحليل البحث هذا وعرض وتقييم الدراسات السابقة.

إطار نظري تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: تم التعرض فيه إلى مجموعة من المفاهيم حول الرأي العام التي جمعناها من مختلف المراجع العربية والأجنبية للإحاطة بالمفهوم من كل الجوانب التفصيلية، وتقسيماته هذا في المبحث الأول من هذا الفصل، كما أن المبحث الثاني يتكلم عن المقومات الأساسية في تكوين الرأي العام والذي يتحدث عن مختلف العوامل المؤثرة والمسببة في تشكيل الرأي العام.

الفصل الثاني: وتطرقنا فيه إلى ظاهرة القنوات الإخبارية من نشأتها إلى انتشارها في الجزائر، وتحدثنا فيه عن الفضائيات منذ بداياتها العالمية إلى دخولها الجزائر وهذا في المبحث الأول، وتطور التقنيات إلى ظهور الفضائيات المتخصصة الإخبارية و تشريع السمعى البصري في الجزائر وكان هذا في المبحث الثاني.

الفصل الثالث: والذي تطرقنا فيه إلى العلاقة بين القنوات الإخبارية وتوجيه الرأي العام المحلي نحو القضايا السياسية والحياة السياسية للرأي العام وقد تضمن مبحثين أولهما تحت عنوان القنوات الإخبارية ووظيفة الإعلام السياسي: تضمن مفهوم الإعلام السياسي والوظيفة السياسية للقنوات الإخبارية وقوة تأثيرها من خلال الإعلام السياسي على المتلقي. ثم المبحث الثاني تضمن الواقع الإعلامي للقنوات الإخبارية واتجاهات الرأي العام وقد تناول كيفية صناعة القنوات الإخبارية، أجندة القنوات الإخبارية وبرامجها بمقابل أجندة المتلقي وكيف نستطيع تكوين المعرفة والسلوك السياسي لدى المشاهد، ثم تأثيرها على اتجاهاتالرأي العام.

إطار ميداني: وتطرقنا فيه إلى الإطار التحليلي للدراسة، وعرضنا فيه التحليل الكمي والكمي لنتائج الدراسة من خلال الأداة المستخدمة، بحيث تم تفسير وتحليل بيانات الفرضية الأولى والتي تبحث في عناصر الجاذبية في قناة «الشروق نيوز» التي أثارت انتباه المشاهد (عينة الدراسة) لها وساهمت في تشكيل الرأي العام أو توجيهه.

ثم تم عرض نتائج تحليل وتفسير بيانات الفرضية الثانية والتي تبحث في اتجاهات عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الراهنة كواقع وكمضمون إعلامي تبثه قناة «الشروق نيوز».

كما تم عرض نتائج تحليل وتفسير الفرضية الثالثة التي تبحث في اختلاف مستوى تأثير البرامج في قناة «الشروق نيوز» على الشباب الجامعي من اختلاف السمات الديمغرافية لكل مفردة من عينة الدراسة.

وبعدھا تأتي نتائج تحليل وتفسير الفرضية الرابعة التي ترمي إلى دراسة العلاقة بين مشاهدة قناة «الشروق نيوز» ومستوى التأثير على الاتجاهات حول القضايا السياسية الوطنية الراهنة. كما تم عرض خلاصة واستنتاجات عامة الخاصة بتحليل الفرضيات وعرض النتائج العامة المتوصل إليها في الأخير.

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار المنهجي:

1. إشكالية الدراسة

تكتسي وسائل الاتصال الجماهيري أهمية قصوى في جميع المجالات والميادين ومنها الحقل السياسي لما لها من قدرة على التأثير في اتجاهات الجماهير وتشكيل سلوكهم السياسي وتنشئتهم سياسيا وتزويدهم المستمر بالمعلومات التي تتناول بيئتهم السياسية¹، وهي الظاهرة التي لم تكن الجزائر في منأى عنها، إذ أن تعدد القنوات الفضائية بها خاصة المتخصصة منها التي تقدم نشرات إخبارية وبرامج حوارية ذات مواضيع سياسية بالدرجة الأولى، وهذا ما أدى إلى تعدد أنواع المضامين وأساليب المعالجة للقضايا المختلفة في قوالب صحفية سمعية مرئية على قنوات خاصة متخصصة تمتهن نقل الخبر من كل أقطار الوطن لا سيما بعد سن قانون السمعي البصري وإنشاء سلطة ضبط القطاع الناجمين وغيرهما من القوانين والهيئات المنصبة وغير المنصبة عن الانفتاح الإعلامي بعد العشرية الثانية من القرن 21م، وتعتبر قناة «الشروق نيوز» الجزائرية إحدى مواليد هذا الانفتاح بعدما جلبت إليها انتباه حيز واسع من الجمهور المحلي كونها تنقل مشاكل ومعاناة أفراد المجتمع بشتى طبقاته وفئاته ضمن فقرات وأركان سياسية متعددة.

فقد أثارت الممارسة الإعلامية لقناة «الشروق نيوز» جدلا حول طرق طرحها لقضايا سياسية هامة كالصراعات والتجاذبات بين الأحزاب والفاعلين في المشهد السياسي حول السلطة، وكيفية وحجم تأثيرها في الرأي العام الوطني، ومدى قدرتها على تشكيل هذا الرأي إزاء القضايا والمواضيع وسلوكات السياسيين من الموالاتة والمعارضة، حيث تقوم بدور قائد الرأي العام صنعا وتوجيها وترويجيا، إذ حاولت عرض تفاصيل كبيرة لنوايا وأهداف شخصيات حاكمة وأجهزة حكومية متعددة وآليات عملها ومفردات برامجها وحصائل نشاطاتها وفق قوالب ومواد إعلامية شملت: نشرات الأخبار، برامج حوارية، مواجيز إخبارية.

وبحكم أن المواعيد السياسية على غرار الكثير من القضايا السياسية أهمها السلطة تعد فرصة لتكثيف الرسائل الموجهة وتمريها عن كتب بغية إحداث التأثير المنشود وصنع الرأي العام نحو القضايا والمواضيع وفق ما يخدم التوجه العام للمؤسسات الإعلامية وأجنداتها الفكرية والسياسية والإيديولوجية وغيرها... فقد ركزت الشروق على القضايا السياسية الوطنية الراهنة التي تعتبر أولى محطات الاحتجاجات الشعبية المتوالية منذ 2017 التي أعقبت مساعي الإصلاحات السياسية في البلاد من طرف بعض النخبويين والعارفين بالخبايا السياسية، إلا أن الإعلان عن عهدة خامسة من طرف الرئيس المقال عبد العزيز بوتفليقة أجاج الوضع وأدى إلى انفجار شعبي عظيم، من منطلق أن الانتخابات لم تصبح خيارا بل نظاما وراثيا على مدى 20 سنة من الحكم الظالم، فكان الفضاء الحصب لتحديد خيارات الشعب ومنطلقا لاستنطاق الطبقة الكادحة وحتى النخبة والمتعلمة حول تأزم الوضع السياسي في الوطن وكان قياس فعالية الرسالة الإعلامية من عدمه صعبا خاصة وان القنوات الخاصة ترددت

¹ - Ruben Brent. D, *Communication and Human Behavior*, Macmillan publishing company, New York, 1984, p 36.

في أول الحراك خوفا من تعرضها لمضايقات أكبر من السلطة في حالة عدم نجاعة الحراك، فحاولت القنوات المحلية الإخبارية ضبط تأثيرها على الجمهور المستهدف، خاصة وأنه في أوقات الأزمات نكون لأنفسنا نوع نظام وسائل الاتصال الذي يخدم الأهداف الشخصية بصورة أفضل والتي تكون أكثر أهمية في حينها، وعندما تنتهي الأزمة فإننا نعود إلى نظم الاتصال اليومية ونعيد إنشاء علاقات اعتمادنا بحيث تتيح بلوغنا أهدافنا اليومية.¹

هذا وقد وجد الرأي العام الجزائري نفسه في تضاربات عديدة بين التناقض الذي تطرحه القناة، إذ تعمل على نقل أخبار السلطة والترويج لها من جهة، ونقدها من جهة أخرى.

ومن جانب آخر فقد أشارت الدراسات السابقة إلى زيادة التعرض للقنوات الإخبارية الجزائرية بدافع الحصول على معلومات ومراقبة البيئة السياسية من طرف فئة الشباب، ولذا لا بد من الكشف عن مدى اعتماد هذه الفئة على قناة «الشروق نيوز» في مراقبة المحيط السياسي وحركة الشخصيات الحاكمة الجزائرية وتقييمها لأداء القناة فيما يتعلق بالقضايا السياسية الوطنية، خاصة وأن القنوات الإخبارية الوطنية مثلا «الشروق نيوز» واجهت حينها عددا من التحديات التي تعوق مسيرتها وتنعكس سلبا بشكل أو بآخر على مضمون ما يقدم مثل: الرقابة، أزمة المصادقية، ضعف الإعلام، سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر، إضافة إلى التحديات التكنولوجية لهذا يتوجب الوقوف عند حجم التأثيرات التي تحدثها القناة في ظل هذه الظروف وكذا معرفة دورها في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الرأي العام بما فيه الشباب من خلال سير آراء هؤلاء الذين يملكون اهتمامات سياسية وميولات معرفية خاصة فيما يتعلق بقضايا الانتخابات والسلطة، والتطلع إلى التدقيق في دور البرامج ذات الطابع السياسي في تشكيل صورة ذهنية لدى الجمهور عن تلك الأطراف والشخصيات المنتمة للقضايا السياسية الوطنية الراهنة من خلال عرضها بصور مختلفة ضمن فقراتها المتعددة في طابع إعلامي تتم فيه مناقشة وتبادل الأفكار والآراء، مما يحيل بدوره إلى التأثير في جمهور المشاهدين وتشكيل اتجاهاتهم، ومن هنا يجدر بنا طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير برامج قناة «الشروق نيوز» على تشكيل اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة؟

2. التساؤلات الفرعية للدراسة:

- ✓ ماهي عناصر الجاذبية في تناول قناة «الشروق نيوز» للقضايا السياسية الوطنية؟
- ✓ ماهي اتجاهات الطلبة الجامعيين (عينة الدراسة) نحو القضايا السياسية الجزائرية كواقع وكمضمون إعلامي تبثه قناة «الشروق نيوز»؟

¹ - ملفين ل. ديفليير وساندرا بول. روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط5، القاهرة، 2004، ص422.

✓ هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلبة عينة الدراسة نحو القضايا السياسية بدلالة النوع والمؤهل العلمي؟

✓ هل هناك علاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على الاتجاهات حول القضايا السياسية الوطنية؟

3. الفرضيات

1- ساهمت برامج قناة «الشروق نيوز» في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات الحادة المعروضة خاصة في البرامج الحوارية.

2- قامت قناة الشروق الإخبارية بعرض المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الوطنية وفق الأجندة السياسية للجمهور (عينة الدراسة).

3- توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الطلبة عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية بدلالة النوع والمؤهل العلمي.

4- توجد علاقة ارتباطية بين متابعة برامج قناة «الشروق نيوز» ومستوى التأثير على اتجاهات الرأي السياسي لدى الطلبة الجامعيين حول القضايا السياسية الراهنة.

4. أهمية الدراسة

تعود أهمية الدراسة إلى كونها دراسة تطبيقية تعنى بدراسة المناخ العام للقناة المختارة في الدراسة «الشروق نيوز» وكيفية تأثيرها على المستوى المحلي ظل الضغوطات التي تعيشها القنوات الإخبارية في الجزائر من كل الجوانب ضغوط مهنية، إدارية، السياسة الداخلية والضغوطات السياسية الخارجية وكذا نمط الملكية ومصادر المعلومات والأخبار المتاحة، فضلا عن التضيق الإعلامي أثناء فترة الأزمات التي تزامنت مع الحراك الشعبي الجزائري ضد السلطة منذ سنة من الآن التي اخترناها من أجل معرفة مدى اعتماد الشباب ذوي الاهتمامات السياسية حول المواضيع السياسية على القنوات الإخبارية الوطنية، باعتبار أن الواقع الإعلامي الجزائري والانفتاح على السمعي البصري غير من ملامح التأثير والتأثير لدى المتلقين الجزائريين خاصة عينة الدراسة إضافة إلى التطور الإخباري الذي شهدته الساحة الإعلامية المحلية في الآونة الأخيرة والتنوع في الفقرات الإخبارية يستحق الدراسة حيث أن تطورات الأحداث أصبحت تنقل لحظة بلحظة من مراكز الأحداث إلى الجمهور وهذا ما خلق تبعات وتأثيرات مختلفة على أجندة الرأي العام عينة الدراسة ومدى اعتمادهم عليها في استقاء الأخبار¹.

- كذلك حداثة ظاهرة القنوات الإخبارية المتخصصة في الجزائر، وقلة الدراسات التي تقيس الرأي العام حول أنماط المشاهدة وطبيعة تأثيرها على المضامين كان من بين أهم العوامل التي تتمحور حولها الدراسة من أجل استفادة القناة من قياس الرأي العام الخاص بعينة الدراسة والوقوف على الفجوات الإعلامية التي تحدثها أثناء الأحداث السياسية الهامة في البلاد".

¹ - هالة إسماعيل بغدادي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح دراسة ميدانية مقارنة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009، ص14.

- أهمية الجمهور المدروس والعينة التي اختيرت للدراسة من أجل ضبط أكبر للعملية الإعلامية التي تقوم بها هاته القناة الفتية «الشروق نيوز» وطريقة عرضها للمضامين السياسية التي تمم الفئة الشابة وتطويرها أدائها في ظل التنافس المحتدم بين القنوات الإخبارية المتخصصة في الجزائر، والحفاظ على نسبة المشاهدة العالية لها خاصة في المناسبات السياسية المحلية والتي لا يمكن لأي قنوات أجنبية أخرى نقل الخبر مثل القنوات الفضائية الوطنية ولهذا تكمن أهمية الدراسة في استغلال نتائجها من طرف هاته القنوات الإخبارية خاصة «الشروق نيوز» للمحافظة على نسبة المشاهدة وزيادتها وأن تكون كبدية لتحديد معالم أخرى للعملية الإعلامية إرضاء للمشاهد الوفي واستقطاب جمهور آخر كان فيما مضى لا يهتم بمضامين قنوات لازالت لم تغص في الاحترافية الإعلامية .

- أهمية التعرف على القضايا السياسية التي يتعرض لها الشباب الجامعي من خلال البرامج الإخبارية بقناة «الشروق نيوز» ورصد اتجاهات آرائهم نحو القضايا السياسية.

- أما الأهمية الأكاديمية فتتمثل في أهمية نتائج الدراسة لكي تكون منطلق أوقاعدة لدراسات مستقبلية تكون فيها متغيرات أخرى وتطورات أخرى في المجال الإعلامي خاصة وأن المجال التكنولوجي الإعلامي في تطور دائم فقد تمكن من استغلال نتائجها في شتى المجالات الإعلامية كدراسات تاريخية أو مقارنة أو إثباتات لنفس النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة، وكذا إضافة عمل آخر إلى المكتبة الجزائرية وبالأخص مدرسة مستغانم للإعلام حول المواضيع التي بدأت تتواني عنها الأنظار في الآونة الأخيرة بسبب الحوامل الإعلامية الأخرى مثل الفايبروك والتويتير... الخ

5. أهداف الدراسة

نطمح من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف مسطرة مسبقا والتي تم تحديدها من خلال الدراسة الاستطلاعية وتم ضبطها طبقا لمشكلة الدراسة المصاغة أعلاه لتوضيح أهم النقاط المراد الوصول إليها خاصة للقارئ والطلبة من أجل تسهيل عملية البحث وتلخيص الصورة الإجمالية لما يدور في ذهن الباحث من أفكار يريد تحقيقها ويتم قياسها بعد ذلك، ومن خلال هذا تم تحديد الهدف الرئيسي للدراسة كالتالي:

✓ الإجابة عن إشكالية الدراسة من خلال البحث في اتجاهات الشباب الجامعي الجزائري (ذوي الاهتمامات السياسية) من خلال رصد آراء الطلبة من مختلف مناطق الوطن، شرق، غرب، وسط، جنوب، ومعرفة أهمية ودور القنوات الإخبارية الجزائرية خاصة «الشروق نيوز» في توجيههم نحو الأفكار والعناوين المطروحة في البرامج السياسية والإخبارية التي تناولت القضية محل الدراسة من جهة، ومعرفة أهمية وقيمة الرأي العام لدى القناة الإخبارية المختارة وكذا القضايا السياسية، فضلا عن ذلك فإن هذه الدراسة تعنى بفئة الطلبة الشباب ذوي الاهتمامات السياسية والتي تعنى هذه القناة بتنويرها وفقا لأبعاد القضية من خلال تغطية إخبارية تتسم بالموضوعية والتوازن والدقة باعتبار أن الساحة الإعلامية على شاشة التلفاز مليئة بالفضائيات الإخبارية المتخصصة مما جعلنا نركز على أهم القنوات الإخبارية الجزائرية لتقييم العمل الإعلامي بها من خلال آراء الجمهور وإجاباتهم

في هذه الدراسة حول القضايا السياسية، إضافة إلى هذا فإن قناة «الشروق نيوز» تتناسب مع البيئة الجزائرية وجمهورها والتي حازت على اهتمام جمهورها باعتبارها وليدة بيئتهم المحلية تنقل الخبر أولا بأول مما يدفع إلى القيام بدراسة علمية حول برامجها والوقوف على واقعها، حيث لم تتم إجراء دراسات أكاديمية مكثفة حول القنوات الإخبارية الجزائرية، حتى وإن كانت القناة جديدة في عهد الممارسة الإعلامية لا يمكن إطلاقا تجاهلها حتى وإن كانت قناة مبتدئة عملا بمبدأ تطوير الذات والآخر أي تطور قنواتنا من خلال قيامنا بدراسات حولها سواء نقدا أو وصفا عاما فقط ومن هنا تظهر الأهمية البالغة للبحث في التعرف على دور البرامج الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام ومدى تأثيرها في الطلبة الشباب عينة الدراسة.

✓ تسعى الدراسة إلى التعرف على آراء عينة الدراسة حول البرامج الإخبارية المطروحة فيقناة «الشروق نيوز» والمتبينة للقضايا السياسية الوطني خاصة في الفترة الأخيرة 2018-2019، ومدى اعتمادها على هذه القناة وبرامجها في التزود بالمعارف السياسية حول القضايا السياسية الجزائرية الراهنة من خلال عرض الرأي والرأي الآخر أو التحركات السياسية للسلطة والشخصيات السياسية وخاصة المناقشات والحوارات الحادة في بعض برامج القناة خاصة الحوارية منها.

✓ رصد دور البرامج الإخبارية التي تقدمها قناة «الشروق نيوز» في تشكيل اتجاهات العينة نحو القضايا السياسية الوطنية التي تعرضها، ودرجة تأثيرها على العينة محل الدراسة.

✓ معرفة العلاقة بين مشاهدة برامج قناة «الشروق نيوز» في تكوين الوعي السياسي حول القضايا السياسية التي يشاهدها الشباب في الجزائر .

6. حدود الدراسة

يتفق جملة الباحثين على وجود مجالات رئيسة في توضيح حدود ومجالات الدراسة وهي كالآتي: الحدود الجغرافية والزمنية، حيث لا يمكن إغفالها بأي حال من الأحوال لمدى أهميتها في توضيح المنطقة والفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة مع العينة المنتقاة لخدمة موضوع البحث.

أ- الحدود الجغرافية: حاولنا من خلال اختيار منطقة البحث أن نكون قد أحطنا بكل المناطق الجغرافية الجزائرية لتعمم نتائج البحث فيما بعد، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين الشباب من سن (-18 إلى +35)، بحث اخترنا جامعات المناطق الجغرافية الأربعة: شمال، جنوب، شرق، غرب، وكانت الجامعات كالتالي: جامعة الجزائر العاصمة شمالا، جامعة الأغواط جنوبا، جامعة جيجل شرقا، وجامعة تلمسان غربا. فتكون النتائج أكثر موضوعية ودقة بدلا من الحصر الضيق لعينة البحث في منطقة واحدة، إلا أننا حاولنا جاهدا التنقل وتوزيع الاستمارات لضمان توزيعها وتسليمها بشكل دقيق، والوقوف على مجريات البحث العلمي بكل موضوعية، وهذا ما يبرر اختيارنا لجامعة واحدة من كل جهة جغرافية لتمثيل الأنسب.

ب- الحدود الزمنية: وفقا لما جاء في عنوان المذكرة فإن الزمان المعني في هذه الدراسة هو الفترة التي تمت فيها التغييرات السياسية في الجزائر من حراك شعبي وثورة ضد النظام السياسي الذي كان قائما من التسعينيات لتكون على احتكاك تام بالموضوع إضافة إلى أن عينة الدراسة كانوا على نظرة شاملة بالأحداث السياسية المتوالية التي كانت تجرى آنذاك ولنرصد أكبر تحليل للوضع، حددنا الفترة الزمنية من بداية السنة 2019 إلى يومنا هذا، وهي المدة التي بدأت فيها الاحتدامات السياسية بين الكتل السياسية والشعب وتركيز القنوات الإخبارية على نقل كل الأخبار والتحركات إلى الشعب الجزائري أولا بأول ومحاولة توجيه الأنظار الشابة إليها. وتم تقسيم الاستمارة على العينة محل الدراسة ابتداء من 20 ديسمبر 2019 إلى نهاية الشهر نفسه.

7. التحديد المفاهيمي للدراسة

نحاول في هذا الجانب المفاهيمي تحديد كل مفهوم حسب الإطار العلمي والأكاديمي الذي ينتمي إليه بموجب أن الدراسة يتكامل فيها جانبيين واضحين من حيث المفاهيم يتمثلان في السياق الإعلامي والسياق السياسي لكي يحوز كل مفهوم على تحديد وضبط يليق بنسقه الذي ينتمي إليه، تحقيقا لأهداف البحث .

المفاهيم الإعلامية:

الدور، القنوات الإخبارية، الرأي العام، الاتجاهات.

أ- الدور: التزمنا في هذه الدراسة بتحديد المقصود بالدور بما ذهبت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها تشكل الإطار النظري الحاكم لإجراء هذه الدراسة، فيقصد به الدور الوظيفي الذي تحققه البرامج الإخبارية بقناة «الشروق نيوز» في تشكيل اتجاهات الطالب الجامعي الجزائري نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة في الفترة المحددة بين سنة 2018 ونهاية 2019، من خلال رصد ما تحقق بالفعل لدى جمهور المشاهدين الشباب عينة الدراسة، كما ستكشف عنه نتائج إجراء الدراسة الميدانية في علاقتها بنتائج الدراسة التحليلية. وبناءً على ذلك تم تعريف الدور إجرائيا بأنه مجموع توقعات الأفعال (التأثيرات)¹ التي تقوم بها برامج قناة «الشروق نيوز» في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية التي تعرضها.

¹ - رباب رأفت الجمال، دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا الفساد، دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي التاسع، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2003، ص355.

ب- الفضائيات الإخبارية:

هي عبارة عن وسائل تقنية حديثة تمتهن نقل الأخبار، وقد ظهرت بعد انتشار المقعرات الهوائية والأقمار الصناعية التي تدعى بوسيلة الوسائل فهو متعدد الوظائف مثل استلام الموجات الصاعدة من المحطات الأرضية ثم تغير تردداتها ويتم إرسالها إلى المحطات الأرضية مرة أخرى.

وللتفصيل في المفهوم، فهو ينقسم إلى قسمين: الفضائيات والفضائيات الإخبارية:

أولاً: الفضائيات: هي أحد التقنيات الجديدة والحديثة التي حدثت في مجال الإنتاج التلفزيوني، ومع استخدام تقنية S.N.G التي تتعامل تقنية هذه الخدمة مع الأقمار الصناعية لسهولة حملها إلى كل مكان بموجب نقل ترددات بث واستقبال لنقل التغطيات الإخبارية والتحليلات السياسية وغيرها، وبذلك تضيف خدمات إعلامية للقنوات الفضائية وخاصة آنية الحدث.

ثانياً: الفضائيات الإخبارية

اصطلاحاً: وهي أحد أهم القنوات الفضائية بحيث تستقطب الفئات العمرية المهمة بالسياسة والأخبار المحلية وتعتمد على نقل الأخبار المحلية والإقليمية والدولية وغيرها من الأخبار، وكل المجالات: السياسية بالدرجة الأولى الأخبار الاقتصادية، الرياضية والاجتماعية الثقافية، وغيرها من الأخبار، وتتميز ببث برامجي إخباري أي معظم برامجها ذات طابع إخباري، سواء كانت نشرات إخبارية أو برامج حوارية أو برامج سير آراء المواطنين وغيرها وتهدف بذلك إلى إرساء نوع إعلامي متخصص يهدف إلى نشر الثقافة المتعمقة والمتخصصة وهي تبث إرسالها على مدار الساعة لمواكبة الحراك والمنافسة القوية في مجال صناعة الأخبار خاصة في ظل تحول الإعلام إلى صناعة تستهدف الربح بعد تحرره من السيطرة الحكومية (افتراضاً) وانتشار مبدأ التخصص¹.

وتعد القنوات الإخبارية قنوات متخصصة كونها تختص بمضامينها وطبيعة الخطاب الإعلامي فيها بنوعية محددة وهي الأخبار والبرامج الإخبارية وهي تبث إرسالها على مدار الساعة لمواكبة الحراك والمنافسة على الخبر والسبق الصحفي وصناعة الأخبار في ظل ما يسمى بسلعة الثقافة الإعلامية ويعرفها المنصف العياري: بأنها "القنوات المتخصصة في الأخبار من خلال مواعيد قارة للنشرات، الموجيز الإخبارية والبرامج الإخبارية أي أنها تقوم أساساً على إرساء وظيفة الإعلام باعتمادها الخبر مادة أولية"².

وتقدم هذه القنوات الإخبارية جملة البرامج التي تحمل في مضامينها: التحليلات الإخبارية التي على أساسها الشرح والتفسير، برامج الأحداث الجارية القائمة على تقديم الأحاديث والمناقشات، المقابلات والتحقيقات من

¹ - عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، ط1، 2006، ص 41.

² - المنصف العياري، محمد عبد الكافي، مرجع سابق، ص14.

موقع الحدث عن القضايا الجارية لتدعيم الفهم الإخباري لدى المشاهد كذلك التعليقات الإخبارية التي تقدم الرأي وتبدي وجهات النظر المختلفة إزاء الأحداث¹.

إجرائياً: تعتبر الفضائيات الإخبارية مجموعة القنوات الجزائرية المتخصصة والتي تمتهن نقل الخبر بشتى قوالبه الصحفية إلى المواطن الجزائري، وقد بدأت في الظهور منذ سنة 2012 مع قناة النهار ثم بعدها قناة الشروق عام 2014 ومؤخراً حازت على بطاقة الاعتماد بعد تشكيل سلطة الضبط للسمعي البصري وتفعيل قانون السمعي البصري عام 2014، وقد اخترنا في هذا البحث قناة «الشروق نيوز» بعد دراسة استطلاعية تمت على مجتمع البحث، وتعد قناة الشروق قناة رائدة في الوسط الجزائري من أوائل القنوات المتخصصة في الجزائر خاصة بعد إصدار باقة قنوات الشروق منها قناة «الشروق نيوز» المختارة للدراسة وتبث مجموعة من البرامج الإخبارية التي تنقل الأخبار المحلية بالدرجة الأولى وتركز على الأخبار السياسية أولاً بأول إضافة إلى المجالات الأخرى: اقتصادية اجتماعية، دينية، ثقافية، رياضية.

ومن أكثر البرامج مشاهدة هي نشرات الأخبار المتواصلة والبرامج الحوارية التي تتناول مواضيع سياسية شائكة تهم الجمهور المهتم.

2- الرأي العام:

اصطلاحاً: هو ظاهرة قديمة، فقد عرفته مدن اليونان قديماً واختبرت سلطته وشاع استخدامه في العصر الحديث حتى أن البعض أصبح يُطلق على هذا القرن قرن الرأي العام وعلى الرغم من اتفاق العلماء والمفكرين على الأهمية البالغة له، فقد اختلفوا في إيجاد تعريف موحد له ومن تعاريفه مثلاً:

أجنيباً: تعريف "دوب" مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم².

ومن التعاريف العربية: أن أحد المختصين في الاتصال يعرفه كما أورد ذلك "عاطف عدلي العبيد" في كتابه الرأي العام وطرق قياسه هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة³.

إلا أن مي العبد الله حاولت صياغة تعريف شامل في معجمها حول الرأي العام كالتالي: تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضع يخصه أو قضية تهمه أو مشكلة تؤرقه⁴.

¹ - نهي عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2007، ص21.

² - عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الإيمان للطباعة والنشر، القاهرة، 2000، ص12.

³ - المرجع نفسه، ص15.

⁴ - مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2014، ص171.

إجرائياً: هو مجموعة الآراء والمواقف التي تصدر عن الشباب الجامعي (عينة الدراسة) حول القضايا السياسية الوطنية الراهنة، ويتمحور الهدف من مصطلح الرأي العام في الدراسة هو تبيين كفاءة الرأي العام عينة الدراسة في مناقشة وتحليل الوضع السياسي الوطني الراهن في الفترة الممتدة ما بين 2018 إلى 2019 والتي تخللتها عديد القضايا السياسية المهمة على الصعيد الوطني، وكذا البحث في سريرة العينة عن رأيها في هذه القضايا الوطنية المهمة والتوعية السياسية التي تمدها قناة «الشروق نيوز» في إطار هذه الأحداث السياسية الهامة.

3- الاتجاهات:¹

اصطلاحاً: إن الحقل الدلالي² لكلمة الاتجاهات واسع جداً ذلك أن استعماله لا يقتصر على مجال من البحث دون غيره ففي علوم الإعلام والاتصال يعتبره الباحثين الإعلاميين أنه أثر من آثار تلقي وسائل الإعلام والاتصال وتعرفه مجموعة من النظريات التي تفسر العملية الاتصالية فهناك النظريات التقليدية والحديثة والتقليدية مثل نظرية التعلم والنظرية الإدراكية، والوظيفية ونظرية الاتساق المعرفي، والحديثة مثل نموذج أعمال العقل ونظرية الحكم الاجتماعي وغيرها من النظريات المفسرة لحراك الرأي العام.

يقول دوب (Doop) أفترض أن الاتجاهات هي: استجابات غير مرئية يتم تعلمها وتغييرها.

ويقول روكيش (Rockich) بأن الاتجاه تنظيم مكتسب عن طريق التفاعل أو بالتنشئة الاجتماعية التي تبنى الاستعدادات النفسية والانفعالات العميقة المترسبة في الوجدان مع العواطف، أو متعلم حيث يلعب دور التعليم دوراً بالغ الأهمية في تكوين الاتجاهات التي تأخذ صفة الاستمرار حين تنسجم وتتوافق مع معتقدات الفرد مع الموقف الذي يقفه إزاء فكرة، نزعة أو حادث³ ونظراً لوجود عدة تعريفات لهذا المفهوم تتفاوت دقته وشموليته وفقاً للعناصر المستدعاة لتحديده حسب كل نظرية إعلامية مفسرة للاتصال.

ويعرفه ألبورت (Allport) بأنه: إحدى حالات التأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، بحيث يكاد ينشب الاتجاه حتى يمضي مؤثراً تأثيراً ديناميكياً عاماً وموجهاً لاستجابات الفرد نحو الموضوعات والمواقف المختلفة.⁴

¹ - اتجاهات مفردتها اتجاه ورد في لسان العرب ما يلي: اتجاه يتجه بمعنى اتجاه وليس من لفظه لأن اتجاه من لفظ الوجه وليس محذوفاً من اتجاه كتحقق يتقى إذ لو كان كذلك لقال اتجاه الأزهر في ترجمة، قال أهملت وجوهه وأما تجاه فأصله وجاه قال وقد اتجهنا وأحال على المعتل وفي حديث صلاة الخوف وطائفة تجاه العدو أي مقابلتهم والتاء فيه بدل من واو أي مما يلي وجوههم: أنظر ابن منظور، مرجع سبق ذكره، ج 13، ص 480.

² - الحقل الدلالي لكلمة "اتجاهات" أو "المواقف" واسع جداً، ذلك أن استعمالها لا يقتصر على مجال من البحث دون غيره، بل هي ذات ارتباط وثيق بكل من الفيسيولوجيا، علم النفس العام، السوسولوجيا، الأنثروبولوجيا، كذا علم النفس الاجتماعي، حيث يمثل مفهوماً جدياً مركزي، أنظر: محمد آيت موحى، عبد اللطيف الفاربي، القيم والمواقف، بيداغوجيا المجال الوجداني، الرباط، الشركة المغربية للطباعة والنشر، ط1، دس، ص 58-59. وهو العلم الذي ينطلق منه لأجراء مفهومنا للاتجاهات في هذه الدراسة، باعتباره يمثل ركيزة أساسية للاتجاه البحثي والتنظيري في علوم الإعلام والاتصال، ذلك أنه يهتم أساساً بما تعتبره هذه العلوم آثار وسائل الإعلام، فيحاول تفكيك عناصرها وتحليل وظائفها بغرض الوقوف على طبيعتها كحالات نفسية في إطار سياق اجتماعي محدد.

¹ - خضير شعبان، مصطلحات الإعلام والاتصال، الجزائر، دار اللسان العربي، ط1، 1422هـ، ص 184.

⁴ - Allport.G.W, Attitudes in hand book of social psychology, New York, 1983, p 68.

وقد قام عبد اللطيف خليفة سنة 2008 بتقديم تعريف يجمع الملامح الأساسية للاتجاه كما يتصوره الباحثون الاجتماعيون، بأنه: عبارة عن نسق أو تنظيم لمشاعر الشخص، معارفه، سلوكه وأستعداده للقيام بأفعال معينة ويتمثل في درجات من القبول والرفض لموضوعات الاتجاه.

وعليه فالاتجاهات هي حصيلة تأثر الفرد بالمشيرات العديدة التي تصدر عن اتصاله بالبيئة التي ينتمي إليها والانماط الثقافية والتراث الحضري للأجيال السابقة كما أنها مكتسبة وليست فطرية.¹

إجرائياً: إن مجموعة التعريفات السابقة دفعت الباحث إلى تأطير مفهوم الاتجاه في حيز نسقي إعلامي فكان **التعريف كالاتي**: هو مجموعة الاستجابات المنظمة التي تنتج حالة من التأهب النفسي والمعرفي المكتسب يدفع بموجب حدوثها لاتخاذ قرارات تتجه نحو (تأييد، محايدة، معارضة) معلومات تدور حول أحداث القضايا السياسية الوطنية الراهنة من خلال مجموعة البرامج الإخبارية السياسية التي تعرضها القنوات الإخبارية الفضائية مثل قناة «الشروق نيوز» الجزائرية، سواء قدمت هذه المعلومات بمحتوى هذه البرامج في صيغة آراء أو عبارات أو وجهات نظر.

وانطلاقاً من كل ذلك نحدد مفهوم الاتجاه (في هذا البحث) بأنه كل نزوع معرفي، وجداني وحركي للطالب الجامعي الجزائري حيال القضايا السياسية الوطنية الراهنة كمضمون إعلامي، إذ نحاول معرفة الاتجاه حيال التعرض لهذا النوع من المضامين.

الطلبة الجامعيين:

التعريف الإصطلاحي: الطالب الجامعي هو المتمدرس بالجامعة، فهم شريحة شباب من المثقفين يتركزون في المؤسسات التعليمية الجامعية.²

وكما قال محمد عبد الرزاق في دراسته للقيم لدى الشباب الجامعي في مصر أن الطالب الجامعي هو الحاصل على الثقافة الأكاديمية من الجامعة تؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظيفي في المجتمع يستطيعون من خلاله تحمل مسؤولية القيادة والبناء والتنمية ويعد أغلبهم شباب.³

ويتراوح العمر الزمني للطالب الجامعي من 18 سنة إلى +35 لمن أكملوا دراستهم في سنوات متأخرة، ونقصد بالطالب الطالب والطالبة في الجامعات الجزائرية الذين ينتمون إلى مختلف الفروع والكليات فيها.

التعريف الإجرائي: هو كل متمدرس بالجامعات الجزائرية من ذكر وأنتى، يتراوح سنهم من 18 سنة إلى +35 سنة وحددنا في هذه الدراسة طلبة أربع جامعات من مختلف جهات الوطن الأربع، طلبة جامعة جيجل، طلبة

¹ - مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص18

² - سحر محمد وهي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1996، ص 238.

³ - محمد عبد الرزاق إبراهيم وهاني محمد يونس موسى، القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، 2003، ص4.

جامعة تلمسان طلبة جامعة الأغواط، طلبة جامعة الجزائر العاصمة. في كل التخصصات الموجودة شرط متابعته لقناة الشروق النيوز وميولات سياسية يقر بها.

المصطلحات السياسية:

3- القضايا السياسية:

اصطلاحا: جرى العرف على أن لكل مشكلة سياسية حل، أما في حالة وجود مجموعة من المشكلات التي يصعب حلها فتصبح قضية،¹ كما أن كل مشكلة لا يتم حلها تتحول عبر تقادمها إلى قضية، وبالتالي تعد المشكلة نواة أي قضية سياسية أو غير سياسية، والقضية أعم وأشمل من المشكلة فقد تتضمن قضية سياسية ما أكثر من مشكلة، وينتج عن أية قضية مشكلات أخرى وفقا لأطراف القضية وأبعادها الاقتصادية كانت أم اجتماعية أو صحية أو غيرها من أنواع وتصنيفات المشكلات، لأن المشكلات السياسية عبارة عن أحداث سياسية تعقدت فأصبحت قضية سياسية، ولذا فكل من المشكلات والقضايا السياسية تقوم بالأساس على أحداث سياسية وهذا ما يرير مزج بعض الباحثين بين الأحداث السياسية والقضايا السياسية، على النحو الآتي: لقد عرف شو (show) 1977 الأحداث بأنها وقائع محددة الساحة والوقت، عكس القضايا التي تحتوي علة تغطية إخبارية مترابطة لسلسلة من الأحداث المتصلة التي تقع في أوقات مختلفة تندرج تحت فئات أكبر.² من جهة أخرى أشار بعض الباحثين إلى صعوبة التفرقة أحيانا بين كل من الحدث والقضية، حيث تخدم الأحداث قضية معينة أو تحاول وسائل الإعلام ربط بعض الأحداث بقضية معينة لإضفاء نوع من الأهمية على الحدث³، إلا أن بيكر (Becker) يرى أن هذه التفرقة ضرورية لأنها تفرقة بين ما أسماه بالدور السلبي الذي تقوم به وسائل الإعلام في نقل الأحداث والدور الإيجابي لهذه الوسائل في طرح القضايا، في حين يربط بيكر (Becker) أن القضية تتضمن صراعا تختلف حوله وجهات النظر،⁴ فظهور قضية ما يرجع في أحيان كثيرة إلى مواجهة الجمهور لإحدى المشاكل ومطالبته بتحريك الحكومة لحل هذه المشكلة لعدم وجود رضاء جماهري بالنسبة للحلول المطروحة، وهذا ما يعزز رؤية جوبوالدر (Job waldaar) أن القضية هي وجود صراع بين مجموعتين أو أكثر حول أمور إجرائية أو ملموسة تتعلق بتوزيع الأدوار أو الموارد،⁵ كما يجب أن لا نغفل إمكانية أن تشير مجموعة من الأحداث إلى وجود قضية ما.⁶

¹ - السيد عبد المطلب غانم، رئيس قسم العلوم السياسية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مقابلة شخصية بينه وبين الدكتور أشرف قادوس، يوم الاثنين الموافق ل: 2008/01/08.

² - Vincent T. Covello, **risk communication: an emerging area of health communication research**, communication yearbook. Voll.15, 1992, p 462.

³ - Miller, J.D, **The impact of the Challenger Accident On public Attitudes Toward The Space program**, vol, 12, 1998, p123 .

⁴ - Becker .L. B, **reflecting on Metaphors**, communication yearbook, vol 14, 1997, p 343.

⁵ - Rogers E, **MET DEARING**. J.W. 1988.OP.Cit. p566.

⁶ - عبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس السياسي والرأي العام، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 81، 82.

إجرائياً: القضية السياسية هي موضوع يقوم على أحداث سياسية، وينطوي على عديد من المشكلات السياسية تعرضه البرامج الإخبارية بقناة «الشروق نيوز» على جمهور المشاهدين، وتتناوله نتيجة تطور الأحداث الخلافية حوله، فيمثل موضوع جدلي يتسع لتقديم كم من المعلومات السياسية المتضمنة بعرض وجهات نظر مختلفة وآراء متباينة حول أسبابه أو حلول مقترحة له.¹

8. نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، ذلك لأنها تهتم بمعرفة رجوع الصدى حول الوقائع والأحداث التي تحيط به - كما تم تحديد هذه الوقائع في هذا البحث بالقضايا السياسية الوطنية- ويهدف هذا النوع من الدراسات الوصفية إما إلى التعرف على خصائص جماعات أو ظاهرة معينة أو التنبؤ بأحداث واتجاهات معينة، أو اكتشاف علاقة بين متغيرات أو التعرف على موع معين من الجمهور يتبنى اتجاهات محددة إزاء شيء ما أو قضية ما أو فكرة ما أو رأي ما.

كما تعرف البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف وقائع تم جمعها بناء على أسس علمية لتفسير مجموعة من الخصائص والوصول إلى نتائج يمكن تحليلها وتصنيفها وتعميم نتائجها والإستفادة منها.²

وتأسيساً على ما سبق تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على جمهور القنوات الإخبارية الجزائرية مثل قناة الشروق نيوز واكتشاف العلاقة بين متغير المشاهدة والإتجاهات المتنبأة من طرف نفس العينة. كما لا تقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لاغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة وتعميمها.³ فقد تم جمع بيانات هذه الظاهرة وتصنيفها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص النتائج التي يمكن أن تبني عليها فروض إيضاحية لهذه الظاهرة⁴

9- منهج الدراسة:

إن المنهج هو الإستراتيجية المتبناة في لتحقيق أهداف الدراسة، من خلال خطوات واضحة ومحددة تم اختيارها مسبقاً.

وقد تم اعتماد منهج المسح الوصفي للوصول إلى الأهداف المراد التوصل إليها. كما أنه يعتمد في الدراسات الوصفية باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة ومعرفة مختلف جوانبها، كما يعتبر أيضاً أحد أشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم⁵.

¹ - حسن عماد المكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005، ص53.

² - انشراح الشال، إشكاليات البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1991، ص ص28-38.

³ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ط1، ص153.

⁴ - أشرف قادوس، البرامج الإخبارية ورأي عام المراهقين نحو قضايا الأمن القومي، المكتب العربي للمعارف، مصر، ط1، 2016، ص30.

⁵ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، 2000، ص158.

وويتمي هذا البحث إلى بحوث الرأي العام التي تعتبر من أكثر المجالات إستخداما لمنهج المسح الوصفي للكشف عن التأثيرات الناجمة عن التعرض للمواد الإعلامية .

وبوجه خاص تم اعتماد منهج المسح بالعينة لأن مجتمع البحث كبير ولا نستطيع البحث في مفرداته بصفة شمولية وقد تم اختيار عينة من الطلبة الجامعيين من كل جامعة تنتمي إلى جهة التي تقع فيها جغرافيا: جامعة من شرق الجزائر، جامعة من غرب الجزائر، جامعة من شمال الجزائر والأخرى من الجنوب الجزائري لتكون عينة ممثلة لمجتمع البحث.

8. الدراسات السابقة:

نحاول في هذا المبحث عرض بعض الدراسات التي خدمت توجه بحثنا سواء كان لهذه الدراسات علاقة مباشرة بالبحث الجاري أو مشابهة لها في إطار الموضوع " دور الفضائيات الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية" بغية الانطلاق من بعض النقاط التي لم يتم التطرق إليها تأصيلا للبحث العلمي وإضافة موارد علمية من أجل الطالب وكذا إثراء المكتبات، ولأننا لم نجد دراسات لها علاقة مباشرة بموضوعنا إلا القليل خاصة فيما يخص دراسات على البيئة الإعلامية والسياسية الجزائرية، حاولنا عرض الدراسات ونتائجها والنقاط التي تم الاستفادة منها من حيث المتغيرات الأساسية: الرأي العام، الفضائيات الإخبارية تشكيل الاتجاهات. ولأمانة العلمية هناك دراسات كثيرة تناولت هذه المتغيرات متفرقة لكن لا تصب في نفس المنحى لدراستنا فحاولنا في آخر كل عرض للدراسات السابقة توضيح نقاط التي خدمت بحثنا والتي أمكن الاستفادة منها.

الدراسة الأولى: الدراسة بعنوان **الرأي العام المصري والفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات:** تناول الباحثان عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد عام 2008، دراسة مفادها أن وظيفة القنوات الإخبارية هي العمل على تشكيل اتجاهات الرأي العام من خلال التركيز على قضايا معينة، وتهميش قضايا أخرى مع مراعاة الدور الفاعل للعوامل وللمتغيرات الوسيطة. وقد أشارت الدراسة إلى ضرورة البحث في تأثير التعرض للقنوات الإخبارية على الجمهور المصري من خلال التعرف على المتغيرات التي تحكم هذه العلاقة بهدف الكشف في نهاية المطاف عن دور القنوات الإخبارية العربية ودورها في ترتيب أولويات القضايا لدى الرأي العام عينة الدراسة، من خلال دراسة المعالجة الإخبارية في هذه القنوات بأنواعها العامة والمتخصصة للقضايا المصرية والعربية والدولية ومقارنتها بنتائج الدراسة الميدانية على الجمهور لمعرفة تأثير هذا الخطاب الإعلامي عليه، وقد حدد الباحث المشكلة البحثية في: التعرف على درجة الاهتمام التي تمنحها القنوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الإخبارية لبعض القضايا سواء كانت مصرية أو عربية أو دولية، إضافة إلى مدى تأثير أجندة تلك القنوات على ترتيب أجندة الرأي العام عينة الدراسة لهذه القضايا. وقد كانت الدراسة وصفية اعتمدت من خلالها منهج المسح الوصفي في جمع المعلومات عن الجمهور المشاهد للقناتين من محافظة الجيزة والقاهرة، وكذا مسح المضمون لتكون الدراسة أكثر دقة، المتمثل في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية "قناة الجزيرة وMBC". واستخدم الباحثان أداة

تحليل المضمون للتحليل لنشرات الأخبار في القنوات، وأداة الاستمارة لدراسة الجمهور عينة الدراسة وقد توصلت الدراسة إلى:

✓ أن هناك توافق بين عينة الإناث والذكور في ترتيب مصادر أخبارهم: القنوات الفضائية العربية ثم القنوات المصرية ثم المواقع الإخبارية الإلكترونية، من أجل الاطلاع على القضايا العربية والدولية وحتى المصرية. ويرجع سبب هذا الترتيب في الاعتماد على هذه المصادر إلى: الآنية في تغطية الأحداث أثناء الأزمات المصدقية والموضوعية.

✓ واتفقت الأغلبية من الذكور والإناث على مشاهدة النشرات الإخبارية مساء بمعدل نشرة واحدة بانتظام خاصة وقت الأزمات في المنزل بنسبة 97%، وجاء عن أهم أسباب متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية هو متابعة الأخبار المصرية بالدرجة الأولى ثم الأخبار العربية ثم الأخبار العامة والمعرفة السياسية بالدرجة الثالثة، وجاء في نتائج الدراسة أن 55% تشاهد بعض من فقرات نشرات الأخبار وأهم أنواع الأخبار وأكثرها مشاهدة هي: الأخبار السياسية، ثم أخبار الحوادث.

✓ وجاء في الفصل الثامن للدراسة الميدانية عن دور نشرات الأخبار في ترتيب أولويات القضايا المصرية والعربية والدولية للرأي العام عينة الدراسة، أن قضايا الأمن هي أهم الأخبار التي يشاهدها الرأي العام المصري سواء الأمن الغذائي والبيئي أو الأمن الوطني بالنسبة للقضايا المصرية وكذا العربية والدولية.

✓ وأثبتت الدراسة أن نسبة تأثير القنوات الفضائية على المواقف وتشكيل الآراء كبيرة بنسبة 60%، وأنه يوجد علاقة طردية بين المتغيرات الفردية (سن، المستوى المعيشي، المستوى التعليمي، الاقتصادي) وترتيب أولويات الجمهور، وأنه كلما اتسمت القضايا بالقرب كلما كانت متابعتها أكثر كلما كان التأثير في أجندة الجمهور المصري وكان التغيير في الاتجاهات والاهتمامات.

✓ ارتفاع قدرة القنوات الفضائية في ترتيب الأولويات للقضايا التي تتسم بالاستمرارية، وقد توضح في آخر النتائج للدراسة أن درجة تأثير قناة الجزيرة كان أكبر بسبب الاعتماد الكبير على استقاء الأخبار من قناة الجزيرة فيما يخص القضايا المصرية والدولية، أما القضايا العربية فقد كان الاعتماد أكثر على قنوات أخرى وتعد قناة MBC أقل اعتمادًا وبالتالي كانت أقل تأثيرًا¹.

تقييم الدراسة: بحثت هذه الدراسة مشكلة درجة الاهتمام التي تمنحها القنوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الإخبارية لبعض القضايا سواء الدولية أو العربية أو المصرية، إضافة إلى دراسة مدى تأثير ترتيب أجندة هذه القنوات الفضائية لتلك القضايا في ترتيب أجندة الرأي العام عينة الدراسة لهذه القضايا. نرى بأن الباحثان وفقا إلى حد كبير في اختيار الموضوع وكذا في طريقة دراسة المشكلة من كلا الجانبين النظري والميداني، حيث تكاملت

¹ - عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، ط1، 2008. ص234.

الأداتين التي وظفهما في البحث، تحليل مضمون النشرات الإخبارية ودراسة الجمهور ليكونا على إطلاع بكلا الجانبين: محتوى النشرات الإخبارية واهتمامات الجمهور، كما أنهما وفقا في اختيار المؤشرات الميدانية، إلا أن اختيارهما لقناة الجزيرة و MBC لم يكن عادلا كون أن الأولى قناة متخصصة إخبارية بالدرجة الأولى والثانية قناة عامة تحمل كل البرامج، كما أن تحليلهما لنتائج الدراسة لم يكن واضحا كفاية مما قد يؤدي إلى تساؤلات كبيرة من طرف القارئ، ورغم أن الدراسة انطوت على أداتين إلا أنه لم يكن هناك ربط بين نتائج دراسة تحليل المضمون ونتائج دراسة الجمهور، وبالرغم من أن عنوان الدراسة يوضح بشكل خاص أن النظرية المعتمدة كانت نظرية ترتيب الأولويات أو الأجندة إلا أن التحليل الموجود لم نلمس من خلاله إسقاطات واقعية لمسلمات النظرية ولكن رغم الملاحظات الناقدة للدراسة إلا أن الدراسة اتسمت بالموضعية من كلا الباحثين .

استفدنا من هذه الدراسة المتجسدة في كتاب من جانبها النظري والميداني على حد سواء، وكان للإطار الميداني الاهتمام الأكبر من حيث المتغيرات تقريبا خاصة في دراسة الجمهور أين تم التطرق إلى بعض المتغيرات الوسيطة والتي تم التركيز عليها كثيرا من خلال الباحثين مثل الجانب الاقتصادي، الاجتماعي، السن المستوى التعليمي إلا أن المتغير المستقل القنوات الفضائية كُنا في غنى عنه لأن بحثنا هذا أكثر تخصصا إذ تطرقنا إلى القنوات الإخبارية بصفة خاصة، وهذا لأن دراستنا تُضم لدراسات الإعلام الجديد ووسائل الإعلام الحديثة والتي من ضمنها القنوات المتخصصة، فانطلاقا من الدراسة جاءت فكرة التخصص في القنوات بالنسبة لدراستنا هذه خاصة وأن القنوات الفضائية الجزائرية حديثة عهد في الجزائر وظاهرة سابقة في التلفزيون الجزائري فبعدها كان المجال السمعي البصري حكرا على الدولة أصبحت بعد قانون السمعي البصري 2012، تدفقت القنوات الخاصة والمتخصصة في شتى المجالات أهمها القنوات الإخبارية مثل «الشروق نيوز»، وطبقا للدراسة المأخوذ عنها "الرأي العام والقنوات الفضائية" جاءت الفكرة في دراسة القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية والرأي العام الجزائري، واستفدنا كثيرا من الجانب المنهجي خاصة في دراسة الجمهور وأسلوب الطرح الميداني.

الدراسة الثانية: دراسة بعنوان **الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح** (دراسة ميدانية مقارنة) من تأليف الباحثة هالة إسماعيل بغداددي، قامت المؤلفة بدراسة ميدانية على عينة من النخبة المصرية السياسية والأكاديمية والإعلامية لدى دولتين محوريتين إعلاميا قطر ومصر، من أجل التعرف على تقييمها لأداء القنوات الإخبارية المتخصصة فيما يتعلق بتناولها للقضايا العربية، ومدى الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات، إلى جانب التعرف على تفضيلات النخبة للشكل والمضمون الملائم لعرض القضايا العربية، وقد اعتمدت الباحثة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام محاولة في ذلك الإجابة على الإشكالية التالية: ما مدى اعتماد الصفوة (النخبة) على القنوات الإخبارية الأجنبية والعربية كمصدر للمعلومات في حال حدوث أزمة طارئة أو موقف مفاجئ؟

تصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى التعرف على القائم بالاتصال وجمهور الصفوة من المتابعين للفضائيات الإخبارية واكتشاف العلاقة بين المتغيرات المختلفة المؤثرة على أداء الفضائيات الإخبارية

بشكل عام، وقد وظف المنهج المقارن ومنهج المسح مع أداة صحائف الاستقصاء، وقد سطرت مجموعة من التساؤلات الفرعية تم الإجابة عنها في فرضيات مؤقتة من أجل الإثبات والرفض وقد قامت الباحثة بصياغتها على النحو التالي:

✓ تعتمد فئة النخبة على القنوات الإخبارية العربية بمعدل أكبر من الاعتماد على القنوات المحلية والقنوات الإخبارية الأجنبية في حالة وجود أحداث طارئة على الساحة العربية.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة في كل من قطر ومصر نحو التغطية الإخبارية للقضايا العربية في كل من قناتي الجزيرة والنيل الإخباريتين.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد النخبة في كل من قطر ومصر في الآثار الناجمة عن الاعتماد على القنوات الإخبارية محل الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا العربية المطروحة في البرامج الإخبارية.

✓ توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية محل الدراسة ووجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية مترتبة على هذا الاعتماد.

✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين طبقا للمتغيرات الديمغرافية التالية (النوع، المهنة، المؤهل التعليمي، الحالة الاجتماعية) في المتغيرات التالية: معدل الاعتماد على القنوات الإخبارية، متابعة القنوات الإخبارية، الاتجاهات نحو التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية، الآثار المترتبة على القنوات الإخبارية.

ومن أجل اختبار الفرضيات العلمية المذكورة أعلاه قامت الباحثة باختيار عينة عمدية من الصفوة الأكاديمية والإعلامية والسياسية في مصر وقطر قوامها 300 مفردة بأسلوب التوزيع بالتساوي (150 مفردة من مصر و150 مفردة من قطر) وقد خلصت الباحثة إلى نتائج مفادها أن:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية على النخبة القطرية والمصرية:

✓ أبرزت النتائج أن قناة الجزيرة الإخبارية نجحت في أن تحط لنفسها نهجا إخباريا يحظى بالقبول عربياً.

✓ أن قناة النيل الإخبارية فشلت في ترسيخ نفسها كقناة إخبارية لدى لنخبة العربية عموماً والقطرية تحديداً خارج حدود جمهورية مصر العربية، فبالكاد تشعر النخب العربية بوجود هذه القناة رغم مرور ما يقارب 10 سنوات على بدء البث الخاص بها، بسبب عدم الاعتماد على قناة النيل الإخبارية يضاعف احتمال تأثيراتها المعرفية والسلوكية والوجدانية تبدو متواضعة، مقارنة بتأثيرات قناتي الجزيرة والعربية.

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض على النخبة:

✓ تعتمد فئة النخبة على القنوات الإخبارية العربية المتخصصة بمعدل أكبر من الاعتماد على القنوات المحلية والقنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية في حالة وجود أحداث طارئة على الساحة العربية.

✓ تختلف اتجاهات أفراد النخبة في كل من قطر ومصر تجاه التغطية الإخبارية لقناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار للقضايا العربية.

✓ تختلف آثار الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية محل الدراسة لدى أفراد النخبة القطرية مقارنة بأفراد النخبة المصرية، حيث أن الاعتماد على قناة الجزيرة الإخبارية في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا العربية نُجمت عنه فروق معرفية ووجدانية بمعدل أكبر لدى أفراد النخبة في مصر، مقارنة بأفراد النخبة في قطر بينما لم تختلف الآثار السلوكية الناجمة عن الاعتماد على القناة لدى المجموعتين. كما أن التعرض لقناة النيل المصرية نُجم عنه فروق معرفية وسلوكية لدى أفراد النخبة في مصر بمعدل أكبر من أفراد النخبة في قطر بينما الآثار الوجدانية المترتبة على الاعتماد على قناة النيل للأخبار لم تختلف لدى أفراد المجموعتين.

✓ أتضح من خلال الدراسة أنه لا يوجد علاقة ارتباطية بين الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية محل الدراسة والآثار المترتبة على هذا الاعتماد، لكن هناك علاقة بين الاعتماد على قناة النيل للأخبار والآثار المعرفية المترتبة على هذا الاعتماد.

✓ توجد فروق بين الذكور والإناث في معدلات الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كذلك وكذلك هناك فروق في المتابعة للقنوات الإخبارية محل الدراسة، وقد أثبتت الدراسة كذلك أنه هناك فروق غير دالة إحصائياً في اتجاهاتهم نحو التغطية الإخبارية لكل من قناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار وكذلك وجدت فروق غير دالة إحصائياً بين المجموعتين في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية في الاعتماد على قناة النيل للأخبار، كما يوجد فروق دالة إحصائية بين مجموعتي الإناث والذكور في الآثار في معدلات الاعتماد على القنوات الإخبارية العربية كذلك وجدت فروق غير دالة إحصائياً بين مجموعتي الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو التغطية الإخبارية لكل من قناة الجزيرة وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية في الاعتماد على قناة النيل الإخبارية. إلا إنه ثبتت جزئية من الفرض فيما يتعلق بوجود فروق دالة إحصائياً بين مجموعتي الإناث والذكور في الآثار المعرفية والوجدانية الناجمة عن الاعتماد على قناة الجزيرة. كما أتضح أن متغير المهنة يحدث فرقا في متابعة والاعتماد على كل من قناتي النيل للأخبار والجزيرة وكذا في الاتجاه نحو التغطية الإخبارية وكل من الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد على قناة الجزيرة والنيل للأخبار. ولم ينطبق ذلك على متغير المؤهل التعليمي في معدلات المتابعة والاعتماد على القنوات الإخبارية، أما الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة فلم تفرق إحصائياً من خلال البحث فيما يخص الاتجاهات نحو التغطية الإخبارية للقناتين والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناجمة عن الاعتماد.

✓ وآخر نتائج البحث أثبتت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد النخب العربية على القنوات الإخبارية العربية وتقييمهم لمصداقية هذه القنوات.¹

تقييم الدراسة: قامت الباحثة بهذه الدراسة في دولتين عربيتين قطر ومصر، وتعتبر هاتان الدولتان رائدتان إعلامياً بحكم وجود قناة الجزيرة القطرية وقناة النيل للأخبار المصرية، من أجل هذا السبب كان اختيار الباحث، وقد كانت دراسة مقارنة على عينة عمدية من الصفوة "الأكاديمية والإعلامية والسياسية" في الدولتين محل الدراسة

¹ - هالة إسماعيل بغدادي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والظموح دراسة ميدانية مقارنة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.

تمثل الدراسة بحثاً ميدانياً مقارنة بين القنوات الإخبارية العربية، لقد أصابت الباحثة في اختيار متغيرات البحث بدقة، خاصة وأن الدول العربية وبالأخص قطر ومصر ودولتان لا تطبق الحرية الإعلامية بكل حذافيرها، فكان المغزى من اختيار الموضوع هو تحري تأثير القوة الناعمة المتمثلة في الإعلام والتعليم والثقافة والفنون في تغيير المجتمعات، وكذلك العوامل التي تؤدي إلى مناخ إعلامي صحي وسليم ينتج إعلاماً حراً معافى يقود المجتمع إلى تحقيق آماله ويلبي طموحات الشعوب العربية التواقفة إلى المعرفة الرحبة والنهضة المجتمعية الجادة التي تقبل العثرات وبالتالي كانت الدراسة موافقة جداً لثنايا المجتمع العربي من كل الجوانب: الاجتماعية والمهنية والاقتصادية وغيرها من المتغيرات المطروحة في البحث هذا، إلا أنه ما قد يشار إليه في الدراسة وليس ما يعيها، هو قضية المقارنة بين النخبة المصرية والقطرية، قد لا تكون هناك أوجه مقارنة بينهما خاصة وما يعرف على النخبة القطرية بدخلها الجدد مرتفع عكس النخبة المصرية التي تعتبر طبقة متوسطة وليست غنية هذا قد يؤثر على جملة الاهتمامات الإخبارية والبرامجية لكلا الفئتين كل على حدى، قد لا نشير إلى اختيار الباحث لفئة الصفوة مباشرة كما نشير إلى المقارنة بين نمط الحياة لدى الفئتين، وشمل الموضوع كل المؤشرات المتوقعة.

أما بالنسبة للنتائج التي توصل إليها الباحث فهي نتائج واقعية وعقلانية وصحيحة إلى حد كبير، في أن هناك مجموعة من المتغيرات تتدخل في جملة الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية الناجمة عن الاعتماد، في متغير الحالة الاجتماعية والمهنة وعادات المشاهدة وكثافة التعرض تتدخل كثيراً في درجة التأثير، فالعلاقة الارتباطية تكون كالتالي: كلما كان التعرض أكثر للقنوات الإخبارية وكلما كانت درجة الاعتماد عليها كبيرة كلما كان التأثير واضح من خلال الاتجاهات والآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية، وكان تقييمهم لمصداقية هذه القنوات أحسن وأثبت. ولقد ساعدتنا الدراسة في إلقاء نظرة على درجة التعرض للقنوات الإخبارية العربية من طرف عينة من النخبة في بعض البلدان العربية خاصة في وقت الأزمات، وبالتالي كانت الفكرة دراسة عينة من النخبة الجزائرية والبحث في تطلعاتها حول القنوات الإخبارية الجزائرية ودرجة اعتمادهم على القنوات الإخبارية المتخصصة أثناء الأحداث الطارئة أو ما يسمى إعلام الأزمة مثل القضية المختارة في دراستنا هذه "القضايا السياسية الوطنية الراهنة"، وبالرغم من أن الدراسة السابقة هاته نشرت على شكل كتاب في 2009، ورغم أنها طبقت على عينات من دولتان مختلفتان عن الجزائر إلا أنه قد تساعدنا بعض المتغيرات ومراعاة بعض الفروق في النخبة وفي كل مفردة منها في دراستنا الخاصة.

الدراسة الثالثة: دراسة بعنوان الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل والتي قامت بها الباحثة منال كبور وتحت إشراف عبد النور بن عنتر، ترى الباحثة في هذه الدراسة أن التزايد الكبير في اهتمام الجمهور بالمواد الإخبارية جعلت من القنوات الإخبارية المتخصصة المصدر الأول للمعلومة عن الأحداث الجارية لما تتميز به من عرض للصوت والصورة والحركة، وهذا ما أدى بدوره لاهتمام الباحثين بدراساتها، وتأتي هذه الدراسة كمحاولة جادة لمعرفة التأثير الوجداني للفضائيات الإخبارية على الأستاذ

الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل باعتبارها أحد القضايا العامة ذات الأهمية المتزايدة حيث يتم التركيز أساسا على اتجاهات المتلقين كأعمق الآثار التي يمكن حدوثها عليهم في ضوء مجموعة من المداخل النظرية التي اهتمت بكشف وتحصيل علاقتها باستراتيجيات وآليات التأثير المستخدمة في محتويات الإعلام موضع الثقل. وقد اهتمت الباحثة بقضية السلام مع إسرائيل كونها أصبحت تحتل المساحة الكبرى في القنوات آنذاك ولقت إقبالا واسعا من جمهور وسائل الإعلام الذي يراها في صميم القضية الفلسطينية. إضافة إلى هذا فإن للقنوات التلفزيونية تأثير في صنع الرأي العام أكثر من أي وسيلة أخرى، وفي هذا خصصت الباحثة تركيزها على القنوات الإخبارية ودورها في تشكيل اتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري إزاء هذه العملية، وقد تم اختيار فئة الأساتذة لما يفترض منها من اطلاع أوفر ومتابعة أكثر لمستجدات الأحداث والقضايا الساخنة بفعل مركزها الاجتماعي ومستواها العلمي الذي يحتم عليها التحصيل الجيد للجديد وملاحقته بالتفسير، التحليل والتقييم. واعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي للإجابة على الإشكالية التالية: ما هو دور القنوات الإخبارية في تشكيل اتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال قضية السلام مع إسرائيل؟

وتفرعت هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات التي من شأنها توصيف التساؤل الرئيسي:

- 1- ماهي عادات وأنماط مشاهدة الأستاذ الجامعي للقنوات الإخبارية؟
- 2- كيف تتناول الفضائيات الإخبارية عملية السلام مع إسرائيل، وما هو دورها في التوعية حيالها من وجهة نظر العينة المستهدفة؟

3- ماهي اتجاهاتهم إزاء إسرائيل وعملية السلام كواقع وكمضمون إعلامي؟

4- هل ساهمت القنوات الإخبارية في تشكيل هذه الاتجاهات؟

وحددت الباحثة مجموعة من الفرضيات كإجابات أولية عن التساؤلات تمثلت في:

- 1- ساهمت القنوات الإخبارية في تشكيل اتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل.
- 2- يعتمد الأستاذ الجامعي على القنوات الإخبارية التي تدعم موقفه وتؤيد اتجاهاته.
- 3- توجد علاقة دالة إحصائيا بين المتغيرات السوسولوجية للمبحوثين وكل من حجم التعرض، مستوى المعرفة وإدراك أسلوب معالجة الفضائيات الإخبارية للقضية محل الدراسة.

وقد تم اختيار عينة الأساتذة الجامعيين لما كان لفئة الشباب من إقصاء كلي حول مشاركتها في موضوع عملية السلام مع إسرائيل، ووجود إطلاع شامل حول القضية من طرف العينة المختارة. واختارت الباحثة أساتذة جامعة باتنة أنموذجا وخصت في ذلك كل أستاذ جامعي يحمل أي صفة مهنية في الجامعة سواء كان أستاذا متعاقد أو أستاذا مساعد أو محاضر صنف (أ) أو (ب) مهما كانت رتبته العلمية (ليسانس، ماستر أو دكتوراه أو بروفيسور) وفي كل تخصصات الجامعة بولاية باتنة، وتم البحث في هذه العينة خلال السنة الدراسية 2009-2010. وقد تم توزيع استبانة على 790 مفردة.

وقد توصلت الدراسة النظرية إلى أن الاتجاه أعمق الآثار التي يمكن أن تخلفها وسائل الإعلام على المتلقي فتغييره أو تدعيمه يكون نتيجة التأثير في كل من المعرفة، الصورة، والرأي.

أما الدراسة الميدانية فأسفرت على:

✓ فيما يتعلق بعادات المشاهدة فاتضح أن 30% من الأساتذة يشاهدون القنوات الإخبارية وأكثر من 67% منهم يشاهدون قناة الجزيرة العربية باعتبارها القناة المفضلة لديهم، وتعتبر نسبة كبيرة منهم أن معلوماتها بسيطة حول القضية.

✓ أما فيما يتعلق بالاتجاهات، وتحديدًا إزاء السلام كمضمون إعلامي؛ تبين أن أغلب الأساتذة ما يفوق 57%، لا يجذبون البرامج الإخبارية المعززة لفكرة قبول فكرته عموماً، وهم أكثر تشدداً نحو تلك المعززة لموقف السلطة الفلسطينية نحو إسرائيل.

✓ وفيما يخص تقييم الفضائيات الإخبارية لمعالجة عملية السلام مع إسرائيل؛ فقد اتضح أن النسبة الكبيرة 41.88% من الباحثين يعتبرون فضائياتهم الإخبارية المفضلة تركز نوعاً ما على القضايا التي تهمهم، والتي تصدرتها القضية الفلسطينية، كذلك فإن أغلبهم 45.42% اعتبروا فضائياتهم الإخبارية المفضلة تلعب دوراً متواضعاً في توعية الجماهير حيال عملية السلام.

لوحظ من خلال تحليل هذه البيانات أن الفضائيات الإخبارية قد ساهمت في تشكيل المواقف إزاء القضية موضع الثقل، أي أن الفرضية الأولى (ساهمت الفضائيات الإخبارية في تشكيل اتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل) قد تحققت لكن في ارتباط كامل بتلك الثانية (يعتمد هذا الأستاذ الفضائيات الإخبارية التي تدعم موقفه وتؤيد اتجاهاته)، بما يعني أن المساهمة لا تناط بالتغيير بل بطبيعة التأثير الحاصل لتلخص أساساً في التدعيم، أي أن دورها (الفضائيات الإخبارية) يتعلق بمدى مساندتها لاتجاهات أفراد العينة من الباحثين، فهم يعتمدون المعنية منها بذلك مصدراً لمعلوماتهم. وقد اتضح أن قناة الجزيرة تنصدر هذه الفضائيات من حيث درجة الاعتماد وتحتكر المشهد الإخباري عموماً بالنسبة لهؤلاء الأساتذة، إذ يفضلونها لتركيزها على القضايا التي تهمهم وتبنيها لآرائهم واتجاهاتهم حيالها، فيتعرضون لها بفعل العادة بما يكرس النمط الكفيل (نظرياً) بإحداث التأثير.

اعتمدت الباحثة عدة نظريات اتصالية لتفسير الدور التأثيري للقنوات الإخبارية مثل نظرية لولب الصمتنظرية الأجندة، نظرية التعرض الانتقائي، انتشار المبتكرات ونظرية الاستخدامات والإشاعات وذلك من أجل الوصول إلى نتائج منهجية وواضحة في إطار دراسة تأثير الوسائل الإعلامية على المتلقي الإيجابي.¹

تقييم الدراسة: قامت الباحثة منال كبور بهذه الدراسة في جامعة باتنة على عينة من الأساتذة الجامعيين، وقد وفقت الباحثة إلى حد ما في اختيار العينة من حيث نوعها ومكانتها العلمية لما لها من قدرات تحليلية متميزة

¹ - منال كبور، الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأساتذة الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل، أساتذة جامعة باتنة أنموذجاً، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة، جامعة باتنة، 2009-2010.

تساعدها في دراستها، إلا أن النتائج التي توصلت إليها الباحثة لا يمكن لها أن تعممها على أكبر نطاق من الأساتذة باعتبار أن أساتذة جامعة باتنة عينة بسيطة جدا من مجموع الأساتذة الجزائريين، وكان من الأفضل دراسة أساتذة جامعة منطقة الأوراس كمنطقة واحدة لها نفس المتغيرات وتعيش في نفس البيئة الاجتماعية والثقافية وقد اعتمدت الباحثة في الجانب النظري على مجموعة من النظريات المفسرة للعملية الاتصالية والتأثيرية مما ساعد الأستاذة في تحليل النتائج وتوصيف عملية التأثير بطريقة علمية سليمة بحيث كان اختبار صدق الفرضية وعدمها من خلال توظيف النظريات التي تلاؤم تفسيرها وفقا لمسلمات كل نظرية. وهذه الطريقة أضافت نمطا تحليليا دقيقا إلى حد ما على الدراسة وهذا ما ألهمنا في دراستنا هذه في انتهاج هذا الأسلوب ليميل التوصيف إلى الدقة، وقد استخدمت لهذا المنهج الوصفي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات من العينة المقصودة، وهنا نشير إلى أن الاستمارة كانت كافية من أجل دراسة ظاهرة اتصالية ما، ذلك لأنها أداة تحتوي على أكبر قدر من الأسئلة المغلقة وهذا النوع من الأسئلة لا يكفي من أجل تحليل ظاهرة، ونشير هنا إلى أن الأستاذة كان بإمكانها استعمال أداة أخرى استقصائية مثل المقابلة أو تحليل المحتوى لإضافة الطابع التحليلي أكثر على البحث.

الدراسة الرابعة: دراسة بعنوان **البرامج الإخبارية ورأي عام المراهقين نحو القضايا السياسية**، قام بهذه الدراسة الباحث أشرف قادوس كانت هذه الدراسة ميدانية على عينة من المراهقين المصريين حول القضايا السياسية في ظل تنامي الاعتماد على التلفزيون لمتابعة مجريات الحياة اليومية مما يعني زيادة تأثير هذه المادة الإخبارية على الجمهور، خاصة جمهور المراهقين الذين أثبتت الدراسات الاستطلاعية تفضيلهم للقضايا السياسية، وقد قام الباحث بدراسة تحليلية لعينة من البرامج الإخبارية بالقناة الأولى بالتلفزيون المصري لرصد القضايا السياسية البارزة وكانت كالتالي: القضايا العربية: القضية الفلسطينية وبناء جدار رفح على الحدود المصرية الفلسطينية. القضايا المصرية: إنجازات الحكومة. القضايا الدولية: قضية قتل د. أشرف مروان؟

وتبلورت إشكالية البحث كالاتي: ما دور البرامج الإخبارية بالتلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية التي تعرضها؟ وتم التنظير للدراسة من خلال الاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتفسير الظاهرة الإعلامية لتحقيق هدفها الرئيسي في إثبات الفرضيات أو نفيها والمصاغة كالاتي:

1- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات المراهقين عينة الدراسة نحو القضايا السياسية التي تركز على عرضها البرامج الإخبارية بالقناة الأولى بالتلفزيون المصري (عينة الدراسة) للحصول على معلومات حول هذه القضايا.

2- توجد فروق دالة إحصائية متوسطات اتجاهات المراهقين عينة الدراسة نحو القضايا السياسية التي تركز على عرضها البرامج الإخبارية بالقناة الأولى بالتلفزيون المصري (عينة الدراسة) لدى كل من المعتمدين منهم بدرجات قليلة ودرجات كبيرة على هذه البرامج الإخبارية للحصول على معلوماتهم حول هذه القضايا.

3- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط اتجاهات كل من المراهقين المعتمدين (بدرجات قليلة) و(بدرجات كبيرة) على البرامج الإخبارية بالقناة الأولى بالتلفزيون المصري للحصول على معلوماتهم حول القضايا السياسية التي تركز هذه البرامج على عرضها باختلاف نوع القضايا السياسية وفق مدى قرب المجال الجغرافي الذي تجري فيها أحداثها (مصرية، عربية، دولية) من المراهقين عينة الدراسة.

وقد كانت هذه الفروض كإجابة تفصيلية عن التساؤل الرئيسي للدراسة وهو كالاتي:

✓ ما تفضيلات تعرض المراهقين عينة الدراسة للبرامج الإخبارية التي تقدم بالتلفزيون المصري، والقضايا السياسية التي تعرض، وهل تختلف هذه التفضيلات بين المراهقين عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع (ذكور/إناث)؟ وما مدى صحة فروض الدراسة؟.

ومن أجل إتمام الدراسة استخدم الباحث في جمع مادته العلمية من العينة أداة الاستمارة لقياس اتجاهات آراء عينة من المراهقين نحو القضايا السياسية.

نتائج الدراسة: توصل الباحث إلى نتائج إجابة عن جل التساؤلات الأساسية للدراسة أهمها:

✓ يشاهد المراهقين برامج القناة الأولى بالتلفزيون المصري بنسبة 96.3% منهم 94.3% يفضلون التعرض للمشاهدة البرامج الإخبارية التي تقدم من خلال هذه القناة.

✓ يشاهد بالصدفة 72.3% من المراهقين عينة الدراسة البرامج الإخبارية، عينة الدراسة، مما يعني عدم عمدية تعرضهم وحرصهم على مشاهدة هذه البرامج.

✓ جاء ترتيب اعتماد المراهقين عينة الدراسة على البرامج الإخبارية للحصول على معلوماتهم حول القضايا السياسية التي ركزت البرامج الإخبارية على عرضها على النحو التالي: القضايا العربية بسبة 70.9% القضايا الدولية 66.2% وبنسبة 59.8% للحصول على معلوماتهم حول القضايا الوطنية .

واستنادا إلى ما سبق توصلت الدراسة بوجه عام إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تشير إلى أن البرامج الإخبارية بالتلفزيون المصري دور في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية التي تركز على عرضها تبعا لمدى اعتماد المراهقين على هذه البرامج للحصول على معلوماتهم حول القضايا من عدمه، أو لدرجات هذا الاعتماد أو لنوع القضايا التي تعرضها (مصرية، عربية، دولية).¹

تقييم الدراسة: حاول الباحث من خلال هذه الدراسة توظيف مدى اعتماد المراهقين على البرامج الإخبارية في التعرف على القضايا السياسية العربية، الدولية والمحلية المصرية، إضافة إلى التركيز على اعتمادية أو صدفة التعرض لهذه البرامج لقياس درجة ثقة المراهقين بالقناة الأولى المصرية، وقد تميز الباحث عن أغلبية الباحثين بالتركيز على هذه الفئة من المجتمع لأنها مهمشة في البحوث الإعلامية والسياسية بالأخص، إلا أن هذه العينة تلتقي مع عينة بحثنا في المرحلة الأخيرة من المراهقة وهي سن الشباب كما أن الربط بين المتغيرين: رأي المراهقين والبرامج الإخبارية

¹ - أشرف قادوس، البرامج الإخبارية ورأي عام المراهقين نحو قضايا الأمن القومي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1، 2016، ص233.

اختير بعناية تامة، ليفسر بعض الظواهر التي تحدث على الساحة السياسية حالياً، وهو التعبير السياسي لكل فئات المجتمع بما فيها المراهقين.

وقد استفدنا من هذه الدراسة من كلا جانبيها المنهجي والميداني، على حد سواء، بحيث استغلينا توظيفه لمتغيرات مشتركة، ومحاولة انتهاج نفس المنهج المتبع، خاصة وأن هذه المتغيرات وأهمها الرأي العام والبرامج الإخبارية والقضايا السياسية، فسرت تحت إطار نظري واحد وهو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نفسها الموظفة في تفسير الظاهرة الإعلامية خاصتنا محل الدراسة، وكان توظيف أكاديمي مماثل في توظيف العلاقة القائمة بين المتغيرات لكن بتغير الحدث والعينة وتخصص محدد لنوع القناة كظاهرة جديدة في المحيط الإعلامي الجزائري. وتعد هذه الدراسة الأقرب إلى دراستنا أكاديمياً.

الدراسة الخامسة: اتجاهات طلبة الاعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم قام بهذه الدراسة الباحث الدكتور سلام نصر الدين محمد سنة 2015م.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام للقنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرة المعرفية لديهم، متمثلة بعادات مشاهدة طلبة الإعلام للقنوات الفضائية المتخصصة وصولاً إلى معرفة اتجاهات طلبة الإعلام نحو الفضائيات المتخصصة ودورها في إشباع رغباتهم وتنمية قدراتهم المعرفية حسب فئات النوع الاجتماعي والمراحل الدراسية.

وقد أراد الباحث الإجابة عن الإشكالية التالية: ما هي اتجاهات طلبة الإعلام في كوردستان- العراق نحو القنوات الفضائية المتخصصة؟ وقد قسم هذا التساؤل الرئيسي إلى عدة أسئلة فرعية منها:

- ما مستوى اهتمامات طلبة الإعلام بالمجالات المتخصصة؟
 - ما المجال الأكثر مشاهدة لدى طلبة الإعلام؟
 - ما اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة؟
 - هل للقنوات الفضائية المتخصصة دور في عملية تنمية القدرات المعرفية لدى طلبة الإعلام؟
- هذا وتمت محاورة الإجابة المؤقتة على هذه التساؤلات بمجموعة من الفرضيات الآتية:
- مستوى اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودوره في تنمية القدرات المعرفية، مستوى عالي وذات دلالة إحصائية.
 - لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم حسب النوع الاجتماعي.
 - لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم حسب المرحلة الدراسية.

وقد استخدم الباحث لتفسير هذه الظاهرة خلفية نظرية تمثلت في نظرية الإشباعات والإستخدامات لعينة حجمها 451 مفردة من جامعة السليمانية وجامعة صلاح الدين من كلا الجنسين بطريقة العينة الطبقية المقصودة، باتباع منهج المسح الوصفي وامتدت الدراسة الميدانية بين مدة 2014/04/15 إلى 2015/05/30 في اقليم كوردستان العراق للعام الدراسي 2013-2014، واتخذ من أداة الإستبيان وسيلة لجمع بيانات البحث على العينة محل الدراسة مقسما إلى قسمين، القسم الأول: خاص بالبيانات الديموغرافية للعينة والثاني اعتمد فيه مقياس ليكارت likert لتصميمه بوضع مقياس خماسي متدرج أمام كل فقرة (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق غير موافق بشدة).

وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- ظهر أن توزيع طلبة الإعلام حسب النوع الإجتماعي إلى 61% ذكور و 39% إناث وكان أكثر المبحوثين من المستوى الأول جامعي يليه الرابع ثم الثالث ثم المستوى الثاني في آخر ترتيب النسب، ووصلت نسبة مشاهدة القنوات الإخبارية المتخصصة 22.12%، نسبة الذكور 61.34% أما الإناث بنسبة 38.6% تليها قنوات الموسيقى والغناء بنسبة 12.64% ثم قنوات الدراما والمسلسلات بنسبة 12.45% ثم القنوات الرياضية بنسبة 10.97% وبعدها القنوات التي جاءت في الترتيبات الموالية.
- ودلت نتائج الدراسة أن نسبة المشاهدة تتراوح من ساعة إلى ثلاث ساعات، ويعود ذلك إلى أعمال أخرى يقوم بها الطلبة، وتختلف نسبة أوقات المشاهدة بين الإناث والذكور تبعا لإختلاف طبيعة الإهتمامات وكانت نسبة المشاهدة مع العائلة هي الأكبر بنسبة 46.5% مما زاد من دائرة الحوار والنقاش وتنمية القدرات المعرفية.
- توجد فروق دالة إحصائية لمستوى اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية ويرجع ذلك لأهمية القنوات الإخبارية من حيث الكم المعرفي الإخباري الآني والجواري المحلي الذي يؤدي إلى رفع مستوى المعرفة وإشباع رغباتهم المعرفية، فتأكدت بذلك فرضية البحث.
- لا توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية حسب النوع الإجتماعي وحسب مستوى المرحلة الدراسية.
- ظهر من خلال نتائج البحث أن مجال التخصص الإخباري المتخصص ودوره في تنمية القدرات المعرفية مستوى عالي وذات دلالة إحصائية.
- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم حسب النوع الإجتماعي.

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم حسب المرحلة الدراسية.¹

تقييم الدراسة: استنادا إلى ما سبق حاول الباحث في هذه الدراسة التعرف على اتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تكوين القدرات المعرفية، من خلال هذا يتوضح ان الباحث حصر الطلبة في فئة صغيرة ومتخصصة في الإعلام وهذا ما يخدم الأداة ومردودية عملها من حيث نوعية الإجابات الواضحة والدقيقة، إلا أن متابعة القنوات وبرامجها موجهة إلى فئات عمرية مختلفة وليس إلى تخصصات، فكان من الأجدر تعميم العينة على كافة الطلبة لتكون النتائج قابلة للتعميم، لأن التخصص لن يكون حائلا في فهم الرسالة الإعلامية وتقبلها عكس متغير السن أو الجنس، كما ان منهج الدراسة كان وصفي وهذا المنهج هو الأصح في توظيفه لدراسات الرأي العام واتجاهاته، وفق الباحث جدا في إختيار الأداة كونها الأداة الملائمة لدراسة مجتمع غير معروف على النحو الخاص وفي إطار علمي ممنهج.

وتلنقي هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من المتغيرات في تخصص القناة بالرغم أن الباحث جمع كل القنوات المتخصصة في أنواع المعلومة عكس هذا البحث الذي خص بدراسة القنوات الإخبارية فقط، فكانت هذه الدراسة الإنطلاقة من أجل التخصص والحصر للتدقيق في مدى تأثير هذا النوع من القنوات الفضائية المتخصصة على مستويات عدة معرفية ووجدانية وكذا سلوكية، بالرغم من أن دراسة الباحث سلام نصر الدين إقتصرت على المستوى المعرفي للطلاب فقط، وعموما كانت الدراسة كإنطلاقة علمية وإلهام بحثي وجهنا إلى تقديم البحث الموسوم ب القنوات الإخبارية وتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية الراهنة.

الدراسات الأجنبية:

الدراسة السادسة: عنونت هذه الدراسة الأصلية بـ:

Safety valve releasing public anger :The effects of critical television news on public opinion in china.

صمام الأمان يطلق الغضب العام: تأثير الأخبار التلفزيونية النقدية على الرأي العام في الصين.

قام الباحث دان شان **dan chen** أستاذ في قسم العلوم السياسية والدراسات الآسيوية بالصين، بدراسة الآثار الناجمة عن تتبع الأخبار السلبية الناقدة للحزب المسيطر والنظام، من خلال البحث في دور وسائل الإعلام الإخبارية في التأثير على الرأي العام في فترة حكم الحزب الشيوعي على عملية إنتاج الأخبار، وقد أوضح الباحث انه عند قيامه بالدراسة لم تكن لديه إي أدلة تجريبية مسبقة حول ما إذا كانت الأخبار السلبية الناقدة تؤثر في الرأي العام حول القضايا السياسية والاجتماعية.

¹- سلام نصر الدين محمد، إتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم دراسة وصفية مسحية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد27، جامعة بغداد، العراق، 2015، ص146.

بناء على هذا قام الباحث في التفكير لدراسة التساؤل التالي: كيف تؤثر الأخبار السلبية الناقدة على الرأي العام في الصين؟.

من أجل الإجابة على هذا التساؤل الرئيسي، استخدم الباحث المنهج التجريبي من خلال تطبيق تجربة كأداة لجمع المعلومات على عينة عشوائية في ثلاث حدائق من مقاطعة يانغتشو yangzhou من 18 إلى 25 يوليو 2013، وقدر عدد مفردات العينة ب 132 مفردة (مواطن عادي) منهم 120 وافقوا على التجربة من الساعة 7 مساءً إلى 9 مساءً لمشاهدة التقرير الإخباري عن قضية الهدم وإعادة التوطين للمزارعين التي كبدتهم خسائر مادية كبيرة، تم تعيين 60 مشاركاً بشكل عشوائي لمجموعة العلاج، والباقي في المجموعة الثانية التي سماها مجموعة التحكم، وطلب منه مشاهدة التقرير في على جهازه iPhone ثم الإجابة على الأسئلة المعدة من طرف الباحث حول رأيهم نحو القضية المتبناة في الدراسة باستخدام مقياس ليكارت likert الخماسي لقياس الاتجاه.

- أرحح الباحث أسباب إختيار الوسيلة الإعلامية التلفزيونية كونه الوسيلة الأكثر متابعة من الجماهير الصينية وهو المنفذ الإعلامي الأكثر جدارة بالثقة في الصين وهذا ما يفسر تأثره الواسع في آراء الصينيين. استخدم الباحث التصميمات التجريبية البسيطة مع كلتا المجموعتين وتم قياس المتغيرات التابعة مرة واحدة دون قياسات مسبقة ومقارنتها بنتائج التأثيرات التجريبية من خلال الاختلافات المحتملة في المتغيرات التابعة، علماً أن كلاهما تناولا الأخبار النقدية السلبية حول القضية بتصميمين مختلفين للتقرير الإخباري.

نتائج الدراسة:

- 50% من مجموعة العلاج رأوا أن القضية مهمة، و 30% من المجموعة التحكم كانت لهم نفس الإجابة بحيث 83.3% كان إيجابهم من مهم إلى مهم جداً. وكذا 78.3% من مجموعة التحكم، وهذا يدل على أن مشاهدة الأخبار النقدية السلبية على التلفزيون لها تأثيرات على جدول أولويات الجمهور فقد جعلهم يهتمون بالقضية.

- عرض التقرير الجديد الذي يحمل صيغة أخرى أصاب المشاركين في نفس الاتجاه من خلال التأكيد على الجوانب السلبية في تعامل الحكومة مع القضية محل الدراسة، إلا أن ثقتهم بالحكومة والنظام مازال موجوداً وارتكز الباحث على نظريات التأثير: طويل المدى، متوسط المدى، وقصير المدى لتفسير الظاهرة، إضافة إلى نظرية حارس البوابة، الذي يشير إليه في دراسته ب صمام الأمان، بحيث ان نتائج الدراسة تدعم فرضية أن وسائل الإعلام الإخبارية تعتبر صمام أمان أثناء تنفيذ سياسيات الخلاف، فقد يتراكم الإحباط العام والغضب على المستوى الوطني، وتواجه الحكومة تحديات كبرى ليس فقط لكنها غير قادرة على تنفيذ سياستها ولكن أيضاً تهديداً للإستقرار الإجتماعي وهو أولوية قصوى لوسائل الإعلام الإخبارية.

توصل الباحث في الأخير إلى أن الأخبار السلبية الناقدة في القنوات الوطنية يخدم النظام بطريقتين:

1- يظهر الإبلاغ عن النزاعات في القناة الوطنية الإخبارية المعروفة لدى الجماهير بلسان الدولة، هذا يخفف من حدة إحباط المواطن من خلال التعبير عن تعاطف الطرف المتضرر، من وجهة نظر الجمهور إن القيادة المركزية تقف بجانب الشعب وهنا ركز الباحث على كيفية صياغة التقرير الإخباري الذي لا يقف بصفة صريحة ضد النظام لأنه يتعرض لضغوطات عدة كبيرة، وليس له الرغبة في تحدي النظام بدلا من أنه يميل إلى حل المشاكل.

2- ومن جهة آخر التستر على الأصول الحقيقية للنزاع حفاظا على ثقة المواطن بالنظام كما وضح الباحث أن الإنتقادات عادة ما تكون حميدة، أي تعرض المشكلة السطحية دون البحث في السبب الرئيسي لها، فالنقد المصاغ بعناية يخدم غرضا محددًا يسمح بإطلاق غضب الرأي العام مع إبقاء ردود الفعل السلبية تحت مستوى معين، وهذا ما يساعد على إطالة عمر الإستبداد.¹

تقييم الدراسة: تعتبر الدراسة من أندر الدراسات التي استخدمت منهج التحريبي في البحث عن تأثير وسائل الإعلام الإخبارية، وتعتبر نقطة مهمة في مجال الإعلام والإتصال الذي تكون دراساته أغلبها وصفية تحليلية ورغم قصر المدة الزمنية التي تمت فيها التجربة، إلا أن النتائج المتوصل إليها كانت دقيقة وقابلة للتعميم في كثير من الظواهر المشاهدة. لهذا وجب القول أن الباحث في هذه الدراسة تميز عن الكثير من الباحثين في هذا المجال. ورغم تباعد المجتمع الجزائري والصيني إلا أن تأثير التلفزيون و الأخبار لها دور فاعل في تشكيل أو تغيير الرأي العام واتجاهاته وعلى أساس هذا كانت إنطلاقة بحثنا من خلال الإستناد إلى نفس الوسيلة الإعلامية مع التخصص في نوعها، وتقارب القضايا السياسية رغم اختلاف مضامينها السياسية، إذن هذه الدراسة دعمت بحثنا أن وسيلة الإعلام التلفزيونية الإخبارية وسيلة لم تندثر مع كل الصخب التكنولوجي، لأنها تبقة أكثر مصداقية من مواقع التواصل الإجتماعي الحديثة. ودراسته جملة التأثيرات لدى مشاهدة الجمهور القضايا السلبية كما حددها في الدراسة، توضح ضمنا أن الرأي العام يبدأ تأثره على ثلاثة مستويات معرفية ثم وجدانية ثم سلوكية وهذه المستويات ذاتها كانت محل طرح لتدرس في فرضيات دراستنا هذه.

9. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في الطلبة الجامعيين ذكورا وإناثا من كل أقطار الوطن الجزائري من كل المستويات التعليمية ليسانس و ماستر ودكتوراه بتدرجاتهم السنوية، لكلا الجنسين المتبعين لقناة «الشروق نيوز» باعتبار أن فئة الطلبة أغلبهم شباب وتعتبر هذه الفئة من أكثر الفئات اندفاعية وحماسا نحو ما يدور في الوطن من الأحداث السياسية خاصة في الآونة الأخيرة ما يمكنهم التمييز بسهولة بين ما هو سياسي حقيقي وما هو سياسي صوري والقدرة على ربط الأحداث وفقا لمعطيات علمية مكتسبة، وتم اختيار أربع جامعات على مستوى الوطن: طلبة جامعة الجزائر العاصمة شمالا، طلبة جامعة الأغواط جنوبا، طلبة جامعة تلمسان غربا وطلبة جيجل شرقا وتم الاختيار بهذه الطريقة لتكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة تمثيلا حقيقيا.

¹ - Dan Chen, safety valve releasin public anger: the effects of critical television news on public opinion in china, one alpha drive, chend@etown.edu.china, 2013.

أ/ حجم العينة وكيفية اختيارها:

اشتملت عينة الدراسة على الطلبة الذين يشاهدون قناة «الشروق نيوز» باستمرار ولهم اهتمامات ومعرفة سياسية وتمثل العينة في كل الفئات العمرية الشابة، وتكونت العينة من 327 مبحوث، وحدد حجم العينة تطبيقاً للمعادلة الإحصائية التي تشترط إذا زاد مجتمع الدراسة عن عشرة آلاف مفردة، ألا تقل العينة عن 400 مفردة للتعميم بمستوى ثقة (95%) في حدود المجتمع الذي سحبت منه العينة لكن عند توزيعنا للاستمارة تم استرجاع 327 فقط وهي التي تم استرجاعها واعتمادها، كما هو متبع في بحوث الإعلام والرأي العام¹. وقد تم تقسيم العينة على أربع جامعات من الجزائر كالتالي: 85 مفردة من جامعة إبراهيم شيبوط الجزائر (03) بالعاصمة بالوسط، و 87 مفردة من جامعة الأغواط عمار ثليجي بالأغواط بالجنوب الجزائري، 78 مفردة من جامعة محمد الصديق بن يحي ولاية جيجل في الشرق الجزائري، 77 مفردة أخرى من جامعة أبوبكر بلقايد ولاية تلمسان بالغرب الجزائري، تم اختيارهم لعدة أغراض ومقاصد تتعلق وتتصل بمتغيرات الدراسة بحيث تمت التحقيقات الميدانية عن طريق تعبئة الاستمارة بتوزيعها على العينة المختارة، والتي تتميز بخصائص ومميزات تتمثل في أنها عينة من كل الفئات النوعية (ذكور، إناث) من الطلبة الجامعيين في كل المستويات والتدرجات السنوية، وعمدنا إلى هذا الاختيار للاعتبارات التالية:

- التركيز على الطلبة الذين لديهم معارف وميولات سياسية، بمعنى آخر اخترنا الطلبة المهتمين بالمجال السياسي والأحداث الوطنية قلباً وقالبا لكي لا يكون التحليل سطحي وبعيدا عن مقاصد البحث ربما لعدم استيعاب بعض الأسئلة أو طريقة طرح الأسئلة حول القناة ودورها في توجيه الرأي السياسي الطلابي.
- الاقتصار على فئة الطلاب المشاهدين لقناة «الشروق نيوز» خاصة خلال الفترة الممتدة بين 2018-2019.

الجدول رقم: (01) يوضح عدد أفراد العينة المختارة وتوزيعهم على المؤسسات الجامعية

عدد أفراد العينة	المؤسسة الجامعية
85	جامعة إبراهيم شيبوط الجزائر (03)
78	جامعة محمد الصديق بن يحي ولاية جيجل
77	جامعة أبوبكر بلقايد ولاية تلمسان
87	جامعة عمار ثليجي ولاية الأغواط
327	المجموع

¹ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام (دراسات في مناهج البحث العلمي)، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، 1995، ص178.

ب/ نوع العينة:

وفقا لطبيعة الدراسة وتماشيا مع الإمكانيات المادية والزمنية، تم استخدام طريقة العينة بدلا من طريقة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة ككل. أي استخدام طريقة تعميم الجزء على الكل، كما وقع الاختيار على العينة القصدية بدافع أنها ملائمة، ومن أجل تضمين الموضوع المدروس، واختيار مفردات العينة بالصورة التي تحقق الهدف من المعاينة والبحث والمفردات التي بإمكانها توفير المعلومات المناسبة والمفيدة لنا، كما تضمن الظهور بشكل غير معروف لأنها تعتمد على مبدأ "تكافؤ الفرص" متساوي في العينة، فاحتمالات ظهور مفردات المجتمع في العينة غير معروفة و متساوية فيما يخدم بحثنا العلمي¹.

ومن أهم مبررات اختيار عينة قصدية لإجراء هذه الدراسة عليها، تكمن في أن موضوع الدراسة مرتبط بالتجاهات وهي مواضيع تتطلب السرعة في دراستها فهي قابلة للتغير لأي سبب أو حدث كان، كذلك وأن موضوع الدراسة يتضمن متغير القنوات الإخبارية وبرامجها الإخبارية التي تتسم بعرض أخبارها بطريقة متوالية وسريعة وكذا تسارع الأحداث والأوضاع السياسية في الوطن ألزمتنا سرعة إجراء الدراسة الميدانية لضبط اتجاهات الطلبة نحو هذه المواضيع السياسية، كما أنه الأساس العلمي لاختيار هذا النوع من العينة يخدم بحثنا في التفاصيل البحثية العلمية من خلال مساءلة العينة فيما إذا كانوا يتابعون قناة الشروق نيوز، ولديهم اهتمامات سياسية، حتى يسهل فهم فقرات الاستبيان و ضمان الإجابة الدقيقة للأسئلة.

ج/ أداة جمع بيانات الدراسة " تصميمها واختبارها ":

أدوات البحث كثيرة، وتحدد حسب طبيعة البحث وما يتطلب لإنتاج المعرفة وفهم الواقع فهما علميا دقيقا، وليس فهم حدسي تخميني، لذلك على الباحث أن يولي لهذه الأدوات البحثية عناية وتدقيقا وجدية في اختيارها واستعمالها حتى تكون ذات فعالية في تحقيق أهداف الدراسة، فهنا بعض الأدوات تتكامل فيما بينها وتخدم بعضها البعض، فالأدوات والتقنيات المستخدمة في الدراسة هي كما يلي:

أداة الاستبيان أو الاستقصاء: QUESTIONNAIRE

بما أن الدراسة متعلقة ببحوث الرأي العام في إطار منهج المسح، فقد استخدمنا أداة الاستقصاء لجمع البيانات من عينة الدراسة للتعرف على اتجاهات الطلبة المبحوثين حول اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية الجزائرية الراهنة المطروحة في قناة «الشروق نيوز»، فقد اعتمدنا على أداة الاستمارة المتكونة من مجموعة من الأسئلة الموجهة المغلقة والمفتوحة وشبه المفتوحة وتطبيقها على العينة النمطية التي خدمت موضوع البحث هذا وحرصنا على أن تكون صحيفة الاستقصاء مناسبة لجميع مفردات البحث والبحث نفسه من خلال إمكانية توحيد

¹ - موريس أنجس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، صص 302-309-310، بتصرف.

توقيت تطبيقها بالنسبة للجميع، وتوفير عنصر السرعة والاقتصاد في التكلفة والحصول على معلومات متنوعة وكثيرة وسهولة تصنيف المعلومات وتحليلها ومعالجتها إحصائياً.¹

يعتبر الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً في منهج المسح لإمكانية جمع المعلومات (من خلاله) عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير المجتمعين في مكان واحد. لذلك فهو يمثل في هذه الدراسة خطوة علمية لا بد منها، يستهدف أساساً تحقيق الهدف السابق ذكره، كما من شأنه أن يختبر صحة الفروض المتعلقة بتساؤلات الجانب الميداني والمحددة مسبقاً في الإطار النظري. تعتمد الدراسة على هذه الأداة في جمع البيانات للأسباب الآتية:

✓ ضخامة وتشتت الجمهور المستهدف، وإمكانية تغطية الاستبيان لأكثر قدر ممكن من الجمهور الموزع في أماكن جغرافية متباعدة (جامعة الجزائر العاصمة شمالاً، جامعة الأغواط جنوباً، جامعة جيجل شرقاً جامعة تمسان غرباً).

✓ دراسة اتجاه الطلبة الجامعيين الجزائريين نحو القضايا السياسية الجزائرية الراهنة، ووصف هذا الاتجاه عن طريق توظيف مقاييس الاتجاه الذي لا يتم إلا في الاستبيان لتقدير موقف الفرد حيال الموضوعات أو الأشخاص وهو هدف الدراسة العام.²

د/مراحل إعداد الاستمارة:

مرت صحيفة الاستقصاء هذه بعدة مراحل ليتم صياغتها بشكلها النهائي قبل توزيعها على عينة البحث، بعد أن قمنا بتحديد هذه البيانات من خلال تحديد الهدف الرئيسي من البحث، وفروض الدراسة ومن خلال هذا تم التعرف على أهم ملامح الإطار العام للبيانات التي ترغب صحيفة الاستقصاء في التعرف عليها وجمعها من العينة، فهناك بيانات تهدف إلى التعرف على:

✓ عناصر الجاذبية في قناة «الشروق نيوز» التي من شأنها جعل المبحوثين مهتمين ببرامجها ومحتواها ومتابعتها باستمرار

✓ التعرف على اتجاهات الطلبة عينة الدراسة حول القضايا السياسية التي تعرضها البرامج الإخبارية في القناة.

✓ علاقة المشاهدة بتكوين اتجاهات الشباب الجامعي حول القضايا السياسية التي تعرضها قناة «الشروق نيوز».

المرحلة الأولى: تم تحديد محاور الاستمارة من خلال فروض الدراسة.

المرحلة الثانية:

صياغة أسئلة كل محور من خلال تفكيك المتغيرات إلى مؤشرات من أجل ضبط الأسئلة وتوجيهها للهدف المنشود من الدراسة، بحيث احتوت الاستمارة الأولية (المسودة) 65 سؤالاً. وقلصت الأسئلة بعد تعديلها ودمج الأخرى التي تؤدي إلى نفس النتائج بعد استشارة الأساتذة والمتخصصين، كما أُلغيت بعض الأسئلة بعد

¹ - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام دراسات في مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 132.

² - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 26.

التحكيم لعدم أهميتها في التحصيل النهائي لنتائج الدراسة، إلى أننا تحصلنا على 24 سؤالاً بعد التحكيم من طرف أساتذة مؤهلين. واعتمدنا في بناء أسئلة الصحيفة أسلوب الأسئلة المغلقة بنسبة أكبر كما لم تُحمل الأسئلة المفتوحة ليستطيع المبحوث التعبير عن رأيه وخياراته بكل حرية، ثم حاولنا ترتيب الأسئلة وفق سياق عام يحتوي على تتابع منطقي لطرح الأسئلة على المبحوث.

مراجعة الصحيفة علمياً ومنهجياً: في هذه النقطة كان لزاماً علينا الإشارة إلى أن الموضوع تغير في آخر لحظات إتمام الاستمارة مما كان أحد العقبات التي أخرجت بحثنا ليومنا هذا وذلك لعدة أسباب منها:

○ اختيار الموضوع الأول والذي كان متعلق بالانتخابات التشريعية 2017 والتي مر عليها سنوات عديدة منعت من مسايرة الموضوع ودراسته في أوانه ما صعب على المبحوثين الإجابة على أسئلة الاستمارة والتي يعد موضوعها قد مات، وتحول الموضوع إلى دور القنوات الإخبارية الجزائرية في تشكيل الرأي العام الطلابي حول القضايا السياسية الوطنية الراهنة، مما كلفنا جهداً فكرياً وتأخيراً في إتمام المذكر، كذلك كان لزاماً علينا دراسة ما هو شائع ومثير للاهتمام وموضوع الساعة خاصة في الآونة الأخيرة التي تشهد تغيراً في الملامح السياسية الوطنية، ما أدى بنا إلى تغيير أسئلة الاستمارة، وقد أسفر التحكيم العلمي والمنهجي من طرف أساتذة وخبراء في مجال الإعلام وحتى علم الاجتماع الاتصال*¹ عن:

○ تعديل صياغة سؤال من الأسئلة التي تضمنها المحور الثالث.

○ دمج سؤالين حسب الأهمية في المحور الثاني والثالث. وأصبح عدد الأسئلة في الأخير 25 سؤالاً.

الاختبار القبلي للاستبيان: Pré-Test:

أجرينا اختباراً قبلياً على عينة من الطلبة (قصدياً) قوامها 40 مبحوثاً من الطلبة الجامعيين على مستوى الجامعات المختارة من كل الجهات الجغرافية للوطن: شرقاً جامعة جيجل وغرباً جامعة تلمسان وشمالاً جامعة الجزائر العاصمة وجنوباً جامعة الأغواط، بتقسيم عدد الاستمارة تقسيماً متساوياً عشر 10 استمارات لكل جامعة مختارة في 10 ديسمبر 2019، بهدف اختبار مدى سهولة وفهم الأسئلة المتضمنة بصحيفة الاستقصاء لدى عينة من المبحوثين ممثلة للمجتمع الذي ستطبق عليه صحيفة الاستقصاء، وظهرت بعض العيوب الطفيفة فيما يخص توضيح طريقة الإجابة وتحديداتها جيداً، وكذلك نوضح أنه علينا ترك مدة لا بأس بها ليستطيع المبحوث ملء الاستمارة بعناية في مدة لا تقل عن نصف ساعة، كما تأكد لنا أنه يجب السفر شخصياً إلى هذه الجامعات لتوزيع الاستمارة والوقوف على السير الحسن للعمل الميداني الخاص بدراستنا وكذلك حتى نكون على إطلاع تام

*1- صلاح فلاق شيرة، دكتوراه إعلام واتصال وأستاذ بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغافم.

- فاطمة بن دنية، دكتوراه إعلام واتصال وأستاذ بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغافم.

- حسين بن سليم، دكتوراه علم اجتماع اتصال وأستاذ بجامعة عمار ثليجي الأغواط.

- عبد القادر قدوري، دكتوراه علم اجتماع اتصال وأستاذ بجامعة أبو بكر بلقايد تلمسان.

- عبد القادر علال، دكتوراه إعلام واتصال وأستاذ بجامعة عمار ثليجي الأغواط.

بالمجريات الجادة لبحثنا، ولا ننكر استعانتنا ببعض الأساتذة في توزيع الاستمارة في نفس الوقت والمكان المتواجدين فيه لتسهيل وتسريع عملية جمع الاستمارة كوننا لسنا على دراية تامة بالحيز الجغرافي للجامعات كلها ولربح الوقت وسرعة الانجاز. وعليه أصبحت صحيفة الاستقصاء في صورتها النهائية قابلة للتطبيق على عينة مجتمع الدراسة الميدانية نهاية سنة 2019.

إختباري الصدق والثبات: تم قياس الصدق والثبات للإستبيان والعينة كالاتي:

أ- اختبار الصدق: وقد تم اعتماد الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة الإستبيان وما إذا كانت الأداة تقيس الهدف المراد الوصول إليه، وتم ذلك من خلال عرض الصحيفة على محكمين ومجموعة من الخبراء العلميين والأكاديميين للتحقق من مدى صلاحية أداة الإستبيان وبناء على رأيهم تم تعديل المطلوب من إعادة صياغة لبعض الأسئلة والإستغناء عن بعضها الآخر، بما يتماشى مع أهداف الدراسة.

ب- اختبار الثبات: لقد تم إعادة اختبار الإستمارة اختبارا بعديا **Re-Test** ، فقد تم توزيع أداة الإستبيان على مجموعة من مفردات العينة بنسبة 10%، بعد مدة زمنية متباعدة عن الأولى، وتم إضافة سؤال في آخر الإستبيان كالاتي: مارأيك في الإستمارة؟ كسؤال مفتوح لجمع بعض الهفوات أو الأخطاء ورصد مدى وضوح الإستمارة لعينة الدراسة وقد كان التوزيع متساو على الجامعات الأربع المذكورة في عينة البحث جامعة الأغواط، جامعة الجزائر العاصمة، جامع جيجل وجامعة تلمسان. ومن ثم تم حساب الثبات الكلي باستعمال مقياس ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة ونجاعتها العلمية، لنجد ان الثبات العام للإستمارة على بنسبة 86% وهي نسبة عالية وبالتالي مناسبة لما هو متعارف عليه في هذا المجال .

- قياس الإتساق الداخلي: ويعتبر هذا القياس صدقا للثبات، وتم قياس الإتساق بين الفقرات الداخلية والمجاور الخاصة بالإستمارة وكذا الإتساق بين إجابات المبحوثين باستخدام معامل بيرسون لقياس الارتباط واسفرت النتائج عن وجود ارتباط قوي إلى حد ما بين الفقرات أي الأسئلة والمجاور الخاصة بالإستبيان.

الأساليب والمعاملات الإحصائية المستخدمة لمعالجة بيانات الدراسة الميدانية:

بعد توزيع الاستمارة على عينة الدراسة المنوطة بالبحث والتوصيف، عرضنا النتائج على الخبير الإحصائي¹ الذي استعنا به للمعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة الميدانية للحصول على بيانات قابلة للقياس الكمي وتحليلها لتفسير دلالاتها، بعد تزويد الخبير الإحصائي بمجموعة المتغيرات التي تناولتها الدراسة وفروضها وكذا الأهداف التي نريد التوصل إليها وتحقيقها من خلال هذه الدراسة.

قام الخبير الإحصائي بإدخال البيانات الازمة الموجودة في الإستمارة و ثم عملية التفرغ الرقمي، بعد ترميز كافة الأسئلة وبدائل الأجوبة.

¹ - هاشمي حنة، أستاذ الإحصاء، قسم علم النفس، جامعة الأغواط.

- محمد بوضيفة، أستاذ في العلوم الإدارية، خبير إحصائي، جامعة بلعباس.

ثم تمت معالجة البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية وتحديد الأساليب والمعاملات الإحصائية التي سيتم استخدامها لمعالجة بيانات الدراسة التي تمت باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية المعروف بإسم **Spss**

إختصار ل: **Statistical Package For The Social Siences**

وقد تم الإعتماد على الأساليب والإختبارات والمعاملات الإحصائية التالية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية

2- إختبار χ^2 لجدول التوافق: **Test Contingency Tables Chi Square**: نقوم بهذا

الإختبار لدراسة الدلالة الإحصائية بين متغيرين إسميين أي من المستوى الإسمي. ويعد أهم أدوات الإحصاء الاستدلالي ويقرأ إختبار كاي تربيع وهو احد المقاييس اللابارومترية والذي لا يعتمد على توزيع تكراري معين حيث يستخدم هذا الإختبار لقياس دلالة فروق التكرارات وما مدى توافق بين التكرار الملاحظ والتكرار النظري (المتوقع) وهو الذي يحسب عن طريق معادلة رياضية الآتية:

$$k^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

حيث أن k^2 : هي كاي تربيع

O: هو التكرار الملاحظ أو الأصلي أي القيم المشاهدة.

E: التكرار المتوقع حدوثه.

3- إختبار **Phi**: وهو أحد الإختبارات التي تقيس العلاقة بين متغيرين إسميين. أي ارتباط المتغيرات الثنائية هو

كذلك من اختراع بيرسون كارل. ويحسب معامل فاي وفق القانون التالي:

$$r\phi = \frac{ad-bc}{\sqrt{(a+b)(a+c)(c+d)(b+d)}}$$

بحيث: ϕ رمز المتغيرين الكيفيين ثنائيا الإنقسام.

A وتمثل الحروف a, b, c, d: هي التكرارات الموجودة في الخلايا للصفوف و الأعمدة.

4- إختبار بيرسون: **Pearson Correlation Coefficient**: وإختبار يدرس شدة واتجاه العلاقة

الإرتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.20، ومتوسطة ما بين 0.20 - 0.40، وقوية إذا زادت عن 0.50 وتكون العلاقة موجودة إذا ما كانت القيمة المعنوية للاختبار أصغر من مستوى الدلالة 5% فعندما يكون حجم العينة كبيرا يتجاوز حجمها 200 تعتبر قيمة الإختبار 0.20 تعتبر علاقة قوية نوعا ما¹. ورغم أن الطريقة الإحصائية للمعاملات كانت بشكل آلي إلا أنه وجب عرض المعادلة والصيغة الفعلية للمعامل بواسطة المادة التالية:

1- بوموس فوزية، محاضرات في مقياس الإحصاء الوصفي والإستدلالي، المركز الجامعي نور البشير، البيض، 2018، ص ص 55-57.

$$R = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}$$

بحيث : X هي درجة المتغير المستقل

Y هي درجة المتغير التابع

\bar{X} هي المتوسط الحسابي لقيم X

\bar{Y} هي المتوسط الحسابي لقيم Y

5- إختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبيان: Reliability analysis cronbach's

alpha: هو معامل ثبات الأداة الإستقصائية الموظفة في البحث لجمع المعلومات من العينة المبحوثة. وتمثل

المعادلة الرياضية له في:

$$A = \frac{n \cdot \bar{c}}{\bar{v} + (n-1) \cdot \bar{c}}$$

بحيث n هي عدد العناصر.

\bar{c} هي متوسط التباين الداخلي بين العناصر.

\bar{v} هي متوسط التباين الكلي للعناصر.

6- أسلوب التحليل الكيفي: حاولنا من خلال هذه النقطة الربط بين نقاط التقاء الدراسات السابقة مع نتائج

الدراسة المتوصل إليها لدعمها أو تنفيذها وإضافتها كنتائج جديدة لهذا النوع من الدراسات، كما حاولنا إخراج

الإطار النظري عن وضعه التجريدي للقيام بتوظيفه في التحليل للنتائج المنضمة في كل جدول من أجل تفسيرها

من أجل تكامل وتناسق الدراسة .

10. النظريات المفسرة للدراسة:

1- نظرية الأجندة:

يرجع الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة " ترتيب

الأولويات " ظهرت عام 1958م، في مقال لنورتون لونج Norton Long، إلا أن أفضل تصريح حول هذه

الوظيفة ظهر لدى برنارد كوهين Bernard Cohen في كتابه " الصحافة والسياسة الخارجية " عام 1963

الذي قال أن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيرا في أن تقول للناس بماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير

في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها.

وهناك نص مباشر لم يلتفت إليه الباحثون من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر برنارد بيرلسون

Bernard Berelson سنة 1948 في مقاله المعنونة بـ " الإتصالات والرأي العام " أن وسائل الإعلام

والإتصال لم تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول

المسائل السياسية تأخذ مؤشراتنا من عرض وسائل الإعلام والاتصال لهذه المسائل إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام والاتصال¹. وتأخذ نظرية الأجندة العوامل الوسيطة في الحسبان، مما جعلها تركز وتقدم نظره شاملة حول عملية التأثير لوسائل الإعلام²

يرى ليبمان (Lippman) صاحب نظرية ترتيب الأولويات، أن وسائل الإعلام تعمل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع، وتفيد النظرية بوجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور مهما، أي أن دور وسائل الإعلام يساهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور وأن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في الجمهور من خلال تركيزها على قضايا معينة تطرحها على المتلقين لوسائل الإعلام، ليتخذوا منها مواقف تتأثر بحسب طرح الإعلام نفسه³. وفي هذا السياق ترى منال كبور أن الوسيلة كمفهوم يشمل مختلف الأجهزة، الأدوات، الآلات، والمخترعات الناتجة عن التطبيق العملي للمعرفة العلمية، أي كل أنواع الوسائل التي تستخدم لإنتاج المستلزمات الضرورية لراحة الإنسان، واستمرارية وجوده⁴.

ويرتكز مفهوم النظرية على افتراض مفاده أن السياسيين يطورون أجندة خاصة بهم تضم أهم القضايا ذات الأولوية من وجهة نظرهم، وهي بالتالي تؤثر على الأجندة الإعلامية⁵، ومن ثم تقدم وسائل الإعلام بدورها أجندتها الإعلامية إلى أفراد الجمهور الذين لا يكون لهم الإمكانية للاتصال المباشر مع البيئة المحيطة ولهذا يلجؤون إلى وسائل الإعلام لتعريفهم بالقضايا المختلفة، وأثناء ذلك ترتب لهم الوسيلة أولوياتهم من القضايا المهمة فالأقل أهمية⁶.

وبذلك تؤكد النظرية على وجود علاقة ارتباط إيجابي بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام وبروزها في عقول الجمهور، من خلال تركيز وسائل الإعلام على موضوعات بعينها وإهمال موضوعات أخرى مما يؤثر على الرأي العام بالتركيز على الموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام، وبذلك لم تعد وسائل الإعلام أداة لنقل المعلومات فقط بل أصبحت إحدى العوامل الرئيسية التي تؤثر في أفكار واتجاهات وسلوك الجمهور من خلال

¹ - مي العبدالله، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2006، ص274.

² - عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2011، ص320.

³ - عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع، أربد، الأردن، ط4، ص203.

⁴ - العربي بوعمامة، الانساق الافتراضية الجديدة مدخل سوسولوجي، الفا للوثائق، ط1، مستغام، 2019، ص94.

⁵ - عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، المرجع نفسه، ص320.

⁶ - kensichi Linda jean, the modern environment movement, public opinion, media coverage and the importance of visual information, In Egyptian journal of public opinion research, vol 1, no 40, Dec 2000, p 03.

طرحها لقائمة من القضايا التي ترتبها طبقاً لأهميتها عن طريق انتقاء قصص إخبارية معينة وإهمالها قصصاً أخرى وبذلك يعتقد الجمهور أن قضية ما قضية مهمة لأن وسائل الإعلام تناوّلها باستمرار.

وبذلك تؤثر أجندة الوسائل على أجندة الجمهور ليس فقط من خلال تعريف الجمهور بالقضية باعتبارها "قضية هامة"، ولكن بإعطاء القضية مساحة تغطية ووقت أكبر وعرض تفاصيل أكثر حولها¹.

وتشير النظرية كذلك أنه كلما ركزت الوسائل الإعلامية على قضية معينة بإعطائها مساحة تغطية أكبر فإن الشعور بأهميتها النسبية ينتقل إلى الجمهور بشكل أدنى، وأن الجمهور يعرف الأهمية النسبية لبعض القضايا ويضعها في مقدمة أولوياته من خلال تكرار وتركيز وسائل الإعلام عليها بشكل مكثف.

واستخدم مصطلح رسم الاهتمام أو توجيه الاهتمام Priming إشارة إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام من خلال وضع الأجندة بالنسبة لجمهور المتلقين، فهو رسم الاهتمام ببعض معالم الحياة السياسية كما يراها الآخرون، وتضع أخبار التلفزيون هذا المصطلح بما يشير إلى التعرف على الأحكام السياسية وبدائل الخيارات. ومن هنا فإن قوة الأخبار التلفزيونية ووسائل الإعلام بصفة عامة لا تظهر فقط في الإقناع، ولكن في توجيه اهتمام الجماهير، والتعريف بالمعايير الكامنة لاتخاذ أحكامه.

وبالتالي تظهر التأثيرات المعرفية على المتلقي من جانب، وعلى المجتمع من جانب آخر، حيث يمكن لوسائل الإعلام أن تجعله يحدد الشؤون الهامة التي تستلزم تعبئة مختلف مؤسساته لمواجهتها. بل إن من هؤلاء من يرى أنها عملية كلية تعكس التأثير المتبادل بين كل من الحكومات ووسائل الإعلام ثم المواطنين على بعضهم البعض. وتبعاً لهذه النظرية فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام والاتصال فقط حول المسائل العامة والأمر الأخرى، ولكن يتعلم كم تبلغ هذه المسائل من أهمية.

ووفق هذه النظرية يرتب الإعلام أولويات الجمهور من حيث أولويات القضايا (المستوى الأول) ومن حيث وجهة النظر وجزئيات القضايا (المستوى الثاني). وهذه النظرية تدعمها نظريتنا الإبراز والتأطير PrimingFraming، وهي بمجموعها تؤكد بشكل يصعب التشكيك فيه، أن الإعلام يحدد الأولويات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن تتشرب هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسيراً لها في تفكيره وقراراته، ذلك أن مدخل نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting أصبح أحد مناهج دراسة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة.²

فروض نظرية الأجندة: تتمثل فروض نظرية ترتيب الأولويات فيما يلي:

1- توجد علاقة ارتباطية اجابية بين اجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.

¹-Miller Katherine, **Communication theories, perspectives, processes and contexts**, use McGraw hill, 2002, p 259.

²- بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، 1998، ص

2- كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور، ولكن من الجدير بالذكر أن الأجندة الإعلامية لا تتفق بشكل كبير مع مؤثرات العالم الواقعي فيمكن أن يبرزو قضية هامة ويهملون قضية أخرى أقل أهمية¹.

الانتقادات الموجهة للنظرية:

لقد قامت العديد من الدراسات باختبار فرضيات نظرية الأجندة من أجل إثبات صحتها أو تفنيدها، وقد ترتب عن ذلك مجموعة من الانتقادات التالية:

- إن وظيفة الأجندة وترتيب أولويات الجمهور وظيفه محتملة وليست حقيقية قائمة مثلا رآها جريفين Griffin 1994.

- أهملت النظرية التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام، وركزت على التأثيرات قصيرة المدى.
- يرى البعض أن العلاقة الارتباطية يكن تكون معكوسة يعني أن التغطية الإخبارية هي التي تعكس اهتمام الجمهور وليست هي التي تبني أجندته، بالإضافة إلى صعوبة تحديد التأثير نظرا لوجود أجندات متعددة ومركبة في المجتمع.
- عدم وجود إثباتات قطعية حول أسبقية إما الأجندة الإعلامية أو أجندة الجمهور.
- أشار وينتر Winter سنة 1981 إلى أن نظرية تحديد الأولويات في حاجة إلى تطوير مجموعة من أكثر دقة من مؤشرات المضمون كي تستخدم في بحوثها وتصل إلى نتائج أكثر موضوعية ودقة.
- تتضمن النظرية العديد من الإبهامات فيما يخص المفاهيم في بحوث الأولويات المبكرة والذي أدى بدوره إلى مشاكل منهجية.
- تهتم النظرية بال محلية لان الطابع الأمريكي يتغلب عليها، لذا تلقت العديد من التحديات حول تطبيقها خارج المجتمع الأمريكي بحيث لا يجد نظام سياسي متطابق مع النظام الأمريكي.
- نظرية الأجندة أقرب بكثير من نظريات الإعلام السياسي وليس الإعلام لإنطلاقها من الحملات الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية.
- أهملت النظرية الإجابة على على العديد من التساؤلات مركزة على الإجابة على السؤال ماذا؟ ومتغاضية عن كيف تعد المضامين الإعلامية؟، أين تحدث؟، ولماذا تعد هذه القضية هامة؟،
- تتلقى النظرية جدلا واسعا حول نوع الجمهور: إما الجمهور الأكثر تأثير أم الجمهور الأكثر تعرضا وهناك من يشير إلى الجمهور الأقل معرفة.
- الشك في صحة طرق قياس أهمية القضية وبرزها في وسائل الإعلام، من خلال الحجم الزمني والمساحة التي تستغلها القضية أم يجب الاعتماد على طرق قياس أخرى أكثر مصداقية ودقة.

1- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 342.

- نظرية الأجندة لا تكفي وحدها في البحوث إنما يجب إسنادها إلى نظريات أخرى ومن الأفضل أن تعمل ضمن نظرية التعلم والتنشئة الاجتماعية¹.

نقاط التقاء فروض النظرية مع الدراسة:

بما أن وسائل الإعلام يصعب عليها عرض جميع القضايا دفعة واحدة، يركز القائمون بالاتصال في هذه الوسائل على الموضوعات التي يختارونها فقط من بين تلك القضايا وإبراز مضامينها، ونتيجة لذلك تصبح تلك الموضوعات ذات أولوية في تفكيرهم بعد إثارتها تدريجياً، من هذا المنطلق، ركزنا في دراستنا على الإعلام التلفزيوني الفضائي وبالأخص القنوات الإخبارية الجزائرية بالتحديد قناة «الشروق نيوز»، والتي تعد من أهم الوسائل الإعلامية المحلية الحديثة التي تطرح القضايا والأزمات السياسية الوطنية الراهنة، ونخص بالذكر سقوط النظام السابق، الحراك الشعبي، خطابات القايد صالح، رفع الرايات بخلاف الراية الوطنية، الانتخابات الرئاسية 2019 قضايا الفساد، محاكمة العصابة... الخ، حيث حظيت هذه القضايا بحيز زمني كبير جدا في القناة «الشروق نيوز» وأولوية عن باقي كل المواضيع الاجتماعية وكذا الاقتصادية رغم تأزم كل القطاعات الحيوية الوطنية.

إذن من خلال دراستنا، نحاول اختبار الفرض المسلم للنظرية Agenda setting حول أن ترتيب وسائل الإعلام للقضايا في المستوى الأول وتكرارها والتركيز عليها إما أن يوجه قرار الجمهور ويغير اتجاهه أو يوجه اهتمامه نحو القضية المطروحة، ووفقا لهذا سنتحقق من أن الجمهور الوفي لقناة «الشروق نيوز» تحدد تأثير القناة عليه إما في توجيه القرار نحو قضية سياسية ما وتغيير الرأي حولها بالسلب أو الإيجاب أو توجيه الاهتمام نحو قضية سياسية ما من قبل العينة المبحوثة. وكذلك يتم في هذه الدراسة معرفة طرق التأثير من خلال إسقاط رؤية الباحثين الأخوين لأنج ولانج حول مراحل وعناصر وضع الأجندة ومدى تأثيرها على العينة المبحوثة وأهمية المتغيرات التي تقوم بدورها في بناء الأجندة مثل الإطار، والرموز المستخدمة واختيار الأشخاص الذين يعلقون على القضية...، وهي تعتبر المتغيرات الوسيطة التي سنبحث فيها. ليس هذا فقط فهناك عناصر خارجة عن الوسيلة الإعلامية تساعد على فهم واضح للقضية، كلها سيتم التطرق إليها في دراسة تطبيقية تحليلية لعينة الطلبة الجامعيين جمهور قناة «الشروق نيوز».

2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يشكل منظور اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الإطار النظري الثاني الموجه للدراسة الراهنة، حيث قامت هذه الدراسة على التراث النظري السابق لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بصفة عامة، وبالأخص على منظورها الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام باعتباره جزءا من هذه النظرية، لذا التزمت الدراسة في إجراءاتها بالإطار النظري الذي اعتمد في بناءه على هذا المنظور وبالتالي تحددت به.

1 - عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص ص 353-354.

كانت البداية الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرابول روكيتش وزملائها عام 1974، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يُستمدُّ من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى. ومن هنا ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين (دي فلور وساندرابول روكيتش) مؤلفا كتاب "نظريات وسائل الإعلام".¹

وترى هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة المهمة في هذه النظرية بأن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى درجة يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم والمعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها.²

ومن هذا تركز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل، الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي.³

ويقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، على دعامتين رئيسيتين قدمهما ميلفين وروكيتش عام 1987:

الدعامة الأولى: إن هناك أهدافا للأفراد ييغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

الدعامة الثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد وتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الأعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى.⁴

وتعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك، وتزيد درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام

¹- M. DeFleur, S.Ball-Rokeach, **Theories of mass communication, 3rd Ed, New York, David McKay Company, Inc. 1975, p 256.**

²- صالح أبو أصيب، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 5، 2006، ص 162.

³- منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1، 2012، ص 210.

⁴- منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 214-215.

وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع أو التغيير الذي يحدث في المجتمع، وفي هذه الحالة فإن القوى التي تعمل لدعم ثبات البناء في المجتمع تعمل مع القوى التي ترغب في التغيير أيضا. حيث يبدأ دعم التوازن بعد أن يحدث التغيير الذي يهدف إلى التحديث والتكيف الاجتماعي مع نتائج التغيير، ومن ثم ينخفض الصراع ويبدأ دعم التوازن البنائي، حيث تسود أهداف التغيير الاجتماعي فإنها عادة ما تشمل تحديات بناء معتقدات أو ممارسات جديدة تؤثر في بناء الترتيب الاجتماعي وفي هذه الحالات بتزايد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا للمعلومات التي تسهل للفرد القيام بعملية بناء هذا الترتيب الاجتماعي. وبالتالي فإنه إذا كانت هناك حاجات وأهداف للفرد يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيقها في ظروف الاستقرار والتوازن، فإن احتمال تزايد اعتماد الفرد وسائل الإعلام يكون كبيرا في ظروف هذا التوازن الذي يحدث نتيجة للصراع أو التغيير.

وتكمن قوة وسائل الإعلام طبقا لنظرية الاعتماد هذه في سيطرة وسائل الإعلام على نظم المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية: المعرفية، الوجدانية والسلوكية. وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتزيد كلما زاد المجتمع تعقيدا، ويزيد معها بالتالي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تصلهم بمصادر المعلومات التي تحقق لهم هذه الأهداف. كما لا ننسى أنه باختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم يختلفون أيضا في درجة الاعتماد على نظم وسائل الإعلام.¹

وقد وصف ميلفين ديفلر في كتابه نظريات وسائل الإعلام أن "هناك طريقة لوصف نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام، وهي القول بأنها نظرية بيئية (في المعنى الأصلي للتعبير): فهي تركز على العلاقات بين النظم الصغرى، المتوسطة والكبيرة ومكوناتها، فالنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، وهي تبحث في كيف أن أجزاء من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات."²

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

إن الاعتماد على وسائل الإعلام يمس مستويات عدة من التأثيرات وذلك ما حدده ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية، الآثار السلوكية.

أولا: الآثار المعرفية:

تمثل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على التالي:

أ- الغموض: وينتج عن نقص المعلومات أو المعلومات بها صراع وتناقض كذلك الإغراق في المعلومة فالغموض يمكن أن يحدث لأن الأفراد قد تنقصهم معلومات عن قضية ما، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسيرات الصحيحة عن سبب حدوثها، أو تلقي كم هائل من المعلومة الذي يغرق الجمهور في البحث عن المعلومة

¹ - حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، القاهرة، مصر، 2007، ص 404.

² - S. Ball-Rokeach, M.Fleur, 1976, op. cit, p261

الصحيحة، وبالتالي يتولد الإحساس بالغموض نتيجة عدم إستطاعتهم فهم وتفسير وتحديد الحدث وآثاره واحتمالاته المستقبلية، وتكون وسائل الإعلام الحل الوحيد - غالباً - من دونها يستغرق الفرد شهوراً في كشف الحقائق وأسباب الغموض¹.

ب- تكوين الإتجاه: وينتج هذا عن تتبع وسائل الإعلام في تشكيل اتجاه أو مجموعة من الإتجاهات نحو قضية ما أو مجموعة من القضايا التي أثارت جدلاً في المجتمع.

ج- ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في ترتيب أولويات الجمهور، حيث يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام في معرفة أبرز القضايا التي تدخل في دائرة اهتماماته، والتي يختارها من بين القضايا الأخرى.

د- اتساع المعتقدات: تساهم وسائل الإعلام في توسيع دائرة المعتقدات التي يدركها الجمهور، فوسائل الإعلام تعلم الجمهور معارف لا يدركها من قبل، وتقدم لهم إضافات معرفية ومعلومات جديدة.

هـ- القيم: وتتمثل في مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد الجماعة ويعملون من أجل الحفاظ عليها فتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم².

ثانياً: الآثار الوجدانية:

لقد وضح كل من ديفلر و روكيتش أن الآثار الوجدانية تتبين فيما يلي: الفتور العاطفي، الخوف والقلق، والدعم المعنوي.

أ- الفتور العاطفي: إن التعرض الدائم لوسائل الإعلام حول قضية ما قد يؤدي إلى فتور عاطفي أي عدم الرغبة والتبذل.

ب- الخوف أو القلق: إن التعرض للمحتويات التي تتضمن العنف والرعب مثل أفلام الرعب ومشاهد الحرب والقتل تؤدي بالمشهد إلى الشعور الدائم بالقلق والخوف والرعب والخوف من الوقوع في هذه الأعمال أو أن يكون ضحية لمثل هذه المشاهد فيصب هذا الشعور في اللاوعي ودون أسباب واقعية .

ت- الدعم المعنوي: بعض المضامين تولد إحساس الوحدة والإندماج فترفع الروح المعنوية لدى الجمهور والعكس يحدث فيما إذا لم تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته وانتمائه فيحس بإحساس الغربة.

ثالثاً: الآثار السلوكية:

وتنحصر آثار التعرض لوسائل الإعلام إلى سلوكين مختلفين:

أ- التنشيط: وهو قيام الفرد بنشاط ما إثر التعرض لمحتوى ما حول قضية ما ويمثل حلقة وصل بين الآثار المعرفية والوجدانية.

ب- الحمول: وهو العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها، مما يسبب الملل³.

1- علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الإعلام، دار البيازوري العلمية، 2016، ط1، ص 144.

2- حسن عماد مكاوي ولبلى حسن السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998، ص ص 325-329.

3- صالح خليل أبو أصعب، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرام للنشر والتوزيع، دمشق، 1995 ص ص 162-163.

فروض نظرية الإعتماد:

هناك مجموعة من الفروض الرئيسية لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام وهي كالآتي:
أ- كلما كانت المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستقاء تلك المعلومات.

ب- تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والوجدانية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية ويزداد التأثير بكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغيير¹.

ت- كلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في مجتمع ما زاد اعتماد أفراد هذا المجتمع على وسائل الإعلام المختلفة².

ث- يقل إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديه مصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية.

ج- يكون الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة إعلامية محددة أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.

ح- يختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة الإعتماد على وسائل الإعلام، فالجمهور من المفترض أن يكون لديه مصادر متعددة للمعلومات تجعلهم يتفاوتون في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام³.

إنتقادات النظرية: يمكن تلخيصها كالآتي:

- يباليغ نموذج الإعتماد في تصير حجم الإعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام واستقلالها من النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

- إنها لا تستخدم لقياس التأثيرات بعيدة المدى ويعتبر أبعاد أو كيفية الإعتماد على وسائل الإعلام غير واضحة كما أنها لا تصلح للتطبيق في الدراسات التجريبية.

- تناست النظرية أن المحيط والأصدقاء والمعارف يؤثرون على إدراك الفرد وسلوكياته وليست فقط نتيجة التتبع والإعتماد الشديد على وسائل الإعلام الجماهيرية.

- تفتقر النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع هذا إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية.

¹ - ميرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 143.

² - Dennis McQueen, Seven Windfall, **Communication Mode: For The Study of communication**, 2nd, New York ;longman, 1995, p111.

³ - حسن عماد مكاوي وويلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 314 - 315.

- إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لم تتعرض لدور قنوات التأثير الشخصي، مثل الإتصال داخل الجماعات أو الإتصال داخل المنظمات على الرغم من أهمية المعلومات التي يستقيها من خلال شبكات الإتصال الشخصي.

- لم توضح النظرية مباشرة السؤال ما إذا كان يوجد مستوى مثالي من الاعتماد على وسائل الإعلام، وهل تزيد وسائل الإعلام الجديدة اعتماد الأفراد أم تجعلهم أكثر استقلالاً؟ وكلها تساؤلات تحتاج الإجابة عنها.

- وعلى الرغم من انتقادات بعض الباحثين إلا ان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد من النظريات التكاملية التي تجمع بين رؤى مستمدة من علم النفس، ورؤى من علم الاجتماع، كما أنها تقدم سياقاً واسعاً وعمماً يوضح ويصف التأثيرات التي تنجم عن الاعتماد على وسائل الإعلام من خلال رؤى تكاملية، ويختلف ذلك إلى حد كبير عن الإهتمام التقليدي الذي يربط بين محتوى وسائل الإعلام وتأثيره على الجمهور¹

نقاط النقاء النظرية مع الدراسة:

من العلاقة التبادلية الثلاثية التي تقوم عليها النظرية (المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور المتلقي) نرى أن حالة التأثير متبادلة بين هذه العناصر الأساسية لوصول الرسالة الإعلامية من خلال القنوات الإخبارية، وفي أطروحتنا هذه سيكون التركيز أكثر على الشائبة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور (دون إهمال الأطراف التبادلية الأخرى) بصفة ميدانية تحليلية لنرى مدى اعتماد الشباب (العينة المختارة) وماهي التأثيرات التي خلفتها جملة الرسائل المنشورة على قناة «الشروق نيوز» الجزائرية وعلى أي مستوى ظهرت هذه التأثيرات وفقاً لتصريحات عينة البحث ووفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إما المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي أحدهم أو كلهم بنفس الدرجة أو بدرجات متفاوتة، وفي هذا اعتمدنا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرية مفسرة ومنظمة لتشكيل أو توجيهه أو حتى تغيير اتجاهات الطلبة عينة الدراسة، وكذا مدى تحقيق أهداف الاعتماد على القناة الإخبارية. بالرغم من قدم هذه النظرية وتطور وسائل الإعلام وكذا التطور الإدراكي للمتلقي لاتزال هذه النظرية مصدر بحث للعديد من الباحثين المعاصرين والبحث في أهم عنصر وهو التأثير التبادلي.

¹ - إحسان رمضان السمرائي، الفضائيات الإخبارية ودورها في توجيه الرأي العام سياسياً، مجلة دراسات في الإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2019، ص126.

الفصل الأول

الرأي العام

تمهيد:

الرأي العام ظاهرة من مظاهر السلوك الجمعي، التي نشأت مع نشوء دول المدن وبدء تكون الحياة السياسية في أبسط صورها بين الحكام والمحكومين، فهي ظاهرة قديمة قدم الحضارة الانسانية وإن عرفت بمفهومها الحديث في القرن الثامن عشر.

ويُعتبر الرأي العام مظهرًا مباشرًا لوجود المجتمع السياسي ويرتبط بالوعي السياسي لدى شعب من الشعوب فينشأ الرأي العام نتيجة لنشأة الوعي السياسي لدى الجماهير ويساعدها الرأي العام في أعمال الفكر إبداء وجهات النظر تجاه ما يثار من جدل ونقاش حول القضايا العامة التي تمس المصالح الجوهرية للشعب وإن تحضه بلد ما تركز على القوة النفسية للشعب، تلك القوة التي تتمثل في شعوره الحقيقي بأنه سيّد وأنه يصنع مستقبله ولا يُفاجأ به وإذا فقد الناس شجاعتهم في إبداء الرأي، فقدوا ما يؤهلهم للاستقامة والتقدم.

من خلال ما سبق وفي هذا الفصل سنذكر أهم ما يتعلق بالرأي العام من ماهية وتقسيمات ثم المقومات الاساسية في تكوين الرأي العام وأخيرًا دراسة الرأي العام من عدة زوايا.

المبحث الأول: ماهية الرأي العام وتقسيماته

بالرغم من أنه لا يوجد تعريف عام متفق عليه للرأي العام فقد تكرر استخدام هذا التعبير خاصة في ظل التغيرات الإقليمية الراهنة المصحوبة بتغيير في الأنظمة الحاكمة والإصلاحات السياسية على مختلف الأصعدة لدرجة أنه يمكن لكل إنسان أن يفهم المقصود به. فحاول تعريف مصطلح الرأي العام لغة ثم اصطلاحاً، ولا يجعلنا ذلك أن نترأخى في معرفة أوجه نظر الفقهاء والباحثين وتعريفهم للرأي العام.

أولاً: مفهوم الرأي العام:

لقد تعددت التعريفات التي حول مفهوم الرأي العام، و رغم ان السياق العام لهذه التعريفات، يبدو وكأنه ينم عن اختلافات معينة بينهما، إلا أنها في حقيقة الأمر تظل متجانسة ومتفقة على قواسم مشتركة تكاد تكون تامة، وما الاختلاف بينهما إلا نتيجة أن بعضهما يحاول أن يقدم تعريفاً شاملاً وجامعاً للمفهوم بينما يكتفي البعض بتقديم العناصر التي تبدو جوهرية فقط، وفي هذا الإطار هناك من يعتبر الرأي العام بأنه تلك الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير انتباههم أو بمصالحهم المشتركة، في حين ينظر إليه البعض باعتباره "الشعور الداخلي أو النزوع من قبل عدد من الناس إزاء قضية عامة" وعرفه "فلويد أولبورت" في مؤلفه "نحو علم للرأي العام science of public opinion towards" بأنه "تعبير حجم كبير من الأفراد عن آراءهم في موقف معين إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم، تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة... حيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين في عدد ودرجة اقتناعهم وثباتهم واستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على (اتخاذ إجراء معين، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة اتجاه الموضوع الذي هم بصددده ونظر إليه سعد عبد الرحمان باعتباره " محصلة للاتجاهات النفسية الاجتماعية ذات الدرجة العالية سالبة كانت أو هو موجبة، لأفراد جماعة منظمة، متميزة التركيب اتجاه مشكلة محددة، تمثل نوعاً من التوتر و عدم الاتزان في المجال النفسي الاجتماعي للجماعة".

1/ التعريف الغربي للرأي العام

يعرف ليونارد دوب الرأي العام على أنه مجموعة المواقف و المشاعر التي يكونها قطاع كبير من الناس في مسألة مهمة، وفي فترة معينة، تحت تأثير الدعاية، ويشير الرأي العام إلى مواقف الناس من قضية معينة، حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في الجماعة الاجتماعية نفسها.

وعرفه كلاريدج كنج بأنه: "الحكم الذي تتوصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية. وهو مجموعة التفصيلات التي تعبر عنها أعداد معتبرة من الأشخاص بشأن قضية ذات اهتمام عام.

ويقول مكيافيلي في تعريفه للرأي العام: "لا يقوم الرجل الحكيم بتجاهل الرأي العام فيما يتعلق بتوزيع المناصب الحكومية و الأفضليات، ذلك لأن هذا الجمهور حين يترك لنفسه الاختيار ويضع الأفضليات فسوف لا يرتكب أخطاء. أو سوف تكون هذه الأخطاء نادرة إذا حدثت وذلك بالمقارنة مع الأخطاء التي يمكن أن تحدث في حالة تولي الأقلية لهذا التوزيع".

تعريف جون ستيوات ميل: "إن ما يريد المجتمع-أو الجزء القوي فيه- أو ما لا يريده يعتبر الأمر الحاسم الذي يقرر بصفة عملية القواعد التي يجب مراعاتها و عدم تعارضها مع القانون أو الرأي".¹ ويرى لويون: ((أن الرأي العام مفهومنا يتصل بالموضوعات المتنازع عليها القابلة للجدل والمناقشة بالنسبة للجمهور المعينة لا تلك الضروب من الحياة العقلية الثابتة ثباتاً نسبياً. و في العقل الجماعي تضعف القابلية للتفكير الشخصي الفردي. ذلك. أن الخصائص المختلفة تغطي عليها الخصائص المؤتلفة كما أن الخصائص غير الواعية تصبح ذات اليد الطويلة))²

ويعرف الفيلسوف ((فيلاندر)) الرأي العام بأنه: ((ليس رأي الشعب بأكمله، بل يمكن اعتباره رأي فئة متفوقة على سائر فئات الشعب)).

ويرى ((بلونتشلي)) الفقيه الدولي: ((إن رأي الطبقة المتوسطة في الشعوب هو الرأي الغالب، وهو في العادة الرأي المتفوق على سواه من طبقات الشعب)).

أما وليم البيج Willam Albigh فيرى ((أن الرأي العام هو الناتج عن تفاعل الأشخاص في أي شكل من أشكال الجماعة أو هو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة عامة))³.

ويرى د. مختار التهامي: "أن الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة غزاء قضية معينة أو أكثر يتقدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الاغلبية أو قيمها الانسانية بصورة مباشرة".⁴

ثانياً: تعريف الفقه العربي للرأي العام

يعرف رمزي الشاعر الرأي العام على أنه: "اجتماع كلمة أفراد الشعب على أمر معين تجاه مشكلة معينة أو حادث ما، وفي حالة انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة، وقد أخذ البعض على هذا التعريف بأن اجتماع كلمة أفراد الشعب على مشكلة معينة، أو أمر معين، أو حادث ما هو ضرب من ضروب الخيال علاوة على أن التعريف لم يوضح ماهية الأمر أو المشكلة أو الحادث الذي تم اجتماع كلمة الشعب عليه وهل المقصود المصلحة العامة أو الخاصة بالإضافة إلى غموض عبارة (في حالة انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة)".⁵

1- أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، دار قباء للنشر، القاهرة، 1998، ص 65.

2- Har Wook L. Childs, **Introduction to Public Opinion New**, John Wiley & Sons Inc 1940, p 48.

3- السيد عليوة، استراتيجية الإعلام العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ب ط، 1990، ص 22.

4- مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، مصر، بط، 1974، ص 17.

5- سعد حامد عبد العزيز قاسم، أثر الرأي العام على أداء السلطات العامة، دار النهضة، مصر، ب ط، 1996، ص 29.

وعرفه أحمد بدر بقوله أن: "الرأي العام هو التعبير الحر عن آراء الناخبين-أو من في حكمهم- بالنسبة للمسائل العامة المختلف عليها، على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء وثباتهم عليها كافية للتأثير على السياسة العامة والأمور ذات الصالح العام، وبحيث يكون هذا التعبير ممثلاً لرأي الأغلبية ولرضى الأقلية". ويعرف د. محمد عبد القادر حاتم الرأي العام بقوله "الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ذات اعتبار ما". ويشترط لذلك بعض الشروط:

- أن تكون هناك مناقشات وافية حول القضية المطروحة.
- أن تكون القضية مثارة بكل حقائقها عن طريق القادة أو أجهزة الاعلام والدعاية أو عن طريق الجماعات أو الهيئات العامة.
- أن يكون الاتجاه الذي تتخذه الجماعة في هذه القضية يتفق تماما مع المعتقدات العامة للناس مثل العقيدة الدينية أو القومية أو أية قضية عامة يؤمن بها الشعب ويعتقدونها.

أما د. إبراهيم إمام فيرى: ((أن الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة)).¹

ونظر إليه سعد عبد الرحمان باعتباره "محصلة للاتجاهات النفسية الاجتماعية ذات الدرجة العالية سالبة كانت أو موجبة، لأفراد جماعة منظمة، متميزة التركيب اتجاه مشكلة محددة، تمثل نوعاً من التوتر وعدم الاتزان في المجال النفسي الاجتماعي للجماعة".²

من كل ماتقدم، يمكن التأكيد على أن التعريفات التي تناولت الرأي العام لم تتفق على صيغة واحدة له تكون جامعة لكل عناصره ومانعة من دخول غيره إليها. وكانت هذه الظاهرة (كما تبين لنا) موضع جدل بين الباحثين والمهتمين بالظواهر السياسية والاجتماعية.

أولاً- الإبدال: أي استبدال هدف صعب بهدف سهل. أي تحول الرأي العام نحو قضايا من السهل مواجهتها واتخاذ مواقف وأحكام بشأنها.³

ثانياً: التعويض: هو أن تستبدل الأمة أو الجماعة، نتيجة الفشل أو الإحباط، سلوكاً بديلاً (تعويضاً) عن حال الفشل التي حلت بها فقد تستبدل الأمة حالة الجد والانصراف إلى النضال والجهاد، بابتكار أنماط جديدة من اللهو أو النشاطات العامة، أو الارتداد إلى التدين والانصراف عن الحياة الدنيوية إلى دنيا الدين والعبادة.

1- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، ط1، 1969، ص 205.

2- أسماء الجيوشي، الرأي العام ووسائل الإعلام، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ب ط، 2017، ص 30.

3- هاني الرضا، الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 1998، ص 28.

ثالثاً: الإسقاط: هو أن تنسب ما عندك إلى غيرك بغية تحويل أنظار الرأي العام عن التصرفات أو الضغوطات إلى فئة أخرى (حالة إسرائيل). فقد لجأت الحركة الصهيونية إلى الدعاية لإقناع الرأي العام العالمي - قبل عام لجأت الحركة الصهيونية إلى الدعاية لإقناع الرأي العام العالمي - قبل عام 1967 وبعده - بأنها راغبة في السلام وأن العرب هم من يرفض المفاوضات لإحلال السلام. وعندما قبل العرب بمبدأ المفاوضات والالتزام بأسسه لإحلال السلام. وعندما قبل العرب بمبدأ المفاوضات والالتزام بأسسه وشروطه انكشفت مواقف اسرائيل فلجأت الى أساليب أخرى للتهرب من التزامات السلام المطلوبة.

رابعاً: التقمص: هو أن تأخذ صفات الآخرين وتدعيها لنفسك فبعد حرب 1967 أخذ الرأي العام العربي يدعوا إلى التشبه بالمقاومة التي يخوضها الفيتناميون ضد الاميركيين. أي تقمص شخصية الشعب الفيتنامي لمواجهة العدوان والهزيمة التي حلت بالدول العربية.

إن هذه الآليات هي تداعيات غير واعية تماماً إذ يتداخل فيها اللاوعي بالتطلع نحو درجة من الأمان والحصانة النفسية في مواجهة الأزمة التي يعانها الرأي العام، وهي قد تكون مفيدة لتجاوز الازمة، شرط ألا تستمر زمناً طويلاً يستكين في الرأي العام للأوهام.¹

3/ الرأي العام نحو مفهوم آخر

إن مفهوم الرأي العام يحتمل تناقضات أساسية في البنية الفكرية التي يقوم عليها، وفي نشأته و تطوره. وتمثل بعض هذه التناقضات في ما يلي:

إن ما يسمى ((الرأي العام)) لا يعني فئة اجتماعية أو سياسية أو جغرافية أو اثنية محددة، كأن يقال الرأي العمالي أو النسوي أو الطلابي ... الخ، يختزل هذه الفئات المتنوعة في مواقعها و أهدافها في كتلة خيالية تفترض الوجود، في الوقت الذي لا نجد ما يؤسسها في حقيقة الواقع.

إن ما يسمى ((الرأي العام)) لا يمثل كياناً مستقلاً، بأي معيار، ذلك أن هذا الرأي العام يتأسس من خلال ما تبثه وسائل الاتصال الجماهيرية أساساً. ويصعب تصور مثل هذا الرأي في مجتمع لا توجد فيه هذه الوسائل بشكل واضح. إن وسائل الاتصال الجماهيرية سواء أكانت في البلدان ذات الطبيعة الليبرالية، أو التي تقوم على أساس ملكية الدولة، أو في البلدان المسماة ((النامية))، هذه الوسائل وثيقة الصلة، ولو بدرجات متفاوتة بمؤسسة الدولة. وعليه، فإن الرأي العام الذي تبلوره وسائل الاتصال هو ذلك الرأي الذي تؤسسه الدولة، أي المؤسسة السياسية، وفق ما يخدم المصالح الآنية والمستقبلية. وهذا الأمر يفسر لنا تباين الرأي العام في مجتمعين يشتركان في الثقافة والتاريخ والتطلعات، عندما يتعلق الأمر بقضية محلّ نزاع بين دولتين مثلاً. وإذا فإن الرأي العام مؤسسة تابعة للمتغير السياسي ولا تمتلك الاستقلالية التي قد تمكّنه من التأثير في مسار الأحداث داخلياً أو خارجياً.

1- فؤاد دباب، الرأي العام وطرق قياسه، مطابع الدار القومية، القاهرة، ب ط، 1962، ص ص 31- 32 .

إن الرأي العام حالة آنية ظرفية، وليست مؤسسة تاريخية، كما نجد ذلك في مفهوم الأمة في المنظور الإسلامي أو العصبية عند ابن خلدون، أو الطبقة عند ماركس، أو اللاشعور الجمعي عند ستيفرز... الخ. يستتبع ذلك أن استخدام مفهوم الرأي العام يؤدي إلى عزل المؤثرات التاريخية و الاجتماعية و الحضارية التي تتدخل، لا محالة، في تشكيل هذا الرأي أو ذلك. ويمكن الذهاب إلى أبعد من ذلك، والافتراض بأن استعمال تعبير الرأي العام يتضمن المغالطة غير المباشرة بالإيحاء أن هناك رأياً عاماً يتأسس في غياب المكونات العديدة التي يتأسس عليها، الأمر الذي يساهم في تشويه حقيقة هذا الرأي وتفاعله مع الأحداث التي ترد عبر وسائل الاتصال الجماهيري.¹

إن مفهوم الرأي العام، كما ظهر في السياق الغربي، ارتبط بعدد من المتغيرات تتمثل في تقلص ظاهرة الأمة، وانتشار التعليم، وتزايد مشاركة الكثير من الفئات الاجتماعية في الحياة السياسية وغيرها، وهو الأمر الذي جعل الجماعات المختلفة في هذه المجتمعات تطالب بأن يؤخذ رأيها بعين الاعتبار إعلامياً وسياسياً. وارتبط المفهوم أيضاً بظاهرة الديمقراطية، إذ يلعب الإعلام دوراً خاصاً في عرض الآراء المختلفة المتباينة والمتصارعة كي يتمكن الجمهور، بناء على ذلك، من تكوين الرأي. وهنا يطرح التساؤل عما إذا كانت هذه المتغيرات حاضرة في المجتمعات العربية والإسلامية في الوقت الحاضر؟.

ويتبين أيضاً أن الاهتمام بظاهرة الرأي العام في المجتمعات العربية ارتبط أيضاً بتزايد أهمية معرفة هذا الرأي في إدارة الحياة السياسية، سواء أكان هذا الانشغال يخص السلطة أو الجماعات المتصارعة من أجل الوصول إلى السلطة. وقد اقترن هذا الانشغال بظهور مراكز دراسة الرأي العام تجاه القضايا السياسية الداخلية والخارجية خاصة أثناء فترة الانتخابات.

وقد تمّ التعرّض في هذه الدراسة إلى مفهوم العصبية، واتضح أنه يمكن توظيف هذا المفهوم جزئياً في دراسة بعض الظواهر الاجتماعية كتلك التوجهات التي تطفو على سطح الانتخابات، أو في دراسة التكوينات الفئوية في المؤسسات الاقتصادية والسياسية، لكن هذا المفهوم لا يعتبر كافياً في ضوء التغيرات الحاصلة في مجال تكوين التصورات والذهنيات الجماعية، وخاصة بعد دخول وسائل الاتصال الجماهيرية إلى مختلف الأقطار العربية و الإسلامية والنامية وعامة.

وعليه، فإن هذه الدراسة تقترح إعادة النظر في استخدام مفهوم الرأي العام، سواء في الكتابات الأكاديمية عندنا أو في اللغة الصحفية عامة.

وترى هذه الدراسة أنه يمكن، وكبديل لمفهوم الرأي العام، توظيف المفهوم الذي توصلنا إليه، بناء على نقد مفهوم الرأي العام، وأخذاً بعين الاعتبار الكيفيات التي يتعامل بها الجمهور عندنا، وفي العديد من الدول المسماة بالنامية

1- عبد الرحمن عزي، دراسة في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط2، 2009، ص 67-68.

مع وسائل الاتصال الجماهيرية التي سميناها مفهوم **المخيال الإعلامي المجسد** عند دراسة الواقع، ومفهوم **المخيال الإعلامي المجرد** عند دراسة ما ينبغي أن يكون عليه هذا الواقع. وسأعرض هذا المقترح بإيجاز.¹

إنني أستخدم مفهوم (المخيال) في الإعلام لأقصد بذلك حالة تضمّن المشاعر النفسية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور (العربي الإسلامي عامة) من محتويات ووسائل الاتصال من جهة وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى. ويعكس تعبير (المخيال) نمطاً من التصور الذي هو في طور التكوين، ومن ثم لا يمكن تحديد طبيعته ومراحل تطوره بسهولة، إذ تتداخل فيه الذاكرة التاريخية بصورة مشوّهة، بفعل عصور الانحطاط والظاهرة الاستعمارية، مع محاولة وسائل الاتصال القفز فوق التاريخ والواقع خاصة في المجتمعات العربية الإسلامية. ويحمل المخيال طبيعة متميزة، إذ إنه لا يرتبط بالضرورة بنسق أيديولوجي معيّن، كمثّل الأيديولوجية التي تقوم على مبدأ تبرير الواقع، كما أنه لا يمتثل لمثالية تسعى إلى تجاوز الواقع، بل هو نسيج من القيم الأسطورية الراسخة في شعور الإنسان العربي ولا شعوره والقيم المصنّعة الواردة عبر وسائل الاتصال. ولم يتحدّد بعد شكل توجّه هذا المخيال، سواء تجاه المحافظة على الواقع أو تغييره وفي أي اتجاه. وقد أردفت صفة الإعلامي إلى المخيال تمييزاً له من الأنواع الأخرى من المخيلات، كالمخيال الاجتماعي الذي يمكن أن يعمل على تجاوز الواقع إن لم يصطدم بصفة دالة ومعتبرة بثقافة وسائل الاتصال وإن كانت هذه المخيلات متداخلة في الكثير من الأحيان.

وقد ميّزنا في هذا التعبير المقترح بين **المخيال الإعلامي المجسد**، وذلك قصد دراسة طبيعة هذا المخيال كما يعبر عن نفسه من خلال تفاعله مع الأحداث التي ترد إليها عبر قنوات وسائل الاتصال، و**المخيال الإعلامي المجرد**، وذلك قصد التفكير في كيفية دراسة هذا المخيال وفق الأسس الحضارية التاريخية التي أفرزتها التراكمات التراثية العربية الإسلامية في تفاعلها مع الزمان والمكان، في مختلف مراحل تطورها. وهذه مقدمة لبحث آخر.

ثالثاً: أنواع الرأي العام

توجد العديد من التقسيمات للرأي العام من أهمها الأنواع أو التقسيمات الآتية.²

(أ) التقسيم حسب عمق التأثير و التآثر:

يقسم البعض الرأي العام حسب عمق التأثير والتآثر بوسائل الإعلام على النحو الآتي:

1- الرأي العام النابه أو القائد أو المسيطر:

يتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمثقفين: حيث يمثلون صفوة قادة الرأي و المفكرين وأساتذة الجامعات والعلماء و الكتاب والساسة، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من الشعب، وتعتبر وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد الذي يقود ويثقف ويوجه ويرشد الناس، ولهم أهداف معينة يحرصون على إقناع الشعب بها ويبدلون في

1- عبد الرحمن عزي، المرجع نفسه، ص ص 68-70.

2- عاطف عدلي العبد، محاضرات في الشائعات، الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ب ن، وزارة الإعلام، مسقط، 1996، ص 112.

سبيل ذلك جهداً ليس في سبيل أو مقدور المواطن العادي بذله بما لهم من قدرة على الإقناع والتأثير لأنهم يريدون أن يقودوا ويرشدوا ويوجهوا الرأي العام القارئ والمنساق في النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام والدعاية المختلفة كالصحافة (في الأغلب الأعم) وإنما تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها حيث يبحثون الأمور ويدرسون الأخبار والحقائق ويقلبونها على كل الوجوه ولا يتقبلون الأمور ببساطة وإنما بعد محاولة الإقناع والاعتناع.

ويسمى هذا النوع بالرأي العام المستنير، أو القائد، أو الرائد، أو المسيطر.

2- الرأي العام القارئ أو المثقف:

يتكون من أواسط الناس ثقافة الذين ثقافتهم أدنى عن الفئة الأولى القائدة، أي المتعلمين سواء كان تعليمهم عالياً أو متوسطاً. ويختلف حجم هذا الرأي حسب درجة التعليم في المجتمع وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم و يتأثر بوسائل الإعلام و الدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه حيث إن هذه الفئة هي التي تقرأ وتفهم وتجمع من المعلومات والآراء والأفكار والأخبار ما يمكن أن يتألف منه رصيد على فهم وسائل الإعلام، كما يؤثرون في هذه الوسائل بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات ونقد.

3- الرأي العام المنقاد:

يتكون الرأي العام المنقاد من الفئة التي لا تنتمي إلى الفئتين السابقتين وهو رأي السواد الأعظم من الشعب من غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث ومن غير القادرين كذلك على متابعة الأحداث أو النظر في بواطن الأمور أو القراءة بين السطور ويضم (أيضاً الأميين). وينقاد أصحاب هذا الرأي المنساق لما يوجهه لهم أفراد الرأي المستنير والرأي العام القارئ وتؤثر فيه وسائل الإعلام والدعاية، ويتقبل الشائعات ويتشكل عادة هذا النوع من الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة، وهم ينقادون تماماً لما يصل إليهم عن طريق التوجيه والدعاية والإعلام، وينفعلون بكل ما ينشر ويقال ويستجيبون لأول ناعق ويتبعون أول صحيحة ويسلكون في كثير من الأحيان سبيل الهياج والثورة ويملكون القدرة على مناقشة المسائل التي ثاروا من أجلها والمشكلات التي أبدوا سخطهم عليها ما دام الزعماء وقادة الرأي أو المهيجون قد صوروا لهم أن هذه المشكلات تمس مصلحتهم العامة ولذلك يعدون طعماً سهلاً للدعاية ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض في وسائل الاتصال عامة وبكل ما ينشر في الصحف والمجلات وسائر المطبوعات بصفة خاصة- حيث إنه من الحقائق التي استقرت بعد أن كثر الجدل حولها أن الصحافة أقدر من غيرها على التأثير في الرأي العام وأخطر في تحقيق هذا التأثير المطلوب- ولا تحاول هذه النوعية التفكير فيما يحتويه المضمون الإعلامي، هل هو صواب أو خطأ؟ حق أو باطل؟ وهم أشبه بالقطيع الذي يسوقه الرأي العام النابه والقارئ، فهؤلاء لا عليهم لهم ولا بحث عندهم وإنما الانقياد لكل ما يقال والانصياع وراء هؤلاء القارئين في أغلب الأحوال - الذين يسمعون قادة الرأي- انقيادا أعمى، ويرجع ذلك إلى عدم مقدرتهم

على المناقشة والدراسة والبحث والجدل وعدم المقدرة على الوصول إلى المعرفة التي بها يفرقون بين الصواب والخطأ.¹

(ب) - التقسيم الكمي للرأي العام:

1- رأي الأغلبية: وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة.

2- رأي الأقلية: هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة بعلمهم لا انتمائهم الحزبي.

3- الرأي الائتلافي: رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها والتي تجمعت لتحقيق هدف معين تحت

ظروف خاصة وهو ليس وليد المناقشة وإنما نتاج عوامل خارجية عارضة، ومتى زالت هذه الأسباب يزول هذا الرأي

4- الرأي الساحق: وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة، وهو ليس رأي الأغلبية إنما رأي قريب من الإجماع ويقترّب من العادات والعرف والتقاليد.²

ثانياً- أنواع الرأي العام من ناحية الاستمرار الزمني

وينقسم الرأي العام من حيث مدى دوامه واستمراره إلى عدة أنواع كما يلي:

1 - رأي عام دائم: وهو يرتبط بقضية لها تأثيرها أو حضورها القومي أو الوطني أو الإيديولوجي. وتتمثل بديمومة تأثيرها في الحياة السياسية، وفي وسائل الإعلام. وكمثال على ذلك: قضية الصراع العربي.

2- رأي عام مؤقت: وهو رأي عام ينشأ نتيجة حادث عارض ويزول بسرعة فور زوال الأسباب التي أدت إلى ظهوره. وقد يدوم لساعات ثم يزول وقد لا يتكرر.

3- الرأي العام اليومي: وهو رأي عام متحرك. ويرتبط بتطورات سياسية أو اقتصادية متحركة حيث تؤدي وسائل الإعلام دوراً فاعلاً في تشكيل هذا الرأي.³

رابعاً: التقسيم حسب أنواع الرأي:

1- الرأي الشخصي: هو الرأي الذي يكومه الشخص لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته وخبرته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأي الذي يرغب في أن يشارك به المجموعة ويعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً.

1- عاطف عدلي العبد، محاضرات في الشائعات، المرجع نفسه، ص113.

2- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، سيكولوجية الشائعات في المجتمع المصري، القاهرة، بط، 1982، ص136.

3- أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية، عالم الكتب، القاهرة، 1968، ص ص 73-74 .

2- **الرأي الخاص:** هو ذلك الجزء من الرأي الذي يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه ولا يبوح به (خشية تعريض نفسه للضرر) حتى إلى المقربين منه ويظهر أثره في الرأي العام في حالة التصويت السري.¹

وبناء على ما سبق نتوصل إلى اهتمام الفقهاء والباحثين حول ظاهرة الرأي العام واختلافهم تبعاً لذلك في تقديم تعريف جامع وموحد، الأمر الذي أدى إلى اختلاف أصنافه المعتمدة، حيث يقسم الرأي العام تبعاً لأهميته عدة تقسيمات، وذلك بالنظر إلى درجة تأثيره وتأثره بوسائل الدعاية، أو بالنظر إلى مثليه، أو من حيث مشاركته في السياسة العامة، أو بالنظر إلى ظهوره وعلايته وسوف نوالي بيان هذه التقسيمات على النحو الآتي:

الفرع الأول: الرأي العام من حيث تأثيره وتأثره بوسائل الدعاية

ينقسم الرأي العام وفقاً لتأثره بوسائل الدعاية إلى رأي عام قائل، ورأي عام مثقف، ورأي عام منقاد وهو ما سوف نتناوله وفقاً للآتي:

أولاً: الرأي العام المسيطر أو القائد

هو الرأي الذي لا يتأثر بالدعاية ولكنه يؤثر فيها ويمثله الصفوة من القادة والمفكرين والعلماء وكبار الساسة وهؤلاء يقومون بتوجيه المجتمع وقيادات الرأي العام، ويمثلون نسبة ضئيلة جداً من الشعب تستطيع فهم حقائق الأمور وتفسيرها للجمهور²، لأنهم يقودون المجتمع، وهم من تقع على عاتقهم مسئولية تكوين الرأي العام، بما لهم قدره على التحليل المنطقي والنفوذ إلى وسائل الإعلام.

وهؤلاء بانضمامهم إلى الأقلية العددية قد يحولونها إلى أغلبية بما يجسدونه من مركز ثقل ومكانة اجتماعية وقدرات لها دورها وفعاليتها في تشكيل الرأي العام عبر تأثيرهم على الآخرين.³

ثانياً: الرأي العام المثقف أو المستنير

هو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم ومن ناحية أخرى يتأثر بوسائل الاعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه، ويختلف حجم الرأي العام المثقف حسب درجة ومستوى التعليم في المجتمع.⁴

الرأي العام المنساق:

ولقد ذكر في بداية الفصل كما سميناه بالمنقاد ويكون هذا النوع الأكثر انتشاراً في معظم الدول وهو الذي لا يهتم بمسائل العامة إلا إذا دعي للانتخابات مثلاً، وهو يصدق كل ما يقال في الإذاعة المسموعة أو المرئية أو الصحافة وهو حين يناقش في آرائه.. فيرد عفويًا (أن هذه الآراء أو المعلومات منشورة في الصحيفة) أي أن هذا القطاع يتأثر بكل ما نشر بالصحيفة أو غيرها من وسائل الاعلام دون محاولة التعليل أو التفسير فهو أشبه بالقطيع

1- عاطف عدلي العبد ونهى عدلي العبد، الرأي العام والفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2007، ص15

2- سعد حامد عبد العزيز قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 95.

3 - جمال سلامة علي، الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، دار النهضة العربية، مصر، ط1، 2010، ص41.

4 - سعد حامد عبد العزيز قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 95.

يسوقه الرأي العام النابه أو القائد، ويعتبر مادة دسمة لاستغلاله بواسطة الزعماء السياسيين وأعوانهم من خبراء الدعاية.¹

الفرع الثاني: الرأي العام من حيث مدى الاستمرار

ويقسم الرأي العام من حيث مدى استمراريته إلى رأي عام دائم و رأي عام مؤقت وهو ما سنتناوله في ما يلي:

أولاً: رأي عام دائم

هو ذلك الرأي الذي يستند على مقومات و أسس حضارية و ثقافية و تاريخية و قومية و دينية، ويتصل اتصالاً وثيقاً بالأشياء الثابتة في الأمة، ويشترك فيه كل أفراد الجماعة. ويمتاز بالاستقرار و الثبات على مر العصور و الأجيال، ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادراً، ومن أمثلته رأي المسلمين في شرب الخمر ولعب الميسر.²

ثانياً: رأي عام مؤقت

وهو الرأي العام الذي يقوم حول حوادث طارئة، كوقوع حادث على الطريق، أو بين جماعة من الجماعات جمعتهم ظروف طارئة، أو مشكلة بين عمال و صاحب عمل في مصنع ثم زالت أسبابه. وقد يمثل هذا الرأي العام في برامج محددة تتبناها الأحزاب السياسية، أو تنظيمات نقابية معينة، ولهذا فهو ينتهي بانتهاء هذه الأحزاب أو تلك التنظيمات.

ثالثاً: رأي عام يومي

ويقصد به مجموعة الآراء اليومية التي يبديها أفراد المجتمع نتيجة تأثره بفكرة مطروحة في الصحف خاصة الصحف الإخبارية التي تصنف كصحف إثارة، أو نتيجة قرار مهم أصدرته الحكومة، ومثل هذا الرأي العام اليومي غير ثابت، بل هو متقلب غالباً وتغيبه بعض الأحداث السياسية الجارية والمناقشات البرلمانية والأعمال الحكومية والأحداث الرياضية.

الفرع الثالث: الرأي العام من حيث ممثليه

ويقسم الرأي العام بالنظر إلى من يمثله إلى رأي الأغلبية والأقلية، والرأي الائتلافي وهو ما سنتناوله في الآتي:

أولاً: رأي الأغلبية ورأي الأقلية

رأي الأغلبية هو الذي يمثل رأي ما يزيد عن نصف الجماعة، ورأي الأقلية هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة. وإذا كان حكم الأغلبية أمراً مرغوباً فيه، فإن ذلك يعني أن تكون الأغلبية فعلاً هي التي تحكم، وأن يكون لدى جمهور الناخبين (من المعرفة والفهم بحقائق الأمور والمرشحين) ما يمكنهم من اتخاذ قراراتهم إلى هذا الجانب أو ذاك دون أن تكون هذه الأغلبية نتاج الدعاية المضللة، أو التلاعب بأمانى الجمهور وانفعالاته أو

1- أحمد بدر، مرجع سبق ذكره، ص 83.

2- سعد حامد عبد العزيز قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 95.

التنسيق والاتفاق بين الجماعات الضاغطة، أو عدم قدرة الجمهور على فهم الحقائق التي ينبغي أن يكون رأيه بناء على أساسه.

وهناك من أمور السياسة الكثير، مما لا يعتبر موضوعاً لمناقشة الأغلبية والأقلية ذلك لأن كثيراً من الناس لا رأي لهم فيه. فمثلاً موضوع "العجز المالي في الدولة" نجد الأغلبية لا رأي لهم في أسبابه وعلاجه والقليل الباقي من الناس لهم آراء في هذا الموضوع. وهذه الآراء تتراوح ما بين النقيض إلى النقيض، فبعضها معارض بشدة للإجراءات التي تتخذ في هذا الشأن والبعض الآخر يوافق تحت ظروف خاصة ومع تحفظات معينة ويكون حتى هذا القطاع الأخير يختلف في درجة ونوعية الظروف والتحفظات التي يوافق في ظلها.¹

ثانياً: الرأي الائتلافي

هو ائتلاف بعض الآراء في المجتمع إزاء مشكلة معينة في وقت معين تحت ضغط ظروف معينة مما يستلزم قيام هذا الائتلاف، ويكثر الرأي الائتلافي في البلاد التي تتعدد فيها الأحزاب السياسية بقصد القيام بأهداف معينة، رغم ما بينهما من اختلاف سياسية أو مذهبية، بمعنى أنه ليس نتيجة لتفكير أو مناقشة حرة وإنما هو وليد عوامل خارجية، وينتهي هذا الرأي بإخاء وزوال مبررات قيامه، ومثال ذلك ما حدث في السويد سنة 1950 حينما قام الرأي الائتلافي بدور مهم للحيلولة دون التطرق إلى اليمين أو اليسار.

ثالثاً: الرأي الساحق أو الرضى العام

وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة- أو أكثريتها الساحقة- بعد أن كانت في حالة من اختلاف الآراء. وهذا النوع من الرأي يفوق رأي الأغلبية، فهو قريب من الإجماع. وإذا كان هذا النوع من الرأي العام يتكون غالباً من خلال المناقشة الحرة وسماع كل الآراء المتباينة- وهو ما يمثل قمة الديمقراطية- فإنه قد يتولد لسبب أو لآخر، إما نتيجة الاندفاع العاطفي للأفراد، أو نتيجة التأثير الشديد بقائد أو زعيم...²

الفرع الرابع: الرأي العام من حيث مدى نطاقه

ويختلف الرأي العام من حيث نطاقه إلى رأي عام محلي ورأي عام إقليمي، ورأي عالمي وهو ما سوف نتناوله في النقاط التالية:

أولاً: الرأي العام المحلي أو القومي

هو الرأي السائد بين أفراد المجتمع الواحد، في وقت معين، بالنسبة لقضية أو مشكلة ما تشغله، مثل مشكلة الاسكان وارتفاع الاسعار الذي لا يتناسب مع مداخيل معظم افراد المجتمع، فمثل هذه القضايا إنما تم

1- أحمد بدر، مرجع سبق ذكره، ص 78.

2- محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، دار الوفاء للنشر، القاهرة، ط1، 2007، ص 190

فقط المواطن داخل اسوار وطنه، ولا يشترط كون المشكلة تهم جميع طبقات الشعب في الدولة، وإنما يمكن أن يكون الراي العام المحلي رأياً حزبياً، أو نقابياً، أو صناعية أو تجارية .. الخ.

ثانياً: الرأي العام الاقليمي

هو الرأي السائد بين عدة شعوب تربط بينها صلات مشتركة مثل اللغة والدين والتاريخ وغير ذلك من صفات القومية ومثاله الرأي العام العربي والرأي العام الاوروي ... الخ.

ثالثاً: الرأي العام العالمي

هو رأي شعوب العالم بأسره اتجاه الاحداث العالمية التي تهز العالم أو جزءاً منه، هزا عنيفاً كالحروب والزلازل، والفيضانات، مثل تسونامي 2005 في جنوب شرق آسيا الذي راح ضحيته مئات الآلاف من البشر علاوة على الخسائر المادية، كما يتمثل في النداءات والشكاوي التي ترفع إلى المنظمات الدولية وكذلك المظاهرات ومسيرات المعارضة أو التأييد التي تنظمها الجماهير الواعية تعبيراً عن رغبة معينة لديها في صالح الإنسان في كافة أرجاء العالم.¹

الفرع الخامس: الرأي العام من حيث مشاركته في السياسة العامة

يختلف الرأي العام بالنظر إلى مشاركة أصحابه في السياسة العامة إلى رأي عام سلبي و رأي عام ايجابي.

أولاً: الرأي العام السلبي

الرأي العام السلبي هو القطاع من الجماهير الذي لا يكون لرأيه أهمية في السياسة العامة ولا يجد في نفسه الكفاءة للتصدي لها، وليست لديه (في الواقع) خلفيات ثقافية وفكرية لمواجهة مثل هذه الأمور واهتمامه محصور مثلاً في الإدلاء بصوته في الانتخابات حيث يدعى إليها.

ثانياً: الرأي العام الايجابي

وهو يمثل القطاع النشط من الأفراد في المجتمع والذي تشغله قضايا ومشاكله العامة، ويرى في نفسه طموحاً ومقدرة على القيادة، ويرجع ذلك إلى ما اكتسبه هذا القطاع من خبرات نظرية وعملية تؤهله لذلك.

الفرع السادس: الرأي العام من حيث الظهور والعلانية

ينقسم الراي العام بالنظر إلى علانيته أو خفائه إلى رأي عام ظاهر والمعبر عنه علانية بمختلف الوسائل ورأي عام كامن أو خفي وغير ظاهر الذي لا يعبر عنه صراحة، والذي يتم إخفائه وعد الجمهور به لأسباب وسوف نتناول هذين النوعين كالاتي:

1- سعد حامد عبد العزيز قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 97.

أولاً: الرأي العام الظاهر

هو ذلك الرأي الذي يعبر عنه صراحه وبوضوح تام، ويظهر الرأي العام بوضوح في الدول التي تتمتع بالحرية والديمقراطية ويتم التعبير عنه في المؤتمرات الشعبية او الانتخابات العامة أو الندوات ووسائل الاعلام المختلفة، دون خوف أو ضغط أو ارهاب.

وعليه فإن الرأي العام الظاهر "ينتج عنه عمليه اتصال وتفاعل عن طريق الحوار والمناقشة بين الافراد والجماعة وفي داخل التنظيمات السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية بخصوص المسائل العامة والمعروضة للوصول إلى حل يحقق الصالح العام للمجتمع"

ثانياً: الرأي العام الكامن

هو الرأي العام الذي يكون كامناً داخل الأفراد ولا يستطيعون التعبير عنه. ومن أمثلة الرأي العام الباطن الرأي العام العربي والذي لا يستطيع أن يعبر عن نفسه في العديد من الأقطار العربية وكذلك الرأي العام في جميع الدول ذات الحكم الشمولي، حيث إن الكثير من الناس قد يكونون معارضين للحكومة ولكنهم قد يخافون الإفصاح عن مواقفهم حتى لعائلاتهم وأصدقائهم. وقد يكون ذلك هو حال الرأي العام في الدول الاشتراكية المعادية للأفكار الشيوعية فقد كان المواطنون يخشون من التعبير عما يجيش في صدورهم خشية الانتقام من السلطة الحاكمة، وظل هذا الرأي كامناً حتى أطلق الزعيم السوفياتي ميخائيل جوربا تشوف الشرارة الأولى وأعطى الأمان للأفراد فانفجرت الثورة كالبركان الثائر في كافة الدول الشيوعية وعبرت الجماهير عما في مكنون صدورهم . نجد من كل ما تم ذكره أن الرأي العام له أهمية من جهة نظر الفقهاء والباحثين، وكذا المجتمع وأفراده حيث أنه هو المعبر الوحيد عن آمالهم ورغباتهم ووجهة نظرهم بشأن قضايا الصالح العام يتم بمختلف الوسائل الاعلامية خاصة، وبه يكون الاتصال الحقيقي بالسلطة الحاكمة.¹

(أ) تقسيم الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن:

1- الرأي العام الدائم:

إن الرأي العام الدائم هو الأكثر رسوخاً والذي تعمل فيه العوامل المختلفة ويرسى القواعد الأساسية للرأي العام، وهو يتكون من فئة كبيرة من فئات الناس ويتصل اتصالاً قويا بالأشياء الثابتة في الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد، أي يرتكز على أسس تاريخية و ثقافية ودينية ويشترك فيه السواد الأعظم من الأمة ويمتاز بالاستقرار والثبات ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة أو نادراً لأنه وليد التفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع ولذلك يكون قوياً وعميقاً.

1- سامية عبد اللاوي، الرأي العام وتأثيره على النظام السياسي الجزائري نموذجاً، دار الكتاب الجامعي، بيروت، ط2015،،1، صص 39 40.

وبناء على ذلك فالمناقشة في الرأي العام الكلي موضع خطر لأنها هجوم على وجود الجماعة وكيانها ذاته، وهو طويل الأجل قد يستغرق تكوينه سنين ومن الصعب تغيير اتجاهاته، وتكوينه يأتي من التربية الأولية في البيت ثم في المدرسة والمجتمع، فالإنسان جملة من العلاقات والتفاعلات .

2- الرأي العام المؤقت:

ويقوم حسب الانتماء لجماعة أو منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب وحيال مسائل معينة في وقت محدد وينتهي بانتهاء المؤثر.

وبعبارة أخرى أن الرأي العام المؤقت هو الرأي الذي تمثله الأحزاب السياسية و الهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة. وينتهي هذا النوع من الرأي العام بانتهاء حياة تلك الأحزاب أو الهيئات أو بتحقيق هدف معين في وقت معين حيث يتألف من رأي عدد من الناس بالنسبة لموضوع معين وقد يتغير هذا العدد بالزيادة أو النقصان بالتطور الذي يصاحب الموضوع الذي يتكرر الرأي العام بصدده.

3- الرأي العام اليومي أو المتقلب

تعيش عليه الصحف اليومية حيث يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره، لأنه الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة أو حدث سياسي خطير (وهو بطبيعة الحال متقلب من يوم لآخر حيث تغذية الأحداث اليومية الجارية).

ومن المعروف أن الصحافة الإخبارية المثيرة تعيش على الرأي العام اليومي، فهي تتلقف الأحداث اليومية وتجعل منها العناوين العريضة الضخمة بعرض الصحيفة لجذب القراء وإثارة انتباههم.

ويرى دوفيفات أن صحف الرأي الحزبية تختار من مادة الرأي العام اليومي ما يلائم دعوتها السياسية ويؤكد فكرتها الحزبية و تجعله وسيلة لتعزيز رأيها للوصول إلى الهدف وتستعين على ذلك بصيغة بلونها الحزبي وتحويره وصقله.¹

المبحث الثاني: المقومات الأساسية في تكوين الرأي العام

أولاً: العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام

هناك عدة عوامل تتحكم في تكوين وتغير الرأي العام، وهي عوامل دينية واقتصادية واجتماعية وسياسية. حيث للدين بالغ الأثر في تكوين الرأي العام، فهو يوجه الأفراد و الجماعات في حياتهم بما تنظمه من عبادات ومعاملات وأخلاق وعلاقات، كما أنهم يحكمون سائر القضايا و المشكلات من منطلقات العقيدة وفي ضوء الإيمان. كما أن القيم هي المعايير التي يحكمون على أساسها عند إصدار الرأي في شتى ما يجابهونه من مشكلات. و تصبح الشريعة بمبادئها وقيمها أساساً للحكم على الأشياء، وبنورها يهتدي الأفراد والجماعات في

1- إبراهيم عبده، الصحافة في الولايات المتحدة، سجل العرب، القاهرة، ب ط، 1961، ص 216.

سلوكهم على درب الحياة. وتنشأ الاتجاهات و المواقف في ظل الطاعة والالتزام، وليست الآراء إلا تعبيراً عن تلك الاتجاهات والمواقف في مواجهة ما يعرض للإنسان من قضايا ومشكلات.

وينظر إلى الأسرة على أنها من أخطر الجماعات الأولية التي تربط اتجاهات الراي العام، وتعتبر الاتجاهات النفسية التي تتكون في الأسرة اتجاهات جذرية متكاملة، تشكّل ما يسمى بنواة الشخصية أو جوهرها، أما الاتجاهات التي تتكون في الجماعات الثانوية- كالأحزاب السياسية والأندية والنقابات وغيرها - فتشكّل ما يسمى بالاتجاهات السطحية أو الهامشية، والاتجاهات الجذرية التي تكمن في نواة الشخصية يصعب تغييرها. Spiral Of Silence Theory.

وتشير مُعطيات نظرية دوامة الصمت (Spiral Of Silence Theory) إلى أنه كلما تبنّت وسائل الإعلام اتجاهاتاً متسقةً و متسقاً من إحدى القضايا لبعض الوقت، فإن الرأي العام يتحرك في اتجاه وسائل الإعلام نفسها. كما أن خصائص الأفراد الديمغرافية (السن- النوع- المستوى الاقتصادي والجماعي)، يمكن أن تؤثر في اتجاهات الأفراد و رغبتهم في التعبير العلني عن آرائهم. وانتهت بعض الدراسات إلى أن المتغيرات الاتصالية و إدراك التأييد الاجتماعي يؤثر في اتجاه الفرد ورغبته في التعبير العلني عن الرأي.¹

1/ العوامل الحضارية والثقافية

ذهب كثير من الباحثين والمهتمين بدراسة الرأي العام إلى أن التراث الحضاري والثقافي من أهم العوامل التي تؤثر على تشكيل الرأي العام وتكوينه.

حيث تلعب الحضارة و الثقافة دوراً مهماً بالنسبة لكل أمة عن غيرها من الأمم الأخرى حسب حضارة كل أمة و تاريخها الثقافي، ولا شك من تأثر كل من الفرد و الجماعة بالعادات و الثقافات الموجودة بالمجتمع الذي يعيشان فيه، فالطفل منذ ميلاده يتأثر بحضارة مليئة بالأفكار و العادات و التقاليد التي تكونت على مر العصور السالفة.

ونظراً للأهمية البالغة للتراث الحضاري و الثقافي نجد أن الدول الاستعمارية الغربية تهتم بدراسة حضارات المجتمعات التي تخضع لنفوذها لمعرفة ميول شعوبها واتجاهاتهم حتى تتمكن من معرفة الرأي العام الموجود بالفعل، أو الرأي العام المتوقع حدوثه في المجتمع، بهدف التكهّن بسلوك أفراد هذه المجتمعات نحو مشكلة ما.²

لذلك فإن هذه الدول الاستعمارية، أقامت المعاهد المتخصصة لدراسة الشرق بوجه خاص ليخرج منها معظم كبار الساسة الاستعماريين والجواسيس ورجال المخابرات الذين ساهموا في تمزيق منطقة الشرق الأوسط والمنطقة العربية على وجه الخصوص.³

بناءً على ذلك يمكن القول بأن التراث الأمة الحضاري والثقافي يساهم في تكوين الرأي العام فالفرد يتأثر بالعادات والتاريخ والأدب والأفكار السائدة بين جماهير المجتمع الذي يعيش فيه وهذه العوامل هي التي تتحكم

1- أسماء الجيوشي، مرجع سبق ذكره، 105.

2- سعد حامد عبد العزيز قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 59 60.

3- محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2007، ص 318-.

في سلوكه. فدراسة ثقافة المجتمع وصفاته والعوامل السياسية والاجتماعية دراسة دقيقة هي الأساس الذي يستند إليه رجل الإعلام والدعاية في تكوين الرأي العام.¹

ويشكل الموروث الحضاري والثقافي عنصراً هاماً من عناصر الرأي العام، لأن لهذا الموروث دور هام في تحديد أنماط السلوك الاجتماعي للأفراد، وإعدادهم وتهيئتهم لتبادل أفعال وردود أفعال محددة يمكن للشخص المتأمل أن يتوقع حدوثها مسبقاً.

وتظهر تلك الأهمية للموروث الحضاري والثقافي بصورة أوضح، فيما ثبت علمياً من إمكان تحديد أنماط الأفكار والمفاهيم التي سيعتنقها شخص ما تحديداً مسبقاً قبل مولده إذا نحن درسنا موروثه الحضاري والثقافي، بل ذهب بعض الباحثين إلى اعتبار أن المعرفة بالموروث الحضاري والثقافي لفرد ما، تكون مفضية إلى معرفة نوع الملابس التي سيرتديها ونوع اللغة التي سيتحدث بها والأفكار الدينية التي سيعتنقها وخصائص العمل الذي سيقوم به، أو الوظيفة التي سيشغلها، بل وخصائص الزوج المرتقب أو الزوجة المرتقبة وكذلك ما يعتبره إهانة له وأيضاً ما يعتز به.

ومما تقدم يظهر الدور الكبير لهذا العامل في تكوين الرأي العام، إذ أن هذا الأخير لا يعدو أن يكون مرآة عاكسة للقيم الفكرية التي تستمدتها الجماعة من منظومتها الحضارية و الثقافية. ومن منطلق هذه الأهمية لجأت الدول الاستعمارية إلى دراسة الموروث الحضاري و الثقافي للدول المستعمرة، بغية إحكام سيطرتها على شعوب هذه الدول على أسس واقعية تعطيها الكثير من المغامم و تجنبها الكثير من المغارم.²

إضافة الى ما ذكرنا سابقاً هنالك مجموعة من العوامل تسهم في تكوين الرأي وقد سبق وأن تحدثنا عن نشأة الرأي العام في المجتمعات القديمة ثم في التاريخ العربي الجاهلي، ثم في صدر الإسلام وأشرنا إلى تكوين ونشأة الرأي العام في الحضارات القديمة وفي العصور الإسلامية المختلفة وتطور مفهوم الرأي ولذلك سنبحث هنا ونشير إلى عناصر وعوامل تكوين الرأي العام وهي:

✓ الجمهور الذي يتكون منه المجتمع بفئاته و طبقاته ومستوياته المختلفة.

✓ التراث الثقافي الذي يلعب دوراً هاماً في تكييف الأفراد والجماعات والتأثير فيهم وردود فعلهم.

✓ التنشئة الاجتماعية.

✓ الأحداث وتعتبر هذه من العوامل الهامة في تكوين الرأي العام.

✓ المعتقدات حيث تسهم في صنع الرأي العام.

✓ القيم والعادات والتقاليد التي تحكم رأي الأفراد والجماعات داخل المجتمع.

✓ الميول وهي التي ترتبط بالمشاعر.

1- مسعود عز الدين، الرأي العام في النظام السياسي الاسلامي والنظام الديمقراطي الغربي، أطروحة دكتوراه، قسم الشريعة، كلية العلوم الاجتماعية والاسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص 118.

2- مسعود عز الدين، مرجع نفسه، ص 189.

- ✓ المعرفة وهي التي تمثل حصيلة الفرد أو الجماعات من المعارف والخبرات.
- ✓ الأسرة وهي الخلية الأولى التي يتعلم منها الفرد.
- ✓ المؤسسات التعليمية مثل المدارس والمعاهد والجماعات حيث أن لها دور رئيسي في تكوين الرأي العام.
- ✓ الشعور الوطني. - الدين
- ✓ القادة في المجتمع وهم أحد أهم العناصر المكونة للرأي العام في مجالات مختلفة سياسية واقتصادية واجتماعية ومهنية وبيئية.¹
- ✓ قادة الرأي، وهم الأشخاص ذوي التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك الأشخاص الآخرين.
- ✓ الثقافة الاجتماعية وتتألف من المعارف والفنون والأدب السائد في المجتمع.
- ✓ الزعماء في المجتمع حيث يلعب هؤلاء دوراً هاماً ورئيسياً في توجيه الرأي العام في المجتمع.
- ✓ وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والقنوات الفضائية حيث أنها من خلال برامجها التي تقدمها للناس وتشرحها لهم تؤثر فيهم تأثيراً واضحاً في تحديد اتجاهاتهم نحو مسألة أو حدث أو قضية ما وبالتالي يتم تكوين رأي عام.

ولذا نجد أن هناك صلة وثيقة بين وسائل الإعلام وتكوين الرأي العام أو تعديله أو تغييره. ونجد أيضاً أن السياسة لها دور في تكوين الرأي العام، لذا فإن المتتبع لمواقع الرأي العام بين الظاهرة السياسية يظهر له أنه في العصور القديمة كان الفارق الاجتماعي بين البشر الحكام كبيراً حيث كان أفراد أو السلطة الحاكمة هم المسيطرون على مقاليد الأمور السياسية، وبالتالي فإن سيطرتهم هذه حيثما ستؤثر على مشاعر الأفراد واتجاهاتهم وتكوين الرأي العام لديهم وهذا ما سبق أن تحدثنا عنه عند الحديث عن الرأي العام الإسلامي في صدر الإسلام وبالتحديد في القرن الثالث الهجري أي زمن الأمويين والعباسيين، وكذلك عند الحديث عن الرأي العام العربي في الجاهلية قبل الإسلام.

وبالتالي من خلال دراسة العلاقة بين الرأي العام و عنصر السياسة نجد أن الرأي العام يصبح نوعاً من التحرك للغوي النفسية وفي مواجهة السلطة السياسية، وكذلك في مواجهة السلطات الثلاث². وأجهزة الحكم في الدولة وفي احتكاك الجمهور مع السلطة السياسية.

ثانياً: مراحل تكوين الرأي العام

تعتبر ظاهرة الرأي العام ظاهرة معقدة يصعب تحليلها إلى أجزائها تحليلاً بسيطاً بل تتداخل مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة في تكوينها، مؤثرات سيكولوجية ترجع إلى طبيعة الفرد نفسه وإلى طبيعة الجماعة وتأثيرها على الفرد، ومؤثرات سياسية، ومؤثرات ثقافية واجتماعية تتكون من مجموعة من القيم والمعايير التي تحكم إدراك الفرد

1- خالد أبو سمره، سيكولوجية الرأي العام، دار الراجحي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ب ط، 2011، ص ص38-39.

2- طلعت همام، سين وجيم عن مناهج البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، عمان الأردن، ط1، 1984، ص136.

وسلوكياته. ورغم ذلك نحاول تقديم تصور للمراحل التي يمر بها تكوين الرأي العام . ويتعرض الإنسان لمجموعة من المنبهات والمثيرات التي يتلقاها عن طريق حواسه، تلك الحواس التي تعد مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي والبيئة الخارجية. ويبدأ الإنسان في إدراك هذه المؤثرات إدراكا حسيا إلا أنها تقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس، بل يحاول الإنسان أن يدرك هذه المؤثرات كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معينة، ومن هذا يتضح أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية، بل يقوم العقل بالإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية.

والمعاني التي يخلعها الإنسان على ما يدركه من أشياء أو مؤثرات تتحدد وفقا لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه. وهذا ما يعني أن الإدراك عملية معقدة وهي محصلة مجموعة كبيرة منهم العوامل الذاتية التي تنبع من خبراته السابقة وفي حدود إطاره الدلالي ومجموعة القيم والاتجاهات والمعايير المختلفة التي اكتسبها من البيئة الثقافية والاجتماعية ومن ذلك يتضح أن عملية الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف والمعلومات التي يتلقاها سواء عن طريق حاسة البصر أو حاسة السمع ولكنها تتوقف على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمه وثقافته.

أ - مرحلة الرأي الفردي:

وفي هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع أو المؤثرات المختلفة وتنطوي هذه المرحلة على عنصر الاختيار فطالما أن الموضوع المثار هو موضوع جدي تختلف حوله الآراء بيت مؤيد ومعارض فإن الفرد يحدد لنفسه موقفا معين لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له وموقف الفرد حول موضوع جدي واحد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون. وهذا يؤكد ما انتهى إليه W.Lippman من أن تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي، بل في حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو الصور الذهنية الكافية في نفوس الناس فالمؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب المباشر في الاستجابة للبيئة ولكن معنى هذه المؤثرات أو صورتها في ذهن الإنسان هي التي تحدث استجابة، ويتفق ذلك مع وجهة نظر "أحمد عزت راجح" حول علاقة السلوك بالإدراك حيث أوضح أن الفرد يستجيب للبيئة لا كما عليه هي في الواقع بل كما يدركها كما تبدو له وحسبما يفرض عليها من معنى وأهمية.

ج- مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة:

وفي هذه المرحلة تدور المناقشة والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن لديهم اهتمام الموضوع وكل منهن يحاول الدفاع عن رأيه مستخدما في ذلك كل ما يتوفر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دورا حيويا في ذلك عن طريق عرضها للآراء المختلفة.¹

1- أسماء الجيوشي، مرجع سبق ذكره، ص 108-109

د- مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة:

الرأي العام من خلال الحوار والمناقشة التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة والمتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول رأي معين يميل إليه أغلب أعضاء الجماعة أو الجمهور النوعي الذي تقبله ويصبح هذا الرأي رأياً عاماً بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة أو الجمهور النوعي، وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخصي أحياناً لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة.

الرأي العام اصطلاحاً يتردد على الألسنة في حياتنا اليومية وأحاديثنا الخاصة والعامة... وهو وإن كان ظاهرة قديمة... إلا أن الدراسة الجادة المتخصصة للرأي العام قد نشطت خلال نصف القرن الأخير... وليس للرأي العام تعريف واحد يتفق عليه الباحثون والدارسون، فالجهود التي بذلت لتعريف الرأي العام على وجه الدقة قد أدت إلى أكثر من خمسين تعريفاً على اعتبار أن الرأي العام ليس إسماءً لشيء واحد بل هو تصنيف لعديد من الأشياء... وعلى الرغم من اختلاف هذه التعاريف فإن الدارسين لظاهرة الرأي العام يتفقون على الأقل على الأمور التالية:

- 1- أن الرأي العام يمثل مجموعة من آراء جمع كبير من الأفراد.
 - 2- وأن هذه الآراء تتصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام. Public Interest.
 - 3- أن هذه الآراء يمكن أن تمارس تأثيراً على سلوك الأفراد و الجماعات و السياسة الحكومية أو العامة.
- والرأي العام هو الظاهرة الفكرية الناجمة عن الحشد الذهني للجماعات التي يترتب عليها أقوى العلاقات الاجتماعية والنفسية للفرد ثم للجماعة. وهي حركة اجتماعية تتأثر بما يأتي من الفرد في إطار الجماعة، وبهذا توجه الأفراد جمعياً. الحشد الذهني هو دفع المعلومات الثقافية أو الإحصائية مجردة إلى الذهن وهذه الطريقة في تكوين الرأي العام لها انعكاسات خطيرة، فالعقل المنفذ لهذه المعلومات سرعان ما يبني في تصوره (حقائق) هي أقرب للخيال مما للحقيقة، وعندما يكتشف الخطأ الذي وقع فيه يكون زمام الأمور قد فلت من يده. وهذا الحشد سرعان ما يتقبله ويستسغيه أنصاف المثقفين الذين يأخذون الثقافة بدون تحليل (بدون استنتاج) بدون تمحيص. فتراهم يجيئون حياة مزيفة، لا ينتبهون لإشارة ولا يستفيقون من نوم. تتكون دائرة الرأي العام من مجموع خطوط الرأي الفردي في اتجاه معين. هذه الخطوط تتعرض لعملية تمحيص وتنقية في الأمم التي تملك الوعي، وهي كظاهرة اجتماعية يتناولها التغيير والتبديل باستمرار. في الأمم المتخلفة حضارياً وعقائدياً يختلف ظهور الرأي العام باختلاف المستوى الفكري للأمة، وباختلافها من أمة حرة إلى أمة مقيدة فمثلاً عند صدور كتاب قيم في الأمة الحرة نلاحظ سرعان ما ترتفع الأقلام الشريفة تحيي رقي الفكر إلى المستوى الذي يظهر به.¹ أما في الأمة المتخلفة

1- أسماء الجيوشي، مرجع سبق ذكره، ص 190-191.

أو المقيدة فإن ظهور الكتاب نفسه لا يساوي في إثارته للرأي العام ظهور لوحة فنية لا تقدم ما يغني الإنسان أو ظهور فن رخيص يهبط بالمستوى الثقافي للأمة إلى الدرك الأسفل. وهنا يكمن الفرق بين الأمة التي تقدم للإنسانية عطاء في غاية الجود وبين الأمة التي تخنق العطاء.. بين الأمة التي تمنح الإنسانية شرارة الانطلاق نحو السماء وبين الأمة التي تكبل الإنسان بالأرض.. هنا يكمن الفرق.

مفهوم الرأي العام من المفاهيم المستحدثة التي تعبر عن خط إنساني جديد وحقيقة الرأي العام أنه صفحة بيضاء تمتلك القدرة على التلون بلون المصدر المشع والمقصود: إن قابلية وذكاء الجانب الفكري المقابل قادرة على خلق رأي وشعور عام قادر على التحكم بزمام الأمور.

في التاريخ المعاصر تبدلت وسائل الإعلام وتبدلت النظرة التقليدية للمفاهيم، وكان من المفروض أن تستثمر الأدوات الحديثة في أساليب الاتصال وأن تتوجه العقول المتفتحة الواعية إلى الأمة.. تخاطبها وتحاكيها وتحاورها وكان المفروض أن يكون الجسر الإعلامي بين الأمة ومصدر الإشعاع قائماً.. ولو استوعبنا هذه المقولة لما استطاع الاستكبار أن يتلاعب بمقدراتها ولما استطاعت القوى التي تحارب الإسلام من النيل منه ولنعي حقيقة أنه طالما كنا قاصرين عن فهم حاجات الأمة الأساسية وعدم إدراكنا لأهمية دراسة رأي شعور الأمة فستبقى القوى المعادية تتلاعب بمقدراتنا وقيمنا.

الرأي العام إذن هو كسب ذاتي لحق الإنسان في التعبير عن رأيه.. ويبقى الرأي العام الناضج (عاطفياً وعقلانياً) تعبيراً صادقاً عن الكليان الأمة وشعورنا وصوتها وحركتها الدائبة نحو التقدم و الصعود فالرأي العام العاطفي غالباً ما يكون تعبيراً عن تخلف الأمة الحضاري والفكري والعقائدي فهي سرعان ما تنفعل تجاه قضية معينة قد يكون من الحكمة النظر إليها على أساس من المنطق وبعد النظر والأفق.

أما العقلاني فهو الرأي الذي يستند إلى الفكر في مجابهة الأحداث. هذا الرأي الناضج هو الذي يعبر بصدق عن أمة تمتلك جذورها الضاربة في أعماق التاريخ وتمتلك بعدها الحضاري الموعول في ثنايا الزمن. هذه الأمة جديرة بأن يكون رأيها العام معبراً صادقاً إلى تطلعاتها وتحقيق أهدافها.

لقد أثبت علماء الإعلام أن الرأي يتكون متفاعلاً بالتأثيرات التالية:¹

- 1- نوعية الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد ونشأته وبيئته.
- 2- نوع الثقافة التي تلقاها (هنا يبرز دور المدارس الدينية والمعاهد والإرساليات الأجنبية وعناصر الثقافة الوافدة وضح المعلومات بالإنترنت والفضائيات... الخ)
- 3- تأثير وسائل الاتصال والتواصل.
- 4- أهمية تأثير الدين والتقاليد الموروثة.
- 5- أهمية المدرسة والبيت.

1- أسماء الجيوشي، مرجع سبق ذكره، ص 111.

- 6- أهمية التجارب الإنسانية الماضية التي اعترضت الفرد أو المجتمع الذي ينتمي إليه.
7- الظروف التي يعيشها ويفكر فيها للمستقبل.

ثالثاً: أساليب تغيير الرأي العام

يكاد يكون من أصعب الأمور تغيير الآراء ولذلك فإن مضمون الإعلام يكون أكثر يسراً وفعالية إذا كان متعلقاً بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء أو اتجاهات حيالها.

كما أن وصول الحقائق والمعلومات إلى الجمهور مسألة بالغة الأهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع المتابع للأحداث يكون دائماً أسرع إلى تكوين آراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبطأ في تكوين رأيه، مذنباً في اتجاهاته فريسة للإشاعات والانحرافات، ويتصف في النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمر وتغليب الانفعال الطارئ على التفكير السليم¹.

ونتناول فيما يلي أهم أساليب تغيير الرأي العام.

أولاً: أسلوب التكرار و الملاحقة:

يعتقد البعض أن أسلوب التكرار، لا الجدال ولا المناقشة هو أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام وكانت الدعاية الألمانية تعتقد هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الأسلوب المثالي لمخاطبة الجماهير، فقد وصف (جوبلز) هذا الأسلوب الدعائي فقال: (أن سر الدعاية الفعالة يكمن لا في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء ولكن في التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه أذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً). ويطلق على هذا الأسلوب: الترتيل والشرط الرئيسي ليكون أسلوب الترتيل مؤثراً هو مدى تناسب لهجة وشكل الرسالة الموجهة إلى الجمهور المستهدف مع طبيعة هذا الجمهور وسماته المختلفة.

ولعل أوضح استخدام لأسلوب الترتيل هو الصراع العربي الإسرائيلي حيث كرست الدعاية الصهيونية حملاتها وركزتها في جملة واحدة: إسرائيل التي لا تقهر. وساعدت ظروف نكسة 1967 في أن ترسخ لدى الرأي العام العربي مفهوم إسرائيل الكبرى التي لا تقهر واستخدمت إسرائيل مرتكزات مدروسة لتنفيذ هذا الأسلوب أهمها².

● عرض صور الأسرى العرب وبث الأحاديث معهم ورسائلهم إلى ذويهم والتي تركز على ما حدث لهم من هزيمة وانكسار. ومما يؤسف له ضعف الإعلام المصري المسموع و المرئي في هذا الوقت فلم يكن يغطي كل أنحاء مصر وكان صوت إذاعة إسرائيل قوياً ويصل إلى كافة المناطق رغم التشويش.

● عرض صور و أفلام المعارك الحربية التي تمت على الأرض العربية لبيان مدى وحجم التفوق الإسرائيلي.

1- مختار النهامي، مرجع سبق ذكره، ص ص 109 110.

2- عاطف عدلي العبد، الشائعات والرأي العام، دراسة تاريخية وتحليلية، القاهرة، بط، 1989، ص102.

• تنوع أسلوب العرض سواء من خلال الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون بعد حرب 1967 لتثبيت مفاهيم وأفكار معينة عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية وذلك في محاولتها قهر العرب نفسياً إلى أبد الدهر، فالملاحظة أن الصورة المنطبعة عن العرب هي صورة سلبية يكاد لا يكون منها أي عنصر مدح حيث صور العرب بالأوصاف التالية: شاب، نشط، محب للفاكهة، مجد شجاع وصاحب هذا حملة واسعة لتذكير القراء بالاضطهاد الذي وقع على اليهود في الماضي، وعلى جرائم النازية، وعلى مقتل الملايين من الأبرياء في المعتقلات.¹

وغنى عن البيان أن ما ساعد الصهيونية على استخدام هذا الأسلوب (الترتيل) السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام و خاصة وسائل الإعلام الأمريكية

فالجماعات الصهيونية تسيطر على وسائل الإعلام الأمريكية بدرجات وطرق متعددة منها:

• امتلاك الصحف أو إدارة محطات الإذاعة المسموعة و المرئية أو تعيين عناصر موالية للصهيونية في المناصب الهامة في صحف الصفوة أو في شبكات الإذاعة المسموعة و المرئية أو في صناعة السينما.

• وجود اليهود بأعداد كبيرة بين العاملين في الحقل الإعلامي.

• استقطاب المعلقين السياسيين وكتاب الأعمدة و كبار الصحفيين لتأييد إسرائيل.

• الضغط على الصحفيين الذين يكتبون عن أحداث الشرق الأوسط إن أبدوا أي ميل لمساندة العرب أو الاعتراض على الممارسات الإسرائيلية.²

• إغراق وسائل الإعلام بالأنباء التي تتبع من مصادر إسرائيلية، والعمل على تقليل الأنباء الصادرة من مصادر عربية، علاوة على تزويد الصحف والمؤسسات الإعلامية وقادة الرأي بالمضمون الإعلامي الذي يتناول بالشرح والتفسير الأحداث المختلفة المتصلة بالصراع العربي الإسرائيلي.

• استخدام الإعلان للضغط والسيطرة على الصحف ومحطات الإذاعة المسموعة والمرئية المحلية التي لا تخضع لسيطرة المنظمات الصهيونية سواء بالملكية المباشرة أو عن طريق تعيين صحفيين موالين لإسرائيل في المناصب الهامة.

ويضاف إلى ذلك امتلاك إسرائيل لقمر Amos الذي سيمكن إسرائيل من استخدام تكنولوجيا الاتصال لتحقيق أغراضها الدعائية للتأثير في الرأي العام سواء بأسلوب الترتيل أو غيره.

ثانياً: أسلوب الإثارة العاطفية:

إن الدعاية تعتمد أساساً على إثارة العواطف لا على المناقشة والإقناع وتنبع عن احتقار دفين للمواطنين وكان (هتلر) يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء، وأن استجابة الجماهير تكون دائماً استجابة

1- مختار التهامي، مرجع سبق ذكره، ص 259.

2- جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، ب ط، 1985، ص ص 461-462.

عاطفية أكثر مما هي عقلية، ولذلك فقد كان يدعو إلى أن تتجه الدعاية إلى العواطف، وخاصة عاطفة الحقد وأيسر السبل إلى إثارة الحقد التشهير وإكالة التهم، فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق. لقد عبر هتلر في أكثر من مناسبة عن احتقاره الكبير للقدرات العقلانية أو الفكرية للجمهور، وكان يؤمن بأن ذاكرة الجمهور ضعيفة وأن الأفراد يستجيبون لمن يدفعهم بالقوة، أكثر من استجابتهم لمن يقنعهم وأنهم سيتأثرون أكثر بالتكرار المستمر لشعارات تستميل العواطف، ولا يتأثرون بالحجج العقلانية. وكان يرى أنه لكي ينجح رجل الدعاية في استغلال عواطف الملتقى يجب أن يتحقق من وجود تلك العواطف، ويرجع نجاح هتلر لاستغلاله للمشاعر السائدة بين الجمهور واستغلاله لتلك المشاعر في زيادة المشاركة، ومن أبرز المشاعر التي استعان بها هتلر: الرغبة في احترام الذات، والإحساس بالشفقة على النفس¹.

ويزداد استخدام أسلوب الإثارة العاطفية عندما يصعب استخدام الأساليب الموضوعية والحقائق المادية في استمالة الرأي العام، أو مواجهة رأي عام مضاد، فإن الداعية يلجأ في تلك الحال إلى ممارسة أسلوب الاستشارة العاطفية والغرائزية خاصة في المجتمعات التي تزداد فيها نسبة الأمية، ومن هنا جاء خوفنا وتحذيرنا المستمر من القنوات الجنسية المفتوحة عبر الأقمار الصناعية، وبيع كروت القنوات المشفرة بيسر دونما قيود على العمر أو المستوى التعليمي، فلقد نشرت مجلة روز اليوسف المصرية في عددها 3720 يوم 1999/09/25 أن القنوات الجنسية في مصر بحكم المحكمة وأرقام التليفونات الجنسية العربية وهمية وأرباحها تدخل جيب أمريكا ويضاف إلى ذلك كثرة المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت.

وتتمثل خطورة هذه المضامين على الرأي العام في كونها تبعده عن مشاكل بلده وأماله المستقبلية وتغرقه في متاهات من الغرائز وتنمي لديه الاتجاهات الهروبية وليس غريباً اللعب على أوتار الغرائز في الغرب مثل تعمد المرشح في الانتخابات أن يتضمن برنامجاً بعض الأفكار التي تغري الناخبين بانتخابه، مثلما حدث في الانتخابات البرلمانية البريطانية، عندما نادى العديد من المرشحين بإباحة الشذوذ الجنسي لإرضاء شريحة كبيرة من الناخبين ورضخ مجلس العموم البريطاني وأصدر توصية بذلك .. وما كان ممكناً ذلك لولا مناخ الإثارة العاطفية ولذلك نتفق تماماً مع ما حذر منه المفكر د. مختار التهامي من سنوات عديدة من خطورة الدور السلبي الذي يتضمنه الإنتاج الأدبي والفني الملتزم بفكرة الأدب للأدب والفن للفن الذي يستهدف في واقع الأمر إبعاد الناس عن التفكير في المسائل العامة والمشكلات الأساسية.²

1- جيهان رشتي، المرجع نفسه، ص 139.

2- مختار التهامي، مرجع سبق ذكره، ص 40.

ثالثاً: أسلوب عرض الحقائق:

ويطلق على هذا اللون من الدعاية عادة لفظ الإعلام، ذلك أن هذا الأسلوب يعتمد أساساً على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى وأبقى من الأكاذيب والتهويل والشائعات، وينبع هذا الأسلوب (بطبيعة الحال) من احترام عقلية الجماهير.

ومن العوامل التي تحقق نجاح هذا الأسلوب: التربية الواعية للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع، ومن الأمثلة على ذلك: الإعلام المصري الذي اتبع هذا الأسلوب بنجاح خلال حرب أكتوبر 1973 وأثناء أحداث الأمن المركزي عام 1986، وكذلك أسلوب الإعلام العماني أثناء حرب الخليج الثانية.¹

رابعاً: أسلوب تحويل انتباه الجماهير:

قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الرأي العام السائد بين الجماهير بالنسبة لمسألة أو موضوع معين ذلك أن معارضة تيار جاف من الرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما حتى لو كان الرأي العام على خطأ. والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الإعلام في مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر في مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه.

خامساً: أسلوب البرامج الإيجابية المحدودة:

إن البرامج والتوصيات الإيجابية المحدودة لها أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأي العام، بعكس البرامج غير المحددة والكلمات الجوفاء والتذبذب، ويسوق البعض نموذجاً لذلك، الديانات بما تعرضه من جزاء للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب في مخاطبة الجماهير ويدرك رجال السياسة تمام الإدراك مزايا البرامج المحددة في تغيير اتجاهات الرأي العام ولذلك يحرص معظمهم على التقدم إلى الناجحين ببرامج من هذا القبيل وكلما كانت هذه البرامج متسمة بالإيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها، أن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم ومع ذلك فإن البرامج والوعود الإيجابية المتفائلة تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها وينقلب إلى تأثير عكسي ما لم يتبعها العمل والتنفيذ.

سادساً: أسلوب افتعال الأزمات:

عرفت الإنسانية في تاريخها الطويل أزمات عديدة: سياسية واقتصادية واجتماعية وتركت آثارها الخطيرة على الإنسان ومستقبله ولكن المقصود بافتعال الأزمات كأسلوب من الأساليب الحديثة لتغيير الرأي العام هو استغلال بعض الأحداث أو الظروف - وربما تكون محدودة- بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب. ومن الأمثلة على ذلك ما استخدمته إسرائيل في صراعها مع الأمة العربية بافتعالها أزمة مع سوريا في 1967 كبادرة لشن عدوانها على الأمة العربية واستخدامها (ببراعة) هذا الأسلوب في أثناء المفاوضات مع الفلسطينيين، حيث تفتعل أزمة تلو الأخرى، من أجل إجهاض المفاوضات وكسب المزيد من

1- عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص 119.

الوقت والمكاسب. ويلقى كتاب الحكومة الخفية أضواء على أساليب المخابرات الاستعمارية في افتعال الأزمات ومن أمثلة ذلك ما كانت تقوم به الإذاعة السرية الموجهة إلى كوبا باسم راديو الأمريكيتين إذ كانت تحرض المعارضين لحكم كاسترو على إشعال الحرائق في مزارع القصب التي تمثل ثروة البلاد الرئيسية، وانتزاع أسلاك التليفون، حتى تضطرب المواصلات التليفونية، وتخطيم أكبر عدد من الزجاجات لأن إدارة المخابرات الأمريكية كانت ترمي إلى أحداث أزمة زجاجات، وترمي من وراء ذلك إلى إقناع الرأي العام العالمي بوجود معارضة شعبية ضد كاسترو ليكون ذلك ذريعة للتدخل العسكري من جانب الولايات المتحدة الأمريكية.¹

ونحن ننظر إلى مشكلات الحدود التي زرعها الاستعمار بين الدول العربية على أنها قنابل موقوتة تصلح في أي وقت لافتعال أزمات بين الدول العربية والتأثير في الرأي العام.

سابعاً: إثارة الرعب و الفوضى:

برعت المخابرات النازية بصفة عامة في استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب واخضاعها من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى، وفي هذا يقول هتلر: إن أسلحتنا هي اضطراب الذهن وتناقض المشاعر والحيرة والتردد والرعب الذي ندخله في قلوب الأعداء، فعندما يتخاذلون في الداخل ويقفون على حافة الثورة وتهددهم الفوضى الاجتماعية، عندئذ تحين الساعة لنفتك بهم بضربة واحدة. وسارت دعاية الغرب بعد الحرب العالمية الثانية وحتى وقت قريب على نفس الأسس تقريباً التي كانت تسيير عليها الدعاية النازية، حيث عمدت إلى المبالغة في إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعي المنتظر والخطر الأحمر القادم (قبيل انهيار المجتمعات الشيوعية) انطلاقاً من الدروس المستفادة من استخدام الدعاية الألمانية لأسلوب التخويف المباشر وسلاح الرعب بشكل فعال، ذلك أنه حتى عام 1942 كانت الفكرة التي تكررها الدعاية الألمانية تقوم على إظهار الدمار الذي لحق بالدول التي رفضت الاستسلام لألمانيا مكررة فكرة: إن هذا هو ما حدث للآخرين "وهو على وشك أن يحدث الآن" وأدى الخوف الشديد والرعب اللذان انتشرا من الفوهرر الألماني إلى تدفق اللاجئين إلى الشوارع في فرنسا وعرقلوا بذلك حركة الحلفاء ومعداتهم العسكرية وعجلوا بهزيمة فرنسا.²

كما أن استغلال الاحتكارات الغربية لهستريا الحرب التي كانت تشيعها أجهزتها الدعائية قد مكنتها من إبقاء العالم في حالة من التوتر خدمة لمصالحها الاقتصادية وأطماعها التوسعية. ولعل ما تضمنه مسلسل وادي فتران الذي أذيع على القناة الأولى في أكتوبر 1999 من محاولات إسرائيل لإثارة الرعب والفوضى بين بدو سيناء سواء بتسميم المواشي أو الآبار يؤكد أن أساليب المخابرات الاستعمارية لتقليل الرأي العام وإثارته لا تعرف حداً تقف عنده، فهي لا تتورع في سبيل تحقيق أهدافها عن القتل والخطف والرشوة والإساءة إلى سمعة الأفراد

1- مختار التهامي، مرجع سبق ذكره، ص 116.

2- جيهان رشتي، مرجع سبق ذكره، ص 159.

والجماعات والالتجاء إلى التخريب والتدمير والتزوير والخداع وإثارة التذمر والتعصب والفرقة وإشاعة الخوف والذعر والإرهاب وإشعال الفتنة والحروب الأهلية والإقليمية والعالمية.¹

ثامناً: الشائعات:

إن الشائعة لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي الذي يجب أن يلتزم بها الإعلام: كالموضوعية والصدق والنزاهة والدقة. ولأنها لا تتميز بالموضوعية والصدق والأمانة فهي أقدر على الغور في أعماق الجماهير إبان افتقار الجماهير إلى الوسيلة التي تمدهم بما هو صادق وحقيقي والمعروف أنه يصعب وجود صحيفة تقدم الصدق كل الصدق أو الحقيقة كل الحقيقة في فترات الحروب والأزمات وخاصة السياسية والاقتصادية ويوجد في الناس ميل إلى تصديق الشائعة دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة. وتزداد الخطورة حينما لا يكتفي البعض بتصديق الشائعات بل يضيف إليها من عنده، وهنا يكمن كل الخطر من أي الشائعات مهما كانت بسيطة في أول أمرها وتخضع الشائعات في سريانها لأهمية الحادث الذي تتحدث عنه، والغموض الذي يكتنف هذا الحادث وينشأ هذا الغموض من: انعدام الأخبار أو اقتضاها أو تضارب الأخبار وعدم الثقة بها، ولعل أخطر ما في الأمر حالياً وجود شائعات على شبكة الإنترنت سواء ضد الفنانين أو رجال الأعمال المشهورين أو تمس قضايا ساخنة اقتصادية واجتماعية وسياسية، أو تنشرها القنوات الفضائية. وتزداد الشائعات في جو الحرب.²

حيث تكون سرية الأخبار أمراً جوهرياً تتطلبه دواعي الأمن واعتبارات النشر على الرأي العام وتأسيساً على ذلك فالشائعة هي خبر ينتقل من فم إلى فم مجهول المصدر يتحرك بين الأفراد ويحمل معه دليلاً على صحته ويفتقر إلى المسؤولية وتتغير بعض تفاصيله من فرد لآخر.³

أ/تعريف الشائعة:

إن أدق التعاريف للشائعة أنها: الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول.⁴

1- مختار التهامي، مرجع سبق ذكره، ص ص 117 118.

2- كرم شلبي، الإعلام و الدعاية في حرب الخليج وثائق من غرف العمليات، مكتبة التراث الاسلامي، القاهرة،، ب ط، 1992، ص ص 120-122.

3- جمال السيد، أضواء على الحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ب ط، 1972، ص ص 173.

4- مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مرجع سبق ذكره، ص 114.

ب/أنواع الشائعات:

توجد تقسيمات عديدة للشائعات مثل: الشائعات الحربية، الشائعات الاندفاعية، الشائعات الغاطسة الشائعات العنصرية، الشائعات القائمة على التشويه، الشائعات المستندة على واقع، وفي رأينا أن أهم تصنيف للشائعات هو التصنيف الآتي:¹

1- شائعات الأمل أو الأمانى والأحلام:

تعبر هذه الشائعات عن رغبات وأمال أولئك الذين تروج الشائعة بينهم، وهو تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات وآمالاً فيها، حيث أنها تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات ويلعب هذا النوع دوراً رئيسياً في دعم اتجاهات الجبهة الداخلية، وتعزيز الشعوب بالقوة والإيمان والنصر، فتلك الشائعات المتفائلة الوردية تنشر تشجيعاً للجندي على القتال وللمدني على الصبر والصمت والصمود.

2- شائعات اليأس والخوف:

هذه الشائعات عكس شائعات الأمل لأنها تعتمد على نشر الخوف والقلق، وهي تنتشر في وقت خوف الناس فالإنسان في حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لا أساس لها من الصحة، وهو مستعد لأن يفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يملئها عليه الخوف والوهم، كذلك فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال وله مساس بموضوع خوفه وقلقه، وتنتشر هذه الشائعات في أوقات الأزمات والحروب ومن أمثلتها شائعة تلوث مياه النيل.

3- شائعات الكراهية وتحويل الولاء:

وهي تصدر كتعبير عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تجيش بها نفوس بعض الناس وينتشر هذا النوع بين الأحزاب المتعارضة دائماً ومما يذكر في هذا الصدد تصنيف ناب لالف شائعة جمعت من كل الولايات المتحدة الأمريكية وعند تحليلها وجد أن ثلثي هذه الشائعات عدائية من حيث الهدف إلى جانب محاولة بث التفرقة حيث كانت (21.4%) من الشائعات ضد الحكومة و(19.6%) ضد القوات المسلحة والبحرية و(9.3%) ضد اليهود و(3.1%) ضد السود.

*عمود الشائعات:

على أن أخطر ما في الشائعات أن تتخذ عموداً في صحيفة ولقد أخذ عمود الشائعات في صحف الإثارة يشغل القراء في كل مكان، وهو ليس جديداً في صحف الولايات المتحدة إلا أنه أصبح في الصحافة المعاصرة أكثر إثارة وحيوية الأمر الذي دفع السلطات الأمريكية إلى تعطيل بعض الصحف نتيجة لما تضمنته أعمدة

1- عاطف عدلي العبد، محاضرات في الشائعات، مرجع سبق ذكره، ص 115.

الشائعات من أمور تفسد علاقات الحكومة بالدول الأجنبية. والجدير بالذكر في عمود الشائعات أنه كثيراً ما لجأ كاتبه إلى الحدس والتخمين والتنبؤ بما سيكون وبسط هذا كله كأنه حقيقة واقعة.¹

* طرق مكافحة الشائعات:

توجد قواعد وأسس لمحاربة الشائعات تتبعها أجهزة الإعلام ومن هذه القواعد ما يلي:

1- قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجماً:

يمكن تدمير شائعة كاذبة بشائعة أكثر منها كذباً ولكن بحيث يمكن إثبات كذب هذه الأخيرة فعندما انتشرت شائعة إعدام الشخصيات الألمانية الكبرى بالجملة في نهاية سنة 1943 قام جوبلز بمنافرة مشهورة فقد أضاف إلى الشائعة المعروفة ما هو أشد فظاعة وأكثر ضخامة، فأوعز إلى أجهزة الإعلام أن تدعي خبر مقتل هتلر نفسه، وعندما ترددت الشائعة وعمت في كل مكان وأخذ الحلفاء (بدورهم) يرددونها في سعادة أمر بإظهار هتلر وإجراء أحاديث صحفية وإذاعية معه فضرب الشائعات الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص.

2- القضاء على الشائعات بالمعلومات:

من البديهيات أن الشائعة تنتشر حينما لا تكون هناك أخبار، ولقد قال مسئول كبير في مكتبة مصلحة الاستعلامات الأمريكية الحربية أن الشائعة تنتشر وتروج إذا انعدمت الأنباء ولذلك يجب علينا أن نقدم للناس أدق الأنباء الممكنة وبسرعة فالشائعات تروج في غيبة الأنباء أو حين لا تذاع الأنباء بوضوح أو حين تتضارب الأنباء التي تصل إلى الجمهور أو من جراء عجز الفرد عن فهم الأنباء التي يتلقاها ولذلك يزداد في غياب الإعلام والبيانات الموثوق فيها انتشار الشائعات كما أن الغموض يغذي الشائعات ويدعمها ولا بد من اتخاذ اجراءات مضادة فوراً.²

فلقد كانت الإشاعات من الأسلحة الخطيرة التي استخدمت ضد مصر، ولذلك عمدت هيئة الاستعلامات المصرية إلى إصدار نشرة في الصحف تسمى أكاذيب العدو تتناول كل أكذوبة من الأكاذيب الفاضحة وتعلق عليها تعليقا قويا يزعم ثقة الرأي العام فيما ينشره العدو من شائعات وأنشأت مكتباً خاصاً للرد على أكاذيب العدو وزودته بالآلات التليفونية الكافية، كما أعد سجلاً خاصاً لهذه الأكاذيب أو الإشاعات يضم التاريخ وساعة المكالمة وموضوعها ثم وسيلة الرد عليها ونشرت الصحف أرقام تليفونات هذا المكتب، الذي كان يشرف عليه فرد واحد لم يتغير، حمل مسؤولية التحدث مع المبلغين والرد عليهم إلى جانب أعماله الأخرى التي كانت تتيح له الاطلاع الدائم على كل ما يدور ومعرفة التيارات والأحداث وكانت تتجمع في هذا السجل كل الأكاذيب والشائعات التي تنتشر في البلد ثم يعقد اجتماع يحدد الوسائل التي يجب أن تتبع لإنهاء الإشاعة

1- ابراهيم عبده، مرجع سبق ذكره، ص 216 .

2- عاطف عدلي العبد، محاضرات في الشائعات، مرجع سبق ذكره، ص 116.

وإسقاطها من أذهان الجماهير، وذلك لأن تدفق المعلومات والحقائق وتوفرها مع تكرارها بصفة دائمة ومنتظمة وفي مواعيد تتفق مع العرف القائم وسلوك الجماهير هو السبيل العلمي للقضاء على الشائعات ولعل ما اتبعه الإعلام المصري في أحداث الأمن المركزي عام 1986 دليل على صحة ذلك فلقد أجرى رئيس الإذاعة آنذاك الأحاديث التليفونية مع وزير الإعلام للرد على هذه الشائعات أولاً بأول وكذلك ما قدمه الإعلام العماني أثناء حرب الخليج الثانية إذ أجرى تليفزيون سلطنة عمان تحقيقاً متميزاً مع وزير التجارة والصناعة قدم من خلاله المعلومات التي تقضي على أية شائعات عن أي نقص محتمل في المواد الغذائية.

3- تكذيب الشائعات:

على أنه كثيراً ما يجد الإعلامي أنه من الصعب محاربة شائعة، فلو سكت عنها قد تزداد انتشاراً أو تضخيماً أثناء عملية الانتشار الاجتماعي، ولو حاول تكذيبها فسيجعل من لم يستمع إليها يسمعها عن طريق التكذيب، ولذلك فالطريقة المثلى في رأينا لتكذيب الشائعة نشر عكسها دون الإشارة إليها، فلو انتشرت في مجتمع شائعة عن أزمة في الكراسيات تنشر وسائل الإعلام ما يكذب هذه الشائعة دون الإشارة إليها على شكل تحقيقات عن توافر الورق والكراسيات وجهود الدولة في هذا المضمار، كما يمكن تكذيب الشائعة بكشف مصدرها والقصد منها، إلا أن ذلك يتطلب وجود درجة من الوعي لدى الرأي العام ضد الشائعة المغرضة.

ونود الإشادة بدور الإعلام المصري في مكافحة الشائعات التي انتشرت أثناء أزمة انفلونزا الطيور حيث كذب السيد أنس الفقهي وزير الإعلام المصري عبر شاشة التليفزيون شائعة تلوث مياه نهر النيل وقال جملته المشهورة: "أن فيروس الشائعات أخطر من فيروس انفلونزا الطيور"، حيث تم رصد 205 شائعة في يوم واحد من خلال 27 مرصداً للشائعات لم يثبت صحة شائعة واحدة منها وتكمن الخطورة في أن الشائعة مثل كرة الثلج كلما تدرجت كبرت، حيث تنتشر بقانون المتوالي الهندسية وليس المتوالي الحسابية.¹

* نموذج من الدراسات العربية حول الشائعات:

تبين من دراسة سيكولوجية الشائعات في المجتمع المصري التي أجريت قبل وأثناء وبعد زيارة الرئيس السادات إلى القدس أن العمال أكثر فئات العينة ميلاً لتقبل وتصديق الشائعة وكذلك الريفيون بفروق دالة وكان الميل لتصديق الشائعة قبل المبادرة أعلى لدي الحرفيين وعمال الإنتاج، بينما جاءت درجة الغموض لدى العمال أعلى بفروق دال إحصائياً منه لدى باقي أفراد العينة، ووجد أن الموضوعات الخاصة بسريان الشائعة قبل المبادرة أعلى بفروق دال عنه بعد وأثناء المبادرة لدى الموظفين والحرفيين وعمال الإنتاج وتبين من تصنيف الشائعة أنها كانت عند العمال والحرفيين على التوالي كما يلي: شائعات الأحمال (60%، 10%)، شائعات اندفاعية

1- عاطف عدلي العبد، محاضرات في الشائعات، مرجع سبق ذكره، ص 117.

(10%، 10%)، شائعات الكراهية (10%، 40%) كما تبين أن الريفيين أكثر فئات العينة فيما يختص بنشر وسريان الشائعات من خلال الشبكة الاجتماعية.¹

المبحث الثالث: دراسة الرأي العام

أولاً: نظريات الرأي العام:

يوجد نوعين من النظريات يمكن أن يدرس من خلالها الرأي العام نجد: نظريات إدراك الرأي العام وتنقسم إلى نظرية تأثيرية الآخرين، نظرية توهم المعرفة، ونظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام، (نظرية التهينة المعرفية، نظرية الاستجابة المعرفية).

1/ نظريات إدراك الرأي العام:

أ/ نظرية تأثيرية الآخرين: ينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها منظورا مبتكرا وجديدا في الدراسة للرأي العام كما يشير البعض إلى كون فروضها جذابة جدا، وإلى كونها مدخلا رئيسيا لقياس تأثيرات وسائل الإعلام. ينص الغرض الأول لهذه النظرية على أن الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقييم أثر وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين بحيث يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على الشخص الأول ولا عليك وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين) أم الغرض الأساس الثاني فيشير إلى الأفراد نتيجة إلى هذا الموقف الإدراكي، سوف يتخذون موقفا ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام.

ب/ نظرية توهم المعرفة:

ينسب مصطلح توهم المعرفة إلى العالم الاجتماعي فلويد البورت الذي استخدمه لأول مرة 1924 ثم اشترك في استخدامه مع تلميذه دانيال كاتر ليشير إلى الانطباعات الخاطئة والغير مبررة التي يكونها الأفراد عن مشاعر الآخرين وعن معتقداتهم في المواقف المختلفة ثم ما لبث أن شاع المصطلح في الكثير من المجالات البحثية أبرزها مجال دراسات الرأي العام حيث يستخدم الإشارة إلى القراءة الخاطئة لمواقف الأغلبية حيث يكون التركيز على الإطار التشكيلي للرأي وليس على توزيعه الحقيقي.²

2/ نظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام:

أ/ نظرية التهينة المعرفية:

ترى هذه النظرية أنه على الرغم من تعدد العوامل المؤثرة على الرأي العام مثل التنشئة والدين والتعليم والثقافة والمصلحة الشخصية ودعاية الجماعات والضاغطة والأحداث المهمة فإن معظم الحكومات تعتمد في تأثيرها على الرأي العام على وسائل الإعلام بشكل أساسي حيث تقوم بالتركيز على قضايا معينة مما يؤدي زيادة اهتمام

1- المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مرجع سبق ذكره، ص 136.

2- أيمن منصور وندا شيماء ذو الفقار، نظريات الرأي العام، المدينة برس، مصر، ط1، 2003، ص ص 219/157/87/19 بتصرف.

الرأي العام بهذه القضايا وأخذها في الاعتبار عند تقييم أداة الحكومة وهذا هو جوهر نظرية التهيئة المعرفية التي تتخذها الدراسة منطلقاً نظرياً حيث أن الفرضية الرئيسية للنظرية تأثير الأخبار التلفزيونية على المعايير التي يتم من خلالها تقييم الحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال الرأي العام الآخر تتفق مع الهدف من الدراسة وتصلح للإجابة على مشكلاتها كما أنها تنتج إجراء تطبق على أكثر من مرحلة للمقارنة بين فترات التغطية المكثفة والتغطية غير المكثفة.

ب/ نظرية الاستجابة المعرفية:

ظهرت العديد من النماذج القائمة على الاستجابات المعرفية ومنها النموذج احتمالية أعمال العقل الذي وصفه بيتي وكاسيوبو عام 1986 وقدموا من خلاله تفسيرات للعديد من الظواهر النفسية والاجتماعية القائمة على منظور الاستجابة المعرفية وبعد نموذج احتمالية أعمال العقل من أهم نماذج تشكيل الاتجاهات على المستوى الفردي خلال السبع عشر عاماً الماضية، كما يعتبره البعض من الباحثين خلاصة الإنتاج العلمي في دراسة الاتجاهات على مدى ثمانين عاماً، حيث أنه جاء للتوفيق بين النماذج المتضاربة وتفسير هذا التضارب وإعطاء صورة متكاملة لعملية تشكيل الاتجاهات واضعاً في الاعتبار جميع البيانات والمتغيرات العملية الاتصالية.¹

ثانياً: استطلاع الرأي العام وقياسه

تحتاج قياسات الرأي العام إلى جهد مضمني كبير قبل وضع النتائج في صورة أرقام أو إحصائيات رياضية أو في رسوم بيانية وغيرها. ولعل من أهم وسائل القياس الكمي لاتجاهات الرأي العام، وسيلة الاستفتاء أو الاستبيان ويتطلب تطبيق هذه الوسيلة بصورة فعالة المرور بالمراحل الإنسانية التالية:

1- كميًا:

أ/ تحديد أهداف البحث ووضع الفروض:

يجب تحديد المسألة أو المشكلة المطلوب الإجابة عليها وكذلك تعتبر نقطة الارتكاز الأولى في توجيه البحث والمساعدة في اختبار البيانات والحقائق التي تتصل بهذه المشكلة، ويتبع ذلك تحديد جميع عناصرها لأن ذلك هو الذي يضمن للدراسة أن تجرى وقد اشتملت على أكبر قدر من وجهات النظر المتعلقة بها. وإذا كانت وجهات النظر التي يجب بحثها هذه كثيرة جداً بحيث يصعب جمعها والسيطرة عليها، نظراً للموارد المالية المحدودة أو لأن البيانات المطلوبة يصعب الحصول عليها أو لأنها تحتاج إلى وقت طويل لتجميعها عند إذ فإن الهدف يجب أن يحدد الموضوعات التي يمكن تغطيتها.

1- أيمن منصور وندا شيماء ذو الفقار، المرجع نفسه، ص ص 157-219 بتصرف.

ب/ رسم خطة متكاملة للدراسة المطلوبة واختيار وسيلة البحث:

فالبحوث يمكن أن تصمم بطرق مختلفة تبعاً لأهداف الدراسة فبعض البحوث تحتاج إلى مسحين مجتمعين مختلفين لمقارنتهما ببعضهما من حيث نتائج البحث المسمى وفي الدراسات التي تهتم بقياس التغيير في الآراء أو السلوك فإن جماعة من الناس يمكن أن تختار كمستجوبين لهذا البحث وهذه الجماعة نفسها يمكن أن تتم معها المقابلات عدة مرات في فترات متعددة.

أما بالنسبة لوسائل جمع البيانات اللازمة لاستطلاع الرأي العام فتختصر عادة في وسيلة تسجيل الذاتي، وهي التي يقوم بملئها المبحوث بنفسه، سواء بالاتصال الشخصي به أو بإرسالها بالبريد أو نشرها بالصحف ووسائل الإعلام الأخرى.

ج/ اختيار العينة:

إن اختيار الجماعة التي سيغطيها البحث يعتبر جزءاً أساسياً في تخطيطه والسؤال التالي. بعد تحديد الجماعة لموضوع الدراسة هو، هل يمكن أن يشمل البحث الاتصال مع كل عضو في هذه الجماعة؟ من الواضح أن يشمل البحث الاتصال مع كل عضو في الجماعة؟ .

من الواضح أن الأمر ممكن إذا أريد مقابلة المستخدمين في مؤسسة من المؤسسات مثلاً، لكن الأمر يصبح مستحيلاً إذا كانت دراسة الرأي العام تتصل بجماعة تغطي سكان البلد جميعاً، وعلى ذلك فيجب أن يعتمد البحث على عينة من الجماعة بحيث تكون هذه العينة ممثلة لكل الناس الذين يتطلب البحث معرفة آراءهم أي أن تكون الجماعة ممثلة لكل الفئات الاجتماعية أو الاقتصادية التي تكون المجتمع المحلي موضوع الدراسة ومن ناحية أخرى فإن حجم العينة يجب أن يتحدد بدرجة يمكن معها تحمل تكاليف الحصول عليها.

د/ كتابة الاستبيان:

إن تصميم الاستمارة من أهم الأمور في بحوث الرأي العام، وهناك بعض القواعد الأساسية التي ينبغي مراعاتها في تصميم الاستمارة و إعداد الأسئلة:¹

* وضوح الأسئلة وبساطتها حتى لا يساء فهمها، فلا ينبغي مثلاً استخدام الكلمات الغامضة وذات المعاني المتعددة، بل يجب استخدام الكلمات الواضحة البسيطة يفهمها أقل الناس حظاً من التعليم.

* يجب أن يتجنب الكاتب الإشارة إلى الأفكار أو سياسات معينة أو شخصيات بعينها إلا إذا تأكد أن المستجوبين لأسئلته يعرفون هذه الأشياء تمام المعرفة.

1- محمد نصر الهنا، الوحي في مناهج البحوث السياسية والإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 1999، ص ص101-110 بتصرف.

* يجب أن يكون السؤال قصيرا حتى يسهل فهمه على وجه السرعة، فإذا احتوى السؤال على جملتين طويلتين أو ثلاث، فإن المستجوب سينسى غالبا الجزء الأول من السؤال وسيجيب فقط على الكلمات الأخيرة من السؤال وعلى ذلك فهو يستجيب فقط للجزء الأخير من السؤال.

* يجب تحاشي الأسئلة التي تشمل على وقائع شخصية أو حرجة.

* يجب أن يركز السؤال على فكرة واحدة.

* ينبغي عدم استعمال الكلمات العاطفية أو ما يسمى بكلمات التأثير والشهرة لأن هذه الكلمات سوف تؤثر على نوعية واتجاه الإجابة على السؤال فمثلا ربط اسم زعيم مشهور بسؤال معين عن السياسة المقترحة سيزيد من نسبة الاستجابات التي تؤيد هذه السياسة المقترحة، أما إذا صيغ السؤال شاملا لكل الأفكار والموضوعات المطلوبة دون ربطها أو إلصاقها بالأسماء الشهيرة والعاطفية.

* اختلاف نوعية واتجاه الإجابة والأسئلة التي تحتوي على كلمات عاطفية من أمثلتها السؤال الآتي: "هل تعتقد أن على الحصر أن ترسل الطعام للاجئين الذين يتضورون جوعا في لبنان" فلو وضع السؤال دون الوصف العاطفي الذين يتضورون جوعا، لتغيرت الاستجابات وهكذا.

* وأخيرا يجب وضع التعليمات الخاصة بملاً استمارة الاستبيان كدليل أمام القائم بهذا العمل.

هـ/ تحليل النتائج وتبويبها وكتابة التقارير:

عندما تملأ استمارات الاستبيان ترسل إلى مكتب مركزي حيث يتولى الجهاز المشرف على البحث ترتيب وتجميع الإجابات بطريقة تلخص نتائج البحث وتقدمها بشكل مفهوم والطرق هي حساب وتدوين الإجابات بالنسبة لكل سؤال حتى يمكننا الحصول على نتيجة رقمية.¹

2/ كيفيا: طرق قياس الرأي العام

أ/ طريقة المقابلة:

تمثل طريقة المقابلة التبادل اللفظي وجها لوجه بين المقابل والمستجوب وذلك للحصول على المعلومات أو الآراء التي تعبر عن الاتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالمسائل التي تشغل بال الرأي العام. وهناك بعض المبادئ التي يمكن مراعاتها في إنشاء المقابلة وتتلخص في:

- 1- كسب ثقة الشخص الذي تجري معه المحادثة لضمان تعاونه في الرد على الأسئلة.
- 2- وضوح الأسئلة حتى نشجع المستجوب على أن يعبر عن اتجاهاته بحرية تامة ومن الضروري أيضا أن يسيطر المقابل على المناقشة حتى لا يخرج المستجوب عن الموضوع.
- 3- يجب أن تتم المقابلة في وقت ملائم، وألا تكون في حضور أشخاص آخرين قد يتدخلون في الإجابة أو قد يتحرج المستجوب في التعبير عنه بصراحة أمامهم.

1- محمد نصر الهنا، المرجع نفسه، ص 109-110.

4- من الأفضل أن يختار الشخص الذي يقوم بإجراء المقابلة اختياراً سليماً حيث يميل الأشخاص عادة إلى الإجابة بصراحة أكثر على الأسئلة التي يلقونها عليهم أشخاص آخرون من نفس طبقتهم أو جماعتهم.
ب/ طريقة الملاحظة:

وهي عملية استطلاع غير مباشرة للرأي، فهي أقرب إلى الأسلوب العلمي التجريبي وهذه الطريقة تعتمد على ملاحظة الانفعالات والتصرفات والحركات والإشارات وغير ذلك مما يؤدي معنى وهي تتم بالتدوين السريع والتسجيل الأمين للرأي وللأسلوب الذي يستخدم في التعبير عن ملاحظاته. والذين يقومون باستطلاع الرأي بطريقة الملاحظة يتصلون مباشرة بالناس في أماكن العمل واللقاء كالنوادي والمقاهي والسينما والمساجد والكنائس والقطارات وغيرها. وتكتب البيانات ثم تتوالى جهة استطلاع الرأي العام فحصها وتبويبها واستخلاص نتائجها ويجب ألا يكون التدوين في وقت بعيد عن وقت إجراء الملاحظة ذاتها وتزداد قيمة الملاحظة كطريقة من طرق البحث في الحالات التي يزيد فيها احتمال مقاومة الأفراد لما يوجه لهم من أسئلة، أو عدم تعاونهم مع الباحث أثناء المقاومة. ويلاحظ أن تكاليف طريقة الملاحظة أقل من تكاليف غيرها من الأساليب.
ج/ طريقة تحليل المضمون:

وتستخدم طريقة تحليل المضمون لخدمة أغراض كثيرة أهمها، التعرف على اتجاهات الرأي العام الأجنبي أي التعرف على الرأي العام في دولة معينة تجاه مسألة تتعلق بدول أخرى وذلك لأنه من العسير القيام بطريقة الاستفتاء أو المسح للتعرف على هذه الاتجاهات وتتم عملية التحليل المذكورة بناء على دراسة المواد التي تقدمها الصحف والإذاعة المسموعة أو المرئية والكتب والنشرات التي تتصل بموضوع معين، كما تفيد طريقة تحليل المضمون في التعرف على المفاهيم التي استقرت في مجتمع معين والتي يمكن أن تكون أساساً هي موقف الدولة الأساسي في المجال الداخلي أو الخارجي.¹
د/ نقد وتقييم قياسات الرأي العام:

لقد وجه كثير من النقد لهذه القياسات ويدور بعض هذا النقد حول النقاط الآتية:
✓ أن معظم البيانات التي نقدمها لهذه القياسات محدودة القيمة، نظراً لأنها تمثل التقييم الكمي لا يكفي لآراء الأفراد ولا تدلنا هذه البيانات عادة على درجة شدة وعمق وثبات آراء الأفراد وكيفية تكوينها ولا على درجة تأثيرها على السياسة العامة الرسمية.
✓ أنه وإن كانت هناك جهود علمية تبذل لاختيار العينة اختياراً سليماً على قدر المستطاع، وذلك لتمثل العينة آراء المجتمع موضوع الدراسة تمثيلاً صحيحاً إلا أن هناك احتمالاً كبيراً في أن تكون هذه الآراء التي يتم قياسها بالعينة غير ممثلة لوجهات نظر أولئك الذين لهم التأثير الفعلي على مجريات الأمور.

1- محمد نصر الهنا، المرجع نفسه، ص110.

✓ إن المقابلات العابرة التي يراد بها تسجيل آراء الأشخاص تكشف عن معلومات قليلة جدا فلا ينبغي الاعتماد عليها في تحليل اكتشاف اتجاهات الرأي العام فضلا عن احتمال تحيز المقابل، أو عدم اكتمال الأسئلة وحسن صياغتها أو عدم أمانة ودقة وضوح إجابات المستجيبين، وأخيرا فلا بد من ربط البيانات المجموعة بالعرض الذي جمعت لخدمته وبالظروف التي يتم فيها عمل المسح أو القياس، وهذا مالا يتحقق في هذه القياسات.

✓ إن قياسات الرأي العام مازالت بعيدة عن الدقة العلمية في الثبات والتنبؤ، ومن هنا فإنه لا يمكن الثقة في نتائجها ولا الاعتماد عليها بصورة كبيرة في الاستدلال على الاتجاهات الممثلة في تطوير بعض الظواهر أو السياسات .

✓ يركز بعض الناقدين على مخاطر الخداع والاحتيال في استخدام قياسات الرأي العام فهذه القياسات يمكن أن تتم بغير شك لخدمة أغراض الدعاية أو الإعلان، كما يمكن أن يتم اختيار الأسئلة لإظهار واستنتاج استجابات معينة، كما أن النتائج يمكن تعديلها وملاמתها وتطويرها وتفسيرها لخدمة أهداف معينة وفي أحيان كثيرة تذايع النتائج المرغوب إذاعتها فقط وتحجب النتائج غير المرغوبة فيها وهكذا.

أي أن عملية قياس الرأي العام تتعرض لكثير من الأخطاء والتشويه المعتمد وغير المعتمد، ومن أجل ذلك وكما يقال فإنه ينبغي أولا حل مشكلة آداب المهنة وأخلاقياتها قبل أن تطمئن على عدم تشويه تلك القياسات.¹

ثالثا: مشكلات قياس الرأي العام

تواجه عملية قياس الرأي العام في الدول النامية مجموعة من المشكلات منها:

- 1- نقص المعلومات كماً وكيفاً المتاحة للأفراد في الدول النامية على الرغم من أهميتها في تكوين الرأي العام فمن لا معلومات عنده لا رأي سديد له، ومن المعروف أننا نعيش في عصر تدفق المعلومات والانفجار المعلوماتي.
- 2- النقص الشديد في وسائل نقل المعلومات في الدول النامية، ففي مصر مثلا لم تكن وسائل الإعلام تغطي كافة أنحاء مصر حتى بدأت مرحلة السيادة الإذاعية منذ عام 1981 وزادت قوة الإرسال الإذاعي، من 2800 كيلوات إلى 12333 كيلوات عام 1999/1998 ووصل إجمالي ساعات الإرسال الإذاعي 416 ساعة يوميا وأصبح البرنامج العام يذيع برامجه خلال 24 ساعة دون توقف كما كان يحدث خلال الفترة من الساعة الواحدة والنصف صباحا حتى السادسة صباحا وكذلك شبكات القرآن الكريم، الشرق الأوسط الشباب والرياضة، صوت العربية وبرامج الموسيقى بالإضافة إلى شبكة الإذاعات الموجهة التي تظم 46 خدمة إذاعية مستخدمة 34 لغة تخاطب مختلف المناطق في العالم، وظهر 11 إذاعة تذيع عام 1998/1997م 163 ساعة يوميا إلا أنه لا زالت الصحف لا تصل إلى بعض المناطق النائية وتبين من دراسة ميدانية أن عدد النسخ التي تصل إلى القرية المصرية يتراوح ما بين أربع وست نسخ يوميا وينخفض هذا العدد في الشتاء، حيث يحول سقوط الأمطار دون توزيع الصحف.

1- محمد نصر الهنا، المرجع نفسه، ص 109-110.

3- تحول بعض الخصائص الاقتصادية، الاجتماعية والتعليمية للأفراد في الدول النامية دون استفادة نسبة الأمية في تناقص، إلا أن أعداد الأميين تزايد نتيجة لتزايد السكان مما يحول دون التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة بالإضافة إلى الخصائص الأخرى التي توجد في الدول النامية ومنها السطحية وعدم العمق، صغر شرائح الرأي العام المعتدلة وكبر شرائح الرأي العام المتطرفة لضعف أو حتى اختفاء القوى الاجتماعية الوسطية وخصوصية الطبقة الوسطى وانتشار النظرة إلى الأمور على أساس أنها منفصل " أبيض أسود " وليست متصل له درجات ويضاف إلى ما سبق أن انخفاض الدخول يحد من شراء وسائل الإعلام المطبوعة من ناحية والتردد على دور السينما والمسرح المرتكزة في العواصم في ناحية أخرى.¹

4- يحول نقص الواضح في الموارد الأولية المالية للدول النامية دون إجراء قياس علمي دقيق لما يتطلبه ذلك من تكاليف باهظة وأجهزة تكنولوجيا متقدمة.

5- كثرة المشكلات المنهجية التي تواجه قياس الرأي العام وفي مقدمتها:

التشكيك في أهمية قياس الرأي العام، انخفاض الوعي بأهمية الاستطلاعات، قلة العائد في الاستبيان البريدية عدم الإدلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث، كثرة ظهور فئة اللارأي صعوبة تطبيق اختيارات الصدق لعدم وجود محاكاة خارجية للقياس وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء، لجمع البيانات.²

رابعاً: العوامل المؤثرة في الرأي العام ووظائفه

1/ العوامل المؤثرة في الرأي العام:

الرأي العام لا يبقى ثابت بل يتغير نتيجة لتوفر المعلومات أو نتيجة شائعات أو حملات مضادة، أو غير ذلك من الأسباب وهناك الكثير من الأساليب المتبعة لتغيير الرأي العام أهمها.

أ- أسلوب تبني الحقائق: يقوم هذا الأسلوب على أساس مخاطبة الجماهير وتزويدهم بالمعلومات الصادقة فالصدق يولد الثقة في نفوس الجماهير.

ب- أسلوب التضخيم: (الشائعات) يعتمد على تضخيم الأحداث وتحويلها بهدف اقتناع الجماهير بتغيير آرائهم وكثراً ما تظهر الصحف ووسائل الاتصال الأخرى في كثير من الدول بأخبار أو معلومات فيها تضخم للأحداث و الأمور.

ج- أسلوب التغيير المستمر في البرامج: وهنا لا يتم إتباع نفس البرامج على وتيرة التعبير المستمر في البرامج وهنا لا يتم إتباع نفس البرامج على وتيرة واحدة لفترة طويلة بل تقوم الجهة المعنية بتغيير برنامجها باستمرار.

د- الأسلوب العاطفي: يستخدم هذا الأسلوب خاصة في الدول التي تكون مجتمعاتنا عاطفية، ويتم التركيز هنا على الإشارة العاطفية لتحقيق استحابة جيدة من قبل الجماهير بهدف تغيير آرائهم تجاه قضية معينة.

1- مختار تهامي وآخرون، الرأي العام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، ط1، 2000، ص ص 121- 122.

2- مختار تهامي وآخرون، المرجع نفسه، ص 123.

هـ- أسلوب التكرار: وفقا لأسلوب التكرار فإن الاهتمام يكون بموضوعات قليلة يتم تناولها بشكل متكرر.

و- أسلوب الإهمال: يعتمد هذا الأسلوب على إهمال القضية المثارة للجدل وعدم تذكير الجماهير بها، وهذا الأسلوب يستخدم كثير في مقاومة الشائعات، حيث أن عدم تكرارها وتكذيبها يعتبر من الأساليب الجيدة المستخدمة في مقاومتها وكما نعلم أن للشائعات عنصرتين أساسيتين هما: الغموض والأهمية فإذا جمعناهما نفقد أحد العنصرين المذكورين وهو عنصر الأهمية فإنها تتقلص ويبدأ تأثيرها في الجماهير بالتراجع والاضمحلال.¹

2/ وظائف الرأي العام:

أ- التأثير على القرار السياسي: تعتبر سلطة الشعب في الدول الديمقراطية أعلى السلطة فيها ولذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة يجب أن تبني على الرأي العام بمعنى أنه من اللازم أن يعكس نشاط الحكومة اليومي بطريقة أخرى هذا الرأي.

ب- التأثير على الانتخابات: تسمح عمليات الانتخابات والتصويت وبخاصة في الدول الديمقراطية باختيار القدرات السياسية وتشكيل السياسة القومية في شكلها النهائي والزعماء السياسيون هم زعماء فقط في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام ويمارسون السلطة في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.

ج- الرأي العام أحد العوامل المؤثرة في الحكم: فالمسؤولون في أي حكومة يفترض أساسا أنهم يمثلون الشعب تمثيلا صحيحا وأنهم يعكسون الرأي العام ولعل هذا يبرر الوعود التي يقدمها السياسيون للجماهير أثناء الانتخابات والكلمات البراقة والخدمات الشفهية ويفسر لنا أيضا أن الكثير من الحكومات الديمقراطية عندما تضع سياستها وتمارس أعمالها فهي تمارس على هذه الاتجاهات الرأي العام وفي ظل الديمقراطية التي نعمل من أجل جماهير الشعب.

د- المتابعة السياسية: والرأي العام لا يقتصر مهمته على مجرد الانتخابات فقط وإنما تمتد لتشمل جوانب أخرى في الممارسة السياسية مثل مناقشة الحاكم واستجوابه وتقديم النصيحة للحاكم.

هـ- إنجاح خطط الرأي العام: يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدورها في إحباطها إذا لم تتمكن الدولة من إقناع الرأي العام بتوجهاتها ولهذا تسعى الحكومات بأساليب مختلفة إلى دعوة الناس إلى المشاركة والمساهمة في وضع هذه الخطط وفي تنفيذها ولهذا فإن نجاح الدول في تحقيق التنمية الشاملة يعتمد اعتمادا كبيرا على قدرتها على خلق رأي عام مساهم.²

و- تحديد ملامح السياسة الخارجية: للرأي العام دور هام في تحديد الملامح السياسية الخارجية كما تقول الدكتورة شهيناز طلعت وباحثون آخرون، فالجهة التي تضع السياسة الخارجية لا بد وإلى حدود معينة أن تأخذ في

1- عايد فضل الشعراوي، الإعلان والعلاقات العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 2006، ص 126.

2- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ط، 2007، ص ص 135-136.

اعتبارها وهي تضع تلك السياسة رغبة الشعب أو على أقل تقدير ما يمكن أن يقبله فلاهتمام بالرأي العام لا بد وأن يكون لدى جميع المسؤولين عن وضع السياسة الخارجية في جميع الدول على السواء.

7- مساندة أفكار السياسة: للرأي العام أهمية بالغة في مساندة الأفكار الاجتماعية و السياسية بل يمكن القول أن نجاح أي فكرة أو اتجاه سياسي أو إجماعي يتوقف على دعم الرأي العام لهذه أو هذا الاتجاه، و في بعض الأحيان تظهر بعض الأفكار قد تكون سابقة لأوانها و لا تلقى قبولا من الرأي العام بتغيير بمضي الزمن و يعتنق هذه الفكرة و يرحب بها.

8- التحديث السياسي: كما يقول الدكتور السيد عليون ينطوي على معنى التنمية السياسية أو بمعنى آخر ينطوي على فكرة بناء و تطوير الهيكل المؤسس و الأبنية اللازمة و القدرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التعبير الجماعي، ويساهم الرأي العام في التعجيل بهذه العملية.¹

1- محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص136.

خلاصة:

يتضح من الاستعراض السابق لهذا الفصل أن الرأي العام مفهوم قديم عاصر المجتمعات البشرية على مر التاريخ، عني الاسلام منذ بزوغ فجره بترسيخ المفاهيم والعوامل التي تُسهم في تشكيل الرأي العام الراشد وذلك من خلال تأكيده على قيمة الشورى وأسلوب الحكمة والموعظة الحسنة والبعد عن الفضاضة والغلظة واليوم الرأي العام الجزائري تتحاذبه في عصر العولمة تيارات إعلامية شتى كثير منها ما يحمل توجهات استعمارية تستهدف تحويل المنطقة إلى سوق لمنتجات الدول الغربية، فضلا عن خلق تبعية سياسية تعمق من ثقافة الاستسلام والخضوع، الأمر الذي يفضي إلى التمكين لهيمنة هذه الدول في شتى المجالات، فالمعركة حول الرأي العام معركة شرسة تتطلب الاستعداد بالأدوات اللازمة ولا بد للحكومة والمؤسسات الجزائرية ذات الصلة أن تعي متطلبات هذه المعركة وأن تولي قضية الرأي العام أهمية وذلك من خلال إنشاء ودعم مراكز أبحاث وقياس الرأي العام وضرورة التأكد من مدى اتساق اتجاهاته مع المقومات الفكرية للدولة الجزائرية في شتى المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

الفصل الثاني

القنوات الإخبارية والمشرع القانوني للإعلام الجزائري

تمهيد:

لقد كان لظهور وانتشار القنوات الإخبارية العربية في التسعينات وجها آخر للتأريخ الإعلامي العربي وطفرة نوعية أثرت على جوانب الحياة السياسية العربية من النواحي بحيث كشفت حقائق ومعلومات لم تسمح من قبل بنشرها عبر أي نوع من الوسائل الإعلامية، خاصة بعد تطور وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت كثيرا في إثراء معلومات هذه القنوات الإخبارية المتخصصة رغم أنها تفتقد للمصداقية في بعض الأحيان وعدم الاعتراف بها كمصدر للمعلومة أحيانا أخرى خاصة في بدايتها الأولى، وهذه النقطة بالذات أحيث ما يسمى بالرأي العام العربي الخامد، وتعتبر حاليا هذه القنوات المتخصصة في تقديم الأخبار أنها تؤدي دورا سياسيا مهما جدا من ناحية تقديمها للمعلومة السياسية وكذا تأديتها لدور الأحزاب السياسية في غالب الأحيان، رغم أن تدفق المعلومات في الإعلام العربي والجزائري خاصة يعتبر حقيقة تكنولوجية أكثر منه حقيقة إعلامية ثقافية واجتماعية. وحتى في الجزائر رغم التشريعات الإعلامية إلا أن الجزائر لا تزال تتعامل سياسيا وإعلاميا مع مواطنيها بالطريقة التقليدية، ونطمح من خلال دراستنا معرفة ما إذا كان وجود هذا الكم من القنوات الإخبارية الجزائرية التي تهتم بنقل الأخبار السياسية الوطنية الراهنة قد أثر بطريقة ما في اتجاهات الرأي العام خاصة في السنوات الأخيرة القليلة.

المبحث الأول: تطور القنوات الفضائية.

أولاً: الفضائيات العالمية

إن ملاحظة انبجاس المضامين، وابتلاع المعنى، وتلاشي الميديا نفسها، واختلاف كل جدلية الاتصال في دائرة شاملة للنموذج والانبجاس الاجتماعي في الجماهير، قد تبدوا كارثية وميؤوسا منها. بيد أنها ليست في الحقيقة ذلك إلا في نظر المثالية المهيمنة على كل رؤيتنا للإعلام، فنحن جميعا نعيش على مثالية منذهلة بالمعنى والاتصال، مثالية الاتصال عبر المعنى، ومن هذا المنظور فإن ما يترتب بنا فعلا هو كارثة المعنى. (جان بودريان) Jean Baudrillard¹.

إن الاكتشاف الإنساني المعرفي المبكر هو اكتشاف الصورة، الأم التي تتعرف أول مرة إلى وليدها التي تسكنت معه تسعة أشهر، ترى في نبضاته تعارفا أوليا ومستقبليا، ولكن بعد الولادة عادت صورته الواقعية وليست المخيالية، هي الهوية على العلاقة القادمة، وهنا نحصر الصورة بوصفها وسيلة ثنائية للإرسال والاستقبال، قابلة لحمل رسالة ما أو حزمة من الرسائل، وأتينا في الواقع يصعب علينا أن نوضع الصورة على نحو منفصل أو محدد في إطار نظام كرونولوجي في تراثية البحث عن معنى الكلمة أولا أو غائية الصورة، ومع ذلك فإننا اليوم عندما نوظف الصورة في إطار النظام الاتصالي الراهن والبالغ التعقيد بسبب المزاحمة بين إمكانات اتصالية راهنة متعددة، نجد أنها الأكثر تعبيرا عن الغاية من التواصل وربما الطريق الأقصر في التعبير.²

توقف الكثير من علماء الاتصال عند ظاهرة الصورة في إطار تفاعلات منظومة التواصل الإنساني.³ واعتمدوا الإرث الإنساني في منظور التعامل مع حقيقته، إلا أن التقنيات المتعاملة مع الصور، من حيث صناعتها وخزنها ونقلها أو التلاعب بها إذا صح التعبير أو إعادة إنتاجها، كل ذلك تجاوز قدرة التحليل والحصر، وأضحى عالم الصورة وبوجه خاص العالم الافتراضي، الأكثر تعقيدا وصعوبة من إعادة تفسير حركته أو التماهي معه، وهنا تدخل الصورة مسارا متميزا في قدرة التأثير المتبادل، أو بوصفها نصا مكتوبا له القدرة على الاستجابة للقراءات المحتملة والتأويلية، وتعدوا الصورة خارج لحظة ولادتها رهينة وحييسة عند المتلقي يصنع عبر تفاصيلها وعيه الخاص للعالم الذي يعيش فيه.⁴

1- جان بودريان، منظر ثقافي وفيلسوف ومحلل سياسي وعالم اجتماع فرنسي ولد سنة 1929 وتوفي سنة 2007، تصنف أعماله ضمن مدرسة ما بعد الحداثة وما بعد البنيوية.

2- صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي تحليل المضمون والتأثير في النخبة في الرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، ط1، 2013، ص ص 33-35 بتصرف.

3- أومان ماتلر، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق راجح، علوم إنسانية واجتماعية، المنظمة العربية للترجمة بيروت، ب ط، 2005، ص 132.

4- صباح ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 36.

من المفيد هنا أن نقف إزاء ما تولده الصورة من وسائط للتفاهم المشترك، إنها في الواقع رموز متوالية ذات نسق تعبيرية، تكتسب في حالة تكرارها القدرة على استنطاق الواقع وتحويله إلى انساق متقاربة من التماثلات الخصبية الدلالة في الواقع، لذلك يصح أن نتحدث عن مفهوم ثقافة النص متمثلاً بمجسم الصورة فالبشرية منذ القدم اعتمدت على ثقافة نقل الصورة سواء بتحويلات إلى مجرد إيماءات وإيماءات لخطوط معبرة ثم بالرسوم على جدران الكهوف أو ورق البردي وجلود الحيوانات، ثم الورق الذي صنع من لحاء الشجر أو لبّه لاحقاً. وقد حاول الإنسان حبس الأشياء وإعادة عرضها، إنه بذلك يعيد إنشاء الصورة بوصفها مكوناً حياً وليس اختزالاً لعلاقة جامدة بين الأشياء، لكن كل ذلك لم يفض إلى ما نعيشه اليوم في ميدان إنتاج الصورة المتحركة القادرة على أن تكون نابضة بالواقع معبرة عنه بكل قوة.

لقد استمرت اللغة إلى جانب الرغبة البشرية الطبيعية في تقليد ما يراه بالرسوم على جدران الكهوف أو الجذوع الشجر ثم جلود الحيوان وورق الشجر أو البردي، كوسيلة مترادفة للتعبير، حتى تمكن الإنسان من اقتناص الضوء وحبسه ثم إطلاقه على مسطح قابل لتسجيل الضوء والظل في أولى محاولاته للتصوير بالآلة التي عرفناها لاحقاً بالكاميرا، ولا نعرف تحديداً كم استمرت هذه المرحلة في حياة الإنسانية للوصول إلى ذلك الانجاز المدهش الإمساك باللحظة وما تحمله من واقعية وفي حينها كان ذلك ضرباً من الخيال أن ترى الزمن معلقاً في انعكاس الضوء عند صفحة ملساء تتساوى فيها التضاريس والأبعاد¹، وأن تترك للصورة الثابتة والمحافظة على وجودها القدرة على التأثير المباشر واللاحق في إمكان توليد الأفكار.

غير أن الصورة التقليدية أخذت في التغيير في الزمن الراهن، فقد دخل اللون كتعبير مضاف للرسالة التي تحملها، حتى جاء التغيير الجذري في اختراع الصورة المتحركة في السينما أولاً ثم في التلفزيون، ثم حصل الانفجار الكبير مع ظهور تقنية البث عبر السواتل (البث الفضائي التلفزيوني) الذي عمم الصورة ووحده الاستقبال، ولم تعد الصورة حكراً على جهة معينة من دون أخرى كما أن السرعة والفورية في النقل المباشر والحلي من مواقع الحدث جعل الإنسان ممتداً بوعيه وتأثيره إلى حيث تصل عدسات الكاميرا وتسجل وتنقل ما يدور حولها²، وعملياً وفّرت لنا تقنية النقل المباشر للصورة من موقعها القدرة على الإمساك نظرياً والتشارك في مجرياتها.

إن معنى الصورة في وسائل الإعلام بوجه عام والتلفزيون بوجه خاص، أصبح مرتبطاً إلى حد ما بمجموعة من العلاقات الداخلية والخارجية المعبرة عن الغاية من توظيف معطى الصور مع الحدث، وأضحيت ساجحة في فضاء المعنى يصعب الإمساك بحدودها وأبعادها، إنها في الواقع جسر العبور نحو مرحلة حابسة في ماديّات التفاعل بين المرسل والمتلقي فإننتاج الصورة لا يتوقف اليوم عند حدود الحدث أو الواقعة في إطار توثيقها، بل إنها أضحيت

¹ - أحمد بن فضلان، رحلة بن فضلان إلى بلاد الترك والروس والصقلية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ب ط، بيروت، 2003، ص 82.

² - عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي، مؤسسة سلطان بن علي العويس الثقافية، ط2، دبي، 2007، ص 24.

الحدث وتعيد بناء تفاصيله، إنها عمليا تعيد إنتاج العالم، وتؤطر تفاعلاته الآنية، فهي شريك في الحدث وفاعلية في تفاصيله ومتقدمة على إيقاعه، حتى تبدوا الصورة أنها واقعية أكثر من الواقع ذاته¹.

وأية مقارنة سيميولوجية تعد في مضمونها خطوة إيجابية في الكشف عن القيم والعلامات الدلالية، لذا فإن فضاء الصورة بما تحمله من الفورية والإبهار وتجاوز حدود النص المكتوب، بل إننا نتذكر هنا كيف أن السينما الصامتة في بدايات خطوات صناعة السينما كانت تسوق لنا لغة الصورة بديلا من النص المنطوق وكل التجريد الذي حملته الصورة حينها لم يحل دون فعل الإزاحة والاستعاضة للمعنى المستهدف ولنعد مشاهدة مقاطع من أفلام شارلي شابلن الصامتة لنرى كيف أن الصورة الصامتة كانت ناطقة أكثر من أي شيء آخر بل حتى من اللغة ذاتها. ولغاية اليوم نحن نقف في حضرة الصورة بوصفها المقدس الذي يستدعي الإدراك الواعي التماهي معه من دون تردد، حتى إن البعض من دارسي الإعلام في الوطن العربي بشر بأن صعود دور الصورة في وسائل الإعلام سيقضي بالضرورة إلى إزاحة النص وتواريه².

لكن شيئا من ذلك لم يحدث، وعملين ينتج العقل البشري نصا للصورة من خزينة الفكري والثقافيكما ينتج الصورة المعادلة للنص في الوقت عينه، كما كانت الإذاعة في القرن الماضي وقبل انتشار التلفزيون تقدم لمستعمليها أفلاما سينمائية معتمدة على قدرة المستمع في التواصل مع أحداث الفيلم بأن يقوم الملتقي ببناء واقع متصور تخيالي في داخله يوفر له متعة إعادة إنتاج المعنى والتعايش مع تفاصيله.

1/ القنوات الفضائية:

نظرا لما للقنوات من تأثير على المجتمعات الإنسانية لما تملكه من الإثارة الصوتية والصور النقية وبث الأفلام الواقعية وشبه الواقعية والبرامج المختلفة التي تحاكي حياة المجتمعات بكافة طبقاتها وشرائحه خاصة الأجيال الجديدة من الشباب التي تسعى إلى التغيير باعتبار الوسيلة الأقوى والأعم في التأثير، حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح، مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته وعلى سلوكه مُشكّلة لشخصيته من خلال ما يضخه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقي التشبع بها، سنتناول بحث موضوعها في ثلاثة مطالب تتعلق الأول منها بتحديد وتعريف معنى القناة الفضائية، والثاني حول التقدم العلمي في مجال القنوات الفضائية والبث الفضائي، ويتناول الأخير الأهداف التي تسعى إليها تلك القنوات من خلال البث الفضائي.

أ. تعريف القنوات الفضائية:

القناة الفضائية هي وسيلة اتصال عبر الأقمار الصناعية، وتستقبل بواسطة طبق القمر الصناعي وجهاز استقبال، ويشير الطبق إلى قمر صناعي محدد وتنقل الإشارة المرسله ضمن نطاق تردد معين، بحيث يتم استلامها بواسطة أحد المستقبلات المضبوطة على نطاق تردد القمر الصناعي، ويقوم المستقبل بإعادة بث الإشارات إلى

¹ - محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد: دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، ب ط، 2008، ص ص 75-76.

² - فرانسيس بال وجيرار إيميري، وسائط الإعلام الجديدة، ترجمة فريد أنطونيوس، عويدات للنشر والطباعة، ب ط، 2001، ص 12.

الأرض ولكن في نطاق ترددات مختلفة أو هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبل خلال طبق خاص،¹ أو أنها قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان، وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافة بعيدة تحول دون التقاط البث دون الوسيط²، أو هي القنوات (أو القناة) التي يتم عن طريقها النقل أو تناقل المعلومات بين المرسل والمستلم، فقد يستخدم المرسل أو مصدر المعلومات وسيلة حديثة، تقنية متطورة في إيصالها للمعلومات، في ضوء الظروف والعوامل التي تهيئها مثل هذه الوسائل³، ونقصد بتقنيات الاتصالات الحديثة، عدة أجهزة إلكترونية تمثل بـ(الهاتف النقال، البث الفضائي، وشبكة الانترنت... الخ)

أما فيما يتعلق بتعريف البث الفضائي فقد أوردت وثيقة مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي والإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية التي أقرها وزراء الإعلام العرب في 12 شباط 2008 في إطار جامعة الدول العربية تعاريف عديدة عن البث وإعادة البث والرخصة وغيرها نورد منها ما يلي "كل إذاعة أو إرسال أو إتاحة مشفرة أو غير مشفرة لأصوات أو لصور أو لأصوات معا أو أي تمثيل آخر لها أو لإشارة أو كتابات من أي نوع كانت لا تتصف بطابع المراسلات الخاصة، وذلك عبر الأقمار الصناعية بما يسمح بأن يستقبلها أو يتفاعل معها الجمهور أو فئات أو أفراد معينة منه بما في ذلك الحالات التي يمكن فيها الأفراد من الجمهور أن يختار الواحد منهم بنفسه وقت الإرسال ومكان استقباله"⁴.

إن البث الفضائي هو عملية بث القناة الفضائية لبرامجها مباشرة على شكل ترددات وموجات إلى الأقمار الصناعية بواسطة أجهزة متطورة ثم تقوم تلك الأقمار بإعادة إرسال هذه الترددات والموجات والذبذبات على شكل بث فضائي ثم يستقبل عن طريق الأطباق لمشاهدته بواسطة أجهزة التلفزيون، كما يمكن مشاهدة بعض هذه القنوات الفضائية عن طريق الانترنت وشبكة النت.

وهناك أنواع من استخدامات المحطات التلفزيونية الفضائية منها الاستقبال المباشر من قبل المشاهد والاستقبال عن طريق شركات التلفزيون المحلية الرسمية أو غير الرسمية، أو عن طريق الاستقبال عبر أنظمة الكابلات الأرضية.

ب. التقدم العلمي في مجال البث الفضائي:

ساهمت قنوات البث الفضائي المختلفة في تسويق وتكريس قيم وأهداف قد تكون غريبة الثقافة والمفاهيم لكثير من المجتمعات، ورافق انتشارها سباق إعلامي بفعل تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على مستوى عملية البث والتشغيل والاستقبال والإنتاج شكلا ومضمونا، وأصبح التعامل مع تلك الوسائل على اختلافها

¹ - سالم القحطاني، أثر القنوات على النشء، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الخرطوم، السودان، 2008، ص 87.

² - ناصر سليمان العمر، البث المباشر حقائق وأرقام، دار الوطن، الرياض، ط1، 2008، ص 13.

³ - زكي حسين الورد، وعامر إبراهيم، الاتصالات، مطابع التعليم العالي، جامعة البصرة، ب ط، 1999، ص 163.

⁴ - القاضي سالم رمضان الموسوي، جرائم القذف والسب عبر القنوات الفضائية، دراسة مقارنة معززة بتطبيقات قضائية، مطبعة الصباح القانونية، دمشق، ط1، 2010، ص 38.

يشكل جزءاً أساسياً في حياة الفرد اليومية مع تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على البث الفضائي المباشر من خلال أقمار الاتصال الفضائية، وكذلك ما تحقق للتلفزيون من تطور تكنولوجي لتغطية الأحداث وتشكيل أبعادها في مخيلة المشاهد، والاندماجات الحاصلة بين الحاسوب ووسائط الاتصال الأخرى والتي وفرت إمكانية تداول الصور والأفلام والمعلومات بسهولة، عن طريق شبكة الإنترنت ودور وسائط الاتصال في مضاعفة تطبيقات نظم ثورة المعلومات، مما أتاح اتساع رقعة التدفقات الدولية في نقل الأفكار والقيم والعادات الاجتماعية المختلفة من دون عوائق أو حدود .

تضمنت وثيقة مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي والإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية المذكورة آنفاً الإشارة إلى معنى الكلمات والعبارات التي وردت فيها والهيئات التي تنطبق عليها، فقد جاء في البند الثاني منها: يكون للكلمات والعبارات التالية حيثما وردت في هذه الوثيقة المعاني المبينة إزاء كل منها:

- البث الفضائي: كل إذاعة أو إرسال أو إتاحة مشفرة أو غير مشفرة لأصوات أو لصور أو لأصوات معا أو أي تمثيل آخر لها أو الإشارات أو الكتابات من أي نوع كانت لا تتصف بطابع المراسلات الخاصة وذلك عبر الأقمار الصناعية بما يسمح بأن يستقبلها أو يتفاعل معها الجمهور أو فئات أو أفراد معينة منه بما في ذلك الحالات التي يمكن فيها لأفراد من الجمهور أن يختار الواحد منهم بنفسه وقت الإرسال ومكان استقباله.
- هيئة البث الفضائي: ويطلق عليها أيضا هيئة الإذاعة ويقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أو أي جهة يناط بها أو تكون مسؤولة عن أي عمل من أعمال البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني والذي يستوفي شروط تكوينه طبقا لهذه المبادئ وطبقا لقانون إنشائه والذي يتم بمبادرة منه وعلى مسؤوليته أي عمل من أعمال البث الفضائي أو ما يسبقها من أعمال بقصد البث، أي (ما يتعلق بها من تجميع أو إنتاج أو شراء أو تخزين أو جدولة مواد البث أو أي مواد تقع عليها حقوق محل الحماية بموجب التشريعات المنظمة للملكية الفكرية والحقوق المتصلة بها).

- خدمة البث: إعداد أو إتاحة البرامج وكل ما تتضمنه من المواد المسموعة والمرئية وفقا لتعريف البث.
- البرامج: كل ما يتم إعداده للبث أو بثه عبر أجهزة البث الفضائية استقبالها من قبل الجمهور أو المشاهدين (ومن ذلك كل المواد المرئية أو المسموعة أو كلاهما أو أي موضوع يكون نتيجة للنشاط الذي تمارسه هيئات البث من أعمال البث أو الإذاعة أو الإرسال أو الإتاحة أو ما يسبقها من أعمال، والمصنفات، والبرامج بمعناها الفني الدقيق بجميع أنواعها، والمواد الناجمة عن تجميع وتخزين مواد الإذاعة وجدولتها وإرسالها في إشارات سابقة على الإذاعة).¹

¹ - علي حميد العبيدي، القنوات الفضائية ومبدأ السيادة في العصر الحديث، مجلة كلية الحقوق، مجلد 14، العدد 04، جامعة النهرين، 2015، بغداد، ص 210.

- إعادة البث الفضائي: إعادة إرسال البث الفضائي بلا تغيير من هيئات بث أو محطات أخرى عبر الأقمار الصناعية.
 - هيئة إعادة البث الفضائي: ويطلق عليها أيضا هيئة إعادة الإذاعة، ويقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أو أي جهة استوفت شرائط تكوينها وقيامها بأعمال وفقا لمبادئ هذه الوثيقة وقانون الإنشاء، متى أنيط بها أو كانت مسؤولة عن أي عمل من أعمال البث وفقا للتعريف السابق.
 - المحطة الأرضية: هي كل منشأ أرضي ثابت أو منقول يقام لغرض الإرسال والاستقبال عن طريق قمر صناعي بخلاف محطات التتبع والقياس عن بعد والسيطرة والمراقبة.
 - الموجة: حيز التردد الذي يشغل لغاية البث أو إعادة البث الإذاعي والتلفزيوني.
 - القناة: حيز التردد الذي يشغله المرخص له لغاية البث الإذاعي والتلفزيوني الفضائي.
 - الترددات في مجال البث الفضائي: هي مخصصات البث الإذاعي والتلفزيوني الفضائي من الطيف الترددي والمحددة وفقا لإصدارات الاتحاد الدولي للاتصالات.
 - التشفير: أنظمة تقنية للتحكم في خدمة واستقبال البث بالإتاحة أو المنع أو الإيقاف.
- وكما هو معروف فإن القنوات الفضائية التلفزيونية تعمل بطريقة لاسلكية لتوصل البث الفضائي التلفزيوني إلى المستقبل، وتستخدم محطات الإرسال أبراجا هوائية لنقل موجات الإرسال إلى الأطباق ليعكسها ويرسل إشاراتها إلى جهاز الاستقبال "الريسيفر" الذي يمكن له فك شفرة الإرسال، كما يمكن استخدام البث الفضائي عن طريق الكابلات، ونعتقد أن السنوات القادمة ستشهد صراعا جادا بين البث الكابلات والبث الفضائي.
- أثارت موضوعات التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات عبر الأقمار الصناعية حفيظة الكثير من الدول للإسراع في مجال الاستفادة من التقنيات الجديدة في عالم البث عبر القنوات الفضائية، ولكن (رغم التحمس الشديد الذي أبدته هذه الدول ورغبتها الأكيدة في الاستفادة من استخدام الأقمار الصناعية والمساهمة في تطوير كافة أعمال البحث والاستحداث في مجال الفضاء فإن الدراسات أظهرت أن استغلال الفضاء كان ولا يزال خطرا على البلدان المتقدمة.¹
- ج. بدايات ظهور التلفزيون:**

كانت بداية ظهور التلفزيون في العشرينات من القرن العشرينات من القرن العشرين، عندما توصل المهندسون إلى أن الصور والصوت يمكن نقلها عن طريق موجات الراديو، وفي منتصف القرن قام المهندسون بتجربة مثيرة لنقل الصورة بين نيويورك عن طريق الأسلاك، وقد أمكن مشاهدة الصورة على الشاشة لا تزيد مساحتها على عدد من البوصات.²

¹ - إباد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، ب ط، ب ت، ص 103.

² - علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، القاهرة، الدار القومية العربية للثقافة والنشر، 1999، ص 87.

أما في بريطانيا فقد جرت أول المحاولات وبشكل جاد عام 1924م وكَلَّت بالنجاح بعد خمس سنوات حينما تداول إرسال تلفزيوني غير منظم، أول محطة تقديم الخدمات التلفزيونية بصورة منتظمة، كانت في العام 1936م والتي أنشأها "جون ولويجي بيرد" بدأت الولايات المتحدة البث التحريبي في العام 1939م وقد تم التصديق لها من اللجنة الفيدرالية للاتصالات F.C.C وتخصيص الترددات لها في عام 1941م ونجد أن التلفزيون ورث الكثير من تقاليد الراديو وقد لعبت العديد من العوامل دورا هاما لتجعل من التطور التكنولوجي للتلفزيون وانتشاره أكثر سرعة وأقل فوضوية كما حدث مع سلفه الراديو، حيث كانت تكنولوجيا التلفزيون معقدة بالفعل قبل التوسع في صناعة الأجهزة وطرحها على نطاق واسع للبيع في السوق كان من الممكن أن يصبح التلفزيون وسيلة اتصال فعالة لولا ظهور عاملين ساعدا في التأخير نموه وهما الحرب العالمية الثانية والتجميد الذي فرضته الحكومة .

أوقفت الحرب أي تطوير جديد خلال السنوات التي استغرقتها، لذلك توقف نمو التلفزيون مؤقتا وتحولت المصانع إلى الجهود الحربي حتى عام 1945م، عندما عادت البلاد الى اقتصاد السلام، فخلال الحرب تم تطوير تقنيات الصناعة الإلكترونية التي ساعدت في التغلب على مشاكل إنتاج جهاز الاستقبال التلفزيوني ونجد أن الحرب قد أنهت تماما جميع بقايا فترة الركود الاقتصادي المضطرب مع بعض التقلبات المحدودة واستمرت هذه المرحلة لعشرات السنين دون انقطاع، وارتفعت القوة الشرائية للأسرة العادية إلى درجة أصبحت معها ملكية جهاز التلفزيون في حدود إمكانية كل إنسان.¹

استفادته الحكومة الأمريكية من دروس الفوضى والتداخل الأيام الأولى للراديو، وقامت بدور أكثر نشاطا في السيطرة على الترددات الإرسال التلفزيوني، وفي عام 1948م كانت هناك حوالي 70 محطة عاملة وعدة ملايين من الأجهزة الاستقبال يتم استخدامها.

ولكن هنالك عدة جهات تقدمت بطلبات جديدة من أجل الحصول على ترخيص، لذا كان من الضروري أن تكون هنالك ضوابط صارمة للسيطرة من أجل تجنب التداخل، ومن حسن الطالع أن الإشارة التلفزيونية لا تتبع انحناء وتقوس الكرة الأرضية كما تفعل إشارة الراديو، مما يمكن لمحطتين أن تديعا على نفس القناة دون أن تتداخل أي منهما مع الأخرى إذا كانت هناك مسافة كافية بينهما، وكان يتعين تجربة خطة شاملة للولايات المتحدة الأمريكية كافة، حتى يكون تقسيم مواقع القنوات التلفزيونية بشكل عادل، وكذلك كانت هناك حاجة لدراسة أنظمة الألوان المتنافسة لمعرفة المشكلات المتعلقة بها بالإضافة إلى ذلك يوجد عدد كبير من قنوات (VHF) والتي يتعين تقسيمها بين الشركات المتنافسة مع كل هذه المشكلات وغيرها أوقفت الحكومة الفيدرالية الأمريكية في عام 1948م منح تصاريح جديدة لمحطات التلفزيون، أما المحطات العاملة فقد سمح لها بالاستمرارية

¹ - ملفين ل. ديفلير، سندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمار الثقافية، مصر، ط4، 2002، ص168.

وتم تحديد حوالي 70 موقعا للمحطات العاملة بالفعل في مراكز المدن وتركزت في القطاعات الأكثر ازدحاما بالسكان، وهكذا أصبح من الممكن الاستمرار في بيع الأجهزة رغم عدم تشييد محطات جديدة. وعندما انتهى قرار تجميد إنشاء محطات تلفزيونية جديدة في عام 1952م، قدم عدد كبير من الطلبات لإقامة محطات في مناطق من الولايات المتحدة الأمريكية لم تكن بها إشارة الكابلات ثنائية المحور وهي أسلاك مغلقة بالبلاستيك الذي يحيط به غطاء معدني لمنع ضياع الإشارة أو حدوث تداخل، ويعد الكابل إحدى الوسائل التي تستخدم في عملية نقل الرسائل والمعلومات الصوتية والمرئية والنصوص، إما بالأسلوب التماثلي Analog أو الأيلوب الرقمي Digital¹.

د. نشأة البث الفضائي:

بدأت الآمال في تحقيق البث الفضائي للتلفزيون بتنبؤات مؤداها أنه أمكن البث التلفزيوني من محطة إرسال فضائية تدور على الأرض فإن ذلك البث يمكن من أن يغطي رقعة جغرافية كبيرة وبذلك تنتقل الخدمة التلفزيونية من إطار الحدود المحلية إلى المجال الدولي.

وبدأت فكرة البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية بعد انتهاء الحرب العلمية الثانية بعدة شهور إلى أجهزة التلفزيون بالمنازل دون تدخل المحطات الأرضية على الإطلاق بمقال من الخيال العلمي للعالم البريطاني آرثر كلارك نشر في مجلة عالم اللاسلكي في أكتوبر عام 1945 حيث اقترح في مقاله إطلاق قمر صناعي يدور حول الأرض يمكنه نقل الإشارات من أي مكان في الأرض، على ارتفاع 36 ألف كيلومتر فوق خط الاستواء².

تحولت التنبؤات والآمال إلى رغبة حقيقية حينما أطلق السوفييت في 04 أكتوبر 1957 القمر سبوتنيك-1 الذي يعد أول قمر صناعي يدور في الفضاء. وفي العام التالي أطلق الأمريكان أول قمر صناعي يدور في الفضاء. وفي عام التالي أطلق الأمريكان أول أقمارهم إكسبلور-1 ولم يكن مخصصا للاتصالات ثم أطلقت خمسة أقمار أخرى حتى جاء القمر الأمريكي الثامن سكور في عام 1958 مخصصا للاتصالات³.

وأول قمر صناعي استخدم لنقل إشارات الصوت والصورة الثابتة من نقطة على الأرض إلى أخرى لم يكن في الواقع قمر اصطناعي بل كان بالونا كبير مغطى برقائق معدنية أطلقه الأمريكان في 12 أوت 1960 بواسطة صاروخ إلى مدار عال في الفضاء وسمي إكو-1 ثم أطلقوا القمر -ats2 الذي يعد أول قمر تجريبي للبث الإذاعي

¹ - ملفين ل. ديفلير، المرجع نفسه، ص 173.

² - حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2010، ص 15.

³ - حسن نيازي الصيفي، المرجع نفسه، ص 20.

المباشر وتحقق حلم نقل برامج التلفزيون بين القارات عام 1962 فقط عندما أطلقت الإدارة الوطنية للطيران والفضاء نازا Nasa في الولايات المتحدة الأميركية قمر تلسنار.¹

وأطلق جيل 3 من الأقمار أنتليات بين عامي 1968 و1970 ويتكون من 4 أقمار فوق المحيط الأطلسي وقمر فوق المحيط الهادي وبلغ عمر هذا الجيل 5 سنوات وطاقته 1200 دائرة هاتفية بالإضافة إلى قناتين تلفزيونيتين، أما الجيل الرابع (4) من الأقمار الصناعية أنتلستات فقد بدأت إطلاقه سنة 1971 وكان يتكون من سبعة (7) أقمار طاقة كل منها 400 دائرة هاتفية بالإضافة إلى قناتين تلفزيونيتين وفي العام نفسه وقعت اتفاقية لإقامة ثاني نظام دولي للاتصالات بالأقمار الصناعية هو منظمة انترسبوتيك التي شكلتها دول أوروبا الاشتراكية وتعتمد المنظمة على قمرين أحدهم فوق المحيط الأطلسي والآخر فوق المحيط الهندي.²

كما أطلق الاتحاد السوفياتي 1979 تسعة (9) أقمار صناعية للبلث المباشر، ثم أطلق جيلا آخر من خمسة (5) أقمار بين عامي 1979 و1981 حيث بدأ عدد من الدول غير الأوروبية في إقامة محطات أرضية للارتباط بهذه الأقمار من بين هذه الدول: الجزائر، سوريا، العراق، اليمن. وفي عام 1981 أطلقت أنتلستات الجيل الخامس (5) من أقمارها بلغ عددها تسعة (9) أقمار طاقة كل قمر منها 12000 دائرة هاتفية وقناتان تلفزيونيتان.

واستطاعت وكالة الفضاء الأوروبية أيضا 1981 إطلاق القمر التجريبي otc للبلث المباشر واستخدمته الدول وكان على المشاهدين تركيب هوائي مخروطي على هيئة طبق قطره 3 أمتار. كما استطاعت ألمانيا وفرنسا إطلاق القمر الصناعي TV SAT td في أوت 1984 والذي يعد أول قمر للبلث المباشر في أوروبا الغربية وفي العام نفسه أطلق الفرنسيون قمرًا للبلث المباشر.³

وفي بداية 1982 كان هناك عشرين (20) قمرًا صناعيًا لشتى الأغراض غير العسكرية، في طور التشغيل وتم أخطار الاتحاد الدولي للاتصالات بإطلاقها، وتشمل هذه الأقمار أقمار الاتصالات ولم يكن يخص الدول النامية من هذه الأقمار سوى 29 قمرًا فقط.

وفي 1986 بدأ الإرسال التلفزيوني بالبلث المباشر بالقمر البريطاني، وفي العام نفسه استطاعت شركة أقمار التلفزيون الأمريكية، ومن المتوقع أن يصل عدد الأقمار التي تبث برامجها التلفزيونية إلى قارات العالم الخمسة (5) عام 2000 إلى 3700 قمرًا.⁴

¹ - حسن نيازي، المرجع نفسه، ص 45.

² - كاي حافظ، فيليب سيب، القنوات الفضائية العربية دور الشبكات الإخبارية العابرة للحدود في التحول السياسي، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، ط 1، القاهرة، 2011، ص 21.

³ - حسن نيازي، مرجع سبق ذكره، ص 22.

⁴ - حسن نيازي، مرجع سبق ذكره، ص 28.

ثانياً: الفضائيات العربية

ربما يتطلب الحديث عن نشأة الفضائيات العربية الإشارة إلى دخول البث التلفزيوني إلى الدول العربية فالمنطقة لم تكن معزولة عما يجري في العالم من تحديث في الاستخدام الإعلامي لتكنولوجيا الاتصال، ولكن الذي حدث كان مفاجئاً بخطى أسرع من كل التوقعات.¹

وبدأت محطات التلفزيون في دول الخليج العربية باستثناء قطر، على أيدي مجموعة من الشركات العربية والأفراد، وكان بعضها قد بدأ البث منذ خمسينيات القرن، بينما تأخر بعضها الآخر إلى السبعينيات، وكانت جل المواد في هذه المرحلة تذاع باللغة الإنجليزية، وتتكون غالباً من الأفلام والعروض الأمريكية، وكان معظم البث موجهاً إلى الأجانب المقيمين في المنطقة، وخاصة الأمريكيين منهم.²

وبشكل محدد قد دخل التلفزيون إلى الجزائر والعراق في عام 1956م، ولبنان في 1959م، ومصر وسوريا 1960م، والكويت والمغرب والسودان 1962م، واليمن الديمقراطية سابقاً 1964م، والسعودية 1965م وتونس 1966م، والاردن 1968م، والإمارات العربية المتحدة أبو ظبي 1969م، وقطر في 1970م والبحرين في 1973م، وعمان 1974م، واليمن الشمالية سابقاً 1975م، حتى العام 1982 لم يكن يوجد بث تلفزيوني في كل من الصومال والجيوتي، في حين كانت موريتانيا تجري تجارب البث التلفزيوني.³

ويعود اهتمام الدول العربية بالبث التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية إلى العام 1967م، عندما عقد مؤتمر وزراء الإعلام العرب في بتونس واتخاذ قراراً بدراسة استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير وسائل الإعلام العربية. إلا أن الاقتراح لم يظهر في حيز الوجود إلا في شهر فبراير من العام 1985م، بإطلاق قمر اصطناعي - Arabsat A1 وتلاه - B2Arabsat في يونيو من نفس العام.⁴

ولقد بوشر البث المباشر للقنوات الفضائية التابعة للمؤسسات العامة في 1992م مع إطلاق القمر الصناعي العربي -C1، حيث تم استئجار قنواته من قبل المحطات الرسمية للدول العربية كلها كذلك تأسست قنوات عربية خاصة⁵، وأصبح لكل بلد عربي قناته الفضائية، وتوج هذا بإطلاق القمر الصناعي المصري نايل سات⁶.

ويشار إلى أن البث المباشر يقصد به الأقمار الاصطناعية ببث قنوات تلفزيونية وإذاعية فضائية ويكون هذا البث مباشراً من بلد المرسل إلى القمر ومن ثم إلى الأرض، حيث تستقبل هذه الإرساليات ويتم بثها حياً والقمر

¹ - مجموعة مؤلفين، الثورة المعلومات والاتصال وتأثيرها في الدول والمجتمع بالعالم العربي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، أبو ظبي، ب ت، ص145.

² - مجموعة مؤلفين، المرجع نفسه، ص54.

³ - راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، بيروت، 2004، ص112.

⁴ - هناء السعيد، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2005، ص53.

⁵ - سناء محمد الحسن، القنوات الفضائية العربية الإخبارية ودورها في ترتيب الأجندة السياسية، بحث مقدم للحصول على درجة الدكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، ص99.

⁶ - صالح خليل أبو أصعب، الاتصال الجماهيري، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1999، ص319.

الصناعي الواحد يمكنه أن يغطي مناطق عديدة من الكرة الأرضية، قد تصل إلى الثلثين. ويحتاج البث المباشر ليكتمل إلى ثلاث ركائز محطة رئيسية أرضية للإرسال قمر صناعي، ومحطة أرضية مستقبلية.¹

وعرفت منطقة المغرب العربي البث الفضائي المباشر في المرحلة الأولى عن طريق البث التلفزيوني الأوروبي سمحت دول المغرب العربي باستيراد الهوائيات اللاقطة Dish بل إن الجزائر أقامت مصنعاً لتصنيعها وعرضت النماذج الأولى لإنتاجه في 1987، أما تونس فقد أصدرت حكومتها أول قانون سمح بامتلاك هذه الهوائيات في 1988. وبدأت القناة الفضائية المصرية في أوائل ديسمبر 1990 كأول قناة خدمة فضائية حكومية في الوطن العربي، ثم قناتي الكويت ودبي في أكتوبر 1992 وقناة أبو ظبي نوفمبر 1992، ثم القناة الأردنية يناير 1993 ومن لبنان انطلق تلفزيون المستقبل في سبتمبر 1993 إضافة إلى قناتي السعودية الأولى والثانية والقناة المغربية والقناة الموريتانية، وقناة عمان وقناة التبادل الإخباري والبرامجي التابعة لاتحاد الإذاعات العربية وتوالت القنوات العربية بالظهور، السورية في يونيو 1995 والسودانية واليمنية في نوفمبر من نفس العام والشارقة في أكتوبر 1996، ثم الليبية والتونسية وظهرت في ديسمبر من نفس العام، وعجمان الفضائية في فبراير 1998.²

ثم أصبح انتشار استخدام الأقمار الاصطناعية في الدول العربية أمراً شائعاً، وحققت كل الدول العربية تقريباً بحلول العام 1995م الحد الأدنى لتوفير عشرين جهازاً تلفزيونياً على الأقل لكألف نسمة، وهناك كثير من هذه الدول في طريقها لكي تكون لها أقمار صناعية خاصة بها، ولمصر بالفعل قمران صناعيان (نايل سات 101 نايل سات 102) والإمارات العربية والسعودية من نفس الدول الساعية إلى ذلك.³

وعلى صعيد القنوات الفضائية العربية الخاصة ظهر عام 1991 مركز تلفزيون الشرق الأوسط المعروف بفضائية mbc، باعتبارها أول مؤسسة للاستثمارات الإعلامية العربية الخاصة لمؤسسها السعودي وليد آل إبراهيم، الذي يعتبر من رواد الإعلام العربي الفضائي، وفي العام 2004م أطلقت قناة mbc3 للأطفال وفي عام 2002م mbc2 للأفلام والبرامج الناطقة بالإنجليزية، مع ترجمة مكتوبة بالعربية وهي تنوي تخصيصها فقط للأفلام ونقل البرامج إلى قناة جديدة أيضاً، بالإنجليزية متخصصة في البرامج والأخبار بالإنجليزية. وشارك الشيخ صالح كامل في البداية في تأسيس mbc لكنه باع حصته، وأسس فيما بعد مجموعة راديو وتلفزيون العرب ART برأس مال قدره 1.5 مليار دولار، واستقرت في مدينة الإنتاج الإعلامي بعمان في الأردن بعد انتقالها من روما في إيطاليا⁴، وفي مارس 2007م أعلنت مجموع mbc عن إطلاق قناتها الجديدة mbc

¹ - تركي بن خالد الظفيري، الفضائيات العربية التنصيرية، مجلة البيان، العدد 78، الرياض، 2007، ص 37-38

² - هناء السعيد، مرجع سابق، ص 54.

³ - انشراح الشال، بث وافد على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، ص 57-79.

⁴ - رشا عويس، أباطرة الإعلام العربي يصيغون مستقبل العرب وينحتون الإعلام الحكومي، مجلة فوريس الأمريكية، النسخة العربية، تحقيق صحفي نشره بتصرف موقع العربية نت، www.afarabiya.net، 24 يناير 2005.

Action التي تعرض مسلسلات الأكشن" والأفلام الحافلة بالتشويق والإثارة¹. أما مجموعة ART التي أطلقت فعلياً عام 1994م تضم عدداً من القنوات بإضافة إلى قنوات مصرية وعربية وأجنبية ويتم البث بمشاركة العرب الشركة للقنوات الفضائية CNE، وهناك مجموعة من أوربت التي يرأسها الأمير خالد بن عبد الرحمن آل سعود وتتألف هذه المجموعة من 17 قناة تلفزيونية عربية وأجنبية تعيد بثها إلى جانب 12 قناة إذاعية، وللشبكة قناتان خاصتان بها وبث هذه المجموعة من القنوات المشفرة في شكل حزمة تصل إلى المشتركين الذين يدفعون مقابلها مادياً، لاشتراكهم ويزودون بجهاز خاص لفك الشفرة "Decoder".²

أ. البث التلفزيوني في العالم العربي:

● **عربسات:** يوجد نظامان فضائيان عربيان هما: عربسات ونايل سات"، وكان من المتوقع إطلاق قمر صناعي إماراتي يحمل اسم الشريا عام 2000م ولكن المشروع لم يخرج إلى حيز التنفيذ حتى الآن. وتعمل المملكة العربية السعودية على إطلاق قمر اتصالات تحت التصنيع، ويختص بالمكالمات الهاتفية والبث التلفزيوني.³

برزت فكرة القمر الاصطناعي العربي لأول مرة في مؤتمر وزراء الإعلام العرب في تونس 1963م حيث رأوا ضرورة الاستعانة بأحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الاتصال لخدمة الإعلام والتعليم، وكان اتحاد إذاعات الدول العربية هو أسبق المنظمات العربية لتلقف هذا المشروع، وكان الحلم إقامة شبكة تلفزيونية تجمع كافة الدول العربية بل فكر البعض في بث برنامج تلفزيوني واحد يلتقط على شاشات التلفاز العربي، وظلت الدول العربية مترددة في إطلاق قمر صناعي عربي آخر حتى 1970م حيث أجرت دراسة للتكلفة للربط الأرضي وبين تكلفة شبكة فضائية للمنطقة.⁴

وقد وقعت الدول العربية الأعضاء في الجامعات العربية أبريل 1976م اتفاقية لإنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات كمنطقة ذات شخصية قانونية مستقلة بهدف توفير وتشغيل قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات ومساعدة الدول العربية في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية وإجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء والقيام بعملية النقل التلفزيوني والإذاعي بين الإدارات والهيئات المتخصصة في البلاد العربية والتشجيع على إنشاء الصناعات اللازمة لتجهيزات القطاع والمحطات الأرضية في الدول العربية.

وأطلقت المنظمة العربية قمرها الأول عربسات-B1 في 18 يونيو 1985م من مكوك الفضاء الأمريكي وفي 27 فبراير 1992م أطلق القمر الثالث-3 من الجيل الأول وهو عربسات-C1 من قاعدة كورو الفرنسية في أمريكا

¹ - سناء محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 101..

² - أمير سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات "رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي"، ايترك للطباعة والنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2003، ص 148.

³ - كاي حافظ، فيليب سيب، مرجع سبق ذكره، ص 28-29.

⁴ - حسن نيازي الصيفي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

الجنوبية ومن المتوقع أن يستمر في العمل لمدة سبعة 7 سنوات العام 1999م، ويشمل قمر العربي 25 قناة تتسع كل منها لـ 1466 خطا تلفزيونياً، وقد فرضت الاحتياجات المتزايدة للاتصالات الفضائية في المنطقة العربية استئجار قمر صناعي كندي هو قمر عربسات -4 منذ 3 أغسطس 1993م ويطلق عليه حالياً عربسات-D1 وتم إطلاق أول أقمار الجيل الثاني-2 من الأقمار الصناعية العربية في 5 يوليو 1996م ثم قمر عربسات 26 يحمل 18 قناة وتشمل تغطيته كامل الدول العربية.

وفي عام 1999م أطلق قمر عربسات-A3 خصص للبث المباشر، ويعد من الجيل 3 ونطاق تغطيته يمتد إلى كامل الأراضي العربية وجميع دول أوروبا الغربية إلى غاية أستراليا وعدد قنواته 20 قناة ثم الجيل الرابع-4 تضم قمر عربسات A4، B4 واللدان اتفقت المنظمة العربية مع شركة أوروبية على تصنيعها.¹

• **نايل سات:** أدى خروج مصر من دائرة الصف العربي أثر توقيع اتفاقية "كامب ديفيد" وتعليق عضويتها من العربسات إلى التفكير في إطلاق قمر صناعي مصري للبث التلفزيوني، وتحولت الفكرة إلى طلب لحجز موقع لقمر صناعي مصري للبث المباشر، على مدار الثابت بوزارة الإعلام 1977م ووافق الاتحاد الدولي على تخصيص 5 قنوات لمصر وزاد العدد إلى 40 قناة وتعديل منطقة التغطية.

وفي 1998م أطلق القمر الصناعي الأول نايلسات 101" ثم وقع عقد تصنيع قمر نايل سات المصري الثاني 102" مع شركة ماركوبي الفرنسية في 28 فبراير 1999م وأطلق سنة 2000م.²

ب. التلفزيون والفضاء التلفزيوني:

لم يعرف مفهوم التلفزيون الفضائي في بحوث ودراسات الإعلام إلا متأخراً، فقد كان التلفزيون الأرضي كمفهوم ومحتوى هو السائد في العالم حتى منتصف العقد الثامن من القرن الماضي، حيث تسلك البث التلفزيوني الأرضي نحو السواتل (الأقمار الصناعية) التي بدأت تتكاثر في فضاء الأرض، بعد أن وفرت التقنية من استخدام تلك السواتل للاتصالات الهاتفية في البداية، ثم كان نقل الصورة من مركز أرضي إلى الفضاء ومن ثم إعادتها إلى الأرض ونشرها على مساحة واسعة، وكل ذلك يبدأ من محطة بث أرضية وينتهي بمحطة تلق أرضية أيضاً، والفضاء هنا هو وسيط انتشار يتجاوز محددات الأرض وتضاريسها، وهو لغة وثقافة تحملان محتوى معولماً وضمراً بغايات متعددة.³

أحدث هذا الامتياز التقني تحولات جذرية في محتوى الرسالة التلفزيونية، ولم تعد الصفة المحلية في المواد التلفزيونية إلا خياراً محدداً بالحاجات الوطنية، أما البث الفضائي فقد وسّع من دائرة الاهتمامات، وربطها بدائرة الاهتمامات والعلاقات الدولية، وأضحى المصدر والمتلقي يتفاعلان عند مربع لا تحده الجغرافيا، وشكّل المحتوى رسالة متعددة الأوجه، تحمل تنوعات فكرية وثقافية بين النخب من مختلف أرجاء العالم، وحتى وإن غطى البث

¹ - كاي حافظ، فيليب سيب، مرجع سبق ذكره، ص 30-31.

² - حسن نيازي الصيفي، مرجع سبق ذكره، ص 32-33.

³ - صباح ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 47.

الفضائي مساحة محددة، ولنفترض أنها حدود الوطن العربي من الخليج العربي إلى المحيط الأطلسي فإنّ ثمة تعددية ثقافية تتفاعل في إطار الوحدة والتنوع، وينتج ذلك بالضرورة ما يمكن أن تدعوه اتصالاً تكاملياً يسود في مساحة واسعة من التنوعات والتباينات التي تقضي إلى إنشاء عوالم اتصالية متنوعة، تسهم بالتالي إذا ما توافرت لها شروطها الموضوعية، في بناء عالم موحد في المصالح والغايات الإنسانية.

هنا يشكل مدرك المفهوم (الإعلام الفضائي) ليس باعتباره حيزاً تقنياً مجرداً، بل هو في الواقع إنجاز فكري ومعرفي، مكّن الشعوب من تجاوز المحددات التقليدية للتواصل، وخرج بأداة التلفزيون من البث الهرتزي "التردي" المحدد بالرقعة الجغرافية وضمن الدولة الواحدة، إلى عالمية التلفزيون وهذه العالمية ليست امتيازاً تقنياً مرتبطاً بقدرة التكنولوجيا الراهنة أو المتوقعة، بل أنها عرضت هذه الوسيلة التواصلية باعتبارها أداة تفاهم وتبادل معرفي أمني.

إنّنا في الواقع أمام مشهد مركّب بالغ التعقيد تتداخل فيه تفاعلات الفكر مع معطيات التقنية، ولم تعد النخب تحاور محيطها ضمن معطى ثقافي واحد، فقد وقرّ البث التلفزيوني الفضائي إمكانية بناء نظام تفاعلي مستمر بين التيارات السياسية والفكرية خارج الحدود الوطنية والإقليمية، حتى وإن مفهوم النخب ودورها في بناء الرأي العام قد أخذ مسارات مختلفة ومتنوعة، إلى المدى المتصل بموضوعات إنسانية واسعة التفاعل والتأثير، وغالباً ما تكون في إطار المصالح المشتركة.

من هنا تأتي معالجة موضوع الإعلام الفضائي والمحدد بوسيلة التواصل السمع-بصرية، والتلفزيون حصراً وبمقاربة دور النخب العربية، وبحسب ما يأتي في الفصول القادمة، في تعريف النخب العربية تحديداً، وطبيعة تعامل النخب العربية مع التلفزيون الفضائي في ضوء أدوارها في بناء الرأي العام، أو التعامل مع الأحداث والتحويلات التي شهدتها الوطن العربي وبوجه خاص الاحتياجات الشعبية العربية منذ عام 2010م "ثورة الياسمين في تونس" والتي عرفت في الخطاب السياسي أيضاً بالربيع العربي.¹

إن نقطة الالتقاء في هذه العلاقة الثلاثية: وسائل الاتصال والتلفزيون الفضائي العربي بوجه خاص ودور النخب العربية في تكوين الرأي العام وبنائه، ثم الحدث أو المتغير الجوهرية الذي ساد هذا العقد العربي وهو الاحتجاجات العربية الشعبية العارمة التي هزّت الكيان السياسي والاجتماعي العربي، وأفضى إعصارها العارم إلى إسقاط أنظمة عمّر بعضها أكثر من ربع قرن، وأخرى على طريق السقوط، وفي كل من تلك المحاور وثمة عناصر داخلية في بنائها وتحديدها، فالتلفزيون الفضائي العربي ليس تلفزيوناً على مستوى واحد، من المضمون والغايات والدوافع، وقد تنوعت مصادر التمويل والغايات في تلك القنوات الفضائية، كما أن النخب العربية لم تعد مجرد نخب مقتصرة على أصحاب الرأي والحلّ والعقد، بل دخلت نخب اجتماعية جديدة وكسّرت الغلاف التقليدي ونفذت لتفرض وجودها مثل نخب الشباب التي تجاوزت في فاعليتها وتأثيرها النخب التقليدية في المجتمع العربي، وساهمت في رسم مسار الحراك الشعبي وإدامة فعله، كما الرأي العام هو الآخر أضحّت له بنية فكرية

¹ - صباح ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 48.

مغايرة، وإن الاهتمام بالرأي العام بحد ذاته ظاهرة جديدة في المحيط الفكري والسياسي العربي، الذي كان جوهر محرك الانتفاضات ودليلها نحو صناعة التغيير.

ج. قوة الصورة في الشارع العربي:

في الوطن العربي كانت صحوة الحراك الثورية للتغيير "الربيع العربي" التي بدأت شرارتها في تونس ولا تزال مستمرة صنعة تلفزيونية بامتياز، قائمة على بناً تشاركية فيبناء المعنى والغاية معا، يكفي أن يتحول التلفزيون من الاستوديو الصغير الذي ينحشر فيه المذيع والمقدم إلى أستوديو الشارع حيث يكون فيه الفرد والمجتمع الأداة والغاية في تلك الصنعة، وتحرّر الكاميرا من سطوة المخرج الذي يجرّكها وفق قوانين أكاديمية لبناء المشهد، إلى طائر حر سريع الحركة يقفز بين تفاصيل الحدث برشاقة يختار فيه المشهد من دون تعسف المخرج وإرادته، وفي الآن عينه يحدث التصالح الحاسم لمصلحة الصورة الحية، بين الجمهور والعدسة في مشهد لا يمكن تجزئته أو مصادرته أو تكميمه. والصدمة الفكرية-السياسية التي عبر عنها التلفزيون في دوره خلال الحراك الشعبي، لم تكن دون شك بمعزل عن قوة الصورة الوثائقية خارج محجر الأستوديو التقليدي حيث يكون المشهد مُعدّاً مُسبقاً، والممثلون بأقنعتهم يتوالون الصعود على المسرح، فأدّى وجود الكاميرا في الشارع ورصدها الشجاع وغير المنحاز للحقيقة بكل تفاصيلها، إلى أن يغمرنا التلفزيون بقوة الصورة، التي لا يمكن الفكك عن تأثيرها المتلاحق، وقد يصحّ القول هنا إن النخب العربية على اختلاف تكويناتها الفكرية والطبقية وانتماءاتها السياسية، كانت خلال الحراك الاجتماعي الشعبي، تلهث وراء التلفزيون وتحاول القفز فوق عريات قاطرته السريعة، وكان التلفزيون هو من يكتشف الواقع الجديد، وهو من يبشر بحتميته وبالتالي هو الضمانة لعدم الارتداد إلى الخلف.¹

الصورة هنا ليست بناءً لحظوياً يتم اقتناصه وتوثيقه في لحظة عارضة، بل هي مشهد فكري متّصل وتحقق قوة الصورة في امتيازها بالتأويل والنقد، للواقع من هنا فإن الصورة لا تأتي لنا عبر عدسة الكاميرا التلفزيونية مجردة من تاريخها فحسب بل، يتم تحديد أبعادها الفكرية والسياسية، في القدرة على التماهي مع مضمونها الخلاق. وإذا كان المخيال في تراننا يعبر عن مضمون اجتماعي في وعي اللحظة وإعادة بناءها، فإن الصورة التلفزيونية هي الأخرى تستند إلى موروثنا الثقافي، في التعامل مع الواقع الراهن، فالمشهد الذي جمع المتظاهرين على جسر قصر النيل في مصر في ثالث أيام الاحتجاجات الشعبية وفي مواجهة قوات الأمن المصرية المدججة بمختلف أنواع أسلحة القمع، إنما هي صورة لها عمقها في الوعي الجمعي العربي لكل مواطن في الساحات العربية، ومن ذخيرة الخبرة الوطنية في مقاومة الاستبداد والسلطات القمعية، والكاميرا تعيد هنا إنتاج الصورة جديدة في مكان وزمان آخرين، وبالتالي فإن الرأي العام الذي ستتحقق أبعاده هو الآخر يستند إلى موروث عميق في الذاكرة الجمعية وفي سجل الكفاح الشعبي من أجل الحرية.

¹ - صباح ياسين، مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50.

والدراسة في العلاقة بين النخب العربية ودور التلفزيون الفضائي العربي خلال الحراك الشعبي "الربيع العربي" إنما نحاول أن نحفر عميقاً في دلالة العلاقات المتحققة، وهي محاولة تقف على تخوم الحدث المتحقق في الشارع العربي، وكل الأسئلة التي حملتها الدراسة وتوزعت في ثلاثة محاور رئيسية في الاستبانة المصممة لهذا الغرض، إنما تسعى للإجابة عن التساؤلات عن حدود تلك العلاقات، إنها أشبه بمحاولة تحويل الشارع الاحتجاجي، العربي إلى مسرح دائم، ومسرح شديد التوتر في أحداثه، وهي أيضاً دراما من نمط آخر يشارك الجمهور المتلقي في صناعتها وفي كتابة الفصل الأخير لها.

د. الانفلات من جهاز المناعة:

ربما حدثت تطورات تقنية كبيرة في حياة البشرية غيرت من مسار التطور الإنساني غير تلك التي نعيشها اليوم، ولكن كان لها في وقتها تأثير لا يمكن قياس دلالاته بالمنطق الراهن، وكيف لنا تفسير مدى التحول الذي رافق اكتشاف الإنسان طريقة إشعال النار واستخدامها، واستخدامه الأدوات الحجرية في الصيد ثم اكتشاف العجلة والمحراث.

في الواقع ليس لدينا الدلالة المنطقية أو المعيار الموضوعي لقياس مديات التحول النوعي التي خلفتها تلك الإنجازات حينها ولكننا مازلنا نعيش اليوم لحظات تدفق تلك الإنجازات العلمية الكبيرة في حياتنا في خلال قرن واحد من الزمن، وبوجه خاص في ميدان الاتصال والبعض من هذا الجيل يذكر كيف أحدث دخول التلفزيون إلى الحياة الاجتماعية انقلاباً، جذرياً في الخارطة الأسرية والاجتماعية ومنظومة القيم السائدة في مجتمعنا العربي تحديداً¹، يكفي أن نقول بأن ليس هناك من وسيلة اتصالية شهدت تطوراً نوعياً، في أداؤها أو بحجم الجمهور الذي يتعامل معها كما هو الأمر بالنسبة إلى التلفزيون، ففي خلال أقل من نصف قرن أضحت التلفزيون الوسيلة الإعلامية التي تعايش الإنسان في كل مناحي الحياة وتسهم في تغيير أوضاعه السياسية والاقتصادية، والاجتماعية على نحو أننا يمكن أن نصف هذا العصر بأنه عصر التلفزيون، وعلى أقل تقدير ومنذ ثورة تونس 2010م والتلفزيون الفضائي بخاصة هو متلازمة التحول غير المعرفة أبعادها. وعملياً فقد حررّ التلفزيون كأداة ووسيلة فكرة الإعلام بأسرها من ثنائية المرسل والمتلقي، وغدت الفورية تغييراً على نحو غير مسبوق في المواقع بين المصدر

¹ - كان العراق أول بلد عربي تُقدّم حكومته على إنشاء محطة تلفزيون وتبدأ البث رسمياً عام 1956، وانتشرت أجهزة التلفزيون لدى المواطنين بعد ذلك مباشرة، ولكنها في البداية كانت بشكل محدود وفي مدينة بغداد العاصمة التي كان البث يغطيها فقط، ثم اتسع وجود أجهزة التلفزيون في المقاهي والنوادي التي اعتبرته امتيازاً للترويج ولكسب التواد، أما في المنازل فقد استوردت الحكومة وبعض التجار أجهزة التلفزيون من شركتي {باي} البريطانية و{كرونك} الألمانية، ويذكر (المؤلف صباح ياسين) أن جهاز التلفزيون الذي دخل دارنا في بغداد "الكرخ" محلّة الشيخ علي عام 1957، كان مناسبة اجتماعية لانضمام الجيران وبمختلف الأعمار لمشاهدة عمل ذلك الجهاز عند افتتاحه وبثّه البرامج من الساعة السادسة مساءً وحتى الساعة الحادية عشرة، والتي تبدأ بتلاوة من القرآن الكريم لمدة دقائق ثم يعقبها المذيع ليعرض البرنامج اليومي حتى الاختتام، وبعد ذلك يتم عرض أفلام الصور المتحركة (الكرتون) التي كانت تستهوي الأطفال، ولكن ذلك لا يمنع الكبار من مشاهدتها أيضاً لما تحمله من غرابة وطرافة، وبشكل خاص أفلام نوم جيري، ثم اتسع البث التلفزيوني ليشمل محافظات (ألوية) العراق الأخرى عام 1958، كما امتدّت ساعات البثّ وتنوعت برامجه المنتجة محلياً أو المستوردة.

باعتباره، منبعاً للحدث والأفكار والمتلقي أيضا باعتباره مستهدفا وغاية وأضحى عالم الاتصال ينفجر تحت ضغط السرعة الراهنة. بل لم تعد هناك مصدر يصنع الحدث، بل حدث الاندماج بين الحدث والإدراك الأحق، بمعنى أن عملية فك الرموز أضحى عملية حيوية دائمة التفاعل بين المصدر والمتلقي، والأخير هو ذاته المصدر في الوقت نفسه، وهكذا كنا نراقب الكاميرا في ساحة التحرير خلال الثورة المصرية "2010م-2011م" تصنع حراكاً يمكن قراءته من قبل المتظاهرين في الساحة وكل الشعب العربي من المحيط إلى الخليج، وذلك الحراك هو في الوقت ذاته التعبير العملي عن نظرية (الاستخدامات والإشباع) التي بشر بها عالم الاجتماع إيليهو كارتز¹ في السبعينيات من القرن الماضي.

واليوم أفلتت وسيلة الإعلام التي نتحدث عنها، التلفزيون الفضائي من قبضة الرقابة وسلطة المصادرة إلى حد ما، ولم يعد جهاز المناعة الحكومي، الرسمي يتمكن من الإمساك برقبة التلفزيون الفضائي، والتحكم بأنفاسه بل النقيض من ذلك، يمكننا القول أنّ سكين الكاميرا يضغط على رقبة الحكومات بقدر آخر، وهذه الصورة المتباينة إلى حد ما بين نظام سياسي وآخر، ودولة وغيرها، تشكل ظاهرة تستحق البحث ليس في أسبابها، بل في النتائج التي ستؤدي إليها، وأصبح لدينا اليوم حكومات التلفزيونية إذا صح التعبير، وحكومات تعمل سياستها ليس من خلال مؤسساتها السيادية مثل وزارة الخارجية بل عبر أساطيلها من قنوات فضائية تعمل على مدار الساعة لتنفيذ برامج تلك الأنظمة وسياساتها.

في المقابل وجدت النخب موقعاً حصيناً لها داخل قلاع الفضائيات، تنشر فيه آرائها بحرية لا تتوافر نسبياً في وسائل اتصالية أخرى، يكفي أنها استطاعت أن تكسر احتكار المعلومات التي أصبحت متاحة بفعل الثورة الرقمية واستخدام الطرق السريعة في خزن المعلومات واستدعائها ونقلها، ورغم أن لم تتراضَ كلها مع التلفزيون لأسباب تتعلق بمواقف سياسية خاصة بها. إلا أن الواقع يشير إلى أن القطاعات كبيرة من قادة الرأي في مختلف التخصصات السياسية وغيرها يهبطون علينا في كل لحظة من على شاشة التلفزيون متحدثين بأرائهم، في القضايا المعروضة بفعورية غير متاحة نسبياً في وسيلة أخرى، كما أن صورة المتحدث على الشاشة مباشرة تؤدي دوراً تأثيرياً بالمتلقي لا يتحقق في الإذاعة أو الصحافة إلى حد كبير.

وإن كانت الذاكرة الإنسانية تمجد القلم لاعتبارات كثيرة، فإنّ هذا المجد وجد له من ينازعه على امتياز التفوق والإبداع، وتشكلت فضائل وقيم جديدة مرافقة لمعنى الشاشة والكاميرا، وإن القلم في كل معاني الإبداع قادر على بناء المعنى، وتوثيقه، ولكن الكاميرا، تجاوزت ذلك إلى إعادة بناء الواقع حيا ملموساً، ومدركاً بتفاصيل الضوء والظل واللون، ولا مقارنة يمكن أن تكون عادلة بين بيان) الجاحظ في البلاغة، وبلاغة الكاميرا وهي تنبش في التفاصيل، وليست بحاجة إلى إثبات النص بخطاب البلاغة المبهرة...، إنها تمسك اللحظة وتكتمها وتعيد إنتاجها مباشرة، هي الشاهد الذي يعد أمامنا النقود والذهب وأسعارها كل يوم، في الوقت الذي تقدم إلينا

¹ - ماتلار، أرمان، مرجع سبق ذكره، ص 166.

الكوارث والحروب والمآسي، وفي بعضها نلمس الدمّ الدافق ساخناً أمامنا، هذه المفارقة وبينها وغيرها تسكن في الصندوق الساحر (واليوم لم يعد صندوقاً بل زجاجة مسطحة معلقة على الجدار) والذي يمسك بنا دوماً... التلفزيون.

هـ. التلفزيون الفضائي وتسويق المفاهيم الجديدة:

النخب في ذلك أمسكت أو هي التي اقتضت الفرصة للتعایش مع التلفزيون وتتساكن معه، في علاقة لا يمكن الفكك منها، إنه منبر الداعية، ومجلس الحكم والإفتاء، ومنصة البرلمان السياسي، الشعبي للتعبئة والتحريض وهي كل الوظائف التي يتمنى الفرد والجماعة القيام بها معاً لقوة تأثيرها في الرأي العام. ولم يعد القدم من صيغ العلاقات قابلاً للفهم في المجتمعات السريعة التواصل، بل توافقت المصالح لأن تباشر في (عولمتها) بناء تفاهات جديدة يمثل الإعلام سوقها العلني، ومزاد منافعها المتجددة، والتلفزيون كان مقارنة نشطة على مدار الساعة لبلورة الأفكار، والشارع هو خزين الطاقة التي لا تنفذ، وكل ذلك يتفاعل في "مجتمع المعرفة" الذي عاد بيئة تتكاثر وتنمو فيه المصالح والغايات، فالنخب على شاشة التلفزيون تحول في تفاعلها النشاط الفكري والسياسي إلى منتج سهل التبادل، في مديات أوسع من أي ميدان إنساني-اتصالي آخر".

بتعبير آخر فإن حاضنة النخب التقليدية، وهي المنابر العلنية كالبرلمانات والصحف والأحزاب والنقابات وغيرها من المجتمعات والتجمعات، لم تعد قادرة على استمرار تفاعل إنتاج النخب بالمعنى التقليدي المعروف تقدم التلفزيون ليصنع نخبه خاصة التي تحسن حرفة التواصل وتظهر تمكنها من صنعة اللغة، بل إن المتطلعين إلى ممارسة دورهم السياسي، والثقافي انتظروا فرصتهم على بوابة التلفزيون، يعقدون الصداقة معه ويتطلعون إلى فرصة الظهور بتلك التسميات التي اعتدنا أن نراها تحت أسمائهم، مثل: الخبير بالشؤون السياسية والمختص بالقضايا الدولية والمحلل والخبير الاستراتيجي وغيرها، وأصبح الظهور الدوري على الشاشة تمهيداً لعنينا لممارسة دور منتظر في الدولة والمجتمع، أو اختيار لمنح هوية الانضمام إلى مسمى النخبة.

إن الإمساك بالدور الذي نهض به الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي في تكوين هوية النخب العربية وفاعليتها أو تأثير دوره في بناء الرأي العام، سوف يبدأ من الإحاطة بمعنى ودلالة النخب وأدوارها، ثم وصف السوسولوجيا الوظيفية، للإعلام بوجه عام، وللتلفزيون الفضائي، اللاعب الحيوي والميداني، في الحراك الشعبي العربي (الربيع العربي). وعلمنا بهذا الصدد أن نجاور من دون أي إحساس بالتمايز أو التفريط بعامل على حساب آخر، تلك التعريفات التي يصعب تعدادها عن توصيف وسائل الإعلام وفهم الدور الذي تؤديه في حياتنا، والإمساك بطرف نظرية "حبل الاستجابة" للوصول إلى جوهر العملية الإعلامية ودورها في التغيير السياسي والاجتماعي، وهو أمر لا يمكن إهمال ملاحظة أثاره في واقعنا الراهن. فهل لنا القدرة لأن ندير رؤوسنا إلى الجهة الأخرى، من دون أن نلحظ ماذا فعله التلفزيون في حياتنا.

هل من شيء يجتفي وراء ذلك الأمر دون أن ندرك نهاية منظورة له، لقد حذر الكثير من الفلاسفة من اندفاع البشر بتطوير تكنولوجيات جديدة، على سبيل المثال، إننا قد تكون قادرين على استنساخ البشر، فهل يثير ذلك قلقنا من سطوة عارمة وهيمنة وحشية للتلفزيون للسيطرة على حياتنا من دون أن نملك قدرة الخلاص أو المقاومة.¹

و. أهداف البث الفضائي:

• إيجابيات وسلبيات:

للبث الفضائي أهدافا كثيرة منها طابعا إيجابيا، ومنه ماله طابعا سلبيا، ومما لا شك فيه إن الحديث عن البث الفضائي ومضمونه الإعلامي يعتبر من القضايا ذات الأهمية الكبيرة، بسبب امتلاكه مقومات في قلب حياة المجتمعات، وعملت على إعادة صياغة بناءات وقيم مستوردة متبناة في مجتمعات أخرى.

وقد تمخضت عن المتغيرات الدولية المتلاحقة في الميادين الاقتصادية والسياسية والثقافية وغيرها العديد من الظواهر التي احتلت مواقع متباينة من الاهتمام والمتابعة والدراسة والتحليل، فكانت هناك ظاهرة "تفجير المعلومات" المتمثلة في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، والتي تعتبر "الإنترنت" شبكة المعلومات الدولية من أبرز مظاهرها والتي اتسع نشاطها وتضاعف دورها المعلوماتي في عملية الاتصال الدولية في مختلف العلوم والفنون، ثم انتشرت ظاهرة "البث الفضائي المباشر" التي جعلت العالم قرية صغيرة الكترونية.²

- أولا: الإيجابيات:

- 1- لقد فتحت الفضائيات آفاقاً رحبة وواسعة وزادت من المعرفة الإنسانية والاطلاع عن كثر على العالم فهي تجاوزت الحدود ودخلت البيوت بدون استئذان وساهمت في تحقيق التنمية والتعليم وسرعة إيصال المعلومات إلى المناطق النائية والمعزولة.
- 2- أصبحت القنوات الفضائية من خلال المادة المقدمة للمشاهد تحمل جانباً من التنوع في مضمونها ومجالاتها المختلفة.
- 3- تساهم القنوات الفضائية في السماح للمشاهد للحصول على أهم الأخبار وأحدثها، وما يجري من أحداث في العالم فور وقوعها.
- 4- تعطي للمشاهد فرص كثيرة في حق الاختيار من البرامج التلفزيونية وغيرها من أنواع البث الفضائي وتلبية احتياجاته المتنوعة.
- 5- أدى البث الفضائي إلى إقامة وتطوير من الإنتاج الإعلامي.

¹ - صباح ياسين، مرجع سبق ذكره، ص ص 54-55.

² - مظفر مندوب العزاوي، تحديات عولمة الإعلام وسبل المواجهة، الباحث، مجلة كلية الإعلام، العدد 02، جامعة بغداد، جوان 2006، ص 56.

6- ربط الجاليات المغتربة في الخارج بأوطانها من خلال اللغة والموسيقى والثقافة والفن والأخبار على شاشات القنوات الفضائية خاصة الإخبارية منها.

7- تسهل القنوات الفضائية عملية تبادل المعلومات بمختلف أنواعها.

ثانيا: السلبات:

1- تعمل القنوات الفضائية على إقصاء الثقافات المحلية والوطنية وإحلال الثقافات الأجنبية محلها وإبراز هيمنتها بسبب قوة تأثيرها.

2- تؤثر القنوات الفضائية تأثيراً مباشراً على التنشئة الاجتماعية لدخولها بدون استئذان إلى كل البيوت والعمل على تغيير القيم الاجتماعية وتبدل السلوك الجمعي للمجتمع.

3- تؤثر القنوات الفضائية على الجوانب الأخلاقية من خلال الترويج للثقافة الإباحية والقيم والمبادئ المخالفة لسلوكيات ومعتقدات المجتمع.

4- تعمل على الترويج للسلوك العدواني والعنف والسلوك الإجرامي، من خلال ما تعرضه من أفلام تجسد تنفيذ الجريمة الكاملة.

5- تعمل على نشر ثقافة الشعور بالنقص من خلال التركيز على البون الشاسع في الثقافات.

6- تسعى القنوات الفضائية إلى الترويج لأهداف ومضامين تتناسب مع إيديولوجية وميول أصحابها وتعمد الكثير منها إلى تضليل وعي الأفراد إزاء قضايا معينة، بمحاولة تشكيل وعيهم طبقاً لإيديولوجية النظام المهيمن على الاتصال.

7- تعمل على تشويه بعض المعلومات والصور وقلب الحقائق بما يتماشى وإيديولوجية الأنظمة المسيطرة عليها.

8- بروز حالة التحدي التقني المتمثل بالتطور المادي الحاصل في مجال البث الفضائي المباشر واحتكار السيطرة على تكنولوجيا الإعلام والمعلومات من قبل الدول الموجهة والمصنعة لها.¹

س. واقع البث الفضائي العربي:

تمكن البث الفضائي العربي من أن يواكب مساحات البث الفضائي في العالم بعد مدة من استقرار البث الفضائي في أغلب دول العالم، حيث تداركت الكثير من الدول العربية خطورة البث الوافد من الدول الأجنبية واتخذت لنفسها قنوات خاصة تبث بها كل ما تراه ملائم لطبيعة فلسفتها، فقد فرض الوضع الاتصالي العالمي الجديد والمتجدد تحديات عديدة في غاية الصعوبة إلى درجة أن التلفزيونات العربية لم تتمكن من أن تتجاهلها على الإطلاق.

ولعلّ أهم ما تولد عن غزو الفضاء إعادة تحديد مفهوم الحرف المشاهد الذي يمثل العنصر المحوري في مجال التسويق الاستراتيجي، أكثر الأسئلة تولدت عن انخراط الدول العربية في نظام البث الفضائي المباشر إرسالاً واستقبالاً في

¹ - علي حميد العبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 212-213.

السعي إلى تجسيم الحضور الاتصالي على الصعيدين العربي والعالمي، أسئلة هي في صلب إشكالية المواكبة التي تتمحور من منطلق الخطاب السياسي والمهني حول مصطلح المواكبة.¹

إنّ المنطقة العربية بشكل عام تقع تحت تغطية بث فضائي أجنبي عبر الأقمار الصناعية وهو ما جعل البث الفضائي الأجنبي يصل إلى أكثر بيت عربي، وهذا الأمر في الواقع قاد إلى أن تتدرك الكثير من البلدان العربية خطورة استمرار هذا البث من خلال إنشاء محطات فضائية وقنوات عربية لبث البرامج العربية. والأقطار العربية تمتلك الآن وقنوات فضائية وبأعداد متزايدة يوماً بعد يوم حتى أن هناك بعض المؤسسات العربية مثل راديو وتلفزيون العرب "art" تمتلك الآن مما يزيد على 30 قناة فضائية متنوعة، وكذلك هو الحال مع الأوربت Orbit التي تبث بأكثر من 20 قناة فضائية متنوعة البرامج. وهناك قنوات تتزايد يوماً بعد يوم مع مرور الزمن لدرجة أن مسألة إحصائها باتت مسألة غير دقيقة إلى حدّ ما لتزايد أعدادها بين الحين والآخر.² فمثلاً خلال وجود المؤلف في القاهرة نهاية عام 2000م وبداية 2001م لاحظ أن القنوات الفضائية في تزايد لا سيما في المؤسسات الخاصة مثل "art" و"Orbit" حيث افتتحت خلال المدة التي لبث فيها المؤلف في القاهرة أكثر من قناتين فضائيتين فقد افتتحت قناة "art" العالمية، وأيضاً افتتحت الفضائية المصرية قناة تخصصية، وغيرها من القنوات الأخرى التي تجري بثاً تجريبياً تنهياً به لبث مستمر قادم وأيضاً توجد إعلانات عديدة تبشر بافتتاح قنوات جديدة. والقنوات الفضائية العربية تقسم على نوعين: قنوات عربية رسمية وقنوات عربية غير رسمية، فضلاً عن قناة الجزيرة الفضائية شبه الرسمية والتي تعود إلى دولة قطر.

والواقع أن عملية إحصاء القنوات العربية الفضائية عملية تكاد تكون غير سهلة ذلك وكما ذكر المؤلف لتزايد أعدادها بين حين والآخر وكذلك لصعوبة معرفة أصل القنوات التي تبث باللغة العربية، حيث هناك قنوات مختلطة تبث برامج باللغة العربية والإنجليزية³، وكذلك هناك قنوات تبث برامج باللغة العربية، إلا أنّها مجهولة فخلال مكوث المؤلف في القاهرة وجد أن قناة مثل "X69" تبث برامج إباحية باللغة الإنجليزية وتتخللها مشاهد ناطقة باللغة العربية، كما وجد المؤلف قنوات أجنبية تبث أعمالاً عربية أو باللغة العربية الإنجليزية فقط والواقع أن المؤلف يرى هنا أهمية كشف المضامين للقنوات بشكل عام أهم من إحصائها في موضوع الرسالة التي يتناولها المؤلف ذلك لأن موضوع إحصاء القنوات العربية سيبيعد مضمون الرسالة عن أهدافها، ومع ذلك فقد حرص المؤلف هنا على الكشف عن تحديد تلك القنوات في المدة التي سبقت عام 1999م. وحسب ما أدلت به المصادر والمراجع العلمية، فقد دأب المؤلف على معرفة أعداد القنوات خلال سفره إلى سوريا ومصر والأردن وخلال مراسلاته مع المؤسسات ذات العلاقة، والتي لم يجد تعاوناً منها الأمر الذي جعل تعداد تلك القنوات على غاية من الصعوبة

¹ - مجموعة من الباحثين، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، مجلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 42، تونس، 1998، ص 68.

² - التقرير الاستراتيجي العربي، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، 1999، ص 165.

³ - سمير بلوك باشي، الإعلام العربي المعاصر، بين الإعلان والإعلاء، مجلة أوربا والعرب، العدد 182، مارس 2000، ص 71.

إلا أنه سيكشف عما تمكن من رصد القنوات العربية وهي كما حددها أياك شاكركري في كتاب عام 2000م

حرب المحطات الفضائية تنقسم إلى:

- 1- المحطات التلفزيونية الحكومية.
 - 2- المحطات التلفزيونية الخاصة "غير الحكومية".
- والمحطات التلفزيونية الحكومية تقسم على:

أولاً: الدول العربية الإفريقية:

أ- مصر:

* القناة الفضائية المصرية الأولى "ESCI".

* القناة الفضائية المصرية الثانية "ESC2".

* قناة النيل الدولية "NILE.tv".

* قناة النيل للدراما.

ب- المغرب: القناة الفضائية المغربية "RTM".

ج- تونس: القناة الفضائية التونسية "TV7".

د- الجزائر: القناة الفضائية الجزائرية "ALGERIAN.tv".

هـ- موريتانيا: القناة الفضائية الموريتانية: "T.M".

و- السودان: القناة الفضائية السودانية: "SODAN".

ز- ليبيا: قناة الجماهيرية الفضائية: "LIBYA".

ثانياً: دول الخليج والجزيرة العربية:

أ- السعودية:

● القناة الفضائية السعودية الأولى: "SAUDI-1".

● القناة الفضائية السعودية الثانية: "SAUDI-2".

ب- الكويت: القناة الفضائية الكويتية: "KTV".

ج- دولة الإمارات العربية المتحدة:

* قناة أبوظبي الفضائية "DUBAI".

* قناة أبوظبي الفضائية "ABUDHABI".

* قناة الشارقة الفضائية: "SHARJAH".

* قناة عجمان الفضائية "AJMAN".

د- البحرين: قناة البحرين الفضائية "B.TV".

هـ- قطر: قناة الجزيرة الفضائية "JSC" شبه رسمية.

و- عمان: قناة سلطنة مسقط وعمان الفضائية "OMAN".

ز- اليمن: القناة الفضائية اليمنية "YAMAN".

ثالثا: دول المشرق العربي:

أ- الأردن: القناة الفضائية الأردنية "JTV".

ب- لبنان: القناة الفضائية اللبنانية: "LBC".

ج- سوريا: القناة الفضائية السورية "SYRIA".

د- العراق: قناة العراق الفضائية "IRAQ".¹

أما المحطات التلفزيونية الخاصة فهي:

1- مركز تلفزيون الشرق الأوسط "MBC" لندن.

2- راديو وتلفزيون "ART" العرب روما.

3- شبكة أوربت الإذاعية والتلفزيونية "Orbit" روما.

4- تلفزيون المستقبل: "Future International" لبنان.

ما يثير الشك أن هنالك قنوات مثل الشوتاييم² تبث أفلاماً عربية وتعرض برامج عربية وبتقديم عربي من خلال قنوات خاصة إلا أنها مجهولة المصدر، فلا يعرف مصدرها من أين، أي من الذي يمتلكها على وجه التحديد وإن برامجها موجهة للعربي سيما وأنها مشفرة أي لا تلتقط مباشرة إلا باشتراك شهري أوسنوي كما هو الحال مع قناة "Orbit" و"art" والقنوات الحكومية العربية عموماً لا تحتاج إلى اشتراك فهي غير مشفرة ويمكن لأي شخص أن يلتقطها ويشاهدها عبر جهاز "الستلايت"، وهناك أيضاً من القنوات الحكومية الأجنبية غير العربية يمكن أن يشاهدها المتفرج بغير اشتراك، بل هناك بعض القنوات الأجنبية غير الحكومية التي تعتمد الإعلانات والمشاركات الهاتفية غير المشفرة، أيضاً ويمكن للمتلقي أن يشاهدها دون اشتراك.

والقنوات الفضائية العربية الحكومية تحمل إلى حد ما مضامين تكاد تكون متشابهة²، فهي تتميز بسمات تدرج من سمات الواقع الاتصالي العربي والذي يتميز بسمة المواجهة للمحطات الفضائية الأجنبية، وأهم تلك السمات كما حددها الدكتور أديب خضور أستاذ الإعلام في جامعة دمشق هي:

- 1- القطرية: يتميز الإعلام العربي عموماً بطابعه القطري، أن القطرية هي أهم حقيقة في الإعلام العربي، وفي الحياة العربية² وتشمل القطرية السياسات والإمكانات، المادة البشرية، والخطاب الإعلامي عموماً.
- 2- السلطوية: يزداد الطابع السلطوي التمجيدي للخطاب الإعلامي العربي.

¹ - إباد شاكر البكري، حرب المحطات الفضائية عام 2000، دار الشروق للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 1999، ص 84.

² - التقرير الاستراتيجي العربي، مرجع سبق ذكره، ص 165.

3- الابتعاد عن الواقع وعن الجمهور: لا يقدم الإعلام العربي في معظمه صورة موضوعية عن الواقع، الأمر الذي يجعله يفتقر إلى المصدقية والفعاليات، كما أنه لا يقيم وزناً كبيراً للجمهور، الأمر الذي يجعله يزيد في عزله ولا يشكل ذلك مشكلة كبيرة له".¹

أما مضامين البث الفضائي العربي حسب ما ورد في كتاب "عام 2000 حرب المحطات الفضائية" فيمكن أن تتلخص فيما يأتي:

- 1- الترويج للدولة التي تمتلك القناة والنهضة الحضارية في الدولة.
 - 2- زيادة نسبة المشاهدين للقناة من خلال الانتشار في أكبر رقعة جغرافية.
 - 3- مواكبة التطور التكنولوجي الذي يحدث في أغلب البلدان المتقدمة من خلال الوجود على ساحة البث الفضائي.
 - 4- حفظ وصيانة التقاليد العربية الإسلامية بعدم ترك المشاهد العربي الموجود في الخارج تحت سيطرة وسائل الإعلام الأجنبية منفرداً بل تقديم له الجيد من البرامج العربية.
 - 5- السعي نحو جعل قناة عربية تستقطب كل المواطنين العرب من خلال طرح قضاياهم واهتماماتهم والتواصل معهم لتقديم الثقافة والترفيه المناسب.
 - 6- توطيد أواصر الأخوة العربية من خلال بناء جسر من التواصل مع المشاهدين في الوطن العربي.
 - 7- الالتزام بالقيم والمبادئ الأخلاقية المستوحاة من الشريعة الإسلامية.
 - 8- تجسيد الهوية الوطنية الثقافية العربية والحفاظ على وحدتها وطرح البديل الثقافي والإعلامي الجماهيري.²
- إن واقع البث الفضائي العربي في بداية الألفية الثالثة لم يحمل بعد الإمكانية التي يحملها البث الوافد من الدول الأوروبية والولايات المتحدة على الرغم من أن البث الفضائي العربي يصل في أغلب القنوات إلى مساحات شاسعة من الكرة الأرضية حيث إن أغلب القنوات العربية حاولت وما زالت تحاول أن يكون لها بثها منتشراً في كل أرجاء المعمورة.

في الواقع أن البث العربي أسهم إلى حد ما في استقطاب المتلقي العربي بإنشاء قنوات عربية متعددة ونشرها تبث برامج عربية وأجنبية في كل أماكن وجود العرب في العالم تقريباً³، إلا أنه في نفس الوقت لم يكن الرادع الكافي للبث الوافد كما هو الحال في مخطط له فهناك إحصائيات قام بها متخصصون في اتحاد الإذاعات العربية تشير إلى أن مجاميع كثيرة من المتلقين العرب ما زالت تتابع البرامج الأجنبية من البث الوافد بل أن هناك من يفضل القنوات الأجنبية على العربية لطبيعة المواد الفيلمية والبرامجية التي تتفوق على المادة العربية والبرامجية في البث العربي.

¹ - أديب حضور، مساهمة القنوات الفضائية العربية في صدر الغزو الثقافي الأجنبي، دراسة منشورة عن القنوات الفضائية العربية، المنظمة العربية للترقية والثقافة والعلوم، تونس، 1998، ص 234.

² - إباد شاكر البكري، مرجع سبق ذكره، ص 166.

³ - فاروق أنيس جزار، الرسالة... والصورة، وزارة الثقافة الأردنية، الأردن، ب ط، 2001، ص 74.

إن كثيراً من القنوات الفضائية العربية غير الحكومية باتت تهتم في كسب المتلقين وذلك من خلال تحسين طبيعة البرامج التي تبثها فهناك قنوات كثيرة عربية بدأت تستخدم أسلوب التخطيط البراجمي الذي يستخدم في البث الوافد كي تعمل على كسب أكبر عدد من المتلقين الأمر الذي يجعل تلك القنوات أن تبث البرامج عديدة وكثيرة ولا تتلاءم وواقع المتلقي العربي وهذا الشيء إنما هو انعكاس لتجنب الخسارة المادية التي قد تلحق بالقناة الفضائية، وهو ما جعل تلك القنوات أن تلتزم الوضع التجاري وتتقيد به كي تتجنب الخسائر المادية.¹

هذا الوضع {التجاري} أدى إلى قيام تنافس حاد بين القنوات لاجتذاب أكبر عدد من المشاهدين حتى تضمن القدر المناسب من الدخل المناسب.²

ففرى أن على سبيل المثال أن قناة "الشوتاييم" تبث برامج عربية وأجنبية وبشكل لا محدود وخال من الرقيب المفروض في بعض القنوات المحلية والعربية التي تراعي طبيعة الإنسان العربي وقيمه. فقد نشرت قناة الشوتاييم في جريدة الأهرام إعلاناً تعرض فيه للمشترك 600 ستمائة فيلماً في الشهر الواحد مقابل اشتراكاً يزيد على أربعة جنيهات مصرية في اليوم الواحد بالنسبة للمتلقين في جمهورية مصر العربية، وحتماً أن هذا المبلغ الخاص بالاشتراك هو مقارب بمبالغ الاشتراك في باقي الدول العربية، ومعنى ذلك أن الشوتاييم تعرض للمتلقي كل ما يريد مقابل الاشتراك الذي يدفعه وهو ما يقود إلى أن تكون هذه القناة مستقطبة لكل من يتمكن الاشتراك فيها والواقع أن مبلغ قيمة الاشتراك ليس عسيراً على أغلب المتلقين الأمر الذي جعل هذه القناة تنافس باقي القنوات العربية³ فكان ذكرنا أن هذه القناة تعرض للمتلقي كل ما يرغب ويشتهي من مواد فيلمية محرمة وغير محرمة وهو ما قاد إلى أن تحاول بعض القنوات العربية الأخرى أن تنحى هذا المنحى كي تحقق وجودها في مساحات البث الفضائي وتتجنب الخسائر المادية، حتى أن القنوات الحكومية أيضاً باتت تشعر بشعور تلك القنوات الأمر الذي شجعها في أن تراجع واقع خططها البراجمية بغية كسب واستقطاب المتلقين.

إن البث الفضائي العربي الحكومي لبعض الدول بدأ يطور ويحسن واقعه من خلال سلك طرق القنوات التي تستقطب المتلقين وهو ما جعل تلك القنوات تقترب من القنوات التجارية التي غالباً ما يطغى عليها آثار البث الفضائي الأجنبية والذي كثيراً ما يتميز بأنه لا يتناسب وطبيعة المشاهد العربي، حيث إن البث الأجنبي يشمل الكثير من السمات التي غالباً ما تكون غير متوائمة وأفكار العرب. ولعل أهم تلك السمات كما أكدته ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي تتمثل في شيوع القيم الآتية:

1- الخضوع والخنوع: حيث يلاحظ أن كثيراً من الأعمال الدرامية الأمريكية تظهر هذه السمة في كثير من الشخصيات وتحاول أن تجعل هذه السمة حالة اعتيادية.

¹ - التقرير الاستراتيجي العربي، مرجع سبق ذكره، ص ص 165-169 بتصرف.

² - نسمة أحمد البطريق، التلفزيون والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ب ط، 1999، ص 105.

³ - عبد الباسط سليمان، تقديم فيصل الياسري، عولمت القنوات الفضائية، الدار الثقافية للنشر، ب ط، القاهرة، 2005، ص ص 92-93.

- 2- روح المغامرة والمقامرة: تعتمد العديد من الأعمال الدرامية المغامرة والمشاهد المثيرة في سيرة بطل الفيلم من خلال المواقف الخطيرة جدا كالهبوط بالمظلة من الطائرة بشكل طبيعي والسقوط والتسلق بمواقع مرتفعة ناهيك عن إبراز مشاهد عديدة لمقارمين لتطبيعها بالمجتمعات وغيرها من مشاهد الإثارة والإبحار.
- 3- العنصرية "Racism": وهي صفة قديمة كانت وما زالت في المجتمعات الغربية وقد أثارها وسائل الإعلام كثيراً.
- 4- الإيمان بحكم النخوة أو الصفة: بأن هناك شخصيات مميزة كأن تكون خارقة وثاقبة مثل جيمس بوند أو رامبو" وغيرها من الشخصيات الأمريكية التي تظهر أنها ذكية وسيدة في الرأي ووسيمة وتدافع عن الحق وغيرها من الصفات المميزة فلا بد أن تكون تلك الشخصيات هي التي تقود وهي التي تحدد الصواب والخطأ لتكون في بعد صاحبة القرار.
- 5- المادية: وهي أن تكون المادة أساس كل شيء أي أن تكون الحياة مبنية على أسس النفع والريح المادي بأن ليس هناك وجود للإنسانية والعمل الصالح من أجل المبادئ والقيم السماوية.
- 6- العدوانية: ترسيخ وجود الأعداء في المجتمعات ولا بد من مواجهتها وتصنيفها.
- 7- الروح الانهزامية: إن إبراز الشخصيات الخارقة ذات المواصفات المميزة وإبراز التقنيات المتقدمة جداً والمعالم النادرة والعملاقة في جوانب محددة فقط للغرب يولد الإحباط والانهزام عند الشرق.¹
- 8- الرومانسية: إبراز الاستمتاع بالغرائز البشرية والانفعالات بدل الدعوة إلى القدرات العقلية.
- 9- روح المحافظة والتخلف وذلك من خلال القيم والتقاليد والأعراف عند الأقاليم والتقاليد التي تظهر سلبياً فقط تكون معارضة ومتعاكسة مع التقاليد الغربية الحديثة.
- استراتيجيات القنوات الفضائية العربية أغلبها تعتمد التنافس من خلال بثها أحدث البرامج والمواد الفيلمية وأن القنوات العربية تتباين في طبيعة البرامج التي تبثها، فهناك قنوات متخصصة على سبيل المثال ببث الأخبار والبرامج السياسية مثل شبكة الأخبار العربية "ANN" وقناة الجزيرة، وقنوات أخرى تبث أفلاماً سينمائية تلفزيونية وأخرى لبث الرياضية ولبث برامج متعددة ومتنوعة، كالأغاني والمنوعات فقط، إلا أنه بشكل عام القنوات الحكومية بشروط عديدة في البرامج التي تبثها في الوقت الذي يلاحظ فيه أن القنوات الخاصة غير الحكومية لا تتقيد بتلك الشروط في أغلب الأحيان وهو ما قاد أن تكون القنوات متباينة في استقطاب المشاهدين.²
- إن حدة المنافسة على اجتذاب المشاهد العربي لمشاهدة القنوات الفضائية قد ساعد على تطوير الخدمة البرمجية ولا سيما في مجال تغطية الأخبار كما هو الحال في قناة الجزيرة القطرية التي تعمل على تغطية الأخبار في كل أنحاء العالم من خلال نشر مراسلين وموفدين متابعين للأخبار بالعالم، وكذلك هو الحال مع مركز تلفزيون الشرق

¹ - عبد الباسط سليمان، المرجع نفسه، ص 95-96.

² - أديب خضر، مرجع سبق ذكره، ص 247-248.

الأوسط "mbc" أو شبكة الأخبار العربية "ANN" اللتين تعملان بنفس المبدأ في تغطية الأخبار بشكل سريع ومباشر للمشاهد العربي.

تشير المصادر إلى أن أكثر القنوات الفضائية العربية تعاني من (عجز في تغطية ساعات الإرسال بالمنتج التلفزيوني المحلي لأسباب اقتصادية أو فنية أو بشرية)، كما اضطرت أغلب القنوات الفضائية العربية إلى الاستعانة بالبرامج الأمريكية والأوروبية، بكل أنواعها بما تحمله من قيم ومفاهيم متعارضة مع البيئة العربية والإسلامية والخطط التنموية والاحتياجات الإعلامية الوطنية.

لقد أكدت الدراسات على أن الجمهور العربي يقبل على القنوات الأجنبية "لمشاهدة ما لا تعرضه القنوات العربية من أفلام ومنوعات موسيقية وبرامج رياضية وعلمية وتوثيقية وثقافية" فالقنوات العربية تفتقر إلى الكثير من البرامج من حيث النوعية والكمية بالموازنة مع القنوات الأجنبية، أن المشاهد العربي على وفق الدراسات التي أجريت تشير إلى أن رغبته في مشاهدة القنوات العربية من أجل (المسلسلات والمنوعات والبرامج الثقافية والدينية).

وانطلاقاً من ذلك اتخذت العديد من القنوات العربية الخاصة "غير الحكومية" نهج القنوات الحكومية الأجنبية في بث البرامج بأسلوب ناجح لاستقطاب أكبر عدد من المشاهدين، سيما وأنها تنفق أموالاً طائلة على تأمين البث الفضائي الخاص بالقنوات وذلك للصدوم أمام القنوات التي تزايد أعدادها في الحقبة التي أعقبت الألفية الثانية والتي تهدد باستقطاب الجمهور من القنوات السابقة.

إن مرحلة البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية بات من الأمور التي تثير القنوات الفضائية العربية بحكم تزايدها المستمر وهو إلى أن تسعى مختلف المؤسسات التلفزيونية العربية للتنسيق بين القنوات العربية في مرحلة البث عبر الأقمار الصناعية "فقد أصبحت مسألة التنسيق بين القنوات التلفزيونية العربية في مرحلة البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية في صدارة الاهتمام من قبل مجلس وزراء الإعلام العرب واللجنة الدائمة للإعلام العربي واتحاد إذاعات الدول العربية ومختلف المؤسسات التلفزيونية العربية".¹

والقنوات الفضائية العربية بشكل عام رغم اهتمامها وحرصها في توفير تقنيات البث لم تحقق ما خططت له في إيصال صورة العربي للخارج بالشكل الأمثل، حيث أنها أساءت الاستعمال للبث في تقديم أعمال منافية لما عهدت له وقد أكد ذلك قول فاروق أنيس جرار (عندما قيض الله لنا {عربا ومسلمين} الإمكانيات المادية الوفيرة لقيم المحطات الفضائية في أرجاء الوطن وفي أنحاء المعمورة، وهي المحطات القادرة على إيصال صورتنا بأنقى ما يمكن إلى المجتمعات الغربية ببث مباشر من خلال برامج مدروسة جيدة تخاطب العقل والوجدان الغربي بمصادقية وثقة، أسأنا استعمال هذه المحطات الفضائية)²، ولعل ما أورده أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك بالأردن الدكتور عصام سليمان الموسى " يؤكد تلك الحقيقة في وصف الفضائيات العربية عندما قال: (هناك إجماع بين

¹ - المرجع نفسه، ص ص 69-70.

² - فاروق جرار، مرجع سبق ذكره، ص 15.

عدد من كتاب الأعمدة الصحفية اليومية الأردنية على توجيه النقد للمحطات الفضائية العربية على أساس أنّها محيية للآمال والتوقعات، ولم يأت هذا النقد فجأة، بل بعد أن مرت مدّة كافية على تأسيس هذه المحطات منذ مطلع التسعينات "من القرن العشرين" مما أتاح فرصة كافية لهؤلاء لكي يُكوّنوا آراءهم".¹

لقد انتشرت المحطات الفضائية العربية في معظم الأقطار العربية والإسلامية إلا أنّها وللأسف لم تتجاوز الطابع المحلي في بث برامجها ولا سيما القنوات الفضائية الحكومية، حيث أنّها ما تزال تبث برامج تلفزيونية تحمل نفس المضامين ذات الطابع المحلي على الرغم من امتلاكها التقنية العالمية، وتيسرها في إنتاج البرامج ذات الطابع الفضائي وبثها، وهو ما جعل المتلقي العربي يفضل مشاهدة ما تبثه القنوات الفضائية الغربية (الفضائيات العربية لم تعمل حتى الآن على تحسين صورة العربي المسلم التي بنيت خلال عقود كثيرة مضت في البلدان الغربية، من خلال بث مباشر مدرّوس للعالم العربي، ولم يتجاوز دورها حتى الآن دور التلفزيون المحلي إلا من حيث زيادة الرقعة التي يصل إليها بثها، نعم لقد أصبح لدى الأقطار العربية والإسلامية محطات فضائية ينطلق بها من قلب العالم العربي وهذا تطور جيّد ولكن القائمين على تلك الفضائيات لم يعملوا على استخدامها بالطريقة الأمثل).²

ثالثاً: القنوات الإخبارية العالمية والعربية

قبل أن تتجه أجهزة ومؤسسات الإعلام العربية، إلى إنشاء فضائيات خاصة بشقيها الوطني أو بالأحرى الحكومي والخاص سيطرت قنوات أجنبية على الفضاء العربي وربما كان من المناسب استهلال هذا بلمحة تاريخية عن الشبكات الإخبارية الأجنبية المتخصصة التي تستقبلها المنطقة العربية.

أ. القنوات الإخبارية العالمية

1-CNN: شبكة أمريكية أنشئت عام 1980م، في أتلانتا وكانت الرائدة بين الشبكات الإخبارية وتسيطر عليها مجموعة "تايم وارنر" يفوق عدد العاملين بها أربعة آلاف موظف ولها أربعون مكتباً أكثر من 20 منها في الخارج "وسي إن إن انترناشونال" المتفرعة عن "سي إن إن إن بواس إيه" تبث بالإنجليزية والإسبانية والتركية والألمانية وتمول سي إن إن بواسطة الاشتراكات والإعلانات وتبث في أكثر من مائتي بلد.³

2-BBC: شبكة بريطانية أنشئت عام 1991م، ويسيطر عليها مجلس إدارة "هيئة الإذاعة البريطانية" توظف 250 مراسلاً ولها 58 مكتباً وتبث بالإنكليزية إلى 270 مليون منزل، ومن المقرر أن تفتح شبكة بالعربية هي "بي بي سي أرابيك تليفزيون" 2008م.

3-M.S.N.B.C: شبكة أمريكية أنشئت عام 1996م تسيطر عليها شركتا مايكروسوفت وأن بي سي بونيفرسال نيوز وهي تبث بالإنكليزية وتمول بواسطة الاشتراكات والإعلانات.

¹ - عصام سليمان الموسى، الفضائيات العربية.. إلى أين؟، مجلة المشرق الإعلامي، الأردن، العدد 20، أبريل، 1999، ص 30.

² - فاروق أنيس جرار، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³ - Pires Robinson. The CNN Effect, The Myth Of News Foreign Policy And intervention, London, Routledge, 2002. p.72.

4-FOX: شبكة أمريكية أنشئت عام 1996م وتسيطر عليها شركة نيوز كورب "مجموعة مورودوك" وهي توظف 1250 شخصاً ولها 11 مكتبا في الولايات المتحدة و 6 في باقي العالم وتبث بالإنجليزية.

5-EURO News: شبكة أوروبية أنشئت 1993 وتشرف عليها 19 شبكة تلفزيونية عامة أوروبية يعمل فيها 250 موظفا بينهم 160 صحفيا في مقر ليون ولها مكتب في بروكسل وتبث لغات هي الانكليزية والفرنسية والألمانية والايطالية والبرتغالية والاسبانية والروسية إلى 185 مليون منزل.

6-TV mond: شبكة فرنكوفونية أنشئت 1994 وتبث برامج متنوعة وعامة ويتقاسم رأسها عدد من المجموعات العامة الفرنسية والكندية والبلجيكية والسويسرية للإعلام المرئي والمسموع.

والمساهم الرئيس فيها هو هيئة التلفزيون العامة الفرنسية التي تملك "47.38%" من رأسها، وترجم برامجها إلى عشر لغات وتبث لحوالي 160 مليون منزل .

7- الألمانية دويتشي فيلي (إذاعة وتلفزيون): توظف الإذاعة والتلفزيون نحو 1500 صحافي في بون "المقر" وبرلين و 03 مكاتب في الخارج "بروكسل وموسكو وواشنطن" وتبث دويتشي فيلي في العالم بالألمانية فضلا عن الخدمة العربية ونحو ثلاثين لغة.¹

8-قناة آسيا الإخبارية: انطلقت من آسيا عام 2000 تحت اسم CAN متشابهة لـ Euro News تحاول تقديم وجهة النظر الآسيوية للأحداث الآسيوية، إلى جانب الأحداث العالمية، ويقع مقرها في سنغافورة وتسعى للتنافس مع الخدمات الإخبارية العالمية الكبرى،² وقد جاءت بعد قناة "STAR" التي ظهرت في التسعينات وكانت تبث من هونغ كونغ.

9-قناة روسيا اليوم الإخبارية: انطلقت في 2005/12/12م ناطقة باللغة الانجليزية وموجهة إلى أمريكا الشمالية وكندا والمكسيك وأوروبا وآسيا وإفريقيا وأستراليا ونيوزلندا،³ وانطلقت في مايو 2007م الخدمة العربية باسم روسيا اليوم واستهلت البث بخبر محادثة هاتفية بين الرئيس الروسي فلاديمير بوتين والرئيس المصري حسني مبارك.

10-شبكة France 24: فرنسية الرأسمال تسيطر عليها بالتساوي هيئة التلفزيون الفرنسي العامة ومجموعة "تي أف 1" الخاصة وتوظف 170 صحافيا من أكثر 25 جنسية وتبث بالفرنسية والانجليزية وبدأت منتصف 2007- بث خدمة باللغة العربية تصل إلى أربع ساعات يوميا.

¹ - توماس ماكفيل، الإعلام الدولي النظريات والاتجاهات والملكية، ترجمة: حسني نصر، عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، ب ط، 2003، ص96.

² - توماس ماكفيل، المرجع نفسه، ص 224.

³ - بجلاء عبد الحميد فهمي جمال، دوافع استخدام الصفة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والاشباعات المتحققة لهم، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006، ص96.

ثانيا: خريطة الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية:

لعل من المناسب أن نشير إلى تقسيم المتخصصات العربية الفضائية إلى شبكات مملوكة للدولة، وأخرى مملوكة للأفراد أو رجال أعمال أو هيئات غير حكومية وبمعنى آخر ملكية خاصة.

1-قنوات تلفزيونية إخبارية متخصصة:

-شبكة الجزيرة ALJAZERA.

-قناة مصر الإخبارية "النيل للأخبار" Nile News.

-قناة العربية الإخبارية.

-قناة ANN شبكة التلفزيون العربية.

-قناة الإخبارية السعودية.

-قناة المجد الإخبارية الفضائية.

-قناة المجد الوثائقية.

-قناة ميدي سات".

2-فضائيات إخبارية أجنبية ناطقة بالعربية:

-قناة الحرة الأمريكية الموجهة للمنطقة العربية.

-قناة فرنسا 24.

-قناة العالم الإيرانية.

-قناة ANB الإخبارية من لندن.

-الخدمة العربية لقناة روسيا اليوم.

-تلفزيون BBC العربية.

أ. القنوات الإخبارية العربية:

هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الاصطناعية، لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال، حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الوافدة عبر الأقمار الاصطناعية مثل (عربسات، نايل سات، هوت بيرد) وغيرها من الأقمار عبر أجهزة الاستقبال والأطباق اللاقطة، وهي تشمل قنوات تلفزيونية عربية وأجنبية.¹

1- هناء السعيد، الفضائيات وقادة الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، ط2، 2005، ص 27.

وتهدف هذه المحطات التلفزيونية إلى جذب المشاهد والاحتفاظ به حتى يظل متابعة لبرامجها على مدار اليوم ولذلك تعمل هذه المحطات على تقديم نوعيات مختلفة من البرامج والمضامين نتفق مع حاجات ورغبات الجمهور المشاهد.¹

ومع هذا الكم المتزايد للقنوات الفضائية العربية حسب الدكتور سامي الشريف الذي ميز بين خمسة أنواع للملكية هذه القنوات ومصادر تمويلها:

- 1- قنوات فضائية عربية حكومية تعتمد على الدعم من ميزانية الدولة.
- 2- قنوات فضائية عربية خاصة تعتمد على تمويل من القطاع الخاص بشكل مباشر وهي نوعان: قنوات تعتمد على تمويل رجال الأعمال بشكل فردي، وقنوات تعتمد على دعم رجال الأعمال إضافة لترحها للاكتتاب عبر أسهم تطرح غالبا في البورصات، وهذا ما يجعل الفضائيات العربية المشار إليها مشروعات استثمارية فعلية.
- 3- القنوات الفضائية العربية التي وثق في تمويلها القطاع الخاص بنسبة، إضافة إلى الحكومات التي تمنح تراخيص تلك القنوات، وتسهل عملها وتقدم لها خدمات مختلفة كالاستوديوهات والتسهيلات الإنتاجية.
- 4- قنوات فضائية يدخل فيها رأس المال العربي الخاص مع بعض الشركات والجهات الأجنبية كما في بعض القنوات المغرب العربي

5- قنوات فضائية موجهة باللغة العربية والتي غالبا ما تخضع لتمويل الأجنبية مثلما هو الحال مع قناة الحرة.²

وهناك تقسيم للقنوات الفضائية العربية طبقا لأنواعها وتقسيم إلى ما يلي:

قنوات عامة ومتخصصة، مفتوحة ومشفرة، ومما يستدعي الانتباه تزايد أعداد النشرات المفتوحة في ستة مجالات هي (الأغاني، الدراما، الدين، الرياضية والتعليم، الأخبار)، وأدى ظهور القنوات الفضائية العربية المتخصصة في مجال محدد إلى إتاحة فرص كبيرة لخدمة الأهداف الإخبارية والثقافية والتعليمية والرياضية، وحقق استفادة كبيرة من التكنولوجيا عن طريق نقل الأحداث المختلفة لحظة بلحظة.³

فالقنوات الإخبارية المتخصصة مثلا تتميز بمعالجتها الشاملة والعميقة للأحداث مع تغطية كاملة للخبر وليس نقل الخبر فقط كما في السابق، وهذا يتبين جليا في الطابع التحليلي للأخبار من خلال استضافة الخبراء وأحيانا صناع القرار في إطار محاولة التقديم معالجة متوازنة للعرض الإخباري رغبة في تقديمه بشكل جديد ومتميز، ويأتي الاهتمام بتطوير المنح الإخباري في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة في إطار التنافس على اجتذاب الجمهور، الذي

¹ - Raymond L. Carroll, Donald M. Devis, **Electronic Media Programming: Strategies and Decision Making**, USA, Mc Grow Hill, inc, 1993.p233.

² - سامي الشريف، الفضائيات العربية "رؤية نقدية"، دار النهضة العربية، القاهرة، ب ط، 2004، ص ص 302-303.

³ - نهي عاطف عدلي العبد، دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في تركيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية العربية والدولية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006، ص 281.

يتابع المحطات الإخبارية كأحد مصادر إشباع حاجاته واهتماماته المعرفية وبذلك تكون هذه الفضائيات قدمت إطارا مرجعية ومعلوماتية للأحداث يساهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور، إلحاح مساعدته في تدعيم علاقة الفرد بالأحداث المختلفة وإحاطته علماً بالأنشطة السياسية القائمة في المجتمع وتدعيم مشاركته فيها، كما أنها تساعد في فهم ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع.¹

وبناء على هذا الواقع الاتصالي الجديد الذي أفرزته ثورة الاتصالات وتقنية الأقمار الاصطناعية أصبحت الفضائيات أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري، والذي يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات والأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، حيث تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مدهشة، مع مقدرة على خلق رأي عام وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجود أصلاً.²

وتساهم وسائل الإعلام بطريقة غير مباشرة في التأثير على السلوك، وبهذا تدخل الفضائيات في إطار ما يعرف بالإعلام الدولي، حيث يشير مصطلح الإعلام الدولي تداول عبر الحدود، بحيث يتعدى المستهدفين من قبل هذا النوع من الإعلام نطاق الدولة الواحدة أو الشعب الواحد، فهو عبارة عن اتصال بين أمم ودول مختلفة عبر الحدود، وهو تحرك الرسائل الإعلامية عبر الحدود بين اثنين أو أكثر من الأنظمة الثقافية المختلفة،³ مثلما عمدت القنوات الأجنبية السابقة إلى الخدمات المجانية والخدمات المدفوعة الأجر، قامت المحطات العربية وتوزعت بين هذين النوعين فهناك في المنطقة قنوات مجانية عامة، يدخل ضمنها معظم القنوات الفضائية الحكومية وكثير من الفضائيات الخاصة، لإضافة قنوات فضائية عربية مشفرة تعتمد على تقديم خدمات نوعية متخصصة ذات مستوى عال تحتكر بث الأحداث والبرامج مقابل أجر معلومات وبهذا تحقق عائداً مادية وجمهور خاص بها.

إن فكرة تشفير القنوات خلق فجوات معرفية وإعلامية واجتماعية بين المشاهدين تضاف إلى مجموع الفجوات العميقة - بين فئات الجمهور العربي، من خلال احتكار بعضها لتغطية الأحداث المهمة وحرمان نظيرتها من حق تغطيته، وبدأ استغلال فكرة الاحتكار والتشفير في الوطن العربي حتى خلال (كرة القدم) مما سبب حالة من الاستياء الشعبي تجاه بعض القنوات العربية، إذ اتفقت قناة الـ ART الخاصة مع الاتحاد الآسيوي، و(الفيفا) على احتكار بث ونقل وقائع المباريات في قارة آسيا حتى بداية عام 2005 وأصبح الاشتراك في القنوات المشفرة شكلاً من أشكال التمييز الاجتماعي في بعض البلدان العربية.⁴

مع ازدياد عدد الفضائيات العربية ازدادت حدة المنافسة بين هذه القنوات بهدف جذب أكبر عدد من المشاهدين، هنالك بعض الفضائيات نجحت في كسب الجمهور العربي ونالت المصداقية، واستطاعت أن تكون لها

¹- Chris Berker, *Global Television, an introduction*, USA: Lawa University Press, 1999.P83.

²- ياسر محجوب محمد الحسين، دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام الإقليمي "دراسة مقارنة بالتطبيق على قناتي الجزيرة والمنار"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة أم درمان، الإسلامية، الخرطوم، 2008، ص 33.

³- ملفين ل. ديلفير، ساندر بول روكيش، مرجع سبق ذكره، ص 309.

⁴- عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ب ط، 2006، ص 49.

قاعدة جماهيرية عريضة داخل البلدان العربية أو في دول المهجر، كما بقيت بعض القنوات الفضائية في دائرة المحلية، ولم تعد من كونها إعادة بث للقناة الأرضية لدولهم وخيبت آمال مواطنيها بتمسكها بشكل التقليدي المحلي.

معظم القنوات الفضائية ترجمت تواجدا على الساحة الفضائية ليس إلا، فالمتابع للقنوات الفضائية العربية على اختلاف توجهاتها، لا يجد فلسفة محددة تحكم أداء عملها أو أهداف استراتيجية تسعى إلى تحقيقها بالرغم من تحديد هذه القنوات لمجموعة أهداف، ولكن لا تلمس ذلك بشكل واقعي حتى أن بعض القنوات لا تقوى على ملء ساعات إرسالها إلا بإنتاج مستورد لا يعبر عن هويتها ولا يعكس ثقافة مجتمعها.¹

وبالفعل واجهت الفضائيات العربية مشكلة الإنتاج التلفزيوني بعد انطلاقها، إذ أن هذا الكم الهائل من الفضائيات السابح في الفضاء يحتاج إلى ما يقارب 219 ألف بث سنويا²، من يملك التكنولوجيا المتقدمة في مجال الاتصال هو الذي يملك أداة السيطرة الثقافية والفكرية، وحسب تقرير المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، يشير إلى أن التقنيات المستعملة لدى الدول العربية هي من أحدث ما هو متوافر في أسواق الدول الاصطناعية، بمعنى أنه لا توجد مشكلة في التقنيات وإنما المشكلة في الإنتاج الفكري، فمن المفترض أن يكون الإنتاج العربي يغطي كل ساعات البث، وترى الباحثة أن ذلك يمكن أن يأتي من خلال تشجيع الشباب العربي الموهوب على تقديم أفكار جديدة وتبنى هذه الأفكار وتنفيذها بعد إعدادهم بشكل جيد، خاصة وأن كليات الإعلام في الوطن العربي تخرج الآلاف من الطلاب ولا يجدون فرصة للعمل في المجال الإعلامي، وبهذا نكون استفدنا من جانبين الجانب الأول حققنا معادلة الإنتاج التلفزيوني بكوادر وأفكار وطنية، ومن جهة ثانية ساهم القطاع الإعلامي الفضائي في حل مشكلة الشباب المؤهل جامعا وعاطل عن العمل من خلال إعطائهم الفرصة خاصة وأن ظهور القنوات الفضائية على المستوى المهني يتطلب زيادة عدد العاملين.

ويقسم البعض فضائيات القطاع الخاص وفقا للأسلوب المتبع في الإنتاج إلى نوعين هما:

1. قنوات فضائية أقامت لها مراكز إنتاج خاصة تتولى بنفسها إنتاج ما تريده.

2. قنوات فضائية اعتمدت على مبدأ المنتج المنفذ أي أنها تكلف مؤسسات أو شركات خاصة بالإنتاج لها ولما كانت هذه الأساليب غير كافية لملء ساعات الإرسال الطويلة، لجأت أغلب هذه القنوات الفضائية إلى الأفلام العربية والأجنبية القديمة بشكل متكرر، وتقديم مجموعة من برامج المسابقات التي تبشعل الهوى والتركيز على إنتاج وتقديم خدمة إخبارية متميزة.

¹ - سامي الشريف، الفضائيات العربية "رؤية نقدية"، دار النهضة العربية، القاهرة، ب ط، 2004، ص 39

² - أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات "رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي"، أيترك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ب ط، 2003، ص 151.

السؤال الذي يطرح نفسه هل القنوات الفضائية تنطلق فقط كمشروع تجاري ربحي وسوق إعلاني رائج؟، أم أن هذه القنوات لها سياسات واضحة تواجه بها آثار المتغيرات الدولية التي حملت معها أخطار وتحديات جديدة اندرجت تحت المحاولات الغربية والأمريكية الساعية إلى إضعاف وتهميش دور البث الفضائي العربي، وتصدير البرامج التي تفقد الهوية العربية والمقومات التي تنطلق منها؟¹ يرى سامي الشريف أن الغالبية العظمى من القنوات الفضائية الخاصة جاء إنشاؤها بغرض تحقيق الأرباح بشكل أساسي وهذا ما أتاح الفرصة لرجال الأعمال والمستثمرين لدخول ميدان الاستثمار في الفضاء من غير ذوي التخصص أو الخبرات السابقة في مجال العمل التلفزيوني أو الإعلامي، ومنطلقات هذه القنوات تحقيق أكبر قدر من الربح بعيدا عن فكرة الدفاع عن الهوية وحماية الثقافة، وبالتالي لم تكن هناك أي محاولات للتعاون والتنسيق.

معظم القنوات العربية تبعا لرغبة مموليها من رجال الأعمال نأت بنفسها عن الصراعات السياسية وملتزمين بمضامين إعلامية ذات بعد سياسي، إلا أن التطورات التي شهدتها المنطقة العربية دفعت القطاع الخاص إلى الاتجاه إلى إطلاق عدة قنوات إخبارية متخصصة لتلبي احتياجات المشاهدين العرب في كل مكان وسرعان ما حققت هذه القنوات نجاحات متلاحقة اعتمادا على التقنية العالية التي تملكها بجانب تحررها من السيطرة الحكومية، مما أعطاها فرصة لمعالجة العديد من القضايا والموضوعات بعيدا عن المواقف المتحفظة للحكومات العربية وإعلامها الرسمي.

ومن مميزات القنوات الفضائية العربية الخاصة تمتعها بقدر أكبر من الحرية مقارنة بصيغاتها الحكومية، وهذا وفر لها قاعدة شعبية أكبر ودرجة مصداقية لدى المشاهدين العرب، الذين خنقتهم أحادية الرأي في وسائل الإعلام الحكومية والرقابة المفروضة على الإعلام الحكومي، إلا أن المتبع لهذه القنوات توكيفية معالجتها لبعض القضايا يستطيع أن يتبين بسهولة هوية هذه القناة وتوجهها، فالمتابع لقناة الجزيرة وكيفية معالجتها الإخبارية للقضايا العربية يستشعر أجواء الحرية والديمقراطية في طرح الرأي والرأي الآخر، خاصة أنها تستطيع أن تميز بوضوح انحيازها بشكل أو بآخر للأراء والمواقف ووجهات النظر السعودية، والمتابع لبرامج وتوجهات القنوات العربية الخاصة ولاسيما الإخبارية منها يستطيع على الفور أن يحدد الجهات الرسمية التي تقف وراءها مهما حاولت بشكل مستمر إخفاء ذلك.

كما تتجه بعض الفضائيات العربية إلى تقليد الأجنبية في إعداد وتقديم برامجها، فمثلا هناك تشابه واضح بين قناة الجزيرة وشبكة CNN الأمريكية في تغطية الأخبار وفي برامجهم الحوارية، ومن خلال بعض المقارنة بين هذه البرامج نستطيع أن نلاحظ ذلك وفي مقدمة هذه البرامج (Cross fire) الذي يقدمه المعلق الأمريكي (لاري كينج) لشبكة CNN، بينما يظهر البرنامج نفسه في قناة الجزيرة باسم (الاتجاه المعاكس) التي يقدمه د. فيصل القاسم أما البرنامج الثاني الذي يقدمه سامي حداد، وهو نسخه مقلدة من برنامج (كلا الوجهين) الذي يقدمه الأمريكي

¹ - أمين سعيد عبد الغني، المرجع نفسه، ص 152.

جيسي جاكسون لشبكة CNN وهذا ليس للانتقاص من قيمة هذه البرامج ولكن من أجل البحث عن أساليب وأفكار جديدة ومشوقة لكسب ثقة المشاهد العربي وجذبها في الأفكار تجده بين القنوات العربية بعضها البعض مع اختلاف اسم البرنامج ولكن ذات الأفكار والمضامين ويجب أن تكون غاية الإعلام العربي الفضائي توطيد العلاقات العربية وتقريب وجهات النظر وتعميق التراسل وتعدد القنوات العربية الفضائية تعتبر ظاهرة إيجابية لأنها تتيح للمشاهد العربي آراء مختلفة وتنوعا في الرؤى والأفكار وأشكال التقديم¹ واختصارا فإن القنوات الفضائية العربية بحاجة إلى:

1. التعامل الإيجابي مع الظاهرة التكنولوجية، مع استنباط أساليب عرض جديدة دونما تقليد أعمى لما بثت في القنوات الأجنبية
2. عدم اللحاق بالدرجة التكنولوجية إثباتاً للوجود الشكلي دون توفير إنتاج إعلامي وثقافي يؤمن بنجاح هذا البث، ويؤكد على الوجود الفعلي والحقوقى
3. يجب تبديل الرؤية تجاه البث الفضائي وعدم اعتباره حلقة استكمال للبث المحلي (التقليدي) وعقد ورشة عمل لتبادل الرأي والمشورة مع المختصين (حتى خارج هذه القنوات) حتى يتم تقديم برامج تصلح للبث الفضائي
4. عدم إنتاج وتقديم البرامج الرخيصة التي تمهبط بذوق المشاهد ومراعاة أذواق المشاهدين وأن تقدم له النماذج البرمجية الجيدة.²

ويسعى الجمهور في اعتماده على وسائل الإعلام لاسيما القنوات الفضائية عبر نشرات الأخبار لمساعدته في تحقيق أهدافه في الحصول على المعلومات واكتساب المعرفة في موضوعات مختلفة، إذ أن الاعتماد يزيد في أوقات عدم الاستقرار في المجتمع في كثير من الأحداث والقضايا الجارية لأجل تحقيق نوع من الفهم الواسع للبيئة والمحيط الخارجي فضلا عن كشف الغموض والاسترشاد في كثير من الموضوعات عبر ما تنقله نشرات الأخبار للجمهور من معلومات بشأن أحداث مهمة وحاسمة.³

ونتيجة حاجة الجمهور إلى معرفة ما يجري من الأحداث والأخبار التي تمس حياته اليومية جعلت القنوات الفضائية المصدر الرئيس والأساس للأخبار في أغلب دول العالم، ومن ثم أسهم بشكل كبير في زيادة المنافسة بين هذه القنوات في تقديم نشرات إخبارية متميزة عن بعضها في القنوات الأخرى عبر تطوير قدراتها في إشباع حاجات الجمهور من المعلومات وتلبية رغباته من التعرض لنشرات الأخبار، وقد أضحت هذه الأخبار المسؤولة الرئيسة

¹ - عبد الملك الدناي، مرجع سبق ذكره، ص 151.

² - أحمد عبد الملك، المرجع نفسه، ص 161-162.

³ - هالة إسماعيل بغداداي، القنوات الفضائية الإخبارية ودورها في ترتيب الأجندة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ب ط، 2009، ص 60.

³ - عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، دار القومية العربية للطباعة والنشر، ب ط، القاهرة، 2003، ص 165.

والأساسية للعاملين فيها، عبر تطوير مهاراتهم في التعرف على اهتمامات المشاهدين لجذب انتباههم بشأن الأحداث والقضايا الجارية.

وتتضمن النشرات الإخبارية مفردات إخبارية كثيرة منها الأخبار والتقارير الإخبارية الموجزة والمقابلات داخل وخارج الاستوديو والنقل المباشر والأخبار العاجلة وغيرها، تقدم في فترات زمنية محددة ومعروفة لدى أغلبية الجمهور ولمرات عدة في اليوم الواحد فهي تتيح لجمهور المشاهدين الاطلاع ومتابعه كل الأحداث والأخبار اليومية وهي على أنواع عدة منها (العامة، الخاصة بفئات معينة، المحلية، الاقتصادية ونشرات الأحوال الجوية وغيرها).

كما يطلق على النشرات الإخبارية التلفزيونية في بعض الأحيان مصطلح (العروض الإخبارية) نظرا لاعتمادها بشكل كبير على الصورة والمرئيات وأشكال التقديم الأخرى التي تجعلها نوعا من أنواع الاستعراض (shows) للمشاهدين.

ونشرات الأخبار هي أبرز أشكال الإنتاج الإخباري التلفزيوني التي يمكن أن تعرف بأنها (وحدة أو قالب تلفزيوني تقدم من خلالها احداث القصص الإخبارية سواء كانت مصورة أو غير مصورة بترتيب معنى في وحدة زمنية محددة) وتقوم النشرات الإخبارية في إمداد الجمهور بالأخبار والمعلومات والبيانات المهمة بشأن موضوعات عدة بهدف تكوين أفاق معرفية ولاسيما بالأمور والأشياء السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، التي تمكن الجمهور من إصدار أحكام وتعميمات واتخاذ قرارات صائبة بشأن القضايا المطروحة للنقاش والحوار.¹

وتوفر النشرات الإخبارية أيضا فرصة لجمهور المتابعين لكشف الغموض أو إنذار سريع عن المخاطر التي تحيط بهم والأوبئة والحرائق والزلازل والأحداث المتنوعة بشكل عام وهذه الإنذارات يقدمها الإعلام للجميع إذ تعطي شعورا بالمساواة لشريحة واسعة من الجمهور. وحاجة الجمهور للأخبار أسهم بشكل كبير في قيام التلفزيون بوحدة من الوظائف الرئيسية لأية وسيلة إخبارية، ألا وهي تقديم تحليلات وتفسيرات المعنى الأحداث المعقدة.

كما يعد الإعلام الإخباري ولاسيما عبر نشرات الأخبار وحتى الآن من أكثر المصادر استخداما من أفراد الجمهور للحصول على معظم المعلومات بشأن الشؤون العامة والأحداث الجارية، إذ انه يعد الرابط الأساسي بين العالم الخارجي والتصورات الذاتية للجمهور عن ذلك العالم بشأن موضوعات مختلفة، إذ تسهم نشرات الأخبار والإعلام الإخباري في تكوين صورة معدلة لما يحدث في العالم، عبر نقل معلومات أكثر بكثير من تلك التي تستخدمها في تشكيل الصور الذهنية التي لدينا حيث يركز أسلوبها في التغطية الإخبارية على اهتمامنا بجوانب معينة من العالم الذي نعيشه ويقدم لنا جملة من الإشارات عن الأمور التي لها أولوية، حيث يطلق هذا الأسلوب الذي يؤثر به الإعلام في محور الاهتمام العام للجمهور (دور ترتيب الأجندة في الإعلام الإخباري) وهو تأثير يتم إثباته في سلسلة عريضة من القضايا والأحداث الجارية العامة، حيث نلاحظ أن الإعلام الإخباري حين يناقش

¹ - عمار طاهر وشريف سعيد، اعتماد جمهور مدينة بغداد على نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية كمصدر للمعلومات، مقال منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد 62، 2014، ص 160-161.

قضية سياسية معينة أو يتناول شخصية عامة معينة فانه يعرض بعضاً من جوانب الموضوع، إذ أنه يتم التركيز على بعض السمات والإشارة إلى بعضها، والتلميح عرضة إلى بعضها وإهمال الكثير من الجوانب. وبذلك يتم ترتيب القضايا والأمور والأحداث على وفق الأجندة الإعلامية والأجندة العامة.¹

وتسهم الأخبار في تحقيق أهداف أخرى مثل التسلية والترفيه ولاسيما عندما يكون هناك هدف مشترك بين كل من القائم بالاتصال والجمهور والمجتمع، ويكون ذلك عن طريق تقديم الأخبار والأحداث بصورة تحتوي على عنصرين الدراما والتشويق، كما تعد (الأخبار) أفضل وأسرع وسيلة لنشر المعلومات فهي الأفضل من حيث الواقعية والمصدقية على المعلومات الناتجة عن نقل الأحداث والقضايا الجارية من مواقعها، وهي الأسرع لأن الخطوات تتسم بالآنية والفورية فهي تنقل للجمهور المعلومات الحديثة لحظة وقوعها.²

أ. القنوات الإخبارية المتخصصة العربية وفق أسبقية البث:

1- شبكة الجزيرة الإخبارية وتضم:

أولاً: 1- الجزيرة الإخبارية، 2- الجزيرة الرياضية، 3- الجزيرة للأطفال، 4- الجزيرة الوثائقية، 5- الجزيرة مباشر 6- الجزيرة الدولية.³

تأسست قناة الجزيرة الفضائية "JSC-AL JAZERA/SATELLITE CHANNEL" في: 1996/11/01 وكانت القناة الفضائية الوحيدة في قطر آنذاك وتقوم هذه القناة على الاتزان والموضوعية فهي تحمل شعار "الرأي والرأي الآخر" وتقدم خدماتها بشكل مستقل ومحيد وتعتبر الأولى من نوعها وقد شرعت الحكومة القطرية في تمويل البنية الأساسية لهذه القناة على أن يتولى القطاع الخاص تملكها وإدارتها مستقبلاً ولها شخصيتها القانونية المستقلة، وتعمل على أسس تجارية صرفة مع مراعاة القيم والعادات والتقاليد العربية والإسلامية، وتسعى قناة الجزيرة الفضائية إلى تحقيق أهدافها وهي:

- الابتعاد عن المحلية والإقليمية، فهي تحاول أن تخاطب المواطن العربي، بشكل عام وتكون جسراً إعلامياً حضارياً يسهل انتقال الخبر للمشاهدين العرب ويتيح لهم الاطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم في مجالات السياسة والمال والأعمال والبرامج الوثائقية.

- تقديم خدمات إعلانية فورية و متميزة عبر القناة الفضائية وتحاول قناة الجزيرة الفضائية أن تتعامل مع الأحداث بتجرد وحياد وموضوعية ونزاهة تامة دون تحيز لجانب معين، وقد أعلنت قناة الجزيرة في: 2006/03/23م تحولها إلى شبكة تضم إلى جانب قناة الجزيرة الإخبارية العربية قنوات الجزيرة مباشرة والجزيرة الوثائقية وقناتي الرياضة والجزيرة الدولية الناطقة بالإنجليزية.

¹ - محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص ص 65-66.

² - عمار طاهر وشريف سعيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 161-162.

³ - Mohammed El Nawawy & Adel Eskander. **Aljazeera: Haw the Free Arab News Networks Scooped the Word and Changed the Middle East West view press.** 2001. pp 28-29.

2- شبكة قنوات النيل الفضائية:

تضم شبكة النيل باقة من القنوات المتخصصة في مجالات (الأخبار، الدراما، الرياضة، الثقافة المنوعات، التعليم والبحث العلمي، الشؤون البرلمانية) ومحاوله جادة لتقديم برامج متنوعة وبأشكال فنية مختلفة تتميز بالإيقاع السريع والمضمون الهادف تناسب العصر وقد بدأ البث التحريبي لهذه الباقة في 98/5/31م وتبث عبر القمر الصناعي المصري نايل سات" وانتلسات وباناسات وآسيا سات"، وهي ثلاثة عشرة قناة كالتالي: (النيل الإخبارية المعلومات، الدراما المنوعات، الثقافية، الأسرة والطفل، الرياضية، الرياضة سوبرالنيل التعليمية تضم 07 قنوات لمراحل التعليم المختلفة، المنارة للبحث العلمي، التعليم العالي، التنويرالبرلمان).

وقد اتخذ قرار وزاري في أغسطس 2005 بأن تبث كافة قنوات النيل المتخصصة عبر الحيز الترددي للقنوات الإقليمية المصرية الأرضية التي قلصت عدد ساعات إرسالها إلى النصف خفصاً لنفقات الإنتاج ورغبة في اجتذاب الإعلانات والموارد المالية إلى باقة المتخصصة.¹

3- قناة العربية الإخبارية:

بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط "MBC" كأول محطة تلفزيونية فضائية عربية تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية-من أوروبا لندن، في: 18 سبتمبر 1991م، لخدمة المواطنين العرب المقيمين في الخارج. والمركز شركة تجارية خاصة تعود ملكيتها لممولين سعوديين هما محمد إبراهيم والشيخ وليد إبراهيم ويبلغ رأسمالها "200 مليون دولار" وميزانيتها السنوية قدرها 60 مليون دولار" ونقلت المجموعة الى دبي بعدما أوقف الملك فهد الدعم المالي السنوي الذي يقدم للمحطة نهاية 2005.

وقام المركز بتوسيع عمل إدارة الأخبار بعد أن اشترى في: يونيو 1992-وكالة الأنباء العالمية يوناتيدبريس انترناشيونال" بمبلغ 2.95 مليون دولار، وقد حافظ المركز على الطبيعة العالمية لعمل الوكالة وعلى سمعتها ومصداقيتها في مجال نشر الأنباء والمعلومات وقد رفع المركز حصته في الوكالة بعد زيادة رأسمالها من 20 إلى 30 بالمائة، ويقوم المركز بتشجيع جميع أشكال التعاون لإنتاج المشترك مع العديد من المؤسسات التلفزيونية في العالم، فقد تعاقد المركز على شراء برامج من أشهر مؤسسات التلفزيونات العالمية الأجنبية منها مع ويقوم مكتب "MBC" واشنطن بإعداد تقارير عن أهم الأحداث في العالم العربي لتقديم ضمن برامج شبكتي "CNN" الأمريكية، وبعد نجاح تجربة المركز استثمر 150 مليون دولار خلال سنتين لتمويل خطة مشروع إنشاء ثلاث قنوات جديدة أعلن عنها في أكتوبر 1993م، وتبث القنوات الجديدة برامجها لمنطقة الخليج والجزيرة العربية بالتعاون مع الهيئة الأمريكية العامة للمعدات وهي: قناة العربية الخاصة بالأخبار والبرامج السياسية والرياضية 2002.

¹ - هالة محمد إسماعيل بغدادي، مرجع سبق ذكره، ص 65-66.

4- قناة الإخبارية السعودية 2004:

أطلقت المملكة العربية السعودية قناة أخبار تلفزيونية فضائية جديدة تهدف إلى تقديم صورة جديدة عن المملكة التي يصورها البعض في الغرب كموطن للتشدد الإسلامي. يدير القناة محمد باريان وافتتحت قناة الإخبارية في تاريخ المملكة سبب إرسالها لمدة 12 ساعة، يوميا باللغة العربية قبل أن تمتد لتقديم برامجها على مدار الأربع والعشرين ساعة وتهدف إلى تقديم صورة جديدة عن المملكة العربية السعودية.

وهي قناة إخبارية لديها نحو 25 مراسلا داخل السعودية ونحو 20 مراسلاً بالخارج، وتأمل في أن تزيح برامج نقاشات حية مع شخصيات من الولايات المتحدة وأوروبا وربما تتضمن برامج باللغة الإنجليزية عندما تتحول للبث على مدار 24 ساعة، لمساعدة الجمهور على أن يفهم ما هو صواب وما هو خطأ.¹

5- قناة ميدي سات 1:

قناة إخبارية مغربية أطلقت في الأول ديسمبر 2006م، تعتبر أول قناة إخبارية في المغرب العربي وبين العالمية المغربية ومقرها مدينة طنجة، تضم القناة مئة صحفي نصفهم من الناطقين باللغة العربية والبقية ممن يتحدثون الفرنسية من 08 جنسيات " رأس المال أغلبه مغربي إذ تملك اتصالات المغرب 26 بالمائة منه و26 بالمائة مملوك لصندوق الودائع والتصرف و14 بالمائة لإذاعة ميدي 1 و24 بالمائة لتجمع شركات فرنسي.

6- قناة المجد الإخبارية 2006:

في إطار شبكة المجد الفضائية التي تضم ست فضائيات متخصصة (تم إطلاق خدمة المجد الإخبارية) العالم اليوم في: 2006/1/1م. وهي تقدم موجزاً إخبارياً كل نصف ساعة، مع مجموعة من البرامج القصيرة سريعة الإيقاع ذات الشأن الإخباري والصحافي، تشمل قراءة في الصحافة الإماراتية والسعودية والعربية ومواضيع الغلاف لكبريات المجالات العالمية، وأقوال أهم صانعي الأحداث، وحصاد الكاميرا والصور الصحافية للأحداث العالمية، والنشرة الجوية وأجندة أحداث اليوم التالي، مع الشريط الإخباري على مدار الساعة، تضم 06 قنوات إسلامية تلفزيونية كان الافتتاح الرسمي للقناة في: 2003/03/04م، وقد أطلقت شركة المجد للبث الفضائي المحدودة لإطلاق القناة الجديدة " المجد في: سبتمبر 2002م عبر القمر الصناعي المصري نايل سات 102 وعريسات أ2- في بث تجريبي للمحطتين المجد 1"، والمجد 2"، وتسعى الخطة لكي تقدم للمشاهد العربي خياراً إعلامياً إضافياً يعزز مبدأ التكامل والتنوع في صناعة الإعلام العربية.²

¹ - هالة محمد إسماعيل بغدادي، المرجع نفسه، ص 81.

² - موقع قناة المجد على الانترنت، www.majd tv.com.

المبحث الثاني: الفضائيات الجزائرية والمشروع القانوني للإعلام الجزائري.

أولاً: بدايات الفضائيات الجزائرية.

ومن جهة نظر تاريخية، يمكن القول أن جمهور الفضائيات في الجزائر لم يتشكل في لحظة زمنية محددة عرف ولوج الجمهور إلى هذا الفضاء السمعي البصري، تقلبات ترتبط بمعطيات مختلفة، بمعنى أن علاقة فئات الجمهور مع برامج الفضائيات لم تكن علاقة قارة في مختلف المراحل.

لقد ارتبط دخول الجمهور الجزائري إلى عالم البث الفضائي بعوامل مادية وعقدية، فإمكانية اقتناء تجهيزات الاستقبال لم تكن متاحة للفئات من ذوي الدخل الضعيف سوى في المرحلة التي تراجعت فيها أسعار هذا العتاد أما فيما يرتبط بالعائدي، فذلك يحيلنا إلى المقاومة التي واجهها انتشار التلقي بالهوائيات المقعرة، مرت هذه المقاومة من المقاومة المطلقة أو المبدئية إلى المقاومة النسبية، أي من مقاومة الوسيلة إلى مقاومة القنوات والبرامج هذا التغيير أملاه دخول القنوات العربية والدينية مجال البث الفضائي وما دمنا في مجال دراسة علاقة الجمهور ببرامج التلفزيون الفضائي، فذلك يقتضي الاهتمام بالدراسات التي تناولت هذا الجانب حتى نضع هذا العمل في سياق تاريخي للمعرفة التي أنتجت حول تفاعل الجمهور الجزائري فيما يتصل بتلقي برامج التلفزيون الفضائي.

وللإشارة، فإن المحور المتعلق بالجمهور في هذه الظاهرة، لم يلق الاهتمام الكافي من قبل البحث، فما عدا المقالات العلمية التي صدرت باللغة الفرنسية، بقي هذا الجانب مغيباً، في الدراسات التي نشرت باللغة العربية. ويرتبط السبب الثاني بطبيعة البحث كونه يصب في خانة الدراسات الاجتماعية، وبالتالي يصبح الجمهور، العنصر الذي يهمننا بالدرجة الأولى لأنه الفاعل الرئيسي في العملية الاتصالية، فهو الذي يتلقى ويتفاعل، وهو الذي يتأثر أو يقاوم.

1- بروز الفضائيات وانتشارها في الجزائر

يمكن تصنيف أسباب الانتشار السريع لظاهرة تلقي برامج الفضائيات في الجزائر من حيث طبيعتها إلى فئتين تتعلق الأولى بعوامل مادية، بينما تحيل الثانية في مجملها إلى معطيات ثقافية واجتماعية وسياسية، ويفسر الانتشار السريع لملكية التلفزيون، أحد أهم العناصر المادية لانتشار الظاهرة، إذ هيئاً الأرضية مسبقاً لإمكانية الاستقبال عبر الهوائيات المقعرة، إن التوجيهات السياسية في الجزائر بعد الاستقلال، التي كانت تعمل على انتشار هذه الأجهزة للتمكين من نشر الوعي السياسي والتعبئة، خلقت وراءها إمكانية استقبال، شكلت أرضية تسهل الولوج إلى برامج الفضائيات.¹

¹ - مصطفى مجاهدي، برامج التلفزيون الفضائي وتأثيره في الجمهور، سلسلة أطروحات الدكتوراه «شباب مدينة وهران نموذجاً»، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2011، ص ص 38-39.

لم يكن جهاز التلفزيون إلى غاية سنة 1962 متوفرا سوى بنسبة خمسة أجهزة لألف ساكن،¹ ولم ترتفع النسبة إلا بقدر ضئيل خلال 10 سنوات، حيث أصبحت تمثل ثمانية أجهزة لألف ساكن سنة 1972.² ولم تبق الوتيرة على هذا النحو في المرحلة اللاحقة، فقد بلغ حجم التجهيزات بالتلفزيون لدى العائلات مع نهاية عشرية الثمانينيات أكثر من 80%.³

مهما كانت تقديراتنا لوتيرة هذا التزايد، فإنها تعتبر ضعيفة إذا ما قورنت بانتشار ملكية هذه الوسيلة في بعض الدول المتقدمة ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلا لم يستغرق تبني الأسر للتلفزيون كل هذا الوقت إذ لم يكن يمتلك سوى 9% من الأمريكيين جهاز التلفزيون في البيت سنة 1950، لترتفع النسبة خلال سنة 1960 إلى 87%،⁴ أي خلال عشر سنوات فقط.

ثانيا: الفضائيات الجزائرية الواقع والرهان.

لئن كانت نسب ملكية التلفزيون في الجزائر لم تتجاوز حدود 80% خلال سنوات الثمانينيات، فالأمر لم يعد كذلك مع مطلع القرن الجديد، إذ تجمع التحقيقات المختلفة على تجاوز نسبة الملكية لهذه الوسيلة سقف 90% بصرف النظر على التفاوت البسيط في النسب التي توصلت إليها هذه التحقيقات، فإذا ما راعينا التسلسل الزمني لدراسات فسنلاحظ أن الملكية هذه الوسيلة سترتفع سنة 2002 إلى حدود 98.45%،⁵ وفقا للدراسة التي أجريت في مدن: الشلف البليدة، الجزائر، ومنطقة خميس مليانة، التي شملت عينة قوامها 572 فردا، بينما تظهر نتائج لتحريات التي خلصت إليها الدراسة الوطنية التي أنجزها المركز الوطني للبحث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية والثقافية سنة 2006،⁶ أن 96% من المجموع الكلي للنساء اللواتي تم استجوابهن والمقدر بـ 13755، تملك أسرهن جهاز تلفزيون واحد على الأقل خلال سنة 2008، ووفقا لنتائج التحقيق التي وردت في التقرير الذي أعده مركز عباسة لاستطلاعات الرأي، تبين أن نسبة ملكية هذه الوسيلة تفوق 99% فمن ضمن 3443 عينة التي شملت الدراسة، لم تصرح سوى 13 منها أي ما يعادل 0.4% بعدم امتلاكها لأي جهاز تلفزيوني، ومن بين المجموع الكلي للعينات المستجوبة 33.7% تمتلك على الأقل جهازا واحدا في حين نجد أن الأغلبية الساحقة أي 65.9% تمتلك عدة أجهزة تلفزيون.⁷

¹ - Bernard Voyenne, **La Pesse dans la société contemporaine** Paris: Librairie Colin, 1962, p285.

² - Jean Gazeneuve, **L'Homme téléspectateur**, Paris, Edition Denoël, 1974, p19.

³ - Office National des Statistique(ONS). <http://www.ons.dz>.

⁴ - Elisabeth Bâton-Hervé, **Télévision enfance parentale**, Union National des Allocation Familiales, 12 février 2004, p17, <http://www.unaf.fr/spip.php ? Article 586>.

⁵ - تيطاوي الحاج، جمهور وسائل الإعلام في عصر العولمة وواقع مشاهدة القنوات الفضائية في الجزائر، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الجزائر 03، 2002، ص 172.

⁶ - Nouria Benghabrit-Remaoun, dit, **Enquête nationale en Algérie: Femmes et intégration socio-économique, Initiée par le ministère délégué a la famille, la femme et la promotion de l'enfance**, réalisée par le centre Nationale de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle, CRASC, Octobre, 2006. P23.

⁷ - M. Abassa, **Rapport de sondage national ENTV**, Mené entre avril et juin 2007, p. 01.

ويظهر من خلال التحقيق الميداني الذي أجريناه عن طريق الاستمارة في السنة نفسها التي أنجز فيها تحقيق مركز عبّاسة، التقارب في نسب ملكية أجهزة التلفزيون وتبين أن أكبر نسبة، أي 43.6% من العينات المستجوبة تصرح بامتلاك عائلاتها لجهازين تلفزيونيين، بينما 24.6% بحوزتهم ثلاث أجهزة، ولا يمتلك جهاز واحد 18.7% من مجموع المستجوبين، في حين إن العينات التي صرحت بعدم امتلاكها لأي جهاز هي نسبة ضئيلة جدا، لم تتجاوز حدود 0.3%.

وتفضي القراءة المتأنية في النسب، وفقاً للتسلسل الزمني، إلى الوقوف على بعض الملاحظات أهمها التفاوت في النسب، فإذا ما عدنا إلى المقارنة بين النتائج التحقيين المذكورين (2002 و 2006) فإننا نتساءل، هل يمكن القول إن نسبة الملكية تراجعت خلال هذا الظرف الزمني؟

أعتقد أنه من الصعب الجزم بذلك، كون أن التحقيقين مختلفين من حيث امتدادهما في الإطار الجغرافي ناهيك عن البون الشاسع فيما يتعلق بالعينات التي شملتها كل من الدراستين، فالنسب ترتفع أو تنخفض قليلا وفقا للمنطقة التي يجري فيها التحقيق، فضلا عن احتمالات ورود عينات من ذوي المستويات الراقية في مجتمع البحث، بمعنى أن دراسة الملكية قد تقصي حضور الريف في الدراسة، أو عدم الأخذ بعين الاعتبار التفاوت بين مستويات المعيشة بين الأحياء الراقية والأحياء المتواضعة.

ومهما يكن من أمر، فإن هذه الفروق تنبها إلى مسألة على درجة كبيرة من الأهمية، تتمثل في احتمال توزع ملكية هذه الوسيلة في الجزائر بشكل غير متكافئ، يدل ذلك على بقاء الفجوة التكنولوجية كظاهرة تصنع الفرق بين المناطق الريفية والحضرية من جهة، والأحياء الراقية والأحياء المتواضعة من جهة ثانية، وهذا يقتضي النظر إلى تلقي التلفزيون الفضائي في ضوء هذه الفروق.

وفضلا على ما ذكر آنفا، فإن النتائج التي وردت في مختلف التحقيقات، لا تسمح بوضع جدول واضح من شأنه أن يعكس التزايد في ملكية التلفزيون على مستوى وطني، ذلك لعدم تجانس هذه التحقيقات فلو قارنا بين نسب الملكية وتزايد السنوات وفقا للتحقيين المذكورين، لقلنا إن هناك تناسبا عكسيا، في العلاقة بين السنوات وتزايد الملكية.

2. ملكية الهوائي المقعر في الجزائر:

تجدر الإشارة هنا كذلك، إلى التفاوت في نسب الملكية التي أدلت بها التحقيقات المختلفة، ورد في التحقيق الوطني الذي أجري ما بين (1997 و 1998) .

أن هذه الوسيلة بلغت لدى العائلات وفقا لتصريحات الشباب المستجوب 89.33%¹.

¹ - عبد الله بوجلال مشرف، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري: دراسة نظرية وميدانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، وقد جرت الدراسة بين 1997-1998، وشملت 1285، شابا تتراوح أعمارهم ما بين 14 و 25 سنة، في خمس ولايات هي: قسنطينة، المسيلة، تيزي وزو، ورقلة، ووهران، ص 208.

وبينما قدرت نسبة الملكية في التحقيق الذي أنجز سنة 2002 بـ72.98%¹ ومهما يكن من أمر فبناءً على إحصائيات تحقيقي: (المرأة والاندماج الاقتصادي والاجتماعي الذي يعود إلى 2006، امتد على مستوى وطني، يمكننا القول إن ملكية التلفزيون أصبحت مرادفة لملكية الهواء المقعر بمعنى أن الحديث عن تلقي البرامج التلفزيونية في نفسه حديث عن التلفزيون الفضائي. نلاحظ من خلال معطيات المخطط، أن 82,7% من بين المجموع الكلي لأجهزة التلفزيون حسب تصريحات العينات المستجوبة موصولة بالهوائيات المقعرة.

في تقديرنا أن الإدلاء بأي نسب فيما يخص ملكية الهواء المقعر في الجزائر، مهما بدت لنا مرتفعات أو منخفضة لن تكون لها دلالة واضحة، إلا إذا قورنت نسب ملكية هذه الوسيلة بالبدائل التكنولوجية الأخرى هذا من شأنه أن يعطينا صورة عن ممارستها في هذا الحقل.

وارتفاع نسبه ملكية أجهزة تلقي برامج الفضائيات مقارنة بملكية الوسائل الأخرى تعكس الاستعدادات التي يديها الجمهور لاستقبال هذه البرامج وبالتالي فانتشار الظاهرة لا يمكن تفسيره فقط بتكاثر الأقمار الصناعية فحسب بل لوجود معطيات أخرى، اجتماعية، وسياسية، وثقافية، خلقت الرغبة في هذا الانزياح الجماهيري نحو تلقي برامج التلفزيون الفضائي.

هذا الارتفاع الذي نجده في ما يخص ملكية (التلفزيون، البرابول، المذياع، الهاتف النقال) يقابله تراجع في نسب ملكية الإعلام الآلي أمر يدعونا إلى التساؤل: لماذا انتشرت هذه الوسائل ولم تزدد ملكية الإعلام الآلي مع العلم أن هذه الوسيلة دخلت السوق قبل الهاتف النقال. وجيلنا كثيرا ما تداولت تلك المقولة أن الأمي في هذا العصر ليس من لا يحسن الكتابة والقراءة، وإنما الذي لا يحسن استعمال الإعلام الآلي، لا يعكس هذا الكلام الواقع الفعلي إذ ما تزال ملكية تجهيزات الإعلام الآلي تحتل مرتبة جد متواضعة في الوسط الأسري بـ21,9%² أعتقد أن الحديث عن الوتيرة التي انتشر بها التلفزيون الفضائي في الجزائر، تمثل حالة خاصة إذا ما قورنت بانتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال الأخرى، فالمسار الذي يأخذه انتشار وسيلة معينة لا ينسحب على الوسيلة الأخرى بالضرورة، إذا أخذنا على سبيل المثال المقارنة بين مسار انتشار التلفزيون الفضائي وانتشار الإعلام الآلي فإننا سنكون أمام مسارين متميزين، فالتلفزيون الفضائي قد تم احتضانه منذ البدايات الأولى من قبل الجمهور حيث انتظم هذا الأخير غداة ظهور الهوائيات الجماعية في لجان غير رسمية، وسيّرت هذه المسألة بكفاءة (حقوق الاشتراك، انتخاب القنوات...)، في الوقت الذي عجز فيه المشتركون عن التضامن لمعالجة المشاكل المتعلقة بنظافة العمارات والأحياء.

¹ - تيطاوي الحاج، مرجع سبق ذكره، ص 183.

² - مصطفى مجاهدي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

فإن كان الجمهور الجزائري قد تفاعل بشكل لافت للانتباه مع موجة استقبال البرامج التلفزيونية عبر الأقمار الاصطناعية، فإن الإعلام الآلي لم يلق هذا الاحتضان من قبل الجمهور مهما يكن الدعم الذي يلقاه من قبل الدولة فما تزال ملكية هذه الوسيلة تقتصر على عدد ضئيل من الأسر والأفراد. صنف «تقرير المنتدى الاقتصادي الدولي حول التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال» الجزائر في المرتبة 88 عالمياً والمرتبة 11 عربياً فيما يخص انتشار واستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أثبت التقرير التي أصدرها هذا المنتدى أن البرامج التي أطلقتها الحكومة منذ سنوات لم تعطي ثمارها ولم تنجح على غرار برنامج (كمبيوتر لكل عائلة) أو ما يعرف ببرنامج (أسرتك).¹

من هنا، فإن ما يذهب إليه بلقاسم جاب الله في قوله (مهما كان التأخر الملموس والوتيرة البطيئة إلا أن مرحلة اقتناء التجهيزات قد تم تجاوزها بداية سنوات 2000)²، هي مقوله تحتاج إلى التدقيق في أمر الوسيلة المقصود كون أن الفكرة تشمل في ثناياها موقفاً ينسحب على كل وسائل الإعلام والاتصال، وفي تقديرنا أن الأمر هنا يتطلب التمييز بين هذه الوسائل بوصفها تحيل إلى ممارسات إعلامية متباينة. يدعونا هذا التباين في وتيرة انتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، إلى التفكير في البنية الاجتماعية والثقافية التي تحدد وتيرة وتسمح لنا في الوقت نفسه بالتدقيق في بعض المصطلحات كـ(مجتمع الإعلام)³، مجتمع المعلومات... التي ترد في الكتابات حالياً فغن أي مجتمع إعلامي نتحدث ما هي وسائله المنشودة، وما هي ممارساته الإعلامية والاتصالية؟ في هذا المقام يجب أن نعود إلى نمط الاعتماد على وسائل الإعلام، المستمد من المدخل الهيكلي الوظيفي لنلاحظ إلى أي حد يعتمد مجتمعنا على التلفزيون الفضائي، وتظهر مكانته مقارنة بالبدائل الإعلامية والاتصالية الأخرى.

إن طبيعة الوسيلة هنا تلعب دورها، فكل الوسائل التي تقدم منتجات سمعية بصرية جاهزة، وتعتمد على الصورة وألصوت، ترتفع نسبة ملكيتها. لا شك أن لذلك علاقة بطبيعة ثقافتنا القائمة على المشاهدة وربما الميل إلى استهلاك الخطاب الجاهز. يعكس هذا المخطط من جهة أخرى حاجتنا إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وفيما نوظفها.⁴

حتى هذا الاستهلاك للمنتجات السمعية البصرية يتم في حقيقة الأمر من خلال الموقف السلبي في العملية الاتصالية مع برامج التلفزيون الفضائي، أي بدون مشاركة أو اعتراض، فمن بين 429 شابا من مجموع العينات التي استجوبناها لم يقم سوى 02 منهم بالاتصال بقناة لطلب برنامج أو إبداء ملاحظات حول محتواه، يتبين من

¹ - الجزائر متخلفة في استخدام التكنولوجيا الحديثة، جريدة الخبر، 2008/07/21، ص 05.

² - Belkacem Ahcene-Djaballah, **La Télévision et son public: Etude**, Le Quotidien d'Oran, 30/06/2008, p.22.

³ - Fouad Bouguetta, **Société de l'information, transition démocratique et développement**, l'Algérie, Alger: Office des Publications Universitaires(OPU), 2007, p. 24.

⁴ - مصطفى مجاهدي، مرجع سبق ذكره، ص 44.

هنا أن دورنا سلمي في العملية الاتصالية كونه ينحصر في استهلاك ما يعرض بدون أن يتحول البرنامج إلى موضوع النقاش أو إبداء الرؤية النقدية.

3. الفجوة التكنولوجية:

يرتبط الحديث عن الفجوة التكنولوجية، بالتوزيع غير المكافئ لتكنولوجيات الإعلام والاتصال بين المناطق سواء تعلق الأمر بالتوزيع على مستوى دولي مثلما هو الحال بين دول الشمال ودول الجنوب، أو بين المناطق الريفية والحضرية في إطار جغرافي محدود، يهتم العلماء بهذه المسألة نظرا إلى ما يترتب عنها من مخلفات، فهي تجعل (ذوي المركز الاجتماعي والاقتصادي الأعلى)، أقدر على استيعاب المعلومات مقارنة بدون مركز المتواضع، ينتج من ذلك توسع لثغره المعرفة بدلا من تناقصها¹. يرى رونجرز Rogers في هذا الإطار، (أن ثغرة المعرفة لها انعكاسات على السلوك والتوجهات)² والمقصود بذلك، أن التفاوت في ملكية تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتحصيل المعرفة، لهما انعكاسات على خلق التمايز في السلوك والتوجهات بين الفئات الاجتماعية. وقد سجل الباحثون خلال الملتقى التي نظم بالقاهرة سنة 2008 تحت عنوان (أثر الفضائيات على الأسرة العربية)³، النقص في دراسة استقبال برامج التلفزيون الفضائي التي تأخذ بعين الاعتبار الفوارق المذكورة (لا توجد إحصائيات دقيقة تبين نسبة الأسر العربية التي تملك أجهزة تلفزيونية موصولة ببرامج فضائية سواء في المناطق الحضرية أو الريفية)⁴.

فدراسة تأثيرات التلفزيون الفضائي في الجمهور تقتضي الأخذ بعين الاعتبار هذا التباين حتى لا تكون النظرة إلى هذه التأثيرات تسطيحية، الأخذ بهذا المتغير من شأنه أن يبين أن التأثيرات تختلف من وسط إلى آخر وارتأينا على هذا الأساس من خلال الإحصائيات المتوفرة لدينا توضيح هذا العنصر على مستوى وطني والمحلي.

4. حيازة أجهزة الاستقبال والتفاوت بين المناطق الريفية والحضرية:

مهما كان التراجع في الأسعار الذي عرفته تجهيزات الاستقبال التلفزيون الفضائي، إلا أن ملكية هذه الوسائل ما تزال تصنع الفجوة المعرفية بين الطبقات الاجتماعية حتى وإن تقلصت بمرور الزمن، يدل هذا على انتشارها التاريخي في الجزائر ارتبط بعوامل مادية إذا ما أخذنا بعين الاعتبار، الطرح الذي ذهب إليه فرانسوا شيفالدوني François Chevaldonné وتمسُّ هذه الفجوة كلاً من ملكية جهاز التلفزيون، والعتاد المستعمل في تلقيِّ برامج البث الفضائية، إذ سرحت 98,8% من النساء القاطنات في الأوساط الحضرية أن أسرهن تمتلك

¹ - دينس ماكويل وسيفين ويندول، أنماط الإعلام لأغراض دراسة الاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد حسن، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1989، ص 44.

² - Everett M. Rogers, **Communication and Development: The Passing of Dominant Paradigm**, Communication Research 1976, p.40.

³ - مصطفى مجاهدي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

⁴ - حسين إسماعيل عبيد، الفضائيات وأثرها على الأسرة والمجتمع، الرؤى الراهنة والتحديات المستقبلية، مداخلة سوسيولوجية، دت، ص 13.

جهاز تلفزيون واحد على الأقل بينما تنخفض هذه النسبة في الأرياف إلى 94,6% بمعنى أنه مهما كان الدخول المبكر للتلفزيون إلى الجزائر ما يزال هناك فارق في ملكية هذه الوسيلة يقدر ب 2,2%.

حتى أن الدراسات التي أوردت أرقاماً تخص هذه الفوارق كان اهتمامها منصباً أكثر على الوسط الحضري ولم يلقَ الوسط الريفي الاهتمام نفسه، ينطبق هذا على الأرقام التي أوردتها بلقاسم جاب الله استناداً إلى تقرير أعدته مؤسسة وطنية متخصصة في الاتصال سنة 2007.

قُدِّرت نسبة الملكية (جهاز واحد على الأقل) لدى العائلات في الوسط الحضري الذي شمله البحث بـ 98,4% في حين لم ترد أرقام عن الوسط الريفي تسمح لنا بالمقارنة. ولئن بلغ الفارق في ملكية التلفزيون بين هذه المناطق في الجزائر سنة 2006 نسبة 2.2%، فإن الأمر لا ينطبق على ملكية تجهيزات الهوائي المقعر. يصل الفارق هنا إلى 6,4%، وإذا ما أخذنا بالحسبان الإحصائيات التي أوردتها بلقاسم جاب الله فإننا نقول أن ملكية هذه الأجهزة ما تزال في تزايد، لاسيما في الوسط الحضري، فقد بلغت نسبة الملكية سنة 2007/89,7% لدى العائلات القاطنة في هذه المناطق بينما لم تتجاوز سنة 2006 نسبة 85%¹.

يتبين من خلال المقارنة بين وسيلتين (التلفزيون، وأجهزة الاستقبال الفضائي) أن تقلص الفجوة بين من المناطق الريفية والحضرية فيما يتصل بملكية وسائل استقبال التلفزيون الفضائي، قد استغرق سنوات، يؤكد هذا صحة ما ذهبت إليه الدراسات حول البرابول في بداياته الأولى بمعنى هذا الانتشار لوسائل الإعلام والاتصال محكوم بقاعدة أساسها أن الملكية تكون ظاهرة حضرية قبل أن تنتقل إلى الريف.

إن الوسط الحضري ما يزال يحقق تقدماً في ملكية مختلف وسائل الإعلام والاتصال مقارنة بالوسط الريفي حتى وإن اختلف هذا الفارق من وسيله إلى أخرى.

5. التفاوت بين الأحياء السكنية: ما يزال متغير السكن في الأحياء الراقية والأحياء المتواضعة يصنع الفجوة فيما يتصل بملكية التكنولوجيات الإعلام والاتصال وملكية جهاز التلفزيون هي الحالة الوحيدة التي لا يمثل فيها الفرق بين الأحياء السكنية تفاوتاً كبيراً، حيث لا تتجاوز نسبته 0,5%، وعليه فملكية التلفزيون في الأحياء الراقية تصل إلى 96,3%، مقابل 95,8% بالنسبة إلى الأحياء المتواضعة.

إن كان التفاوت في حيازة البرابول يشكّل فارقاً مهماً نسبياً بين المناطق الحضرية والريفية فإن هذا الفارق يميل إلى التزايد في ما يرتبط بمتغير طبيعة السكن في الأحياء المتواضعة والأحياء الراقية. نجد في المنطقة الجغرافية نفسها، أن الأحياء الراقية تتوفر على إمكانيات الاستقبال عبر الأقمار الصناعية، أكثر مما هو متاح للجمهور القطن في الأحياء المتواضعة. يصل الفرق هنا إلى 10,1%، إلا أنه لم يبلغ درجة الفارق المرتبط بملكية جهاز الإعلام الآلي الذي يرتفع إلى حدود 20,4%، وهي نسبة مثيرة للانتباه.

¹ - Belkacem Ahcene-Djaballah, *La Télévision et son public*, Etude, p 22.

6- أهمية القنوات الإخبارية في وسائل الإعلام:

يتميز التلفزيون بقدرته على استخدام عناصر الصوت والصورة والحركة وما يتبع ذلك من فنون استخدام الصورة والمؤثرات الصوتية والضوئية بما يسمح أن يكون الرسالة سمعية وبصرية وبمؤثرة حسية قوية. إذ وصف التلفزيون عين الإنسان وأذنه في العصر الحديث.¹ فالصوت والصورة جعلت من التلفزيون النافذة التي يطل عن طريقها الأفراد على العالم وبكل مجرياته. فخاصية الصورة التي يتميز بها التلفزيون تتمتع بطابع إثباتي إذ تتصف بقدر كبير من المصدقية، كما أن التقنية التلفزيونية توفر إمكانية نقل الصور الحية إلى مسافات بعيدة يشاهدها أعداد كبيرة من الناس في الوقت ذاته وأن عملية النقل الحية كانت تمثل العنصر الأساسي في التلفزيون.² فهذا الجهاز يمثل أكثر الوسائل الإعلامية شعبية ذلك أن جمهوره واسع ومتنوع ولا يستغني عن كل ما يقدمه من برامج حيث أصبح واحدا من أفراد العائلة، إن لأخبار التلفزيون أهميتها الكبرى، لذا قيل أنه ليس هناك ما هو أبعد على الشعور الدرامي من رؤية الأخبار في أثناء حدوثها وهنا تكمن قوة التلفزيون سواء أعرضت الأخبار على الهواء مباشرة أم عرض لها فيلم مستعجل.

لقد أصبح الخبر واضحا من حيث الأهمية وأصبح حاجة أساسية يومية للأفراد والمجتمعات والحكومات مهما كانت الثقافة والمسؤولية التي يتحملها هؤلاء الأفراد والمجتمعات والحكومات. فضلا عن ذلك لقد أصبح للأخبار أهمية أكبر في عالمنا الاتصالي حيث تم توظيف الأخبار لمصالح مختلفة منها إيديولوجية وعقائدية ودينية ومذهبية واقتصادية واجتماعية وسياسية وعسكرية وتنشئة اجتماعية... الخ من الوظائف الدعائية السلبية منها والايجابية اتجاه الأفراد والحكومات والمجتمعات.³ ويختلف حجم مشاهدته ونشرته أخبار التلفزيون تبعا لاختلاف السن والنوع والمستوى الثقافي للمشاهد. فهناك ارتباط قوي بين التعليم والانتظام في التعرض لنشرات أخبار التلفزيون.⁴ كما أن تاريخ البث وموعده والخدمة التي يقدمها ومدى اهتمام الرأي العام بما تلعب دورا كبيرا ومؤثرا في حجمه مشاهدته أخبار التلفزيون.

ويشير الباحثون أن الفرد الذي عاش قبل ظهور التلفزيون يقضي وقتا أطول في قراءة الكتب والاستماع إلى الإذاعة ومشاهدة الأفلام في دور السينما، ويقضي وقتا أطول في الاهتمام بشؤون المنزل والأنشطة الاجتماعية والاتصال الشخصي مع أفراد أسرته ويذهب إلى النوم في ساعة مبكرة.⁵

¹ - سعيد مبارك، التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، دار الهلال، بيروت، ط1، 2008، ص10.

² - جون كوريل، التلفزيون والمجتمع، ترجمة: أديب حضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ب ط، 1999، ص 06.

³ - محمد حسين علوان، تفضيلات الجمهور العراقي لبرامج ومواد القنوات الإخبارية العربية دراسة ميدانية لقناة الجزيرة العربية الإخبارية، دراسة منشورة، كلية الإعلام، جامعة واسط، العراق، ص 176 .

⁴ - محمد معوض نصر، أخبار التلفزيون، تلفزيون الخليج، الرياض، ب ط، 1984، ص 08.

⁵ - بدران عبد الرزاق بدران، التلفزيون وسيكولوجية الفرد، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة بحوث، العدد 18، بغداد، 1986، ص 69.

فالتلفزيون يخاطب أعداد ضخمة من الناس متباينة غير متجانسة من حيث الثقافة والمستوى العلمي والأعمار والديانة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والإقامة أو التوزيع الجغرافي. فضلا عن الخصائص النفسية والاجتماعية التي لها دلالاتها والتي تؤثر على مدى الاستجابة للتلفزيون مثل القيم الاجتماعية والاتجاهات لدى جمهور المشاهدين.¹

وفي الظروف العادية لا يشاهد التلفزيون جمهور واحد ضخم بل عدة فئات من الجماهير وعادة ما تتنافس محطات التلفزيون لجذب أكثر عدد من الجمهور فضلا عن فئات معينة يرغب ممول البرامج باستخدامها من بين مجموع السكان.²

ومن الجدير أن تميز بين المشاهدة كإدراك حسي وبين المشاهدة كفهم شامل ويمكن التمييز بوضوح عن طريق ما يأتي³:

أ/ فكره المشاهدة (الرؤية seeing) الإدراك البصري بالمعنى الفيزيائي المادي أن النظام الحسي لدى الإنسان يستقبل انبعاثات مادية معينة.

ب/ المشاهدة بمعنى القدرة على تحديد الأشياء السهلة بصريا.

ج/ المشاهدة بمعنى القدرة على فهم حالات الأمور أي القدرة على الاستقبال والفهم.

وقد حددت الدراسات والبحوث تقسيم جمهور التلفزيون إلى ثلاثة فئات هي:

1. فئة لا ردود فعل لها تستقبل البرامج كافة وبأنواعها المختلفة.

2. فئة تتماشى والبرامج المعروضة.

3. فئة تتخذ من البرامج المعروضة موقفا مترددا ومتحفظا وأحيانا نقديا.

ويظهر مما تقدم الأهمية الخاصة التي يتمتع بها الخبر بشكل عام والخبر التلفزيوني بشكل خاص والذي أصبح يعدد من الفنون الإعلامية الحيوية التي تتحكم فيها عناصر مختلفة ومتغيرات عديدة لا بد من الأخذ بها إذا ما أريد للخبر أن يحدث تأثيرا فاعلا بالنسبة للمتلقي. وبالنظر للتعددية في مجالات الحياة وضرورة ولوج الأخبار إليها فإن الاهتمام بالبرامج الإخبارية في التلفزيون أصبح موضع اهتمام كبير بالنسبة للقائمين على العمل الإخباري والإعلامي بوصفه مفتاحا مهما لتحقيق التأثير المطلوب والجذب الكبير بالنسبة للجمهور الذي بات معتادا إلى حدود بعيدة على التعرض للبرامج الإخبارية والتلفزيون.⁴

¹ - محمد المعوض وياسين الياسين، دراسة إعلامية، ذات السلاسل، ب ط، الكويت، 1995، ص 239.

² - ستيفن إينيز لايبز وآخرون، لعبة وسائط الإعلام، السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة: شحادة فارغ، دار البشير، ط1، عمان، 1999، ص16.

³ - لارز لاندسين، الانطولوجيا المشروطة في التلفزيون في نظرية التلفزيون، ترجمة أديب حضور، المكتبة الإعلامية، ط1، دمشق، 2000، ص76.

⁴ - محمد حسين علوان، مرجع سبق ذكره، ص 177.

ثالثا: قانون الإعلام السمعي البصري في التشريع الجزائري.

المرحلة الأولى 1962-1965:

تعد هذه المرحلة رغم قصرها بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لمتطلبات المواطن وأهم ما ميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف.

المرحلة الثانية 1965-1976:

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام بإلغاء العمل بالقوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية والتي وصل العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية في 1967، وقد عبر رئيس مجلس الثورة آنذاك " هواري بومدين " عن سبب هذا الإلغاء في سنة 1973 بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع في قوله " لم نغير المعقول أنت واصل الثورة مفعولها بقوانين غير ثورية "... مقتطف من الخطاب.

وباستثناء هذه المراسيم التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية فإن السياسة الإعلامية التي اتبعت في تلك الفترة اتسمت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو الميداني،¹ إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بما فيه القطاع المرئي الذي انعكس سلبا على نشاط وسائل الإعلام ما جعل أحد المختصين يصف هذه المرحلة " بمرحلة البيات الشتوي".²

المرحلة الثالثة 1976-1990:

عرفت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائل منها القطاع السمعي البصري الخاص وظل استكمال بناء مختلف المؤسسات والهياكل السياسية والاقتصادية من اهتمام الدولة وبدأت معالم السياسة والإعلام تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، الذي أشار إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية كما دعا إلى ضرورة استصدار وتشريعاً تتحدد تحديدا سليما دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام وتوفير الكوادر الإعلامية المناسبة لمواكبة خطط التنمية لإشباع مختلف حاجيات الجماهير في إعلام موضوعي وجيد.³

كما عرفت بداية الثمانينيات مناقشة أول مشروع للسياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال وتم تحديد في ضوء ذلك مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي للعالم الثالث يقوم على أساس الملكية الاجتماعية لوسائل

¹ - منشورات وزارة الإعلام، وثائق تشريعية، الجزائر، 1991، ص 11-15.

² - Zohir IHADDADEN, Colloque sur la presse écrite au Maghreb, Tunis, 1-3Décembre, Edit Walf zug, Humbug, 1989, p125.

³ - الميثاق الوطني، 1976، ص 101.

الإعلام، وأن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط،¹ وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو التالي:

1. التربية والتكوين والتوجيه

2. التوعية والتجنيد

3. التعبئة

4. الرقابة الشعبية

5. التصدي للغزو الثقافي

كما عرفت صدور أول قانون للإعلام في الجزائر في عام 1982 في ظل الحزب الواحد ضمن الخطوط العامة للميثاق الوطني والدستور العام 1976.²

المرحلة الرابعة 1990-2003:

بدأت هذه المرحلة منذ صدور الدستور الجديد الذي نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الأحزاب وتميزت هذه المرحلة بصدور العشرات من الصحف خاصة بعد صدور قانون الإعلام 1990 الذي أكد على حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة في مادته 14، وأكد في الوقت ذاته بقاء قطاع السمعى البصري تحت ملكية ووصاية الدولة في مادته 56 التي تؤكد على أن يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية والتلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام. وصدر في قانون الإعلام 1990 مشروعان تمهيديان لقانون إعلام سنة 1998 و2002 وقد تناول قطاع السمعى البصري بشيء من التوسيع والتركيز، ولكن يبدو أن حساسية القطاع وخصوصا التلفزيون جعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة والمستقلة إلى جانب التردد في إصدار قانون جديد للإعلام يحدد بوضوح وضعية القطاع في الخريطة الإعلامية.³

المرحلة الخامسة 2011 إلى يومنا هذا:

دائما ما كان يعتبر الإعلام واجهة للسياسة وقد قيست الكثير من السياسات من حجم إعلامها وهذا بحكم ما سماه البعض بالسلطة الرابعة أو كما سماه أحدهم بالنافذة التي تطل على العالم من كل ناحية، وفي عصرنا هذا يشهد العالم بأسره ثورات إعلامية بعضها تحكمها تطورات تكنولوجية ورقمية والأخرى مقاييس فكرية وقانونية وعليه فإن هذه التغييرات والتحويلات التي مست العالم العربي وأثرت عليه أدت بالدولة الجزائرية إلى تغيير تفكيرها وهذا ما جعل الإعلام الرسمي في الجزائر يشهد الانفتاح للقطاع الخاص في أواخر سنة 2011 ضمن سلسلة من

¹ - المشروع التمهيدي لمف السياسة الإعلامية لحزب جبهة التحرير الوطني، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب، الجزائر، 1989، ص

ص40- 43 بتصرف.

² - Zohir IHADDADEN, Ibid, p125.

³ - قانون الإعلام 1982، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص03.

الإصلاحات جاء بها رئيس الجمهورية السابق "عبد العزيز بوتفليقة" وقد جاء هذا القرار بعد حصار دام قرابة النصف قرن على القطاع.

2. دوافع فتح قطاع السمعى البصرى أمام الخواص فى الجزائر:

بعد إصدار القرار الرئاسى بفتح المجال المرئى والمسموع أمام الخواص فى الجزائر ورفع الاحتكار الحكومى عن القطاع برز فى الساحة الوطنية موضوع حاد للنقاش جعل موضوع الإعلام السمعى البصرى حديث الفاعلين والإعلاميين جرهم إلى البث فى الجوانب الإعلامية والسياسية التى تقف وراء الولوج فى الخصخصة وهذا بالرغم من أن الرئيس السابق "عبد العزيز بوتفليقة" قد قال فى يوم من الأيام عندما سئل فى غمرة الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 عن فتح الإعلام السمعى البصرى أمام الخواص قال "هذا تلفزيون الدولة ومن أراد أن يقول ما يشاء فعليه أن يمتلك تلفزيونا خاصا به"¹.

أ. الدوافع الإعلامية لفتح القطاع السمعى البصرى أمام الخواص:

وفقا للتغيرات التى سمحت بها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وخاصة ما يتعلق بتطبيق النظام الرقمى والتقاء صناعة الإعلام المرئى والمسموع بصناعة الإعلام الآلى وصناعة الاتصالات مما سمح لهذه الصناعات فى (إطار تقارىبى) بأخذ بعد استراتيجى جديد، يتم فيه العمل على تكييف العرض مع الطلب من أجل استرجاع الجمهور والحفاظ على الفضاء الإعلامى الوطنى والتصدي للمنافسة التى فرضت على الأسواق الوطنية فيظل تنوع العرض ووفرته من خلال البرامج والقنوات التى تبث على نطاق عالمى، فاستنادا لهذا نجد أنفسنا متسائلين ما الذى دفع بالدولة إلى خوض غمار الإعلام المرئى والمسموع بعد طول غياب.²

وفى حديثنا عن الدوافع الإعلامية يمكن أن نلمح الرغبة الملحة فى إعطاء نفس جديد للإعلام السمعى البصرى يبدأ من كونه ساحة مفتوحة أمام كل جهة قادرة على أن تأتى بالجديد فى القطاع. الدافع إلى اكتساب قوة إعلامية فى السمعى البصرى قادرة على المنافسة على الصعيد العالمى والقارى وثبات وجود عربى فبالرغم من أن الجزائر كانت سباقة إلى فتح المجال السمعى البصرى فى الوطن العربى إلا أنها عرفت تأخرا كبيرا احتار فيه الكثير من الإعلاميين ولم يجدوا له تفسيرا سوى أن الجزائر قد عانت ظروفًا قاهرة أبعدها عن ما هو إصلاح إعلامى وهذا ما صرح به الصحفى والأمين العام للاتحاد النقابى فى التلفزيون الجزائرى جمال معافى بقوله "التلفزيون انشأ فى نفس الفترة التى انشأ فيها الاستعمار الفرنسى لتلفزيونه الفرنسى وعلى الرغم من هذا فإن ظروف وتواريخ الانطلاق كانت واحدة إلا أن السيرورة فى الجزائر تأخرت، فهذا يمكن اتخاذه من أقوى الدوافع التى تبدو كهدف إعلامى مسطر، خصوصا وأن اسم الجمهور المحلى أو حتى المشاهد المحلى لم يعد مستخدما وهذا ما أكده

¹ - قوى بوحنية، التلفزيون الجزائرى فى ظل غياب فتح القطاع وسيادة منطق الخدمة العمومية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 02، جويلية 2011، تونس، ص 193.

² - إبراهيم الإبراهيمى، مقابلة مسجلة لموقع الإذاعة الوطنية، الأحد 10 ماي 2011، www.radioalgérie.dz.

الصحفي والشاعر إبراهيم صديقي على أساس، أن المشاهد الجزائري لم يعد أسير البرامج "التيمة" بل هو مجال مفتوح أمام الأقمار الصناعية الغربية والعربية.¹

وهذا ما أكده عضو الهيئة التنفيذية "عبد الكريم عبادة"، في ندوة فكرية تحت عنوان: (السمعي البصري في الجزائر: الراهن والأفاق)، حيث تطرق المشاركون في هذا اللقاء إلى واقع التلفزيون الجزائري والسينما الجزائرية انطلاقاً من استعراض مختلف المراحل التي مر عليها قطاع السمع البصري، بالإضافة إلى الحديث عن رهانات وتحديات العصر التي تفرض منافسة شرسة وقوية لا سيما في عهد الفضائيات التي أصبحت تحترق المجتمع الجزائري في ظل غياب تلفزيون وطني قادر على تقديم البديل.²

كما يمكن أن نميز الدافع الثاني في تنوع البرامج، وهو محاولة إعطاء طابع التخصص على القنوات المراد تأسيسها والتي شكلت ولا زالت تشكل الفارق الأساسي في تقديم نوعية البرامج المقدمة، وإعطاء مبدأ الأفضلية لقناة أو مجموع قنوات على أخرى مثلما هو الحال في القنوات العربية حالياً كما يمكن أن نلاحظ الحالة الإعلامية الراهنة والطلب المتزايد على الصحف الخاصة وهذا على الرغم من تواضع مضامينها الإعلامية والذي يمكن اعتباره كدافع إعلامي مهم للولوج بالميدان السمع البصري في محاولة إلى تغيير الوجهة الجماهيرية مثلاً القنوات العالمية إلى القنوات الجزائرية الجديدة وأهمية القطاع الجديد تكمل في عدم إمكانية الصحافة المكتوبة في تلبية رغبات الجميع، خصوصاً مع محدودية القراءة، والصورة مهمة جداً لأنها تصل كافة شرائح المجتمع.³

يتجسد لنا من خلال ما سبق دافع قد يكون من أقوى الدوافع الإعلامية الممهدة للمجال السمع البصري وهو النقائص والثغرات التي يعاني منها التلفزيون العمومي والتي علق عليها بعض الإعلاميين والمختصين في دعوتهم إلى فتح المجال أمام الخواص وهذا من أبواب مختلفة الوسائط تعتمد إلى الرقي بمستوى التلفزيون الجزائري على العموم، فقد أكد الدكتور في الإعلام "أحمد عظيمي" أن عدد الجزائريين الذين لا يزالون يشاهدون التلفزة الوطنية لا يتجاوز 15% فيظل غزو الفضائيات. مستشهداً بما قاله أحد الكتاب الفرنسيين في بداية التسعينيات عندما أكد (أن النضال من أجل تلفزيون وطني هو مثل النضال من أجل مدرسة وطنية) تزداد بالنظر إلى تزايد عدد الفضائيات العربية الذي تجاوز ألف قناة ناهيك عن باقي القنوات الأوروبية والآسيوية وحتى الأمريكية.

نلاحظ من كل هذا أنه يوجد أكثر من دافع إعلامي يدفع بالإعلام الوطني لرفع الاحتكار على السمع البصري، فقد عانت الجزائر من دوامة العنف والانغلاق الفكري الذي كان السبب في الجمود الحضاري وخصوصاً على الصفحة الدولية فقرار مشاركة الخواص في صناعة الإعلام المرئي والمسموع جاء ليعزز الساحة الإعلامية الوطنية ويعطيها وجهاً جديداً قد يكون بداية لفجر تلفزيون جزائري متجدد.

¹ - نعيمة موكس، تأثير التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية القنوات الخاصة الجزائرية نموذجاً، مذكرة ماجستير، تخصص سينما وتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2014، ص 68.

² - صوت الأحرار، جريدة الوطن، الخميس 2012/05/02، www.sawt-alahrar.net .

³ - ليلي بوزيدي، يومية الفجر الجزائرية، 2011/12/24.

ب . الدوافع السياسية لفتح القطاع السمعي البصري أمام الخواص:

لقد أضحى الإعلام من أكبر الدعائم التي تعتمد عليها الدولة وترتكز عليها وأصبح وسيلة سياسية تتبناها الحكومة بامتياز وتتخذها كنافذة لنشر أيديولوجياتها ورسائلها الضمنية بل حتى المباشرة وهذا بأساليب مبهمه تمثل محور عجز لدى المشاهد وتتطلب احترافية مهنية لتفكيكها وهذا بهدف السيطرة على العقول المكبوتة في الجماهير وكما اتخذ الإعلام الثقيل كاستحقاق ووسيلة للدفاع الوطني وكذا لتحسين الصورة السياسية والدعائية وتسويقها لبلوغ الأهداف السياسية المرجوة.

واستنادا لهذا يمكن أن نخلص إلى نتيجة مفادها أن هذا القرار يحمل مآرب ودوافع سياسية تتلخص في: خلال تنشيطه لندوة من تنظيم مركز الدراسات الاستراتيجية والأمنية تمحور تحول الخدمة العمومية في ظل التعدد السمعي البصري شدد الأستاذ "أحمد عظيمي" على أنفتح المجال أمام بروز قنوات تلفزيونية جديدة إلى جانب التلفزيون العمومي هو أمر (ليس من باب الترف وإنما ضرورة حتمية لضمان الأمن الداخلي للبلاد ونقل صورة إيجابية عنها).¹ وعليه فإن أمن وسيادة البلاد ضرورة حتمية جعلها المشروع الأول في الجزائر من أولويات ما يجب التفكير فيه وكذا الحفاظ عليه فمصلحة الشخص تسقط في مقابل مصلحة الجماعة فإذا كانت مصلحة الوطن والأمة كافة فإنها لمن كبائر الحتميات التي تعتبر الإعلام الثقيل سيدا عليها فعلى الرغم من أن القطاع العمومي لم يكفد يكون واجهة للدولة إلا أنه بدأ الخدمة العمومية، لم يكن أبدا حكرًا على القطاع الحكومي، فللخواص حق المشاركة فيه والحفاظ عليه، فالانفتاح كما يقول والمحلل السياسي محمد لعقاب لا يعني بالضرورة ودفعة واحدة تمكين القطاع الخاص من إنشاء قنوات فضائية، بل بالتدرج على الطريقة التالية:

1. فتح نوافذ تعبيرية حوارية في التلفزيون الوطني بمختلف قنواته.
 2. إنشاء قنوات موضوعاتية للدراما والرياضية، بحيث تكون كل قناة مستقلة عن الأخرى، وتحت إشراف الدولة مثلما هناك صحف تابعة للدولة لكنها مستقلة عن بعضها البعض.
 3. إشراك القطاع الخاص في القنوات الموضوعاتية بنسبة تقل عن 50%.
 4. وفي المرحلة الرابعة، وبعد مرحلة النضج، التي لا ينبغي أن تعمر طويلا يمكن فتح المجال للخواص لامتلاك نسب عالية أو إنشاء قنوات خاصة وفق دفتر شروط. كدافع من الدوافع التي اتخذتها السياسة الجزائرية بالحسبان.
- إعطاء الإعلام البعد الاجتماعي وهو التنوع في المضامين وليس في الوسائل والوسائط فحسب بشرط أن تتوجه نحو الفئات الاجتماعية المناسبة، فصناعة المحتوى تتطلب اعتماد نظرة استراتيجية تتجاوز حسابات الحيل السياسية. فالمسألة الإعلامية أخطر من أن تترك في أيدي الإعلاميين والسياسيين وحدهم إنها تتعلق بالحقوق والحريات العامة وبمستقبل المجتمع كله. فالمقصود بالفئات هنا الجمهور المستهدف فالسياسة الظاهرة من وراء فتح القطاع الثقيل هي في إعطاء تقسيمات لجماهير المشاهدين في نوعية وقصدية البرامج المنتقاة.

¹ - أحمد عظيمي، ندوة المركز للدراسات الاستراتيجية، www.akhbarelyoum.dz.

3. واقع الإعلام السمعي البصري في الجزائر.

تشهد الجزائر اليوم دخولها نفقا إعلاميا لطالما كان مستعصيا على الإعلاميين وأهل الاختصاص يتمثل في رفع احتكار الدولة للمجال السمعي البصري وهو حلم إعلامي جزائري قد بدأت معالمه تظهر للشارع الجزائري بعد طول انتظار، وفي إطار هذا المنطلق وعلى الرغم من أن قانون المعلن عنه لم يكن قد دخل بعد حيز المصادقة فقد بادرت 47 جهة بجمعية وزير الاتصال "ناصر مهل" إلى إعداد دفتر للشروط المتعلقة بفتح المجال السمعي البصري وأعلنت رغبتها في خوض مغامرة فتح قنوات تطرح فكرها ووجهة نظرها، ودخلت منافسة الحصول على ترخيص يمكنها من الاستحواذ على شرف تحرير المجال السمعي البصري رغم التكاليف الباهظة والتي تصل إلى ملايين الدولارات مع تحضيرات معقدة قد تؤجل المشروع إلى ما بعد 2014.

فلم تنتظر وزارة "ناصر مهل" مصادقة البرلمان على قانون الإعلام لتكشف عن مباشرة المشاورات المتعلقة بسن مشروع قانون السمعي البصري مع المحترفين، واعتبر الوزير أن المشروع هو حقيقة ستتجسد في القريب العاجل وليست مغالطة بسبب الإرادة الحقيقية لدخول المغامرة، وأشار إلى دفتر الشروط يتكفل به المجلس الأعلى للسمعي البصري الفرنسي، حيث أعطت الوزارة الأولى الضوء الأخضر لفتح المجال السمعي البصري دون أن تعطي أي تفاصيل يمكن على أساسها دخول هذه الغمار الذي يحتاج إلى الدعم المالي والكفاءات والخبرة الفنية مع ما يرافقها من تحضيرات.

وينص مشروع السمعي البصري على إنشاء سلطة ضبط للإعلام السمعي البصري، جاءت فيه أحكام تنظم الحقل السمعي البصري وتحدد الآليات والتركيب وطريقة تسيير المجلس. وتم اقتراح فتح النشاط السمعي البصري على أساس اتفاقية تبرم بين الشركة الجزائرية التابعة للقانون الخاص المعنية والسلطة الضابطة للمجال السمعي البصري يصدقها ترخيص يعطي من قبل السلطات العمومية، وسيتم لاحقا إصدار قانون خاص يتعلق بالمجال السمعي البصري لاستكمال ضبطه. ويقترح المشروع إحداث "هيئة وطنية لأدبيات الصحافة وأخلاقياتها تسهر على امتثال الوسائط الإعلامية للقواعد الأخلاقية" ينتخب أعضاؤها من طرف محترفي الصحافة. في سياق متصل، عرف أن مختصا في مجال القنوات التلفزيونية قرر المجيء إلى الجزائر للدخول في المفاوضات مع رجال أعمال جزائريين لإطلاق مشروعه المتمثل في باقة قنوات، على غرار مسؤولي قناة نسمة الذين باشروا سلسلة مفاوضات لبلورة صيغة تعاون مع رجال الأعمال الجزائريين بغية إطلاق قناة "نسمة الجزائر". بالإضافة أن أحدا للخبراء الفرنسيين عشر على رجل أعمال جزائري أبدى استعدادا للمشاركة والاتفاق على إنشاء قنوات تلفزيونية تضم قناة رياضية، ترفيهية وأخرى مخصصة لعرض الأفلام والمسلسلات الأجنبية إضافة إلى قناة للرسوم المتحركة.¹

¹ - نعيمة موكس، مرجع سبق ذكره، ص 70-72 بتصرف.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى التطورات الكرونولوجية للقنوات الفضائية العربية و وتأثيرها على تصورات العامة حول السياسة للرأي العام العربي والمحلي الجزائري، وتبين أن ثورة القنوات الإخبارية مع اندماجها والتكنولوجيا الحديثة انتشرت المعلومة بجميع أنواعها، وأضحت القنوات الإخبارية تلعب دورا مهما في رسم الصور للشعوب والدولة والعالم أجمع، بعدما كانت سيطرة التلفزيون العمومي على المعلومة واحتكارها، لكن مع التطور التكنولوجي والتدفق الهائل للمعلومة زادت وتعزز دور التلفزيون من خلال برامج القنوات الإخبارية المتخصصة كوسيلة إعلام جماهيرية تجمع كل أشكال المعلومة صوتا وصورة ومؤثرات أخرى، كما لا ننسى أبدا دور المنافسة بين القنوات الإخبارية بعد الانفتاح ومجارة الاتجاهات العالمية¹ للمجال السمعي البصري خاصة في الجزائر.

¹ - نهي عاطف عدلي العبد، الإعلام والمجتمع، والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص280.

الفصل الثالث

القنوات الإخبارية والحياة السياسية للرأي العام

تمهيد:

نتطرق في هذا الفصل بالعرض والتحليل لعلاقة مشاهدة القنوات الإخبارية واتجاهات الرأي العام ووظيفة الإعلام السياسي الذي يمد المتلقي بحجم المعلومات السياسية الذي من شأنه تعديل أو تغيير الاتجاهات وتعويض النقص الفادح في تغطية الأخبار الوطنية، خاصة في مناطق الجزائر العميقة ونقل خبايا السياسة، وهذا ما ميزها شكلا ومضمونا عن القناة الرسمية الحكومية العامة، وبهذا استطاعت القنوات الإخبارية التأثير في المتلقي خاصة الشباب منهم على الرغم من تدخل متغيرات كثيرة أثرت في ترتيب اهتماماتهم وأولوياتهم، ومن جهة أخرى لانستطيع إنكار دور القنوات الإخبارية كناقل حي للمعلومة السياسية، فهي تعد أحد أهم مؤسسات التنشئة السياسية للأفراد من حيث التثقيف والتعبئة والتجنيد السياسي، كما أنها عامل مهم في تطور الفرد سياسيا من خلال نقل الأحداث والقضايا السياسية التي كانت معتمدة في القناة الحكومية وبذلك تكون قد أرخت السياسة والسياسيين من خلال الأحداث والقضايا السياسية في كل زمن ومكان. وفي ذلك تكمن أهمية القنوات الإخبارية في تغيير الثقافة السياسية للرأي العام أو توجيهها أو إلغاءها وصناعة اتجاهات أخرى جديدة تخدم الواقع السياسي في البلاد وتخدم قادة الرأي العام، وتكمن هذه القدرة على التأثير في المتغيرات والبنى الاتصالية الإعلامية وعلاقتها في بناء الاتجاهات السياسية.

المبحث الأول: القنوات الإخبارية ووظيفة الإعلام السياسي:

حتى نتعرف على الوظيفة الإعلام السياسي للقنوات الإخبارية يجب التطرق إلى التعريف بمهامية الإعلام السياسي كمدخل للموضوع.

أولاً: مفهوم الإعلام السياسي:

الإعلام السياسي هو فرع من فروع علم السياسة، فعلم السياسة هو أحد العلوم الاجتماعية وهو يهتم بتعلم الحقائق وإدراكها وفهمها (وهناك علاقة وثيقة بين علم السياسة والعلوم الأخرى مثل التاريخ فالتاريخ يساعد عالم السياسة في تفهم الأحداث السياسية آخذاً في الاعتبار التطور التاريخي والسوابق التاريخية) وكذلك القانون فإن دارسيه يهتمون بالسياسة ودارسي السياسة يهتمون بالقانون فالحكومة تهتم بصياغة القوانين وتنفيذها، كذلك هناك علاقة بين علم السياسة وعلم الأخلاق والفلسفة.¹

وأخيراً فالإعلام السياسي هو ذلك الجزء من النشاط الاتصالي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية.²

والإعلام السياسي أيضاً هو تلك الجهود الواعية لنشر أفكار والمعتقدات من أجل ترسيخ وجهة نظر الدولة في نفوس الشعب وبعد ذلك أحد الوسائل لتوطيد الحكم وفي حالة توجيه الجهود الإعلامية إلى الخارج فتصبح دعاية سياسية من الدولة لخلق الصورة الذهنية الإيجابية لدى العالم الخارجي عن تقدم و إنجازات هذه الدولة.

وذلك في حالة السلم، أما إذا استخدمت هذه الجهود الإعلامية في حالة الحرب مع أي طرف خارجي تصبح حرب نفسية ضد العدو بقصد التأثير في أفرادهِ والنيل من معنوياتهم بما يحقق الانهيار المعنوي في صفوفهِ.³

والإعلام السياسي كما ذكرنا هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار السياسية الصحيحة والمعلومات السليمة (ما يفترض أن يكون) عن القضايا والمشكلات السياسية ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك السياسي والإحاطة الشاملة للموضوعات السياسية لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية السياسية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة من الجانب السياسي.⁴ وتعد التنمية السياسية خلق الرأي العام من أهم الوظائف السياسية التي تقوم بها القنوات الإخبارية في إطار الإعلام السياسي المتخصص.

¹ - محمد علي محمد، العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، القاهرة، عالم الكتب، 1988، ص 4.

² - محمد علي محمد، مرجع سابق، ص 23-24.

³ - عزيزة عبده، المرجع السابق، ص 50.

⁴ - سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهور، القاهرة، عالم الكتب، 1984، ص 22.

التنمية السياسية: وذلك من خلال أفراد مساحات جيدة تخصصها الرسالة الإعلامية للتثقيف السياسي والتنشئة السياسية والإعلام السياسي ذي الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي. الإقليمي والعالمي.¹

كذلك تبصير الجمهور بأهمية المشاركة السياسية على أن يكون الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام على هذا الصعيد على أساس وفي إطار العلاقة الوثيقة بين البنيان الإعلامي وبنیان المجتمع وتطوره من خلال تعميق الشعور بالمسؤولية لدى الأفراد والجماعات وتجسيد أهمية تواجدهم على الساحة السياسية حرصا على مصالح الجماعة ومشاركة في صنع القرار السياسي. وتحقيقا للتلاحم بين الحكام والمحكومين.

خلق رأي عام: أي مساعدة الجمهور في تكوين رأي عام سليم... وإمداده بالقدرة على ذلك... بعرض كافة الحقائق الثابتة أمامه وإمداده بكافة المعلومات والأخبار الصحيحة الدقيقة التي تساعده على تكوين رأي صائب في قضايا وموضوعات الساعة ومجريات الأمور والأحداث التي يعايشها أو في موضوع يعينه. فمهمة وسائل الإعلام هنا الوصول بجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية المنوطة إلى أقصى درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الكاملة بمجريات الأمور بما يحقق تنوير الرأي العام وبالتالي قدرته على تكوين رأي عام صائب وبناء تجاه الموضوعات والقضايا المثارة والمطروحة كما ذكرنا من قبل.

ثانيا: مسؤوليات القنوات الإخبارية في إطار الوظيفة السياسية:

إن قدرة التأثير السياسي للقنوات الإخبارية صارت واضحة إلى حد أنها أصبحت تلعب دورا بارزا في الحياة السياسية في المجتمعات المعاصرة الديمقراطية أو حتى الديكتاتورية المستبدة، ولقد بلغت من التأثير إلى حد تسميتها "بالسلطة الرابعة" بعد السلطة التنفيذية والسلطة التشريعية والسلطة القضائية.²

ولا شك أن هذا الدور الذي تلعبه القنوات الإخبارية على المسرح السياسي الكبير تؤدي خلاله مجموعة من المهام... المتنوعة حسب الهدف منها بما يخدم في النهاية الجمهور والعملية السياسية على اختلاف وجوهها... ويتم ذلك في إطار عملية ضخمة تتعاضد الدوار والمهام والمسؤوليات في إطارها ويطلق عليها في النهاية "الإعلام السياسي" فهي عملية شاملة كافة أدوار تأثيرات القنوات الإخبارية على الجمهور والمجتمع والسلطة.

وهذا يعني أن الوظيفة السياسية للقنوات الإخبارية تتفوق وتطغى على كافة وظائفها الأخرى... بل إن القنوات الإخبارية وظيفتها سياسية بالدرجة الأولى... ومن هنا فالأدوار والمسؤوليات التي تقع على عاتق القنوات الإخبارية من خلال وظيفتها السياسية ليست بالسهلة ولكنها في الحقيقة مهام صعبة وينبغي للقنوات الإخبارية أن تؤديها على أكمل وجه... حتى يحقق العمل الصحافي النتائج المرجوة على هذا الصعيد ولن يكون ذلك على النحو المأمول إلا إذا حددت القنوات الإخبارية مسؤولياتها السياسية تحديدا دقيقا منذ البداية.

وعليه فإن مسؤولية الإعلام السياسي للقنوات الإخبارية يمكن تحديدها في عدة أدوار أو مهام أساسية:

¹ - محي الدين عبد الحليم، مرجع سبق ذكره، ص 74.

² - W.Lance Bennette, James Barbere, **Public opinion in American politics**, New York, Har Court, 1980, p134.

أولاً: التنشئة السياسية للأفراد

والتنشئة السياسية هي العملية التي يكتسب من خلالها الأفراد المعتقدات والاتجاهات والقيم الأساسية التي تعتبر الأساس في تكوين الفرد، كما أنها العملية التي يكتسب من خلالها الأفراد التوجهات السياسية Political orientation والمدرجات السياسية Cognitions ونماذج لسلوك السياسي الذي يرتبط ببيئتهم السياسية وتشير المدرجات السياسية إلى معرفة النظام السياسي ومؤسساته، وسلطاته وممارسته، وتشمل أيضا معرفة القضايا الخاصة بالحملات والمرشحين. ومن أمثلة السلوك السياسي، المشاركة السياسية، التصويت الاشتراك في المظاهرات السياسية والتجمعات العضوية في المنظمات السياسية و بروز الرأي العام السياسي ووضوحه.¹

ثانياً: التثقيف السياسي:

وذلك بتزويد الأفراد بالوعي في شتى المعارف والمجالات والميادين والمفاهيم التي تتعلق بالأمر السياسي التي يحتاجها في إطار بناء شخصيته السياسية وحركته السياسية في المجتمع.²

ثالثاً: التجنيد السياسي والتعبئة السياسية:

بمعنى تعبئة الأفراد وتهيئتهم النفسية والمعنوية والذهنية لاستقبال أحداث سياسية متوقعة، مثلما يسبق بعض الزيارات لشخصيات بارزة أو شخصيات سياسية مرفوضة مثل الزيارة الأولى لرئيس وزراء إسرائيل لمصر أو زيارة مادلين أولبرايت لفلسطين، فتللك كانت مهمة وسائل الإعلام والقنوات الإخبارية في التمهيد لدى النفوس لتقبل هذا... في إطار سياسات مرسومة من قبل الحكومة، تماما مثل عمليات التعبئة السياسية التي تسبق انتخابات الرئاسة والانتخابات البرلمانية.

رابعاً: التطوير السياسي للأفراد:

تستطيع القنوات الإخبارية أن تمثل دورا طليعيا في مسيرة التطور السياسي في المعلومات والأفكار الجيدة ونقل صورة العالم الخارجي إلى المجتمع. وهذا يعني أن هذه الوسيلة تتعامل مع الفئة المستنيرة من القراء والمثقفين أي النخبة الممتازة من المجتمع والقادرة على التفهم والتغيير والتأثير في الآخرين. وهكذا تقوم القنوات الإخبارية بدور "المعلم ذو الأهمية الكبرى" والذي يعمل على توسيع أفق جماهير القراء ودفعهم للأمام وتزويدهم بروح جديدة وبمشاعر جديدة وبرؤية جديدة للعالم المحيط بهم.³ ومن أجل أثره على الأفراد في المجال السياسي يتسنى من خلال تركيز القنوات الإخبارية على عدة مهام:

¹ - Alexis S.Tan, **Mass communication Theories and Research**, 3rd.ed, U.S.A, Crid publishing, 1985, p315.

² - عزيزة عبده، مرجع سابق، ص 126.

³ - Look: Dean T.Jamison & Emile G.Me Anancy, **Radio for Education and Development**, London, Sage publications Ltd, 1978, pp59-96.

- إمداد الأفراد بالإعلام السياسي اللازم من خلال معرفته بالقضايا والموضوعات والمجريات والأحداث السياسية سواء بالداخل أي الإقليمية المحلية أو بالخارج الوطنية والدولية، وذلك في إطار تحريري وفي مناسبة يعين الفرد على الاستيعاب والفهم السريع لهذه المضامين السياسية المرسله من خلال صحافته المفضلة وبالتغطية الإعلامية الوافية حتى يصل الجمهور إلى درجة جيدة على نحو كاف من الإلمام بشتى الموضوعات والشؤون السياسية المحيطة به، هذا الأمر الذي يتم غالبا في صورة إخبارية.
- تزويد الأفراد بكافة المعلومات والمعارف السياسية اللازمة لتهيئة المتابع ذهنيا وتنمية وعيه وحسه السياسي.
- إطلاع المتابع على الحقائق في سرعة وثبات ووضوح شديد دون مواربة أو إخفاء للحقائق حتى تصبح القناة الإخبارية موضع ثقة ومجال مصداقية المتابع.
- حفز الأفراد على المشاركة السياسية من خلال الدعوة المستمرة إلى التصويت والترشيح.
- التوعية الايدلوجية.
- القضاء على اللامبالاة لدى الأفراد وذلك من خلال درج الأفراد على المشاركة في الرأي العام- وتكوين وجهة النظر الشخصية القائمة على الحوار السليم والجدل و النقاش المثمر، وهذا يعني اعتياد الجماهير على الإحساس بالمسئولية تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وإنه ليس مجرد رقم في صفوف الجماهير... فلا يقبل أن يجعل من ذاته مجرد جهاز استقبال لكل شيء صادر من قبل السلطة والأجهزة القيادية دون تفكير وتمحيص أي طاعة عمياء خالية من الدراسة والتحقيق ووسيلة القنوات الإخبارية في ذلك هو شد الانتباه بشتى وسائل الحذب الصحفي في أسلوب وشكل العملية التحريرية... من إخراج وتبويب ووسائل إبراز كالعناوين والأنباء واستخدام الألوان وخلافه... كذلك الاهتمام بالجذب من خلال المضمون الإخباري والإعلامي.
- القضاء على الشك السياسي، حيث يتمثل ذلك الشك في أعمال وأقوال الآخرين والنظر والشعور بأن العمل السياسي عمل رديء وأن الثقة في رجال الحركة السياسية أمر مستحيل، فتنخفض درجة ومستوى المشاركة السياسية.¹
- لهذا يتعين على القنوات الإخبارية العمل على إزالة هذا الشك بعرض الحقائق من خلال إيجابيات رجال الحركة السياسية وطرح إنجازاتهم على الجماهير وبهذا تتولد الثقة الحقيقية بين الحاكم والمحكوم أو الشعب أو السلطة وتنجح القنوات الإخبارية في القضاء على الشك السياسي لدى الجمهور.
- استشارة مشاعر الوطنية والانتماء والقضاء على مشاعر الاغتراب التي قد تحول بين الفرد وبين رغبته في المشاركة والعطاء المستمر.
- إذكاء روح النقد والتصحيح لدى الأفراد (فالقنوات الإخبارية) تعد من أولى وسائل النقد التي تأتي مكتملة لأجهزة الرقابة المختلفة فإن مهمتها في المجتمع وخاصة المجتمعات النامية تكون صعبة على هذا الطريق لأن طبيعة

¹ - فرج حلمي الشناوي، مرجع سابق، ص 179.

هذه المجتمعات تتطلب أن يكون النقد موضوعيا حتى يساعد على دفع خطط وبرامج التنمية إلى الأمام لا أن يكون هدفه الهدم... بل يجب أن يكون هدفه هو التقويم المصحوب بالتوجيه والإرشاد.¹

- والمجتمع في العصر الحديث مجتمع جماهيري، لذا يجب أن تقف الجماهير لتراجع نفسها وترى طريقها وأن التعليق والنقد ضروريان لوضوح الرؤيا وهما أخطر من مجرد كشف الأخطاء، فهما بمثابة المحرك الذي يحرك المجتمع ويدفعه إلى التطور وهما سلاحه للبناء وتوعية الناس.²

ولا شك أن ذلك يعين الأفراد على نمو الذكاء الإجتماعي وكفاءة القدرة على اكتشاف الفساد وموطن الخلل في المجتمع والأجهزة. ومن ثم فالنقد الذي يجب أن تمارسه القنوات الإخبارية في المجتمع ليس النقد الهدام ولكنه النقد المصحوب بالتوجيه والإرشاد أي النقد الإيجابي الذي يساعد الإنسان على اكتشاف الجوانب السيئة والحسنة في كل الجوانب السيئة التي يمكن أن تقلل من كفاءتها كعضو عامل في المجتمع.³

- خلق الشخصية الإيجابية المتحركة القادرة على فهم الغير وتبني نظرة جديدة متخصصة وذلك من خلال تحطيم المسافة والعزلة التي يعيش فيها أفراد المجتمع التقليدي.⁴ وكذلك المساهمة في تكوين قيمه.

- تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع... فالقنوات الإخبارية كأحدى وسائل الإعلام قادرة على تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع وتهيئة الظروف السياسية الملائمة للتنمية وإحداث تغيير للقيم والمعتقدات بما يكفل التحول السياسي الذي يساعد على التطور والنهوض بالمجتمع... كما أن القنوات الإخبارية قادرة على محاربة صور السلبية السياسية التي تعوق حركة التطور في المجتمعات.⁵

- المساهمة في تكوين قيم ومعتقدات سياسية جديدة لأن القنوات الإخبارية كسائر وسائل الإعلام الأخرى تعد مصدرا أساسيا من مصادر التغيير كما أن لها قدرة على التأثير على أنماط السلوك.⁶

- توجيه الرأي العام حيث أن قدرة القنوات الإخبارية على توجيه الرأي العام... قدرة بالغة على سبيل المثال قامت القنوات الإخبارية في دول كثيرة بدور ملحوظ وفعال في تعبئة الرأي العام العالمي ضد الفصل العنصري وفي وصف حقائق الحياة في إفريقيا الجنوبية - كذلك كان لها من القدرة على تعزيز وعي الجماهير بثقافات مختلفة حرية الحركة واتخاذ القرارات من خلال قوة الرأي العام فيها.⁷

¹ - محمود أحمد عبد الغني، دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي (دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية في الفترة

من 1982/1/1 إلى 1986/12/31، جامعة أسيوط، كلية الآداب بسوهاج، قسم الصحافة، 1990، ص 102.

² - سامي عزيز، الصحافة مسؤولة وسلطة، سلسلة المكتبة الصحفية، دار التعاون، القاهرة، ط 1، 1981، ص 41.

³ - منير حجاب، مبادئ الإعلام الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1982، ص 88.

⁴ - سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص 238.

⁵ - محمد عبد الله أبو علي، دراسات في علم الاجتماع القانوني والسياسي، دار المعارف، القاهرة، 1975، ص 244-245.

⁶ - محمد علي العويني، الراديو والتنمية السياسية، عالم الكتاب، القاهرة، 1981، ص 42.

⁷ - شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع، اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، ب ط، الجزائر،

ص 392.

خامسا: التاريخ السياسي للأمة:

فعلى الإعلام أن يأخذ على عاتقه مهمة التاريخ السياسي من خلال تسجيل وقائع الحياة الاجتماعية والتاريخية والاقتصادية والسياسية التي تتوالى على الأمم والشعوب باعتبارها مصدر من مصادر التاريخ.¹ ويمكن الرجوع إليه في الوقت المناسب ليكون عوناً للجماهير على تكوين رأي عام واع وصائب تجاه قضية ما وتجاه الأحداث السياسية الطارئة والممثلة على الصعيد العربي والعالمي أو تلك التي تمس أمته مسا مباشرا على الصعيد الداخلي.

ويتبنى ذلك للفرد من خلال استقراء الماضي واستخلاص العبرة والموعظة منه وهو الأمر الذي تتمخض عنه الرؤية السليمة للحاضر على ضوء الماضي بل وتعيينه على التنبؤ بالمستقبل وهكذا يمكن للقنوات الإخبارية أن تساهم في تشكيل وعي الأفراد من خلال رصد وقائع الحياة والاحتفاظ بها كرسيد للمواقف والأحداث الطارئة وكتراث تاريخي للأجيال.

ثالثا: القنوات الإخبارية وقوة التأثير من خلال الإعلام السياسي:

وسائل الإعلام وقدرة التأثير السياسي:

إن وسائل الإعلام علة المحيط السياسي تقوم بدور حارس البوابة أو الناقل للأفكار والقضايا ذات الصلة الشرعية. فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة وفي نفس الوقت تعمل على إقصاء الأفكار التي تعوق مسيرة التنمية السياسية، وهذا بالإضافة إلى كونها منبر سياسي للتعليم والتنشئة والتثقيف والتربية السياسية من خلال ما ترسله من مضامين هادفة.

فوسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية أي مرآة للأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي وبدون وجود وسائل الإعلام بالجماهير. لا يستطيع أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية (فالبيئة السياسية تُبنى من قبل وسائل الإعلام، ووسائل الإعلام هي التي تعرفنا بهذا الواقع).²

وقد جاءت الوظيفة السياسة لوسائل الإعلام كما حددها جانوتس Janowitz على أنها إضافة صفة شرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد أفكار ومفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي³، أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة بشكل يقدم القضايا والمعلومات والموضوعات السياسية في كل متماسك من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح للحقائق، مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية

¹ - فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، ب ط، القاهرة، 1986، ص 75.

² - العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في الوطن العربي، عالم الفكر، المجلد الثالث والعشرون، العددان الأول والثاني، يوليو/ 1994، ص 190.

³ - W.Lance Bennet, James Davis Barber Eds , **Public opinion in American politics**, New York, Harcourt Brace Jouanouich 1980 , p p3-8.

هذه القضايا فتعبر بوضوح عن الواقع السياسي وتعكسه بدقة وتهتم بالتنشئة السياسية والتعبير عن المصالح وتجميع المصالح والدفاع عنها وتحقيق التكامل بين جماعات المجتمع المختلفة. كل ذلك في إطار الوظيفة السياسية.

إن الإعلام أصبح وظيفة سياسية إقناعية بالدرجة الأولى حيث يتولى عملية الإقناع الجماهيري فقد أصبح هناك فرقا كبيرا بين مضامين الرسالة الإعلامية عما كانت عليه قبل عقدين وبين ماهي عليه اليوم. فالمضمون السياسي للمادة الإعلامية المنبثة والمكتوبة في وسائل الإعلام العربية يطغى على ماسواه. وأصبحت مادة الإعلام السياسي تشكل في وسائل الإعلام من محطات إذاعية مسموعة ومرئية وصحافة مكتوبة نسبة عالية جدا... بل إن الهيمنة الحكومية على وسائل الإعلام في البلاد العربية تفسر لنا الطبيعة السياسية للوظيفة الاتصالية لهذه الوسائل.¹

وجدير بالذكر أن طريقة طرح المخرجات والأحداث على الجماهير في صورة حملات سياسية إنما تسهل عملية نشر الإعلام السياسي، وتوصيل الرسالة المعنية من قبل صناع القرار بذكاء إعلامي شديد إيانا والذي يجوز أن نطلق عليه في بع المواقف فرض إعلامي ذكي ومهذب لأنه يبدو تلقائيا وغير مقصود في الظاهرة، وهو الأمر الذي يحمل الفرد على تركيز انتباهه ويجذبه ويشير اهتمامه ويشغل تفكيره، فينفع بالرسالة ويتفاعل معها مما قد يصل به في النهاية على درجة من الإقناع أو على حد الاقتناع الكامل لموضوع الرسالة الإعلامية الموجهة. وهذه العملية تدرج الفرد على التعود على وسائل الإعلام التي عودته أن تصب في تفكيره بنهاته ومثباته الفكرية وهو الأمر الذي يتحول بالفرد من نمط التعليم الذهني إلى نمط البحث عن الإعلام خلال وسائل الإعلام.²

هذا وقد أكد ماكومبس وويفير في دراسة قاما بها عام 1983 أنه كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجه السياسي زاد تعرضه للمضمون السياسي لوسائل الإعلام وزادت درجة الاتفاق بين أولويات اهتمامات وسائل الإعلام.³

إن المواطن في المجتمعات المعاصرة يتعرض اليوم وعلى نطاق واسع ومستمر لفقرات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحملها إليه مختلف قنوات الإتصال الجماهيري. ولا يكاد يمر يوم دون أن تظهر هذه المضايق السياسية في التلفزيون والصحف والمجلات وعلى موجات الإذاعة.⁴

فضلا عن ذلك فإن التصرفات ومظاهر السلوك السياسي ذات طابع اتصالي في الأساس، أو على حد تعبير ريتشارد فاجن فإن كل سلوك سياسي يتضمن نشاطا اتصاليا من نوع ما.⁵

¹ - محمد مصالحة، دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي السلسلة الإعلامية، ع3، بغداد، 1984، ص 114-115.

² - عبد الغفار رشاد، دراسات في الإتصال، دار الأصدقاء للطباعة والنشر، ب ط، المنصورة، 2001، ص 74.

³ - Political Socialization in International Encyclopedia of the Social Science, Vol14, p281.

⁴ - Sinady Krus & Dennis Davis, Op.cit, p1.

⁵ - Richard R.Fagen, Politics and Communication, op.cit., p17.

بل بات أمر يقيني ومؤكد أن لوسائل الإعلام قدرات تأثيرية تحمل الأفراد على التصرف في هذا الاتجاه أو ذاك إن وسائل الإعلام وبلا مبالغة هي التي تساعد على شخصنة الحياة السياسية... ففي كل الأزمنة دمغت الشخصيات بطابعها السياسي... فالشخصية الإعلامية قد تولد عن الدور السياسي لرجل السياسة الذي تلقى عليه وسائل الإعلام الأضواء وتميط اللثام عن شخصيته السياسية بل وتضخمها إلى حد تحويلها إلى عامل أساسي في التركيب السياسي وتضخمها إلى حد تحويلها إلى عامل أساسي في التركيب السياسي، فمثلا المحادثة قرب الموقد والتي كان يجريها فرانكلين روزفلت، سنة 1936 في الولايات المتحدة وبيار منديس فرانس سنة 1954، في فرنسا قد استمع لها قسم كبير من الرأي العام كذلك كان جون كيندي والجنرال ديغول من الشخصيات المقدسة بالنسبة لوسائل الإعلام في إبراز و تعظيم شخصيتهما كما أرادت هذه الوسائل وهكذا فإن لوسائل الإعلام قدرات عالية في إبراز المجهولون وجعلهم شعبيين معروفين بمجرد إلقاء الأضواء عليهم من خلال التلفزيون أو الصحافة أو الإذاعة.¹

أثر القنوات الإخبارية في المتلقي:

أن القنوات الفضائية في القرن العشرين بات لها الأثر الكبير في تشكيل الوعي الجماهيري في جميع مجالاته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحتى الذوقية، وأقرب مثال على ذلك خبر مرض أنفلونزا الطيور الذي انتشر في العالم عبر القنوات الفضائية مما أدى إلى خوف الناس من شراء الطيور وأكلها أو تربيتها، وأدى ذلك إلى خسارة اقتصادية كبيرة، وضياع لجزء من الثروة الحيوانية.

أما على المستوى السياسي فإن القنوات الفضائية أصبحت ذات فاعلية سياسية لتجاوزها الحدود السياسية بين الدول، ويوصفها مصدرا لتكوين انطباعات الناس ومعاييرهم ووجهات نظرهم السياسية، بل مهيأة لإحداث آثار انقلابية في حياة المجتمعات وشعوب العالم قاطبة، ويمكن تحديد أبرز التأثيرات السياسية بما يأتي:

تحول الأنظار إلى موضوعات سياسية محددة: إذ نجد أن القنوات الفضائية تعمل على تركيز الانتباه على موضوعات بعينها في السياسة الدولية، وجعلها في بؤرة الاهتمام السياسي، في حين تغض الطرف وتبتعد مواضيع أخرى عن دائرة الضوء. مع نقل مشاعر عاطفية ووجهات نظر معينة إزاء تلك الموضوعات. والتي هي في الغالب تنقل الأفق الغربي في النظرة السياسية، حيث أن الغرب في العالم الثالث هو المثل والنموذج في كل شيء.

إثارة الشك السياسي في المجتمع: فمثلا تبرز القنوات الفضائية سيادة الروح الديمقراطية في المجالات السياسية بوجه خاص، وهذه الجوانب غير مألوفة لدى المواطن العربي إلا في حدود معينة، لذا فإن التعرض لتلك القنوات يخلق صورا وانطباعات جديدة حول أنظمة الحكم العربية. وبذلك سيبدأ الشعب كما يقول المفكر السياسي هارولد لا سكي (1893-1950) بالتشكيك في حكمة حكامه، لأنه شرع في الإنصات لأصوات مغايرة ومن ثم سيبدأ بالمطالبة بتغييرات جديدة، أي أنه سيقارن وبصورة غير واعية أو واعية، بين حياته السياسية

¹ - شرودر وآخرون، مرجع سابق، ص ص 49-51.

والاجتماعية والاقتصادية التي تعيشها وبين المجتمعات الأخرى، ولاسيما الغربية منها. ثم إن هذه الشعوب ستكتشف ضعف الدور السياسي العربي، في السياسة الدولية، والأثر الكبير الذي تلعبه القوى الكبرى في تحريك الأحداث في العالم.¹

الإغراق في الأخبار السياسية: إن هذه القنوات تنقل أخبار العالم كله وأحداثه السياسية المنتقاة، وبطرق حية أو شبه حية مما يجفز المشاهدين على إبداء اهتمام أكبر بها، فضلا عن تزايد الرغبة في الاستزاد منها. وهي بالطبع تنقل ما يطلقه القادة والسياسيون والمفكرون من تصريحات وآراء ووجهت نظر وتوقعات، وقد تكون غايتها دعائية مما يحرف الخبر عن مصداقيته، ثم إن إغراق الأفراد في خضم الأخبار السياسية تجعل نسبة من الجمهور ميالة إلى رأيها في الشؤون المطروحة استنادا إلى ما يصلها من تلك القنوات. كما إنها تجعل المتلقين أمام وفرة من المعلومات والمعارف الإنسانية التي تتضاعف كل خمس سنوات، مما تجعلهم مضطرين إلى استهلاك معلومات غير قليلة، بوعي أو بغير وعي. وهذا قد يؤدي إلى شعور المتلقي بأنه يعرف كل وهذا قد يؤدي إلى شعور المتلقي بأنه يعرف كل شيء عن العالم وقد يسحره هذا الوهم وييدي رأيه وحكمه على أساسه، مستندا في ذلك إلى تعميمات سياسية براقية أو رموز لغوية صغيرة بديلة عن مفهومها فكرية أو سياسية واسعة، دون أن تكون تلك التعميمات مفسرة أو معطلة للموقف بل هي أقرب إلى تكون عبارات للاستهلاك المحلي أو إجابات مسكنة عن تساؤلات سياسية حذرة أو معقدة. وما هي إلا تضليلا للآخرين أو إيهاما للذات.

وأخيرا يمكن القول أن قادة من الكتلة الشرقية اعترفوا أن القنوات الوافدة إلى بلدانهم قد ألهمت مشاعر الناس وحولت آمالهم إلى منعطفات جديدة، فكان ماكان.²

إن الأخبار كأبرز محتويات القنوات الإخبارية قد استفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإتصال، مما أدى إلى زيادة فاعلية أداء القنوات الإخبارية لمهامها الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي وتمثل أبرز مجالات الاستفادة الإخبارية من تكنولوجيا الإتصال في توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافيا من خلال بث وقائع الحدث الإخباري على الهواء خلال فترة لا تتجاوز دقائق من تواجد المندوبين في موقع الحدث سواء داخل الدولة أو خارجها. ولعل تغطية شبكة الـ C.N.N الأمريكية لأحداث مثل حرب الخليج، واعتصام روتسكوى وحسب اللاتوف في الكرملين وما تلا ذلك من أحداث لخير دليل على ذلك الاتساع وقد تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية لوسائل الإتصال، من خلال ابتكار نظم لحفظ المعلومات واسترجاعها داخل البلد وخارجه من خلال توظيف بنوك المعلومات وشبكاتهما، وكذلك ابتعدت أدوات ونظم لتسريع عملية الحصول على المعلومات وتوصيلها إلى مقر القناة وتم استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماما ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية مثل القنوات التلفزيونية الإلكترونية.

¹ - علي أحمد المعماري، القنوات الإخبارية وعلاقتها بالتنمية السياسية لدى الأساتذة الجامعيين، مجلة تكريت، العلوم القانونية والسياسية، العدد 10، المجلد 3، 2003، ص 214.

² - علي أحمد المعماري، مرجع السابق، ص 215.

وتأسيسا على ما سبق يمكن القول إن أبرز آثار التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تبدو في عملية التغطية الإخبارية، فقد ألغت التكنولوجيا الاتصالية الحديثة الفواصل الدقيقة بين المراحل الثلاث لنشر الخبر وهي: مرحلة اندلاع الخبر ومرحلة بث الخبر ومرحلة التشيع الإخباري. وقد تم ذلك من خلال عملية تغطية الخبر فور وقوعها بتوظيف¹ نمطين مستحدثين من الأساليب الفنية في التغطية الإخبارية التلفزيونية:

النمط الأول: هو التغطية الإخبارية بواسطة الإلكترونيات توظيف الكاميرات التلفزيونية الإلكترونية في المحمولة موقع الحدث سواء أكانت تلك الكاميرات تنقل نقلا حيا مباشرا على الهواء، أو ليذاع بعد فترة، وهناك أيضا التغطية الإخبارية بواسطة القمر الصناعي من خلال الكاميرات التلفزيونية الإلكترونية المحمولة في موقع الحدث التي يتم بث منتجها مباشرة -أيضا- إلى محطة الإرسال القومية أو إلى المقر الرئيسي للمحطة التلفزيونية الدولية عبر القمر الصناعي، ثم عملية البث المباشر من المحطة في الوقت نفسه أو بعد فترة.

وقد أدت الأسباب السابقة إلى جعل تعريف الخبر الآن وخاصة بعد ظهور شبكة الـ C.N.N الأمريكية التي يغطي إرسالها أكثر من 150 دولة، أنه -أي الخبر- هو ذلك الحدث الذي نشاهده وهو يقع... وأصبح من الصعوبة بمكان التفرقة بين ماهو إعلام وطني وماهو إعلام دولي، فالإعلام الوطني الذي ينتجه مجتمع ما لمواطنيه قد أصبح له -بشكل من الأشكال مقصودا أو غير مقصود- بعدا دولي، فالبرامج التي نبثها محطات التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي وكندا واليابان ودول غرب أوروبا والتي أعدت من الأساس لجمهورها المحلي، أصبحت تشاهد عبر الأقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم، وقد اكتسبت بذلك فإن برامج محطات الراديو الوطنية في معظم دول العالم، أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الجغرافية، يفضل تطوير إمكانات الموجات المتوسطة والقصيرة، وبرامج هذه المحطات -بخلاف الإذاعات الموجهة- تستهدف في الأصل المستمع المحلي، ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعدا دوليا.

القنوات الإخبارية ووظيفة الإعلام السياسي:

مما سبق يتضح أن قدرة وسائل الإعلام على مخاطبة الرأي العام تتيح له فاعلية واسعة في مجال الإعلام السياسي، وبخاصة القنوات الإخبارية حيث إن الاعتماد عليها في الدول المتقدمة كبيرا حيث درجات الثقافة والتقدم التكنولوجي الأمر الذي يترتب عليه تعقد المصالح وتشابكها، وبالتالي حاجة هذه المجتمعات إلى التخطيط الإعلامي السياسي.

وجددير بالذكر إن الدور الذي تلعبه القنوات الإخبارية على صعيد الإعلام السياسي أصبح يعكس لنا مدى قدرتها وتفوقها في الوصول إلى كافة قطاعات الجماهير على اختلاف وتفاوت طبقاتها وثقافتها وهيئتها الاجتماعية.

¹ -خالد محمد غازي، الطوفان ما بعد العولمة (صناعة الإعلام وتحول السلطة)، وكالة الصحافة العربية، 2011، ص 103.

المبحث الثاني: الواقع الإعلامي للقنوات الإخبارية واتجاهات الرأي العام

أولاً: القنوات الإخبارية وصنع الأجندة السياسية

تعني وسائل الإعلام بتقديم واقع، يتماشى أو يتنافى وذلك الذي يعيشه المتلقي وهي - في كلتا الحالتين - تستهدف إحداث آثار معينة عليه.

أ- ترتيب الأولويات (الأجندة / وظيفة المفكرة): ترجع الأصول النظرية لهذه البحوث إلى والتر ليبمان Walter Lippman الذي أسس لها في كتابه " الرأي العام " سنة 1922 حين رأى أو وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير - وإن كانت غالباً ما تطرح بيانات زائفة - وتعمل على تكوين الرأي العام بتقديم القضايا التي تهم المجتمع.¹

لكن الباحثون يعتبرون أن أول إشارة مباشرة للنظرية أو بالأحرى للإقرار بهذه الوظيفة لوسائل الإعلام (نظراً لتجاهلها تماماً في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين) كانت لنورتون لونج Norton Long في مقالة سنة 1958، ليوضحها أكثر برنارد كوهين Bernard Cohen (إذ أحيها بعد ذلك بنحو أربعين سنة) في كتابه " الصحافة والسياسة الخارجية " عام 1963 حين أكد وجهة ليبمان بقوله أن وسائل الإعلام لا تنجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات)، ولكنها تنجح دائماً في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات) أي أنها تعلم جمهورها وترشده إلى ما يجب أن يتحدث فيه فهي قادرة على تعليمه مدى الأهمية التي تكتسبها المسائل والقضايا.² يقول شو E.Shaw " إن فرضية الأجندة³ لا تعتقد أن الإعلام يرمي إلى الإقناع، إن الإعلام الذي يصف ويحدد الواقع الخارجي، يقدم للجمهور قائمة حول الموضوعات التي يمكن أن يناقشها أو أن يشكل رأياً حولها، فالسمة الأساسية لهذه النظرية تكمن في أن فهم الناس لجزء كبير من الواقع الاجتماعي يأتي أساساً من الإعلام.⁴

تهتم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لها من خلال تحديد أولويات القضايا التي تهم المجتمع، حيث تفترض النظرية أن القائمون على وسائل الإعلام ينتقون بعض الموضوعات ليطمركز عليها والتحكم في طبيعتها ومحتواها إذ لا يمكنهم طرح كل الأحداث والقضايا التي

¹ - حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية، دراسة مسحية في أعمال المؤتمر الدولي العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، ب ط، القاهرة، 2005، ص288.

² - صالح خليل أبو أصعب، الإتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص ص219-220.

³ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام والاتصال إتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ب ط، القاهرة، 2004.

⁴ - فريال مهنا، علوم والاتصال والمجتمعات الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص270.

تقع في المجتمع- بحيث يأخذ هذا الانتقاء والتركيز في إثارة اهتمامات الجمهور تدريجياً، فيدركونها، يفكرون بها ويقلقون بشأنها، لتمثل لهم أهمية نسبية أكثر من تلك التي لم تطرح إعلامياً.¹

حيث اتضح للباحثين في المجال أن آليات التأثير أكثر تعقداً مما اعتقد في البداية، ما يظهر على المتلقي حين يتأثر بمادة المواضيع البعيدة عن حياته اليومية إذ تصبح لديه اهتمامات بالسياسة الدولية والقيم الديمقراطية مثلاً في الوقت الذي يبدو أقل اهتماماً إزاء ما يعنيه ويمسه بصورة مباشرة كالبطالة أو الحوادث وهو الشيء الذي تتصدى الأجندة لدراسته، أي إشكالية هذه المسافة بين الموضوع والتلقي، ومفاهيم المفهومية Identification، انعكاسات انتقال الأحداث البعد الذاتي حيال القضايا القريبة ليجد المتلقي نفسه في مواضيع لا تعنيه فعلياً إن لم تكن بعيدة تماماً عنه.²

تبعاً لذلك تركز النظرة على مقدرة وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات وفقاً لنموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكرة.³

"رزم" الواقع التي لا يلتقطها المتلقي مباشرة، ولا يحددها بصورة اتصال تبادلي على مستوى الحياة اليومية تجعله يعيش هذا الواقع، فقط، عبر وسائط رمزية يقوم بها الإعلام الجماهيري وبالتأكيد على هذه التبعية المعرفية المتصاعدة للإعلام الجماهيري تفترض الأجندة رائزاً مباشراً (وإن لم يكن فورياً) على المتلقي، في مستويين يتعلق الأول بجدول الأعمال، الموضوعات، الإشكاليات والمشكلات التي يطرحها الإعلام، في حين يتصل الثاني بالتراتبية حسب الأهمية والأولوية التي يتم على أساسها تنظيم هذا الجدول لذا يكون تأثير المضمون الإعلامي وفقاً للأجندة وأساطير غير مباشرة وخاضعة لطبيعة الاتجاهات الموجودة سابقاً لدى المتلقي فضلاً عن هذه العاصر، التأثير المباشر والطويل الأمد، تدخل الأجندة متغيرات أخرى تجعله (التأثير) عملية معقدة ومشروطة، إذ تعترف بالخصائص السيكلوجية والاجتماعية للمتلقى (كطرائق حدد هي الأخرى استخدامه للإعلام) كذا في أهمية الإتصال الشخصي في تحديد الروايات النهائية لمضامين الإعلام على الجمهور.⁴

تبعاً لذلك فقد اهتمت بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين أولويات القضايا كما تقدمها وسائل الإعلام وتلك التي تشغل تفكير الجمهور المتلقي، من خلال تحديد الموضوعات والقضايا الإخبارية التي تطرح بوسائل الإعلام وقد اجري أول اختبار امبريقي للنظرية بفرض يقضي بالتأثير المحدود لوسائل الإعلام على نوع

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 288.

² -Jean-juc Michel, *Théories de la communication*, reso0751-7971-200-num-18-100-2237-source: Acceded:

10/1/2010, p2.

³ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 288.

⁴ - فريال مهنا، مرجع سابق، ص ص 270-271.

وشدة الاتجاهات إزاء القضايا السياسية المثارة، الاتجاه المنهجي الذي ظل مسيطرا على بحوث وضع الاولويات، إذ يحدث الربط بين إدراك الامور للقضايا بتلك المقدمة في وسائل الاعلام.¹

يشير ماكوميس وشو الى الجانب الاخر للنظرية حين يتحدثان عن دور الجمهور في وضع أجندة وسائل الاعلام بقولهما أن هذه الاخيرة دور رئيسي في تحديد القضايا العامة اليومية، لكنها ليست المحددة لأولويات الجمهور نظرا للتفاعل الحاصل بينهم وبين مصادرها بالشكل الذي يؤثر في وضع أجندتها نفسها، والأهم هو تلك التفاعلات الكائنة مع جمهورها بحيث تأخذ في اعتبارها ما هو مقبول لديهم² ما يستعرضه لانج ولانج حيال حديثهما عما يسمى بعملية بناء أجندة وسائل الاعلام Agenda building. التي تمثل في ذاتها موضوعا أكثر تعقيدا من مفهوم وضع الأجندة Agenda setting³، إذ يستغرق انتقالها من الطرف الثاني في العملية الاتصالية (المتلقي) إلى الأول (القائم بالاتصال) وقتا طويلا.⁴

ونسعى الى النظر في ذلك -بصورة متعدية- من خلال استقصاء طبيعة دور الفضائيات الاخبارية في تشكيل الاتجاهات حيال القضية محل الدراسة، فإذا اتضح أن دورها يتلخص في إعادة تشكيل هذه الاتجاهات، فإنه وضع الأجندة، في حين إذا تبين أنه تدعيمي في الأساس بحيث يخضع لطبيعة الاتجاهات المتشكلة مسبقا، فهو البناء.

ب- الفضائيات الإخبارية وترتيب الأولويات: يتأثر ترتيب أولويات الجمهور بعدة متغيرات، قد تزيد أو تضعف من تأثير وسائل الإعلام، وهذه المتغيرات تتباين في قوتها أمل قضية إلى أخرى، ومن جمهور إلى آخر ومن وسيلة إلى أخرى، ومن هنا تباينت الآراء حول هذا الموضوع، حيث اهتم البعض بمتغيرات دون سواها بينما أهمل آخرون هذه المتغيرات، ورأوها بأنها ليست أكثر من متغيرات ثانوية، وبالتالي يصنف البعض المتغيرات الرئيسية المؤثرة في عملية ترتيب أولويات الجمهور على النحو التالي:

1- الوقت.

2- سهولة استخدام الوسيلة سواء أكان اقتناء استخدام.

3- استعداد الجمهور النفسي للقضية أو الموضوع ومدى صلته بالقضية.⁵

بالمقابل يرى البعض أن هذه المتغيرات المؤثرة في عملية ترتيب الأولويات أكثر من ثلاثة متغيرات، في حين أن ثمة آخرون يدمجون أكثر من متغير تحت مسمى واحد، وهي المتغيرات نفسها التي يفصلها الاخر وعموما يرى الباحث أن عملية تحديد المتغيرات بصورة دقيقة عملية في غاية الصعوبة، إلا أنه يمكن تحديدها وفقا لعدة متغيرات أهمها نوع أو طبيعة القضية، من حيث كونها قضية ملموسة أو مجردة، إضافة لدرجة اهتمام الجمهور بهذه القضية

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص ص 290-291.

² - صالح خليل أبو أصعب، الاتصال الجماهيري، مرجع سبق ذكره، ص ص 221-222.

³ - محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 347.

⁴ - Jean-luc Michel: op.Cit, p26.

⁵ - Jian Hua Zhu, Issue competition and attention distraction, Azero-Sum theory of Agenda setting Journalism quarterly. Vol 69 No4, Winter 1992, pp436-825.

وكذلك أهمية القضية في حد ذاتها، مع مراعاة الخصائص الديموجرافية للجمهور، وقوة الإتصال المباشر الشخصي أو ضعفه فيما بيته، وفي الوقت نفسه توقيت ظهور القضية أو الحدث، وأيضا نوع الوسيلة المذاع أو المنشور فيها القضية المشار إليها أو هذا الحدث، إلى جانب المدة الزمنية المطلوبة لحدوث التأثير ويمكن من خلال ما سبق إجمال جميع المتغيرات السابقة في التالي:

- نوع أو طبيعة القضية. - أهمية القضية. - المدى الزمني.¹ - القرب النفسي والجغرافي. - الإتصال الشخصي - توقيت إثارة القضية. - نوع الوسيلة المستخدمة. - الخصائص الديموجرافية.

أولا: نوع القضية أو طبيعتها:

يقصد بنوع القضية مجردة أو ملموسة، ولقد تباينت وجهات النظر في تحديد نوع القضايا أو طبيعتها كمتغير هام، وكمؤثر أثناء تسليط الضوء على هذا المفهوم من قبل باحثين عدة، وذلك نظرا لأهميته في عملية ترتيب الأولويات.

تعرف القضية الملموسة بأنها، القضية المدركة من الجمهور الذي يتمتع نحوها بخبرة مباشرة، بينما تعرف القضية المجردة أو غير الملموسة بأنها، القضية التي لا يتمتع الجمهور حيالها بخبرة سابقة أو لديه خبرة تجاهها، إنما غير مباشرة فكل ما لديه حولها هو مجرد تصورات عامة.

حدد بعض الباحثين متغير نوع القضية سواء الملموسة أو المجردة، وفقا للمعرفة الشخصية بالمجتمع أو عينة العينة التي شملها البحث، وكذلك بالفترة الزمنية التي تمت فيها الدراسة، لأن التركيز والاهتمام بقضية معينة من قبل وسائل الإعلام ولفترة زمنية ما كفيل بتحويلها من قضية مجردة إلى قضية ملموسة، وهذا نتيجة لمعرفة الجمهور وإلمامه بها وإدراكه لها ووقوفه على تفاصيلها، وبذلك تسهم وسائل الإعلام بإزالة الغموض عن تلك القضية حيث يصبح الجمهور أكثر معايشة والتصاقا بها، وبالتالي يصبح تأثير وسائل الإعلام فعالاً بالنسبة لتلك القضية والتي أصبحت بفضلها ملموسة، إضافة لدور مجموعة عوامل مساعدة أخرى تسهم كذلك في تحويل تلك القضية من قضية مجردة إلى ملموسة.

يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما شعر بغموض معلوماته أو قلتها حول قضية معينة سواء أكانت تلك القضية عامة أم خاصة، أو كانت داخلية أو خارجية، ومن هنا اعتمدت بعض الدراسات في تحديد نوع القضية على الجمهور، وذلك وفقا لحكم الشخصية مع هذه القضية، حيث يتم سؤال المبحوثين بشكل مباشر عن مدى معرفته ودرايته الشخصية بهذه القضية.

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ب ط، القاهرة، 1998، ص ص 293-297.

ثانيا: أهمية القضية:

تعد أهمية القضية لدى الجمهور من المتغيرات التي تؤثر في عملية ترتيب الأولويات، فقد افترض كارتر وزملاؤه أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وبين أولوية الشخصية بمعنى أنه كلما كانت القضية التي تعرضها وسائل الاعلام ذات أهمية لدى الجمهور كانت هذه القضية تقع ضمن أولياته، ومن هذا المنطلق أشارت نتائج الدراسات إلى زيادة اهتمام الجمهور بالقضايا التي تسبب تهديدا مباشرا له.¹ تتولد أهمية أي قضية أو موضوع لدى الفرد أو الجمهور نتيجة الارتباط المباشر بين تلك القضية والفرد والمجتمع سواء أكانت هذه القضية سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية، فهي إفراز طبيعي للعلاقة بينهما، وبذلك فإن تلك الأهمية تولد الإحساس بالحاجة لمعرفة المزيد حول القضية أو الموضوع المثار، مما يترتب عليه البحث والمتابعة لوسائل الإعلام، وهكذا فإن تأثير المتلقي قد يزيد نظرا للأهمية التي تتمتع بها القضية والموضوع، إضافة إلى كونه لديه الاستعداد المسبق للفهم والمعرفة وزيادة المعلومات، مما يدعم مصداقية قناعاته بهذا الموضوع الأمر الذي يؤدي إلى إعادة ترتيب أولويات المتلقي لأهمية القضية لديه من ناحية، والأهمية التي توليها وسائل الإعلام لهذه القضية أو الموضوع من ناحية أخرى.

تعد أهمية القضية متغيرا وسيطا هاما في عملية ترتيب أولويات الجمهور، كما تؤكد فاعلية وسائل الإعلام وقدرتها على التأثير في القضايا ذات الأهمية لهذا الحضور، مقارنة بالقضايا الأخرى التي لها نفس الأهمية لديه، يؤكد مارشال ماكلوهان، دور أهمية القضية لدى الجمهور بقوله: (إن الجمهور هو الذي يدير دفة الأخبار من خلال الاهتمام أو فقدان الاهتمام بموضوعها).²

ثالثا: المدى الزمني:

اهتمت جميع الدراسات التي اختبرت وظيفة ترتيب الأولويات بمتغير المدى الزمني، إلا أن وجهات النظر تعددت حول أهمية هذا المتغير، بالرغم من اتفاقها جميعا على أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام ليست ذات طبيعة فورية، بل تتطلب فترة زمنية تطول أو تقصر في الوقت الذي يجب فيه مراعاة الفروق الفردية الخاصة بمجتمع كل دراسة، كما اتفق الباحثون كذلك على أن نوع القضية وطبيعتها لها أهمية عند تناول هذا المتغير. قد أشار **هوفلاند** إلى أن فكرة التأخير أو التباعد لما يقدمه مصدر الرسالة من ناحية وقبول المتلقي لها من ناحية أخرى يمكن تسميته بالتأثير النائم، إذ أنه بعد فترة من الزمن ينسى المتلقي مصدر الرسالة في حين أنه يذكر

¹- David Demers, **Issue obtrusiveness And Agenda siting effects of communication research**, Vol.6, 1989, p796.

²- Luiz Erbring Edie N. Goldenberg, Arthur H.Miler, **free pages news real world cues**. A new look at agenda, setting by media, American Journal of political science, 1998, p p19-45.

مضمونها، غير أن هذا المضمون قد يعود للتلاشي بعد فترة وجيزة لزيارة عدد القضايا أو الموضوعات التي يتلقاها الفرد، أو نتيجة انقضاء مدة زمنية عليها.¹

بالتالي فإن طول مدة التغطية الإعلامية لقضية ما أو قصرها يكون له تأثيره على الجمهور في ثلاثة أبعاد، هي:

1- المدة الزمنية المثلى لتحقيق التأثير المستهدف.

2- ضرورة مراعاة اختلاف و طبيعة القضية.

3- الفترة الزمنية الفاصلة بين تغطية وسائل الإعلام لهذه القضية و إدراك الجمهور لها.

إن أهمية متغير المدى الزمني تتبع من افتراض أن تغطية وسائل الإعلام لهذه القضية، وإدراك الجمهور لها مما ينعكس على ترتيب أولياته بناء على ترتيب أجندة وسائل الإعلام.²

وأخيرا فإن المدى الذي تستغرقه القضية للبروز لكي تصبح ذات أهمية لدى الجمهور، يتوقف على عوامل عدة منها أهمية القضية وطبيعتها ونوع الوسيلة ومدى التركيز عليها والأسس الفنية التي تم الاعتماد عليها في وسائل الإعلام ومداهما الجغرافي.

رابعاً: القرب النفسي الجغرافي:

يجمع هذا المتغير مجموعة من المتغيرات، تأتي في مقدمتها أهمية القضية التي تقارب الاهتمام النفسي لدى الجمهور، فهذا الاهتمام هو الذي يدفعه لمتابعة وسائل الإعلام لإشباع حاجاته، وبذلك يزداد معدل تعرضه لتلك الوسائل حين تتناول موضوعاً ذي أهمية روحية يتمثل في البعد النفسي، أو يتحدد بالجانب المادي والقرب الجغرافي، وخصوصاً فيما يخص القضايا الخارجية التي تبقي الارتباط بها للجانب النفسي فقط وليس في جميع الأوقات، نموذج التأثيرات المتوافقة على نمط التعامل مع وسائل الإعلام يرى أن تأثير هذه الوسائل ينجم عن طريق التفاعل بين مضمون وسائل الإعلام والوضع الاجتماعي والنفسي للجمهور.³

خامساً: الإتصال الشخصي

يقصد به الإتصال الشخصي الجمعي، يطلق بعض الخبراء على نمط الإتصال المباشر والتأثير الشخص مصطلح (التأثير عن طريق كلمة الفم).⁴ ويقصد به ذلك النوع من الإتصال الذي يتم من خلاله الإتصال واللقاء

¹ - حسن عماد ليلي حسين، مرجع سابق، ص 297.

² - Wimmer Roger D and Dominick Joseph, R. **Mass Media Research**, 4th TT Ed California Wadsworth publishing company, 1994, p355.

³ - بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مكتبة نهضة الشرق، د ت، القاهرة، ص ص 65 - 66.

⁴ - عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الإتصال والرأي العام "الأسس النظرية والأساسية العربية"، دار الفكر العربي، ب ط، القاهرة، 1999، ص 46.

المباشر بين صاحب الرسالة الاتصالية (مرسلها) ومستقبل الرسالة (الجمهور المستهدف)، وينتج عنه أفعال تلقائية وسريعة بصورة مباشرة، وهذه الأفعال هي التي تكمل الدائرة في ديناميكية الإتصال.¹

وبناء على ذلك عرف جوزيف دافيد الإتصال الشخصي بأنه: (ذلك الإتصال الذي يحدث بين شخصين أو أكثر أو بين فرد و جماعة من خلال موقف اتصال معين، وينطوي على قدر كبير من التفاعل والمشاركة داخل هذا الموقف الاتصالي).²

وتوجد بالمقابل آراء متعددة حول متغير الإتصال الشخصي، إذ يرى البعض أن هذا العملية له دور محدد فقط في عملية ترتيب الأولويات، بينما أكد آخرون أن دوره قوي ومؤثر في هذه العملية، في حين وجد البعض أنه عامل مساعد لكونه يعتمد على عناصر أخرى تسهم في زيادة أو عدم زيادة تأثيره.

سادسا: توقيت إثارة القضية

لا تتدخل وسائل الإعلام في وقوع الأحداث، وإنما هي مجرد ناقل لما يجري في الحقيقة وبذلك فإن متغير إثارة القضية قد لا ينطبق على الأحداث المستمرة، وكذلك الأحداث التي تصنعها الدولة وتنقلها وسائل الإعلام بهدف التأثير على الرأي العام، وبالتالي فإن اختيار توقيت إثارة القضية عامل مؤثر وهام، خاصة أثناء الأوقات غير الاعتيادية كفترة الانتخابات التي يؤثر بروز قضايا معينة فيها على سير حزب أو ناخب، مما يؤدي إلى صعود أو هبوط معدل الثقة به كنتيجة لتأثير القائم بالاتصال على صورة الناخب الذهنية من المرشحين وذلك عبر التشديد على بعض النقاط الخاصة به وإهمال سواها في هذه الفترة الحرجة، الأمر الذي يؤثر في موقف الجمهور الكلي نحو هؤلاء المرشحين.³

سابعا: نوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة

تكمن أهمية متغير نوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة في اختيار الفرد للوسيلة التي تناسبه، إذ من خلالها يتابع القضايا والأحداث المطروحة، وبالتالي فإن عملية الاختيار هذه تسهم إلى حد كبير في ترتيب أولوياته تجاه المضامين المختلفة، وعلى الرغم من تباين الآراء حول قوة تأثير كل من الصحافة والتلفزيون والإذاعة، إلا أن هنالك اتفاقا عاما على تلك الوسائل الإعلامية في ترتيب أولويات الفرد والجمهور في حالة تعرضه لها، وفي حالة تباين الاتجاه نحو تلك القضية أو الموضوع، وخاصة بالنسبة للقضايا الطارئة، بينما يختلف الأمر بالنسبة للقضايا المستمرة بسبب الكم المعرفي الذي يتكون لدى الفرد أو الجمهور تجاه تلك القضايا مع مرور الوقت.

حيث يحقق التلفزيون فاعلية على المدى القصير، بينما تحقق الصحافة فاعليتها على المدى البعيد، ولكن تزداد قدرة التلفزيون على ترتيب الأولويات مع الجمهور الذي يعتمد عليه كمصدر أول لمعلوماته عن القضايا المطروحة.

¹ - محمد وفائي، الإتصال وقياس فعاليته ضمن برنامج التدريب القومي للاتصال الشخصي في دعم نشاطات السكان وتنظيم الأسر، المجلس القومي للسكان بالتعاون مع اليونسكو، د ت، القاهرة، ص ص 26-34.

² - Josef A David, **Communication concept and divert process**, 3thed, New Jersey, 1981, p190.

³ - Sapiro Kiouis, opcit, p416.

1- نظرية ترتيب الأولويات وتكوين الرأي العام:

كما أشرنا سابقا بأن نظرية وبحوث ترتيب الأولويات قد انتشرت على نطاق واسع خلال العشرين سنة الأخيرة وذلك من خلال بحوث الإعلام والرأي العام. فقد اهتمت نظرية ترتيب الأولويات بدور الإعلام في تكوين الرأي العام وتحولت بهذا الموضوع من الأطر النظرية العامة إلى مجال الدراسات والبحوث... كما اجتهدت هذه النظرية في الإجابة على كثير من الأسئلة والإشكاليات المرتبطة بهذا الدور مثل هل الصحافة من وسائل الإعلام التي تعكس النقاش الدائر في المجتمع. وبالتالي الرأي العام أم إنها تخلق هذا النقاشة بالتالي الرأي العام، وماهي حدود حرية وسائل الإعلام في اختيار وطرح القضايا؟ وماهي الآثار المتوقعة للإعلام على الفرد في المجتمع.¹

وتسعى نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) إلى:

أ- الطرق التي تجمع وتختار بها وسائل الإعلام والأخبار والموضوعات من خلال ما يُعرف بعملية حارس البوابة أو ما يطلق عليه البعض صناعة الخبر.

ب- نتائج ترتيب الأولويات.

ث- تأثير ترتيب الأولويات على ما يفكر فيه الناس بغض النظر عن أهمية الموضوعات المقدمة.

2- وضع الأجندة والوظيفة السياسية:

تعتبر افتراضات ترتيب أولويات الاهتمام أحد الجهود العلمية لفهم دلالات الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام، والفكرة الأساسية وراء هذا الافتراض هو وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية القضايا والموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه القضايا لدى الجمهور المتعرض للوسيلة.

وتهتم هذه النظرية على وجه التحديد بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام عبر فترة زمنية قصيرة أو ممتدة وتنتهي غالبا الدراسات القائمة على هذه النظرية إلى وجود مستوى عال من التشابه بين كمية الاهتمام المعطاة لقضية معينة من قبل وسائل الإعلام. وبين مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي تعرض لهذه الوسائل ولا تعني هذه النتائج أو وسائل الإعلام لها قدرة هائلة على حمل الجمهور على اعتبار بعض القضايا أكثر أهمية من قضايا أخرى - أي أن أولويات الاهتمام لدى وسائل الإعلام تصبح هي ذاتها أولويات الاهتمام عند الجمهور.²

وقد حدد جولدنبرج goldenberg مفهوم الأجندة السياسية باعتبارها هي اهتمام الجمهور العام القضايا وركز على عنصر واحد من عملية بناء الأجندة وهو دور وسائل الإعلام في تحديد سعة وعمق الاهتمام العام بالنسبة لقضية محددة.³

¹ - محمد علي شومان، دور الإعلام المصري في تكوين الرأي العام، دراسات المركز القومي للبحوث الاجتماعية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1994، ص 203.

² - حمدي حسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 97-98 .

³ - بسيوني إبراهيم حمادة، العلاقة بين وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 41.

وقد أكدت أغلب بحوث ترتيب الأولويات. أن أولويات وسائل الإعلام تؤثر بدرجة كبيرة في أولويات اهتمام الجمهور أو الرأي العام.¹

يرى ماكوميس وشو أن ترتيب الأولويات يعتبر جزء من بحوث ونظريات التأثير، فقد ركزت على تحليل عناصر من المضمون عند قياس التأثير، وبمعنى آخر ربطت بحوث ترتيب الأولويات بين مضمون معين يغطي من خلال وسائل محددة مع موضوعات ظاهرة لدى أفراد الجمهور.

ثانيا: القنوات الإخبارية وتكريس المعرفة والسلوك السياسي للرأي العام:

1- الإعلام مصدر للمعرفة السياسية:

إذ يمكن القول بأنه بالرغم من توفر قنوات توصيل رسمية خاصة بالمصالح السياسية في كل دولة، فإن صانعي القرار يلجؤون في العادة إلى "الإعلام" وخاصة القنوات الإخبارية للحصول على معلومات متطورة عن الأحداث الدولية وردود فعل الجهات الدولية الأخرى نحوها.²

أن الحكومات تحصل على جزء من المعلومات المتعلقة بحدث دولي ماعبر وسائلها الرسمية، وغالبا ما تبعث سفاراتها بتقارير تقييمية عن تطور معين وتتجلى أهمية القنوات الإخبارية كوسيلة للاتصال السياسي في معرفة حالات الحروب والنزاعات السياسية التي تقطع أثنائها العلاقات الدبلوماسية والتجارية والثقافية... إلخ بحيث تجرم من أن تحصل عبر وسائل اتصالها الخاصة على معلومات عن الطرف الآخر، وفي حالة حروب كثيرة كالحرب العراقية الإيرانية وحرب الخليج، برز دور "المراسل الحربي" للقنوات الإخبارية المحلية والدولية في نقل أخبار الحرب وتطوراتها بل إن القنوات الإخبارية تلعب دورا "قناة توصيل" بين الطرفين المتحاربين في ظل القطيعة القائمة في قنوات الإتصال المعتادة.³

إن استكشاف دور القنوات الإخبارية كأداة لمعرفة ما يدور في البيئة الدولية يتضح من الحرص الذي تبديه أجهزة الصنع الخارجية في الاحتفاظ بأجهزة "التيكز" على سبيل المثال حيث تمثل هذه الأجهزة مصدر رئيسي لأعضاء الكونغرس الأمريكي والبرلمان البريطاني.

2- أهمية القنوات الإخبارية في تعزيز الثقافة السياسية:

تعد وسائل الإعلام والاتصال وخاصة القنوات الإخبارية من الأدوات الفاعلة في بناء الثقافة السياسية وتعزيزها في المجتمع الديمقراطي إذ إن تلك الوسائل تعد إحدى وكالات التنشئة السياسية، ذلك أن الكم الكبير من المعلومات والمعارف التي يحصل عليها أفراد المجتمع عن كل ما يتعلق بالجانب السياسي يأتي من خلال تلك

¹ - Jack M. McLeod lee Back and James.E. Byress, **Another Look at the Agenda setting Function of the press Communication research**. Vol No 2. April, 1974, pp, 131, 166.

² - محمد حمدان المصالح، الإتصال السياسي مقترن نظري تطبيقي، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2002، ص 100.

³ - محمد حمدان المصالح، المرجع نفسه، ص 101.

الوسائل وهي تصلهم مباشرة من تعرضهم الاختياري للرسائل والمواد الإعلامية والاتصالية التي تقدمها تلك الوسائل.¹

ويرى أحد الباحثين أن القنوات الإخبارية وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال تمتلك القدرة على تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع وبناء أو تعزيز قيم ومعتقدات وأفكار وتصورات سياسية، فضلا عن العمل على محاربة الصور السلبية السياسية التي تعوق حركة التطور في المجتمع وبما يكفل التحول الديمقراطي.²

وتعمل القنوات الإخبارية في النظم الديمقراطية أيضا على تعزيز مبادئ الديمقراطية بإتاحة الفرصة للنخبة الفكرية والثقافية لإبداء رأيها بشأن المخرجات السياسية، والدفاع عن حرية الرأي والتعبير، ومتابعة الأداء الحكومي وتصحيح المسار الديمقراطي، وتقديم بدائل حلول للموضوعات السياسية، فضلا عن إعطاء الأحزاب الفرصة المناسبة للتعبير عن نفسها ليسهم كل ذلك في نجاح مسيرة الديمقراطية في المجتمع.

وتساهم القنوات الإخبارية في النظم الديمقراطية بمساهمة فاعلة بتعزيز المشاركة السياسية عن طريق أوجه متعددة منها: تحفيز المواطنين على المشاركة السياسية في مجالاتها ومستوياتها كافة، أو توجيه اهتمامهم ووعيهم نحو النظام السياسي والمساعدة في تشكيل توجهاتهم وآرائهم السياسية، ويأتي ذلك من إمداد المواطنين بالمعلومات والخبرات والحقائق والأحداث السياسية بدقة ومصداقية ومن ثم تأهيلهم بالشكل الملائم للمشاركة السياسية.³

وتستخدم القنوات الإخبارية وقت الانتخابات قناة اتصالية ودعائية لتوضيح برامج الأحزاب والمرشحين وفي تشكيل اتجاهات المواطنين وآرائهم بشأن النظام الانتخابي المعمول به، وبشأن العملية الانتخابية وأسلوب إدارتها وكذلك في تعريفهم بالنظام الانتخابي السائد وكيفية ممارسة حق الانتخاب، وتعريفهم بمواعيد إجراء الانتخابات وبمفردات البيئة السياسية المحيطة وكافة مواقع صنع القرار في المجالس المنتخبة، فضلا عن تشجيع المواطنين على التقييد بجدول الانتخابات واستخراج البطاقة الانتخابية، وصولا عن تشجيع الأعضاء المنتخبين في المجالس المختلفة على تطوير أدائهم من خلال تقييم أدائهم في المجالس المذكورة.⁴

كما أن القنوات الإخبارية تضطلع بمسؤوليتها في تعزيز الثقافة السياسية عن طريق التنشئة السياسية للمواطنين بتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم السياسية التي كفلها الدستور والقانون في ضوء المضامين الصحفية المختلفة، ومن الالتزام بالدفاع عن حقوق الإنسان وحياته المختلفة، وفي تشجيع المواطنين على عضوية الأحزاب السياسية وفي ممارسة حقوقهم السياسية والاشتراك في الانتخابات عن طريق الترشيح أو التصويت وأيضا بتعريف

¹ - حسن عماد مكاوي محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ب ط، 2000، ص 19.

² - حسن رضا النجار، علم المعلومات وتقنياته، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2011، ص 53-55.

³ - نبيل علي، تحديات عصر المعلومات القاهرة، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، ب ط، مصر، 2003، ص 26.

⁴ - حسن رضا النجار، المرجع نفسه، ص 64-69.

المواطنين بطرق التعبير عن الرأي الشخصي، والتظاهر السلمي الذي لا يحدث ضرراً بأمن واستقرار المجتمع، وكيفية مخاطبة الجهات الحكومية المعنية بحل المشكلات التعبير عن الرأي في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة.¹ ويمكن القول في ضوء ماتقدم، إن وسائل الإعلام والاتصال وبخاصة القنوات الإخبارية يمكن لها أن تسهم مساهمة فاعلة في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع، وبما يؤدي إلى ترسيخ قيم الديمقراطية السليمة ولاسيما في المجتمعات التي تسير في طريق التحول الديمقراطي.

منهجية قياس الوعي السياسي:

استخدم الباحثون أنواعاً مختلفة من المقاييس لتحديد مستوى الوعي السياسي منها: مقياس التعرض لوسائل الإعلام، ومقياس المشاركة السياسية، ومقياس التعليم، والتقارير الذاتية حول مستوى الاهتمام بالسياسة. وبفضل زيلر (لأسباب نظرية وإمبريقية) الاعتماد على مقاييس بسيطة حول مستوى المعرفة الواقعية والمحايدة بالشؤون السياسية، وتمثل هذه الأسباب في كون مقاييس المعرفة السياسية تحدد بصورة مباشرة ما وصل إلى أذهان الناس والذي يكون مؤثراً بدوره في تحديد مدى ارتباطهم العقلي بالسياسة. ويؤكد زيلر ضرورة اقتصاد مقاييس المعرفة على الأسئلة الواقعية والمحايدة، لأن معظم المعلومات المقدمة في خطاب الصفوة ليست محايدة بصورة كاملة، حيث تتم صياغتها لأغراض حزبية، ومن ثم يمكن دحضها من خلال الأفراد ذوي مستويات الوعي السياسي المرتفع.

الميول السياسية:

تعريف الميول: الميول السياسية هي مجموعة الخصائص الثابتة المستقرة على المستوى الفردي، والتي تنظم قبول أو عدم قبول الرسائل التي يتلقاها الفرد.²

وتشتمل الميول على: الاهتمامات والقيم والخبرات والعرق والانتماء الحزبي والأيدولوجية والفلسفة.³

كيفية تكون الميول: إن الميول هي خلاصة خبرات الفرد على مدى حياته بما في ذلك التنشئة الاجتماعية أثناء الطفولة، والانغماس المباشر في العناصر الأولية للقضايا السياسية، مثل: كسب لقمة العيش ودفع الضرائب والتمييز العنصري، وغيرها من الأمور الحياتية اليومية، كما تعتمد الميول جزئياً على المكانة الاقتصادية والاجتماعية ومقومات الشخصية الموروثة والمكتسبة، والتفضيلات والأذواق الشخصية.

تأثير الصفوة على الميول: لا يفترض أن يكون للصفوة تأثير كبير على تشكيل الميول السياسية للأفراد... فالميول تتوسط استجابات الأفراد نحو المعلومات التي يقدمها الصفوة، ولكنها لا تتأثر بالصفوة على المدى القصير، وبما

¹ - نيل علي، المرجع نفسه، ص 135-137.

² - John Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, London, Cambridge University Press, 1992, p 21-22.

³ - John Zaller, *Information, Values, And Opinion*, American Political Science Review, vol 85, No 4, 1991, p 12-16.

أن نموذج زيلر يتناول تشكيل وتغيير الاتجاهات على المدى القصير... فإنه لا يدرس التأثير طويل المدى للصفوة على تشكيل الميول.¹

دور الميول في تشكيل الاتجاهات: يرى جون زيلر (1992) أنه إذا كان مستوى المعرفة السياسية لدى الفرد هي التي تحدد مدى تلقيه للمعلومات، فإن الميول السياسية هي العامل الحاسم في تحديد درجة قبول الفرد لما يتلقاه من رسائل... فالفرد يميل إلى مقاومة الرسائل غير المتسقة مع ميوله، بشرط أن تتوفر لديه المعلومات السياقية، التي تمكنه من تقييم هذه الرسائل في ضوء ميوله.²

ومن الأمثلة الواضحة على دور الميول السياسية في تشكيل الاتجاهات، تجد دور الانتماء الحزبي (باعتباره أحد أهم محددات الميول السياسية) واضحا في معالجة المعلومات، فالأفراد المستقلون (غير المنتمين للأحزاب) يعالجون المعلومات بأسلوب مختلف عن الأفراد ذوي الانتماءات الحزبية القوية، الذين لديهم إطار واضح وقوي يقيمون من خلاله الرسائل التي يتعرضون لها ويقبلون فقط الرسائل المؤيدة لمنظورهم السياسي ويفرضون كل ما عداها بينما الأفراد الذين يفتقرون إلى مثل هذا الإطار أي يفتقرون إلى ما يطلق عليه الشاشة الإدراكية (وهي الأفراد غير المنتمين حزبيا) فإنهم يتلقون عددا أكبر من الرسائل الحزبية المتنوعة، وفي هذا الصدد أثبتت نتائج عديد من الدراسات أن المستقلين هم الأكثر قابلية للتأثر بوسائل الإعلام من المنتمين حزبيا.³

وتعد القيم هي أكثر مكونات الميول السياسية قوة وتأثيرا على الرأي العام، وتشير القيم إلى مجموعة من المعايير العامة والدائمة التي تحتل مكانا مركزيا في نظم المعتقدات الخاصة بالفرد مقارنة بالاتجاهات.⁴ وهي التي تؤدي بالفرد إلى اتخاذ مواقف خاصة تجاه مختلف القضايا الاجتماعية.⁵ كما يتم تعريف القيم أيضا بأنها المبادئ المنظمة لموضوع معين.⁶

الصورة الإعلامية: ويمكن تقديم تعريف الصورة بأنها (انطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الأحداث المتغيرة وهي ذات محتوى غاية في البساطة، حيث لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي تعد أحد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات وهي أيضا من السمات الثابتة التي تأخذ شكل العقيدة الجماعية والتي تصاغ على غير أساس علمي أو موضوعي تأثرا بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط).⁷

¹ - John Zaller, **The Nature and Origins of Mass Opinion**, London, Cambridge University Press, 1992, p23.

² - Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000), **Public Opinion Formation in Swiss Federal Votes**, Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops, Do Campaigns Matter? 14-19 April 2000, Copenhagen, p4.

³ - Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, **Priming Theory and RAS Model Toward an Integrated Perspective of Media Influence**, American Politics Quarterly, Vol 25; 1997, p289.

⁴ - Donald Kinder & David Sear, **Public Opinion and Political Action in The Handbook of Social Psychology**, Vol. 2, ed, Gardner Lindzey & Elliot Aronson. Reading MA/Addison-Wesley, 1985, p674.

⁵ - Milton Rockeach, **The Nature of Human Values**, New York: Free Press, 1973, p13.

⁶ - John Zaller, Op, Cit, p26.

⁷ - السيد ياسين، الوعي القومي المعاصر، أزمة الثقافة السياسية العربية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام، القاهرة، 1991، ص ص

وللصورة ثلاثة مكونات رئيسة وهي:¹

- 1/ المكون الإدراكي: ويعني الجانب المعلوماتي في الصورة أي المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع ما.
 - 2/ المكون العاطفي: ويتضمن تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو إيجابية نحو الظاهرة موضوع الصورة.
 - 3/ المكون السلوكي: ويظهر هذا المكون في بعض السلوكيات المباشرة للظاهرة مثل التحيز لجماعة ما والصورة على وفق رؤية الباحثين النفسين والاجتماعيين تمثل "بنية اجتماعية تنتج عن التأثير التراكمي لعمليات الإتصال الفعالة والمستمرة في المجتمع، وتنتج عن السمع والأقويل والتحدث وليست بالخبيرة المباشرة."²
- ويمكن إيجاز أبرز ما تركز عليه التعريفات والدراسات بشأن الصورة على أنها تهتم بالدرجة الأساس بما يلي:³
- تمثل مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر.
 - هذه المعارف التي تشكل الصورة تتسم بالترتيب وفقا لنظام معين كما تتسم بالتراكم.
 - تتسم الصورة بقدر من الخيال وهي ليست ممثلة للواقع.
 - تتحكم الخبرات السابقة والتجارب التي يمر بها الفرد في تشكيل الصورة.
 - التفضيل والتمييز والانتقاء من أهم معالم الصورة.
 - تميل سمات الصورة إلى الثبات النسبي ومقومة التغيير.
- والحديث عن الصورة قد ينسحب إلى مفهوم الصورة الذهنية التي تعرف بأنها (هي النتاج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة صدق التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظر من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه ويقدمونه على أساسها).⁴
- كما يمكن للحديث عن الصورة أن ينسحب إلى مفهوم الصورة النمطية التي توصف بأنها (الأحكام والصفات والتقدير العام والإيجابية والسلبية النابعة من الانطباعات الذاتية المستندة إلى خلفيات الإرث الثقافي والبعث الأيدلوجي والتراكم المعرفي، والتي تطلقها جماعة أخرى نتيجة الأحكام المسبقة التي تحوم حولها).⁵
- وتتسم الصورة النمطية بسمات عدة من أبرزها:

¹ - أيمن منصور، الصورة الذهنية والإعلامية، عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، ب ط، القاهرة، 2004، ص 1.

² - ثريا البدوي، دور الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لدى الشعب المصري عن الأوروبيين، ب د، ب ط، القاهرة، 1995، ص 86.

³ - أمال كمال طه، صورة العراق في التغطية العربية والغربية في التسعينات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 75.

⁴ - السيد عليوة، تنمية المهارات في العلاقات العامة في ظروف المنافسة، ابتراك للنشر، ب ط، القاهرة، 2001، ص 58.

⁵ - إبراهيم الداوقوي، صورة الأتراك لدى العرب، مركز دراسات الوحدة العربية، ب ط، بيروت، 2001، ص 18.

1) تختلف الصورة النمطية عن الآخر عن المعرفة بهذا الآخر، وذلك لأنها خلاصة إدراك شامل لهذا الآخر ونتاج اعتبارات عوامل متعددة تاريخية واجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية قديمة وحديثة، كما قد تكون نتيجة لعمليات متعددة ومقصودة.

2) الصورة النمطية تجسيد لواقع فكري معين، والصورة مقدره كبيرة على تقنين الفكرة، وهي القالب الذي تصب ضمنه، ويحفظها من الضياع ويسهل انتشارها، وعندما تتشكل الصورة تصبح بحد ذاتها منطلقا لعمليات فكرية جديدة تضاف إلى الصورة فتبلورها.

3) تحمل الصورة حكما قيما، وتعكس خيارا يعبر عن إدراك، لذا فإن دراسة مضمونها وعناصرها وخصائصها وحركتها تضم طبيعة الإرث الثقافي والبعد الأيدلوجي والزد المعرفي.

وإلى جانب المفاهيم السابقة عن الصورة يبرز مفهوم الصورة الإعلامية والتي يقصد بها السمات والصفات التي تنسبها وسائل الإعلام لإحدى الدول أو الشعوب من خلال ما تقدمه من مضامين وبرامج حول تلك الدول والشعوب.¹

ويظهر مفهوم الصورة الإعلامية اختلافا بين الواقع الفعلي والواقع الرمزي الذي تقدمه وسائل الإعلام ويشير ذلك إلى إمكانية تشكيل وسائل الإعلام لعقول الجمهور من خلال مات طرحه من تصورات حول دول أو شعوب وقضايا مرتبطة بها، إذ تركز تلك التطورات على مفاهيم معينة مرتبطة بتلك القضايا ويسعى الإعلام إلى نشرها وإبرازها وترويجها على نطاق جماهيري وربط تلك الجماهير بتصور معين تجاه قضايا تلك الشعوب.²

والصورة الإعلامية قد تكون متعلقة بالدولة وعند ذاك تسمى بالصورة الإعلامية للدولة وهي تعني (الانطباعات والتصور العقلي المقصود لدى القائمين على الوسيلة الإعلامية حيال دولة معينة، في ظل جملة من المرتكزات، أهمها السياسة الإعلامية المنبثقة أساسا من سياسة الممول لهذه الوسيلة، سواء كانت الدولة أو جهات أو مؤسسات وذلك بهدف تشكيل جملة من الأفكار حول تلك الدولة تريد الوسيلة تقديمها للجمهور).³

والصورة الإعلامية هي أساسا صورة في فكر صانع القرار الإعلامي المسيطرة على وسيلة الإعلام والذي يرسم ملامح بخطوط عريضة تتناسب طرديا مع مدى سيطرة صانع القرار على الوسيلة، وبهذا تتحدد هوامش الحرية التي تتركها السلطات سواء كانت سلطة الدولة أو النظام الإعلامي أم الممول الاقتصادي وبالتالي فإن تعليمات صانع القرار الإعلامي تنتقل إلى القائم بالاتصال الذي يحدد طبيعة تلك الصورة من خلال (فلتر) أو تصفية المادة

¹ - علي الدين هلال، صورة الأوروبي في الإعلام العربي، ب ط، القاهرة، 1997، ص 97.

² - نشوى حسنين الشلقاني، دورة قناة النيل في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 22.

³ - أمال كمال طه، مرجع سبق ذكره، ص ص 64-65.

الإعلامية فتلويين المواد الإعلامية تكون من خلال تقديم تلك الصورة بطرق وأشكال متعددة ومختلفة لكنها في النهاية تصب في الاتجاه الذي يحدده صانع القرار الإعلامي.¹

والصورة لها بعد آخر يأخذها نحو السياسة لذا برز مفهوم الصورة السياسية وهي تعني تلك الأحداث والأزمات الدولية القادرة على تشكيل الصورة السياسية للدولة لأهميتها وغرابتها ولكونها غير عادية وغير معتادة.² والصورة السياسية هي التي تنتجها وسائل إعلام الدولة أو غيرها والتي تظل معبرة إلى حد كبير عن وجهة نظر السلطة الحاكمة أو المالكة للوسيلة الإعلامية والقوى المرتبطة بها بشأن موضوعات الصورة تلك وأسلوب فهمها لما تجده في مصلحتها.

وهناك مجالات عدة لتأثير الصورة التي تعرضها وسائل الإعلام على الصورة لاسياسية للدول لما لها من تأثير في صنع السياسة الخارجية، وقد أكد باحثون مختصون في هذا السياق أن الصورة الذهنية تلعب دورا مهما في السياسة الخارجية، وهم يرون أن الصور تلك تستخدم كأدوات لتأييد وتفسير الأمور السياسية وتوجيه سلوك الدول.³

ويتطلب نقل الصورة السياسية عبر وسائل الإعلام بناءا خاصا للرسالة الإعلامية الإخبارية وتوفر بعض العناصر الأسلوبية التي بدونها يصعب نقل الصور أو تكوينها وتلك العناصر يمكن إجمالها بالآتي:⁴

(1) بناء الرسالة وتأليفها: لا بد أن يكون مضمون الرسالة السياسية بسيطا، مألوفًا، مثاليا، فالصورة السياسية تبدأ عادة بجملة رئيسة أو فكرة ترسم طريقا ملائما للناس حتى يفكروا في موضوع الصورة مثال(النظام الدولي الجديد الشرعية الدولية، الشرق الأوسط الجديد، الحرب على الإرهاب...إلخ).

(2) إبراز الرسالة وتأليفها: يتم بموجب ذلك إغراق وسائل الإعلام بالرسالة السياسية لتكون أكثر بروزا وظهورا من الرسائل المنافسة لها ليكون لها النصيب الأكبر في تكوين فكر الأفراد وتصوراتهم.

(3) إحاطة الرسالة السياسية بسياج من المصادقية عن طريق استخدام الحجج المنطقية أو الإستمالات العاطفية أو كلاهما معا.

ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام بصفة أساسية نظرا لقدرته المحدودة على الوصول إلى المعلومات عن السياسة الخارجية من مصادر أخرى، ومن ثم تعمل وسائل الإعلام على خلق التصورات وتثبيتها وتعديلها عن الدول والأحزاب والقادة والزعماء.⁵

¹ - أحمد علي الشعراوي، صورة الولايات المتحدة في التغطية الصحفية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص 6.

² - المرجع نفسه، ص 66.

³ - وائل ماهر قنديل، صورة الخطاب الصحفي لمراسلي الصحف ووكالات الأنباء العربية العاملة في مصر خلال الفترة (1990 - 1996)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، ص 81.

⁴ - وائل ماهر قنديل، مرجع سبق ذكره، ص 79.

⁵ - وائل ماهر قنديل، مرجع سبق ذكره، ص 81.

القنوات الإخبارية والمعرفة السياسية:

لقد أكد ماكلويد (McLeod) (1968-1969) أن ثمة علاقة ارتباط بين التطور الضخم لوسائل الإتصال الجماهيري وبين المعرفة السياسية، كما وصل إيليا حريق (1971) إلى أن هناك علاقة ارتباطية واضحة بين استخدام الإتصال الجماهيري وبين المعرفة لدى الأفراد.¹

وتفترض الدراسات الخاصة بوسائل الإتصال أن الإتصال ليس مجرد وظيفة للنظم السياسية، وليس مجرد نظاما يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية وإنما هو في الأساس وعلى حد تعبير ولبورشرام كما ذكرنا " المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية".²

ومن هنا يصبح لوسائل الإتصال الجماهيري وبالأخص القنوات الإخبارية دور وظيفي في إطار العملية السياسية والاجتماعية...

3- القنوات الإخبارية والمشاركة السياسية: المفهوم - الأنماط: تعد المشاركة السياسية من أهم المواضيع التي تدخل في التطبيق الديمقراطي لأنظمة الحكم، فهي تعبر عن توسيع المشاركة السياسية لمواطني الدولة وتمثيلها سياسيا في الحكم، أو زيادة معدلات المشاركة السياسية من جانب المواطنين في العملية السياسية ويعرض لوسيان باي مفهوما مبسطا للمشاركة السياسية يقترن من مثيله عند غابرييل الموند³، وهو يشير إلى أنها تعني "مشاركة أعداد كبيرة من الأفراد والجماعات في الحياة السياسية". وهي تعني بحسب صموئيل هنتغتون وجون نلسون "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي سواء أكان هذا النشاط فرديا أم جماعيا، منظما أم عفويا، متواصلا أو متقطعا، سلميا أم عنيفا، شرعيا أو غير شرعي، فعلا أو غير فعال"⁴. وصارت المشاركة السياسية ركنا هاما من أركان الديمقراطية، بل متطلبا أساسيا من متطلبات التحول الديمقراطي في بلدان العالم الثالث، لاسيما وأن تلك البلدان لم تعرف المشاركة السياسية الحقيقية، الأكثر من ذلك أن المشاركة السياسية تمثل أزمة تعانها معظم تلك البلدان.

تنشأ أزمة المشاركة عندما تأخذ جماعة جديدة بالمطالبة بإشراكها في الحكم على نحو أو آخر. ولذلك فإنها في الوقت نفسه تنطوي على أزمة شرعية، وتشكل تهديدا لمركز الجماعة الحاكمة وعلى الأخص إذا بدت هذه الخيرة وهي لا تستجيب إلى مطالب القوى الصاعدة، ولا ريب في أن كل ما يؤدي إلى تغيير المجتمع ماديا كالتصنيع

¹ - Herbert I. Schiller, *Communication & Cultural Domination*; New York, International Ar to & sciences Inc, 1976, pp139-140.

² - عبد الغفار رشاد، مرجع سبق ذكره، ص44.

³ - عبد المنعم المشاط، التنمية السياسية في العالم الثالث: نظريات وقضايا، مؤسسة العين للنشر والتوزيع، ب ط، العين، الإمارات العربية المتحدة، 1988، ص17.

⁴ - ورد في ثامر كامل محمد، إشكاليات الشرعية والمشاركة وحقوق الإنسان في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد251، بيروت، كانون الثاني، يناير2000، ص117.

واستخدام التكنولوجيا، أو إعادة النظر في النظم الزراعية، وغير ذلك يؤدي إلى تصاعد جماعات اجتماعية جديدة تطالب بإشراكها في الحكم.¹

ولأهمية المشاركة السياسية باعتبارها ركنا مهما من أركان التنمية السياسية لجأت إليها الكثير من الأنظمة السياسية في بلدان العالم الثالث عند استقلالها ولكنها عرفت مشاركة سياسية مشوهة هي أقرب إلى التعبئة منها إلى المشاركة السياسية الحقيقية، حيث بدا لتلك البلدان أن أهم نتائج الاستقلال هي مشاركة الجماهير في حكم الدولة وهو قول حق من حيث المبدأ، لأن الاستقلال هو التحرر السياسي لجميع المواطنين. وقد اشتركت الدول الأسبق إلى الاستقلال الجماهير في الحكم بواسطة انتخاب أو الاقتراع العام، ولكن هذه المشاركة تأخذ في بعض الدول حديثة الاستقلال أشكالا تظاهرية أو انفعالية قد تعوق النمو السياسي. ولذلك يتحتم التوازن بين متطلبات المشاركة الجماهيرية ومقتضيات النظام العام.²

وتعتمد عملية المشاركة السياسية على الدولة والأحزاب ذات الشرعية الواقعية وذات الشرعية القانونية والجموعات داخل النخب الحاكمة التي يمكنها أن تخلق نوعا من المعارضة الداخلية، وأن تعلن عندما تحين الفرصة معارضتها المفتوحة، كما تتضمن أيضا المجموعات الوظيفية وكذلك النقابات، فضلا عن الحركات الاجتماعية الدينية والعرقية. ويتأثر نمط المشاركة داخل الأنظمة الأوتوقراطية بطبيعة الدولة، ومدى قرب النظام من النمط التبعوي أو النمط المصالحى للمشاركة.³

ينظر النمط التبعوي إلى الحكومة على أنها سلاح تنظيمي، يهدف عن طريقه إعادة تنظيم المجتمع وتغيير أسسه، مما يستتبع ظهور نظام جديد من الولاءات والأفكار تصبح هي الإطار المعياري للمجتمع الجديد. فيقوى التأكيد على النفوذ التفصيلي، وعلى الولاء الكامل، وعلى الواحدية والتخصص الإيديولوجي يتحول الحزب والحكومة إلى أدوات مركزية للتغيير، ويعمل التوجه الجديد إلى إلغاء كل منافسة سواء باحتوائها أو بإفسادها كما يعمل على إلغاء أشكال الحياة السياسية التي يحتمل أن تفرز ضروب منافسة محتملة للنخب الحاكمة، بينما ينظر النمط المصالحى إلى التأكيد على "الوفاق" بين المجموعات والحفاظ على الوضع القائم وتصبح السياسة، كمنشآت حي ومرن، هي المصالحة بين الآراء على اختلافها، ويجاوب أن يضع لنفسه نظاما من المعايير يدور حول "الشرعية" والتعدد والانتشار الإيديولوجي.⁴

والنمطين السابقين كلاهما لا يعبران عن مشاركة سياسية حقيقية، لأن بين المشاركة السياسية الحقيقية (وليس عبر الأنماط السائدة في معظم بلدان العالم الثالث) والرأي العام علاقة تأكيد أحدهما للآخر، فوجود مشاركة

¹ - صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي: أسسه وأبعاده، مطابع الموصل، ب ط، الموصل، 1986، ص 334.

² - حسن صعب، علم السياسة، دار العلم للملايين، ب ط، بيروت، 1997، ص 373.

³ - محمد عبد الباقي الهرماسي، المجتمع والدولة في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ب ط، بيروت، 1987، ص 87.

⁴ - محمد عبد الباقي الهرماشى، المرجع نفسه، ص 88.

سياسية حقيقية يعني وجود رأي عام فاعل ومؤثر، فالمشاركة السياسية بحسب فوكوياما هي "حق المواطن في الإدلاء بصوته في الانتخابات، وحق المشاركة في الحياة السياسية"¹.

وفي الوقت نفسه نلاحظ أن دور الرأي العام ينسحب إلى الاجتماعات الانتخابية بعد إجراء الانتخابات ليراقب الطريقة التي بموجبها تطبق قواعد اللعبة، كما يؤكد والتزليمان على ذلك بالقول "يصبح الرأي العام بمعنى ما، مساهما فعالا وحكما في اللعبة، أي في القرارات السياسية للهيئات التمثيلية ومثلي الشعب"².

من هنا يمكن القول أن لا وجود لرأي عام فاعل إذا لم يتمتع الإنسان بالحقوق والحريات الأساسية، وإذا لم يكن له الحق والامكانية الفعلية في استخدام ذكائه ومعارفه وخياله في تسوية المشكلات العامة للمجتمعينبغي على المواطن أن يتمتع بالحقوق والمكانيات التي تخص قابلياته. ويجب أن لا يشغل باله بمعرفة ما إذا كان رأيه مناقضا للسياسة المتبعة أو أنه تخطئه لمصالح مختلف الجماعات المتنفذة، ويجب أن يتحقق من وجهة نظره التي يمكن أن تصبح جزءا لا يتجزأ من الرأي العام وأساسا ما أو تغييرا لسياسة.³

العلاقة مترابطة إذن بين الرأي العام والمشاركة السياسية، وبالرغم من هذا الترابط إلا أن ضعفهما في بلدان العالم الثالث غيّبهما عن الحياة السياسية وعن إدائهما دورا فعالا فيها، ذلك أن "الدولة سلبت المجتمع من وظائفه الحيوية واحتكرتها لنفسها، وجردت الشعب من حقوقه الإنسانية، ومنها حق المشاركة في الحياة السياسية وحق التعبير عن آرائه المستقلة"⁴.

وإذا كنا قد تحدثنا عن الرأي العام في صفحات سابقة فإن المشاركة السياسية هي الأخرى عانت من التغييب لدورها الحقيقي، على الرغم من ادعاء الكثير من الأنظمة السياسية تطبيقها، ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال توضيح أهم الأنماط السائدة للمشاركة السياسية:⁵

1- نمط الدولة أنا وفي هذا النمط من المشاركة السياسية، إن جاز لنا استخدام المصطلح حرمان من مشاركة سياسية حقيقية. وهو بالحصلة نمط أبوي تسلطي عرفته المجتمعات التقليدية القديمة ما قبل ظهور الدولة (الأمة Nation-State)

2- النمط الإقصائي وهو نمط من المشاركة السياسية يكون فيه استبعاد وتهميش لشرائح اجتماعية معينة ومحددة كأن تكون جماعة سياسية، جماعة أجنبية أو عرقية أو طائفية... إلخ هذا النمط من المشاركة السياسية يمكن وصفه بـ "الإقصائي" لأن النظام السياسي يسمح بالمشاركة السياسية ولكن بطريقة كيفية.

¹ - فرانسيس فوكوياما، نهاية التاريخ، ترجمة حسين الشيخ، دار العلوم العربية، ب ط، بيروت، 1993، ص 59.

² - جوفان دجور جفش، الرأي العام في النظام الاشتراكي، ترجمة صادق الأسود، منشورات قسم السياسة، ب ط، جامعة بغداد، 1970، ص 61.

³ - المرجع نفسه، ص 78-79.

⁴ - حليم بركات، المجتمع العربي في القرن العشرين: بحث في تغير الأحوال والعلاقات، مركز دراسات الوحدة العربية، ب ط، بيروت، 2001، ص 923.

⁵ - خيرى عبد الرزاق جاسم، الوحدة الوطنية والمشاركة السياسية، جريدة الوطن، العدد 48، شباط، 2004، ص 21.

3- النمط الثالث من أنماط المشاركة السياسية هو النمط "التعبوي" وفي هذا النمط تكون المشاركة السياسية الحقيقية بالمعنى الاصطلاحي للمفهوم. عرفت هذا النمط من المشاركة السياسية معظم أنظمة الحزب الواحد ويمكن تسميته بالنمط التعبوي لأنه يسمح بالمشاركة السياسية لكن ضمن إطار النظام السياسي ومساندة قراراته. وبالاستناد إلى النمط المذكورة أعلاه يمكن التأكيد على "أنه بالرغم من تظاهر القيادات بالعصرية تمارس السلطة من منطلق أبوي تقليدي، وهي (المنظمة السياسية) رغم سماحها بإقامة مؤسسات سياسية للمشاركة تحتفظ بسلطة شخصية مطلقة وهيمنة كاملة على العملية السياسية وهي عاجزة واقعياً عن تنفيذ ما ترفعه من شعارات نظراً لضعف قدرتها، فضلاً عن اعتمادها على القمع الداخلي وأحياناً الدعم الخارجي لتأمين استمرارها في الحكم.¹

لذلك نلاحظ أن ترقية المشاركة السياسية من مشاركة شكلية إلى مشاركة فاعلة تتأثر بشكل أو بآخر بمسألتين هما:
1- درجة تطور المجتمع وفاعلية مؤسساته. إذ كلما تطور المجتمع وتطورت مؤسساته السياسية كلما صارت المشاركة السياسية فاعلة وبالتالي صارت إمكانية تعزيزها في الاستجابة للمطالب الاجتماعية المتصاعدة من النظام السياسي.

2- درجة الوعي السياسي لدى المواطنين بضرورة المشاركة السياسية، فكلما كانت درجة الوعي عالية كلما عرف المواطن أهميتها في تعزيز دوره في المجتمع، وكلما انخفض ذلك الوعي أو غيب بفعل النظام السياسي كلما تشوه المعنى الحقيقي للمشاركة السياسية واقتصرها على النخبة بمقابل تهميش شرائح المجتمع الأخرى. عليه وبالاستناد إلى ما تقدم، نرى أن الحاجة إلى مشاركة سياسية حقيقية وفاعلة ينبغي أن تكون مؤسسة على ركائز أساسية منها²:

1/ إيمان النظام السياسي بالمشاركة السياسية وسعيه إلى توسيعها، لكي لا تتحول إلى مطلب مجتمعي تهز شرعيته.
2/ تمثيل شرائح المجتمع كافة في مؤسسات النظام السياسي بمختلف توجهاتها السياسية وانتماءاتها الدينية والقومية والطائفية والقبلية.

3/ خضوع الحكومة/النظام السياسي لصوت الشعب بأرائه وانتماءاته مطالبه لا أن تكون مطالبه منقطعة الصلة عن الحكومة، وباختصار الاستجابة للمطالبة المجتمعية.

4/ أن تكون للنظام السياسي القدرة على الاستجابة للتغيرات الحاصلة في المجتمع بحيث تكون له القدرة على الاستجابة لمطالب الشرائح الاجتماعية المتصاعدة، وهذه مسؤولية المؤسسات السياسية التي ينبغي أن تكون لها

¹ - جلال عبد الله معوض، القيادة السياسية كأحد مداخل تحليل النظم السياسية في مجموعة باحثين: إتجاهات حديثة في علم السياسة، مركز البحوث والدراسات السياسية، القاهرة، 1987، ص 210.

² - خيرى عبد الرزاق جاسم، الوحدة الوطنية والمشاركة السياسية، مرجع سبق ذكره، ص 23-24.

قابلية التكيف مع التغيرات الحاصلة في المجتمع وفي الوقت نفسه قدرة على الاستجابة لها. وهذا الإجراء ضامن لعدم التهميش والإبعاد عن مجمل العملية السياسية.¹

ثالثاً: القنوات الإخبارية والتأثير في اتجاهات الرأي العام

لو تركنا جانبا من التأسيسات النظرية واقتصرنا على الأبعاد العملية لكان علينا أن نلاحظ طبيعة التغيرات التي أصابت المجتمع المعاصر من حيث علاقة ظاهرة الرأي العام بالحقيقة الحضارية. الرأي العام أضحى اليوم يمثل أحد المداخل الحقيقية لفهم أي جماعة سياسية سواء كان ذلك مرتبطا بالدلالة الحضارية أو بالأوضاع السلوكية، سواء كانت تلك الأوضاع السلوكية تدور في إطار البعد الجماعي أو النواحي الفردية، تقف عند حد السلوك الصحي أو تتعداه إلى دراسة السلوك المرضي. فلنتذكر إجمالاً أسباب ذلك:

أولاً: الثورة الإعلامية التي بدأت تبرز ملامحها الواضحة من حيث التقريب بين الشعوب منذ أعقاب الحرب العالمية الثانية بعد أن قاربت بين الطبقات خلال القرن الماضي.²

وعملية التقريب بين الشعوب لا بد وأن تؤدي إلى ذلك التقارب الحضاري الذي هو الخلفية الحقيقية لعملية التفاعل اللازمة لانسياب اتجاهات الرأي العام عبر الحدود.

ثانياً: ارتفاع أهمية المواطن العادي في عملية صنع القرار السياسي.³

فالمجتمع المعاصر يسلم بغض النظر عن صورة النظام السياسي بأن أحد أهدافه - حتى ولو كان مجتمعنا ديكتاتورياً - أن يرضى بل وأن يتملق ذلك الرجل العادي: مواطن يفهم كل شيء ولا يفهم شيئاً، أضحى المواطن العادي بهذه المعنى عنصراً من عناصر صنع السياسة ولوفي الأمد القصير، وهذا يعني لغة معينة في التخاطب وعلاقة معينة في التأثير والتأثر⁴، النتيجة الطبيعية هي اختلاط السلوك الفردي بالسلوك الجماعي.

ثالثاً: زاد من تأكيد هذه النواحي انتشار الدعاية و الحرب النفسية عقب أن كانت للحرب النفسية تمثل حالة استثنائية وترتبط بالصراع الجسدي مكاناً وزماناً، أضحت اليوم وبسبب الانقسام الأيديولوجي الذي يعاناه مجتمع القرن العشرين تمثل القاعدة العامة ولا تقتصر على حد النموذج الاستثنائي. الدعاية والحرب النفسية رغم أنها ظاهرة جماعية إلا أنها بدورها تسعى إلى عملية تغيير للسلوك البشري على المستوى الفردي: في الحالة الأولى بتغيير غير المهتم إلى مهتم أو غير الصديق إلى صديق، وفي الحالة الثانية بتحطيم التكاملية الشخصية الفردية وإحلال الحالة المرضية موضع الصحية.

¹ - خيرى عبد الرزاق جاسم، الرأي العام والمشاركة السياسية ودورها في تعزيز الديمقراطية، مرجع سبق ذكره، ص 24.

² - ليفولسى، م.س.ذ، ص 19.

³ - Lindblom, *The policy-making process*, 1968, p 43.

⁴ - Bailey, *The man in the street, the impact of American public opinion on foreign policy*, 1964.

رابعاً: ثم تأتي عملية التطور العام للمجتمع المعاصر إلى مجتمع استهلاكي يقوم على أساس العمليات الاقتصادية المرتبطة بالإنتاج والتسويق فتقدم دفعة أخرى لأهمية الظاهرة. إن نجاح التسويق يفترض عملية خلق أذواق جديدة، وخلق أذواق جديدة لا يعني سوى تغيير في الأنماط السلوكية الاستهلاكية.

خامساً: ثم تأتي ظاهرة التخلف الاقتصادي بأبعادها المختلفة فتثير مشاكل أخرى عديدة لا حصر لها ترتبط بدورها بظاهرة الرأي العام. إن ظاهرة التخلف من الناحية العملية ما كان يمكن أن تفرض وجودها بهذه الضخامة لولا التقدم الرهيب في علاقات الإتصال الدولي.¹

كان من الممكن كما حدث في أكثر من مرحلة واحدة من مراحل الوجود الإنساني أن تظل المجتمعات المختلفة مغلقة على نفسها غير مدركة لما يحيط بها من تقدم لو لم يكن قد عرف العالم الثورة الإعلامية التي نعيشها. كذلك ظاهرة التخلف من حيث حقيقتها الحركية لا تعني سوى نقل المجتمع المختلف من حيث خصائصه الحضارية إلى تلك الصورة التي تقدمها المجتمعات المتقدمة من هذه النواحي. من بين أبعاد ذلك التطور لا بد وأن تحتل ظاهرة الرأي العام مكانة أساسية في عملية التغيير الإجتماعي والسياسي.²

1- عملية غسيل المخ أو التحويل العقيدي³:

اصطلاحان كل منهما له دلالة، رغم أن كلا منهما ينطوي ويندمج تحت نفس الظاهرة. كلاهما يعكس مرحلة متقدمة للعمل الدعائي، فهو لا يقتصر على حد تشويه المنطق وإنما يرتفع إلى مرتبة التلاعب في مقومات الشخصية الفردية. جوهر العملية هو الإمساك بالعناصر النفسية للفرد وعن طريق التلاعب بتلك العناصر للوصول بتلك الشخصية إلى حالة من الاختلال فإذا بها تصير أداة طبيعة، في يد المهيج أو مثير الفتن والقتال عملية غسيل المخ تتجه إلى العدول لتجعل منه أداة تنقل البذور الهدامة، والتحويل العقيدي يتجه إلى الصديق ولكن في كلا الحالتين فالعملية فردية لا يمكن أن تتم إلا من خلال الإمساك بالمواطن فرداً وتخطيط مقومات شخصيته ليصير أداة طبيعة، أو بعبارة أخرى ليتم ترويضه على أن يقوم بما أمره به مروضه. عملية غسيل المخ القصد منها بذور بذر الفتنة في مجتمع العدو الذي نسعى إلى القضاء عليه، أما عمليات التحويل العقيدي فتتجه إلى الاحتواء والسيطرة بقصد تخطيط أو شل المعرضة أو إمكانيات الرفض.⁴

كذلك يتعين علينا أن نميز في مدلول كلمة الاعلام بين أكثر من معنى واحد. فالاعلام يقصد به كما سبق ورأينا في معناه العام الإخبار، بهذا المعنى عندما نتحدث عن النظم الاعلامية فإن الذي نقصده بذلك الاصطلاح هو

¹- Fischer Merrill, **International communication, 1970; LAZARSELD? The prognosis communication research**, in public Opinion Quarterly, Vol, 1953, p482.

²-Festinger, **Behavioral support for opinion change**, in RICHARDSON Dimensions of communication, 1969, p105.

³- براون، مرجع سبق ذكره، ص285.

⁴- حامد ربيع، نظرية الدعاية الخارجية، مرجع سبق ذكره، ص101

تلك الأدوات التي تقوم بعملية الإخبار، أي الصحافة أو الراديو أو التلفزيون. ولكن هذا لا يكفي في التحديد بالمدلول الحقيقي للاصطلاح.¹

أولاً: فيجب أن نميز أولاً بين الإعلام الجماهيري والاتصال الشخصي. والاصطلاح الأول يقصد به تلك الأدوات التي تفترض الإتصال غير المباشر، بمعنى أن عملية نقل الخبر من مرسل إلى مستقبل تفترض عدم وجود علاقة مباشرة بينهما. بهذا المعنى نميز في الإعلام الجماهيري بين الإعلام المكتوب كالصحافة والكتبوالإعلام المسموع أي الإذاعة والإعلام المرئي التلفزيون والسينما، أما الإعلام الشخصي أو غير الجماهيري فهو حيث توجد علاقة اتصال مباشر بين المرسل والمستقبل سواء كانت تلك العلاقة المباشرة تتم في لحظة الإرسال نفسها أو على عدة مراحل، فالخطابة والمسرح إعلام مباشر، وكذلك الإتصال التلفزيوني، أو من خلال رسالة شخصية رغم الانقطاع المكاني أو الزماني في هذين النموذجين. محور التفرقة بين هذين النوعين من أنواع الإعلام هو إمكانية اكتشاف رد الفعل لعملية الإتصال من جانب المرسل.

ثانياً: كذلك يجب أن نميز بين كلمة النظم الإعلامية بمعنى أدوات نقل العملية الاتصالية والنظم الإعلامية بمعنى القواعد المنظمة للوظيفة الاتصالية للدولة. بالمعنى الأول تصير الكلمة مرادفة لأدوات الإتصال. بالمعنى الثاني فإن الاصطلاح يلقى بنا في متاهات ما يسمى بالفلسفة الإعلامية.²

والواقع أن العالم اليوم تتقاسمه إتجاهات متباينة في تصوره لجوهر وحقيقة وظيفة الدولة الاتصالية، وكل منها تتميز تمام التمييز عن الأخرى من حيث جوهرها النابع من تصور موقف السلطة السياسية من ظاهرة افتصال فالنظام الأمريكي يقوم على فلسفة ترى في وسائل الإعلام صورة معينة من صور الاستغلال الخاص لرأس المال. ومن ثم فالوسيلة الاعلامية يجب أن تسعى لأن تصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور لتحقيق أكبر قسط من الريح على العكس من ذلك كان الإعلام السوفييتي يقوم على فلسفة تمثل النقيض المطلق. ووظيفة الاعلام النابعة من تحديد وظيفة الدولة الاتصالية هي الاعداد الكامل لمواطن الغد، ومن ثم فلا تعنيه الحقيقة الاخبارية بقدر ماتعنيه تلك الحقيقة في موضعها من السياسة الكفاحية للدولة.

مجتمعات غرب أوربا تقدم نموذجاً ثالثاً يتخذ موقفاً وسطاً بين هذين التطرفين، فإذا كانت الدولة لا تستطيع أن تدع جانباً مسؤولياتها إزاء النظم الإعلامية فإن الأجهزة الإعلامية بدورها لها حرية معينة يجب في داخلها أن تتحمل مسؤولياتها. فلسفة النظم الإعلامية يجب أن تقوم على أساس تحقيق توازن بين قوى ثلاث كل منها لها وجودها ولها وظيفتها: الدولة، وأداة الإتصال الجماهيري، والفرد، كذلك المواطن له حق في الإعلام، وله حرية في

¹ - Araguren Socioilogie d'information, 1967, p 104.

² - حامد ربيع، مرجع سبق ذكره، ص 77.

الإعلام، بمعنى حرية في البحث عن تلك المصادر التي يعتقد أنها خير ما يستطيع أن يقدم له الحقيقة التي يود أو يجب أن يعلم بها.¹

على أن هذا التمييز بين النواحي المختلفة المرتبطة بمفهوم الإتصال على مستوى الدولة، ثم على مستوى الفرد ثم على مستوى الدولة، لا يعني أنه تمييز مطلق وجامد. إن الواقع يفرض انسياب هذه الكليات وتداخلها.

رأينا كلمة الدعاية يمكن أن تطلق على وظيفة الدولة، كما يمكن أن يفهم منها نوع معين من أنواع الاستقبال للإعلام، كذلك النظم الإعلامية قد تأخذ أكثر من معنى واحد. على أن المر لا يقف عند ذلك الحد بل إن أي من هذه الكليات من الممكن أن تؤدي وظيفة أخرى.

أولاً: فالإعلام بمعنى الخبر قد يصير أداة دعائية وهذا ما يقصد بكلمة الدعاية المقنعة. نشر خبر في غير موضعه أو تقديمه بصورة معينة هو نوع من انواع الدعاية غير المباشرة.

ثانياً: كذلك يتحدث الفقه اليوم عما يسميه بالحرب الاعلامية: ويقصد بذلك تخزين الخبر ونشره في لحظة معينة تؤدي إلى رد فعل ما كان يمكن أن يحدث لو نشر ذلك الخبر في لحظة أخرى، فالمعرفة بفضيحة معينة عن قائد سياسي معين وتخزين تفاصيلها إلى لحظة معينة يخرج فيها ذلك الزعيم أو القائد بخبطة خطيرة تدعو إلى التضحيات أو مافي حكمها ثم إطلاق المعلومات المتعلقة بتلك الفضيحة في تلك اللحظة هو نوع من الإعلام، ولكنه يؤدي وظيفة دعائية قد ترتفع إلى حد الحرب النفسية.²

الحرب الاعلامية لا تقتصر على العلاقة بين الأحزاب أو الفئات، بل هي اليوم تتجه لأن تسيطر على العلاقة أيضاً بين الدول والقوى الدولية.

ثالثاً: على أن هذا التشابك بين الكليات المرتبطة بعملية التعامل النفسي مع المواطن ترتفع إلى أقصاها في نطاق الحرب النفسية، فالحرب النفسية تستخدم الإعلام وسيلتها. وهي من حيث جوهرها ورغم أنها تتجه إلى الخصم إلا أنها تجعل من الدعاية وعملية غسيل المخ مرتكزات لها في انطلاقتها المتتابعة هي تختلف عن الدعاية في أنها لا تسعى على الإقناع وأن غايتها الوحيدة تحطم القوى المعنوية للخصم. وتختلف عن عملية غسيل المخ في أنها لا تتجه إلى الفرد الواحد وإنما إلى مجتمع بأسره، ولكنها بحكم كونها عملية شمولية ومتدرجة، تلجأ إلى جميع وسائل وأدوات التعامل النفسي سواء كحقائق مرحلية، أو كأدوات مكملة.

الحرب النفسية بهذا المعنى لا تبرز واشحة إلا من حيث تحديد غايتها. ونستطيع أن نوضح من بين تلك الغايات ونؤكد على نواح أربع:

- 1- تحطيم إيمان الخصم بعقيدته السياسية.
- 2- تحطيم الوحدة النفسية للخصم العقائدي.

¹ - Windlesham, *Communication and political power*, 1961, p 01.

² - Blder, *The information machine*; 1968, p 276.

- 3- استغلال بعض الانتصارات التي توصل إليها الطرف المهاجم واتخاذ هذا النجاح الذي لم يستطع الخصم الوصول إليه وسيلة لإضعاف الثقة في عقيدة هذا الأخير التي لم تسمح له بمثل هذا النجاح.
- 4- رفض دعاية أو حملة عكسية.¹

2- الفضائيات الإخبارية وصناعة الرأي العام:

يعد موضوع تكوين اتجاهات الرأي العام من المجالات الحيوية التي يمكن أن تنهض بها وسائل الإعلام إلى جانب الوسائل الخرى المتصلة بالموروث الثقافي والوعي والممارسة السياسية، ومنذ نهاية الحرب العالمية الثانية وما أفرزته من تجارب في ميدان التحشيد والتعبئة الشعبية، وفي ضوء نتائجها، انتبه علماء الاجتماع والاتصال إلى دور النظريات المعرفية في دراسة اتجاهات الجمهور، وطرق معالجة المعلومات، وركزوا على تقديم وصف كمي ونوعي للعمليات التي تقوم إلى بناء الاتجاهات، وبوجه خاص من منظور الاستجابة المعرفية في تكوين الاتجاهات وتأثير وسائل الإعلام في ذلك على المستويين الفردي والجماعي.

وعلى الرغم من أن الفرد يخضع للبنى المعرفية التي تمده بالمعلومات والتي تساعد على بناء القنوات تجاه الموضوعات التي تحوطه، إلا أن البيئات الاتصالية تتباين باختلاف الوسيلة القائمة بالاتصال، فالصحافة مثلا تمكن المتلقي من فحص الرسالة وإعادة تمثيلها ومراجعتها، أما وسيلة التلفزيون التي تدفع بقوة رسائل متصلة ومتنوعة بامتياز تفاعل العامل السمعي-البصري في آن واحد، فهي لا يغدو أمر مراجعة الرسالة وفحصها معها واقعا يسيرا أو ممكنا، ويترتب على ذلك أن يغدو التكرار المتواصل للرسالة التلفزيونية تعرضا إقحاميا وقسريا بمعنى أن خيارات المتلقي في القبول أو الرفض تكون محدودة، وبهذا المعنى تنفذ الرسالة عبر التلفزيون على نحو أسرع وأكثر تأثيرا من أية وسيلة اتصالية أخرى.

لوسائل الاعلام أثر حاسم في تقرير اتجاهات السياسة، ولا شك في أن استطلاعات الرأي تساهم في بناء المؤسسات التمثيلية على أساس خيارات الأكثرية، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال إقامة شكل موازن للرأي معزز بالقنوات والحجج. وتتقارب البناءات السياسية نحو مفهوم الحيز العام، بوصفها إطارات تعبيرية تماثلية، ومساحة لبيان التوجهات الفكرية، الثقافية والأيدولوجية. وعلميا، تعتمد الحياة السياسية، ومن ضمنها ممارسة السلوك الانتخابي واختيار الهيئات التمثيلية، على التهيئة المستمرة التي يحققها الاعلام في الحفاظ على توتر العلاقة من المتلقين (الجمهور) وفي ردود الفعل مع مصدر الرسالة الإعلامية، والاعلام حين يقوم بتلك المهمة وفق تنوعات الوسيلة والمضمون المختلف، وضمن بناء نظام تواصلي على أساس الجمهور الكبير المتلقي والمتفاعل مع الرسالة الإعلامية، فإنه عمليا ينهض بآليات بناء هياكل الرأي العام وإدامة التغذية الراجعة من الجمهور إلى وسائل الإعلام، والوصول إلى مؤشرات أكثر دقة حول ما يسعى للحصول عليه من معلومات ومواقف.²

¹ - حامد ربيع، الرأي العام الدولي والسلوك السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 95.

² - صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية، 2013، ص ص 87-88.

3- البنى الاتصالية الإعلامية وعلاقتها ببناء الاتجاهات:

قد يلاحظ في هذا المبحث وفي سياق تناول طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين، التركيز على البيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عملية التلقي ومبرر هذا، أن منظور الاستجابة المعرفية الذي تم الاعتماد عليه كمقاربة نظرية في هذا البحث يهتم أصحابه بشكل كبير بدراسة العوامل التي تحد من إمكانية صدور استجابات معرفية عن المتلقين والتي من أهمها على الإطلاق البيئة الاتصالية، وهذا من جهة، ومن جهة أخرى، فإن هذا العامل بالأساس هو من بين العوامل التي يعتقد الباحث أن لها ارتباط أساسي ببناء اتجاهات نحو الاقتدار السياسي للنخبة الجزائرية وبالتالي وجب إحاطته بنوع من التفضيل ليطمئنه وتحليله وتشرجه بما يساعد فيما بعد من فهم أكثر للتأثير المتوصل إليها على المستوى التطبيقي.

1- دور وسائل الإعلام:

تكتسي وسائل الإعلام من بين ما تكتسبه من ميزات كثيرة فاعليتها وقوة تأثيرها، وهما ميزتان تستخدمان أساس في بناء الأفكار وتشكيل اتجاهات الأفراد والجماعات نحو القضايا المختلفة، ولما كان مدار تأثير وسائل الإعلام هو الجمهور فقد أصبحت هذه الوسائل الملجأ الساسي للمؤسسات المختلفة، بغية تحقيق سياساتها المختلفة عبر التأثير في اتجاهاته بما يتماشى وهذه السياسات.

وقد تركزت أهمية وسائل الإعلام في أداء هذا الدور نظرا لتقدمها للمعلومات والحقائق التي تسهم في بناء اتجاهات الأفراد المختلفة، بالإضافة إلى قدرتها على التأثير بالأحداث الهامة وارتباطها بالواقع الاجتماعي الذي يشكل هوبدوره الوعاء الذي تتشكل فيه الكثير من اتجاهات الأفراد، وهو ما أشارت إليه وأكدته بوضوح أبحاث كل من هابرمارز وكاتز ولازار سفيلد في هذا المجال، حيث أوضح هابرمارز في دراسته التي أجراها على رجال الشرطة والقادة السياسيون ورجال الأحزاب، الدور الذي يلعبه هؤلاء من خلال هيمنتهم على هذه الوسائل في تغيير اتجاهات الأفراد نحو بعض القضايا الهامة والموضوعات التي تخدم قضايا بعينها تركز هيمنتهم وتنتشر سياساتهم وتنظم سلطتهم، وهذا ما أكده أيضا كاتز 1960 ولازارسفيلد 1955 عبر دراساتهم وأبحاثهم التي تناولت وظائف الإعلام والاتصال.¹

كما ترجع أهمية وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات في تغييرها أيضا، إلى باعتبارها مؤثرا رئيسيا في عملية التنشئة الاجتماعية، فقد أصبحت وبحكم خصائصها المتنوعة ومنها وصولها لجمع كبير من الناس وفي وقت قصير، تحل أحيانا كثيرة محل خبرات الأفراد الشخصية وبديلا ملحوظا عن اتصال بينهم.

2- المتغيرات الإعلامية في بناء الاتجاه:

يتوقف مستوى بناء وتغير الاتجاه على مجموعة متغيرات رئيسية تتعلق بالعوامل الموجودة في البيئة الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، ومن أهمها الوسيلة الإعلامية ذاتها، مصدر المعلومة والرسالة الإعلامية.

¹ - طاهر علاء، مدرسة فرانكفورت من هوركايمر إلى هابرمارس، مركز الإنماء القومي، بيروت، 1980، ص 99.

متغير الوسيلة الإعلامية: لكل وسيلة إعلامية خصائصها ومميزاتها، وهوما ينعكس على طبيعة جمهورها وطبيعة مضمونها، وعلى هذا، ولتأثير الوسيلة الإعلامية ذاتها على طبيعة الرسالة الإعلامية اهتمت الكثير من الدراسات الإعلامية بالوسيلة ذاتها لأنها تعتبر المحدد في كثير من الأحيان لطبيعة الرسالة الموجهة، فالرسالة الصحفية على سبيل المثال لها مميزاتها التي تمايزها عن الرسائل التلفزيونية والإذاعية ولكل استثناءاتها، بحيث تخلق بيئة اتصالية تساعد المتلقي على قراءة النص والتدقيق فيه بالسرعة التي يريدها ومراجعة ماسبق قراءته بسهولة ومن دون أن يمثل كثرتها أو تنوعها عائقا يحول دون صدور الاستجابات المعرفية عن المتلقي.¹

في حين أن الرسالة في النص التلفزيوني المسموع والمرئي تأتي وسط كم هائل ومتتابع من البرامج والأخبار السريعة التي تحد من قدرتها على تفعيل استجابات معرفية بالمقارنة مع حجم ما توفره الرسالة الصحفية.² وهو ما ينعكس على مستوى بناء الاتجاهات، على اعتبار الأهمية القصوى التي يمثلها المضمون الإعلامي في تركيبة المكون المعرفي.

متغير المصدر: يتوقف قبول الفرد للمعلومات أو رفضه لها بناء على مصدرها، وعلى هذا الأساس يتشكل لدى الأفراد نسق معرفي معين يركز إلى اتجاهاتهم المسبقة نحو مصدر المعلومة، الذي يصبح في النهاية الموجه الرئيسي للاتجاه، ولعل هذا ما توصل إلى إثباته كل من هوفلاندا و ويس 1951، اللذان قاما بتجربة قدما فيها عددا من قصاصات الصحف والمجلات بما معلومات حول موضوعات سياسية عسكرية لمجموعة من طلاب في الجامعة الأمريكية، بحيث تم إخبار النصف الأول من المجموعة بأن المعلومات الموجودة على القصاصات هي من كتابة خبراء أمريكيين، في حين أخبر النصف الثاني من المجموعة أن المعلومات هي ترجمات لخبراء روس نشرت فيما قبل في الصحف السوفياتية، وبعد قياس اتجاهات غالبية طلبة النصف الأول تم تبين أنهم موافقون على ماجاء فيها على الرغم من أنهم عادوا بعد أربعة أسابيع لينجحوا باتجاهاتهم نحو هذه المعلومات، وكأنهم قد نسوا ما قيل من قبل من أن هذه المعلومات صادرة من مصادر غير موثوقة.³

وقد طرحت مسألة قبول المصدر الإعلامي أو رفضه عددا من المشكلات المنهجية، لعل أهمها وأكثرها تناولا إشكالية الثقة، التي شكلت ولفترة طويلة من الزمن محور العديد من الدراسات لأنها اعتبرت مسألة جوهرية في قبول المعلومة أو رفضها، وهو ما ينعكس مباشرة على المكون المعرفي للمتلقي وبالتالي اتجاهه.

ولدراسة هذه الإشكالية المنهجية، تم التركيز على التناقض الذي يحصل أحيانا بين المصادر الإعلامية وبين مدى الثقة التي يشعر بها المتلقون (المستمعون)، وتأثير ذلك على اتجاهاتهم، بحيث صاغ لهذا الغرض كل من فستنجر-أرونسون (1960) وأرونسون-تيريز-كارل سمبث (1963) بعض الأفكار النظرية عن التفاعل بين هذه

¹ - Richard E, Petty, Thomas M.Ostrom and Timothy, C.Brock, Op.Cit, p267.

² - Ibid, P275.

³ - حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، ب ط، القاهرة، 1984، ص 165.

المتغيرات على أساس أنه كلما ازداد التناقض بين المعلومات الاعلامية وبين خبرات الشخص ومعلوماته الأصلية قلت الثقة وازداد التنافر مع مصدر الرسالة.

وقد تابعت الكثير من الدراسات التي راحت تفصل في هذه المسألة وتحللها من نواحي مختلفة، بغية توضيح طبيعة هذه العلاقة القائمة بين الثقة في مصدر الرسالة الإعلامية والتأثير الذي تتركه هذه الرسالة على اتجاهات الأشخاص، لعل ما يستدعي الوقوف عنده من دراسات، دراسة هوفلاندر-برتزكر (1957) التي توصلت إلى إثبات أنه كلما زاد التناقض بين الاستجابات الوهمية للمبحوثين مع المصدر الإعلامي وبين المواقف المبدئية التي كانوا يحملونها فيما قبل زاد حجم التغيير في الاتجاه نحو هذه المواضيع.¹

متغير الرسالة الإعلامية: يشكل المحتوى الإعلامي الأساس في البناء المعلوماتي لدى الكثير من الأفراد، والذي يتحول إلى كم معرفي نتيجة لعمليات التراكم والبناء التي تتم على محطات ومراحل مختلفة من الحياة، وعلى هذا أخذت الدراسات النفسية الاجتماعية التي اهتمت تحديدا بدراسة اتجاهات الأفراد نحو ما يحيط بهم من قضايا التركيز على تحليل الرسالة الاعلامية في حد ذاتها، على اعتبار العلاقة الترابطية التي وجدت بينها وبين البناء المعرفي للفرد، الذي يعتبر أحد الأقطاب المؤثرة في تشكل الاتجاه وتغييره.

وقد توصلت الدراسة التي أنجزها فستنجر عام 1957 إلى إثبات أن الفرد الذي يتعرض لمحتويات إعلامية معاكسة للمعلومات التي لديه يتولد بداخله تنافر، على عكس الفرد الذي يختار المحتوى الإعلامي الذي يناسبه.

متغير التعرض: يفترض المهتمون بهذا المتغير أن الأشخاص بطبيعتهم يميلون إلى تقبل كل ما هو مألوف وينفرون من ما هو غير مألوف ومعتاد، وبمجرد تكرار التعرض للأشياء أو الأفراد غير المؤلفين يسهل تقبلهم شيئا فشيئا ويصبحون أكثر مألوفية وأكثر تفضيلا.

ولا يميل هؤلاء إلى الآراء التي تقول إن المؤلفية والتعود يخلقان الملل، بل على العكس فهم يعتقدون أن المؤلفية تخلق الحب، وأن الغياب والبعد يثيران المشاعر السلبية.²

¹ - ت.أ. أنسكو و ج. سكوبلر، علم النفس الاجتماعي التجريبي، ترجمة: عبد الحميد صفوت إبراهيم، مطابع جامعة الملك سعود، بطن، المملكة العربية السعودية، 1993، ص 224.

² - ذو الفقار زغيب شيماء، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص 58-59.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مجموعة العوامل المؤثرة في الرأي العام والتي من شأنها تغيير اتجاهاته أو تعديلها أو صناعة أخرى من خلال نظرية الأجندة سييتينغ، وعمدنا إلى سرد هذه النظرية بقصد التأصيل النظري للدراسة وهذا ما بيناه في الإطار المنهجي للدراسة لنوضح كيف ستفسر نتائج الدراسة من خلال مداخل نظرية تلائم الموضوع، وكذا فقد توضح من خلال هذا الفصل أن القنوات الإخبارية أداة لتكريس المعرفة والسلوك السياسي من خلال عرض الوقائع السياسية صوتاً وصورة والحفاظ على آنية الخبر من أجل شد انتباه المتلقي النشط، الذي أصبح يؤثر ويتأثر بالمادة الإعلامية حسب مسلمات نظرية ترتيب الأولويات، تبين أنه يتم قياس الوعي السياسي لدى المتلقي والرأي العام من خلال الميول السياسي والصورة الإعلامية أو المخيال الإعلامي لدى المشاهد، والتي بدورها تتطور لتتجلى في المعرفة والمشاركة السياسية في المواقف والأحداث التي تتطلب إبداءها.

الفصل الميداني

عرض وتحليل معطيات الفرضيات

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية لأنه يقوم بربط الجانب النظري بالواقع الفعلي للدراسة، فبعد أن قمنا بعملية جمع المعلومات، وجدنا أنفسنا أمام معطيات تمثلت هذه المعطيات في الاستمارات التي تم ملؤها من قبل المبحوثين، غير أن تفرغها في الشكل الأولي لا يجعلها قابلة للتحليل، وبمجرد أن نقوم بترتيبها تهيأ في شكل جداول بسيطة ومركبة. وفي دراستنا هذه ومن خلال ما قمنا بدراسته في الجانب النظري، حاولنا الإلمام فيه بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع دراستنا، من ثم يأتي الجانب الميداني للتحقق والكشف وذلك من خلال محاولة الوقوف على مدى تأثير قناة الشروق نيوز في توجيه الرأي العام الطلابي نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة، وما تحققه لهم من إشباعات سياسية متنوعة من أجل الوصول إلى مجموعة من النتائج التي يمكن أن توضح وتشرح أكثر موضوع الدراسة وأيضا الوصول إلى إجابات للتساؤلات التي تم صياغتها في الإشكالية، وهذا بتحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى نتائج علمية ودقيقة وهذا ما سنقدمه في هذا الفصل.

المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة الشروق نيوز

أولاً: التعريف بالقناة

هي قناة عربية إخبارية تتميز بنقل أخبار الجزائر ونشر التحديثات حول جميع الأخبار داخل الجزائر بصفة خاصة وباقي دول العالم بصفة عامة، وتعمل القناة أيضا على الأخبار العاجلة والساخنة بكل المجالات حول العالم.

يقع المقر الجديد " الشروق نيوز" بحي المنظر الجميل بالقبة في الجزائر العاصمة، يضم غرفة أخبار بمقاييس عالمية تعد الأولى من نوعها في المغرب العربي بالإضافة إلى أستوديو عصري بتقنية 360 ميديا العالمية وأكبر فيديوال في المنطقة.

ثانيا: تأسيس القناة وملكيته.

تأسست القناة: عام 2011م.

– اختصاصاتها وقطاعها: إخبارية خاصة.

المقر الاجتماعي: عمان (الأردن)

– تردد قناة الشروق نيوز الجديد: على النايل سات 11033 عمودي، معدل الترميز 5000.

– ملكية القناة: تعود ملكيتها إلى "علي فضيل" مدير عام لجريدة الشروق، اشتغل فيالميدان الإعلامي بداية التسعينات لما أسس أسبوعية الشروق العربي ثم أسس يومية الشروق الجزائرية والتي من خلالها تم تأسيس فضائية "الشروق نيوز".

تقدم قناة الشروق العديد من الأخبار في الوطن العربي و العالم ترصد جميع الأخبار بكلاًنواعها

– الموقع الإلكتروني لقناة الشروق نيوز: www.echoroukonline.com¹

¹-<https://tv.echoroukonline.16/04/2017.20:52>.

المبحث الثاني: عرض النتائج ومناقشتها وتحليلها

عرض وتحليل ومناقشة البيانات العامة:

الجدول رقم (02): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
62.4%	204	ذكر
37.6%	123	أنثى
100%	327	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

يوضح الجدول رقم (02) توزيع العينة محل الدراسة حسب متغير الجنس، إذ نلاحظ ان مجموع عدد الذكور أكبر من مجموع عدد الإناث محل الدراسة وذلك بنسبة 62.4% وبتكرار 204 أما بالنسبة للإناث فالنسبة المئوية هي 37.6% وبتكرار 123.

الجدول رقم(03): يبين توزيع المبحوثين حسب السن.

النسبة المئوية	التكرارات	السن
26.6%	87	من 18 سنة إلى 23 سنة
32.4%	106	من 24 سنة إلى 29 سنة
26%	85	من 30 سنة إلى 35 سنة
15%	49	أكثر من 36 سنة
100%	327	المجموع

يوضح الجدول رقم (03) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، نلاحظ أن أكبر نسبة مئوية بالنسبة للعينة محل الدراسة هي الفئة العمرية من 24 سنة إلى 29 سنة بنسبة 32.4% وبتكرار 106، تليها الفئة العمرية من 18 سنة إلى 23 سنة هي نسبة 26.6% بتكرار 87، وتليها بنسبة 26.0% وبتكرار 85 الفئة العمرية من 30 سنة إلى 35 سنة، ثم أخيراً أقل نسبة مئوية بنسبة 15.0% بتكرار 49 الفئة العمرية أكثر من 36 سنة، وهذا ان دل فيدل على ان الأفراد المتلقين للاستبيان أو المبحوثين غالبيتهم من فئات عمرية اقل سنا أي الشباب وهذا ما يخدم هدف الدراسة التي يقوم بها الباحث.

الجدول رقم (04): يبين توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي.

النسبة	التكرارات	المستوى التعليمي
33,0%	108	ليسانس
52,3%	171	ماستر أو ماجستير
14,7%	48	دكتوراه
100%	327	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي، إذ نرى أن أكبر فئة ممثلة في العينة محل الدراسة بنسبة 52.3 % وبتكرار 171 هي فئة مستوى ماستر أو ماجستير تليها بنسبة 33.0 % وبتكرار 108 فئة مستوى ليسانس، ثم بعد ذلك تليها بنسبة 14.7 % وبتكرار 48 فئة مستوى دكتوراه وهي أقل نسبة سُجلت في هذا الجدول.

من خلال هاته النتائج نلاحظ أنها تعكس الواقع للمؤهلات العلمية للباحثين من العينة محل الدراسة وتشير هذه النتائج إلى أن المستوى الغالب للباحثين مستوى ماستر والماجستير، هذا يدل على أن أغلب الباحثين يتمتعون بمستوى لا بأس به مما يعطي انطبعا على أن أغلب مفردات العينة مثقفين واعييين ومدى المسؤولية الملقاة على عاتقهم بانتماهم للطبقة المثقفة.

الجدول رقم(05): يبين توزيع الباحثين حسب المستوى الاجتماعي.

النسبة	التكرارات	المستوى الاجتماعي
23,9%	78	ضعيف
69,7%	228	متوسط
6,4%	21	جيد
100%	327	المجموع

يوضح هذا الجدول رقم (05) توزيع الباحثين حسب المستوى الاجتماعي حيث سجلت أعلى نسبة في هذا الجدول وهي 69.7 % وبتكرار 228 لفئة المستوى الاجتماعي المتوسط، أما النسبة المئوية الموالية هي لفئة المستوى الاجتماعي الضعيف وقدرت بنسبة 23.9 % وبتكرار 78، ثم النسبة المئوية الموالية هي لفئة المستوى الاجتماعي الجيد بنسبة 6.4% وبتكرار 21.

وتفسير هاته النتائج المحصل عليها أن أغلب مفردات الدراسة من مستوى اجتماعي متوسط في دلالة على أن أغلب مفردات العينة هم متوسطي الحال وذلك ان دل فيدل على أن النسب المتفاوتة لأفراد العينة حسب المستوى التعليمي يعود إلى تنوع واختلاف الدرجة العلمية.

الجدول رقم (06): يبين توزيع المبحوثين حسب مكان السكن.

النسبة المئوية	التكرارات	مكان السكن
11,6%	38	ريفي
29,4%	96	شبه حضري
59,0%	193	حضري
100%	327	المجموع

الجدول رقم (06) توزيع العينة حسب متغير مكان السكن حيث سجلت أعلى نسبة مئوية في هذا الجدول وهي 59.0% وبتكرار 193 لفئة الساكنة بالحضري، أما النسبة المئوية الموالية هي لفئة شبه حضري وقدرت بنسبة 29.4% وبتكرار 96، ثم النسبة المئوية الموالية هي لفئة الساكنة بالريفي بنسبة ضعيفة قدرت بـ 11.6% وبتكرار 38.

وتفسير هاته النتائج المحصل عليها أن أغلب مفردات الدراسة من ساكنة المدينة في النطاق الحضري في دلالة على أن أغلب أفراد العينة هم قريين من الجامعة وفي نطاق جغرافي واحد.

1. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الأولى: عناصر الجاذبية في تناول قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية الراهنة:

تساهم قناة الشروق نيوز في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الشباب من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات الحادة المعروضة خاصة في البرامج الحوارية.

الفقرة الأولى من المحور الثاني:

الجدول رقم: (07): يبين توزيع العينة حسب حجم التعرض لبرامج قناة الشروق نيوز

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الأولى من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الأولى من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

قيمة اختبار كاي تربيع الحسابية عند مستوى معنوية 0.01		النسب المئوية	التكرارات	حجم التعرض
القيمة المعنوية	قيمة الاختبار			
		6.1%	20	أقل من ساعة
0,000	200.202	25.4%	84	من ساعة إلى ساعتين
		68.5%	224	أكثر من ساعتين
		100%	327	المجموع

أسفرت نتائج الجدول (07) على ما يلي:

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول حجم المشاهدة لبرامج قناة الشروق نيوز هو أكثر من ساعتين بنسبة قدرت ب 68.5%، كما أن 25.4% من العينة أجابوا أنهم يستغرقون من ساعة إلى ساعتين في مشاهدة القناة، وكانت عبارة أقل من ساعة قد تذيلت اختيارات العينة محل الدراسة فيما يتعلق بحجم تعرضهم لبرامج القناة بنسبة قدرت ب 6.1%.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ان القيمة الاحتمالية لاختبار كاي تربيع لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كاي تربيع للفقرة الأولى من المحور الثاني عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 9.21 أي ان القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة 200.202 ولذلك فان القرار كالتالي:

نرفض الفرض الصفري ونقبل بالفرض البديل القائل: توجد فروق في التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الأولى من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

الاستنتاج:

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يقضون من ساعتان فما أكثر في مشاهدة قناة الشروق نيوز يوميا بنسبة عالية، وكما تتفاوت نسب ساعات المشاهدة الذي عبرت عنه الفروق الدالة إحصائيا بين الطلبة لإختلاف أوضاعهم الإجتماعية وكذا المادية التي تحيل عند بعض الطلبة بينهم وبين المشاهدة لساعات معتبرة وهذا الذي عبر عنه توصيف العينة من خلال المستوى الإجتماعي في الجداول أعلاه، كما تختلف أصنافهم فمنهم من هو طالب جامعي فقط ومنهم من هو موظف أو رب أسرة من الذكور والإناث، وهذا يعبر حقيقة عن اختلاف نسب ساعات المشاهدة وتدل أعلى نسبة ساعات المشاهدة لقناة الشروق نيوز على أهمية القناة والمحتوى الذي تقدمه القناة ما يؤدي إلى تركيز المشاهد في أخبارها لساعتين أو أكثر، كما تم التأكيد أن قناة الشروق أصبحت مصدرا لمصداقية الخبر والتأكد مما ينشر في المنابر الأخرى من أخبار سواء قنوات إخبارية من نفس الفصيلة (تلفزيونية) أو منصات تفاعلية والتي تبقى أخبارها محل شك إلى أن تؤكد القناة الإخبارية الشروق نيوز من وجهة نظر عينة الدراسة خاصة في الفترة الزمنية التي تزامنت مع الدراسة بحيث عرفت الأوضاع الجزائية خلالها نقطة تحول في النظام السياسية الذي انعكس على العمل الإعلامي، وفي خضم التدفق الإعلامي الكثيف حول القضايا السياسية آنذاك أدى إلى الإغراق في المعلومة ما شوش الحقيقة السياسية في نظر العديد من الجماهير إضافة إلى تداخل الوسائط الإعلامية الحديثة التي صعبت من عملية الإفراز الحقيقي للمعلومة الصادقة. ويعبر أصحاب أعلى نسبة وقت مشاهدة عن أن قناة الشروق نيوز كوسيلة إعلامية تلفزيونية رسمية هي أهم وسيلة

إعلامية تبث آنية الخبر عن طريق الأقمار الصناعية التي سهلت سرعة نقل الصورة والصوت بأسرع الطرق وأصدقها في ظل انتشار المبتكرات التي سهلت العمل الصحفي وصعبت من العملية الأخلاقية للمهنة¹. كذلك يرجع التعرض لأكثر من ساعتين لقناة الشروق نيوز من طرف عينة الدراسة إلى أهمية الأخبار المعروضة والمحتوى السياسي الذي كان يتعطش له المشاهد في أوان سابق أصبح متاحا مع قناة الشروق نيوز المخصصة للخبر و فقط على غرار وسائل إعلامية أخرى تدعم الخبر أو تفنده، وقد تعتبر ساعتين أو أكثر في التعرض ليست كثيرة، إلا أنها كفيلة بإحداث تأثير واضح على المتلقي، ونستطيع إعتبار هذه المدة لحجم التعرض جيدة في ظل وجود خيارات عديدة لتلقي المعلومة في آن واحد، ويرجع التعرض لقناة الشروق نيوز بهذه المدة الزمنية المعتبرة إلى أهمية الأجنحة الإخبارية التي تقدمها القناة وترتيبها لأهم القضايا السياسية التي تهم المجتمع وبالأخص الطالب الجامعي الجزائري الذي يعد أهم شريحة في المجتمع كونه يمثل غالبية المجتمع والقوة التي تتأمل منها الحكومة والأنظمة السياسية مشاركة سياسية فاعلة. وقد ورد في كتاب هيثم الهيتي الموسوم ب **الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات (ص 129-130)** أن الدراسات أثبتت ازدياد عدد الساعات التي يقضيها الجمهور مع وسائل الإعلام الجماهيري خاصة الإخبارية منها خلال السنوات الأخيرة، مؤشر قوي ومهم على زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وهذا يمثل نسبة من النشاط الاتصالي للجمهور، يعني زيادة تأثير ما تقدمه هذه الوسائل للجمهور، كما يرجع هذا التزايد لأن الإنسان أصبح أكثر اهتماما بما يجري حوله من الأحداث، ذلك ترابط الفرد مع مجتمعه وتداخله يؤثر في بعضه البعض، مثل تأثير ارتفاع سعر البرميل للنفط في دولة ما على العالم ككل يؤثر ذلك على الدول المنتجة.

¹ - تصريح أحد طلبة الدكتوراه في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط، من خلال التناقش في موضوع البحث بعد القيام بملاء الإستمارة معبرا عن أهمية القنوات الإخبارية كوسيلة إعلامية تقليدية قائمة في ظل انتشار المبتكرات التي ساهمت بدورها في انتشار صحافة المواطن غير المقتنة في الجزائر.

ونفس المعادلة تسقط على جمهور القنوات الإخبارية وعينة الدراسة. وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة نصير بوعلي حول التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر في ان أغلب الشباب يقضون عددا من الساعات اليومية في مشاهدة الفضائيات بمتوسط ثلاث ساعات يوميا، يليها معدل ساعتين، ثم ساعة في حين احتلت أقل من ساعة آخر المراتب على الإطلاق¹، كما تتقارب نتائج هذه الدراسة مع النتائج التي توصل إليها الباحثان عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد في دراستهما حول: الرأي العام المصري والفضائيات، دراسة في ترتيب الأولويات، والتي أشارت إلى أن النسبة الكبيرة من جمهور القنوات الفضائية الإخبارية إستقروا عند الإجابة بأحيانا ولمدة لا تتجاوز ساعتان في المرتبة الأولى ثم تليها المجهولون ب دائما ولساعات عالية ثم نادرا وهي التي تذيلت نسبة الإجابات لعينة الدراسة (ص 140)².

ما سبق يرجع عدم الإطالة في المشاهدة إلى وجود قنوات أخرى للخبر والتكنولوجيات المتاحة للتلقي في أوانه ووقت حدوه. لكن هذه النسبة من المشاهدة كانت قليلة جدا حوالي 6.1% فقط. إذ تحولت اهتمامات مشاهدي التلفزيون خاصة الفئة الطلابية العاملة إلى استخدام وسائل إعلامية أخرى منها مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمتها الفيس بوك و اليوتيوب باعتبارها منصات تنشر الفيديوهات وبها حسابات خاصة بالقنوات أدت لاستبدال مستعملي التلفزيون بمواقع أخرى مرنة ويمكن لمستخدميها التفاعل مع أحداثها في أي وقت وأي زمان بخلاف وسيلة التلفزيون الذي يعتبر وسيلة عائلية وهذا ما يسمى بالتدفق الإعلامي أو الإخباري تبعا للحتمية التكنولوجية التي فرضت السبل الحديثة في نقل الخبر الذي دائما ما يشك في صدقه ووضوح مصدره وهو الأمر نفسه الذي يستدعي دائما اللجوء إلى القنوات الإخبارية التلفزيونية للتأكد من صدق الخبر والمصدر هذا ما ينفي مقولة جاستن سميث المدير التنفيذي في شركة بلومبرغ في مقال نشر على جريدة العرب بأن السوشيل ميديا تحيل التلفزيون على التقاعد بحيث أنها تحولت إلى منابر إعلامية تعيد بث المواد التلفزيونية مستغلة في ذلك إقبال البشر في متخلف الشرائح العمرية على منصات الاجتماعية، ولقد كشف تقرير حديث أن شركة فايسبوك تسعى لإنفاق أموال طائلة من أجل إنتاج برامج تعرض على الشبكة الاجتماعية بشكل حصري وهذا من أجل أن تكون لديها عروض جديدة تدفع المستخدمين للبقاء أطول على خدمات الفيديو الخاصة بها. إلا أن هذه المنصات تفتقر إلى المصدقية التي يحتاجها المتلقي أثناء الصراعات والأزمات خاصة السياسية منها، لذلك يكون التعرض استبداليا في ظل وجود وسائل أخرى، وتتوافق هذه الرؤية مع رؤية الباحثان جاك لايل و أوبت باركر في أن المتلقي يمكن له استبدال وسيلة بأخرى لمعرفة مضمون معين أو لتعزيز الثقة بالرسالة التي تعرضوا لها مسبقا³

¹ - نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب، دراسة ميدانية، الجزائر، دار الهدى، ط1، 2005، ص 136.

² - عاطف عدلي العبد، مرجع سابق ذكره، ص 140.

³ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 59.

إذن قد تختلف نسبة المشاهدة إلا أن هدف المشاهدة واحد وهو وضوح مصدر الخبر في الشروق نيوز في أغلب الأحيان، تشير كاً أن هناك فروقا دالة إحصائيا فيما يخص نسبة المشاهدات، فنظرية الأجندة تدعم فرضية أن المشاهدة المطولة من 2 ساعة فما أكثر كفيلة بالتأثير في المتلقي من خلال ترتيب اهتماماته أو توجيهها إلى إهتمامات أخرى حسب الأجندة الإعلامية للوسيلة الإعلامية .

الفقرة الثانية من المحور الثاني.

الجدول رقم (08): يبين توزيع العينة حسب معية المشاهدة

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الثانية من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الثانية من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01

معية المشاهدة		التكرارات	النسبة المئوية	كاي تربيع الحسابية عند مستوى معنوية 0.01:
بمفردك		84	25.7%	معية مشاهدة قناة الشروق نيوز، عند درجة حرية 2
مع العائلة		213	65.1%	
مع الأصدقاء		30	9.2%	القيمة المعنوية
المجموع		327	100%	0.000
				قيمة الاختبار
				162,220

يوضح الجدول رقم (08) توزيع إجابات العينة محل الدراسة على الفقرة الثانية من المحور الثاني، حيث

سجلت: - أعلى نسبة مئوية في هذا الجدول وهي 65.1% لمن يشاهدون القناة مع العائلة.

- أما النسبة المئوية الأقل كانت لمن يشاهدون القناة مع الأصدقاء بنسبة 9.2%.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ان القيمة الاحتمالية لاختبار كاي تربيع لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كاي تربيع للفقرة الثانية من المحور الثاني عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 9.21 أي ان القيمة الجدولية أصغر من القيمة المحسوبة 162.220 ولذلك فان الباحث يتخذ القرار التالي:

نرفض الفرض الصفري ونقبل بالفرض البديل القائل: توجد فروق في التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الثانية من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

الاستنتاج:

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق نيوز مع العائلة، تُرجع الباحثة هذا إلى:

- أولاً قرب الجامعة من مقر السكن لأغلب الطلبة الجامعيين خاصة مع قرار الحكومي في كل ولاية جامعة، ألزم النظام الداخلي لكل المؤسسات وفي أغلب التخصصات إن لم نقل جلها أن تسجل الطلبة المنتمون إلى المنطقة أو الأقرب إليها، هذا ما سهل على الطلبة في العشرية الأخيرة التنقل من البيت إلى الجامعة في نفس اليوم.
- ثانياً طبيعة البرامج التي تبثها هذه الأخيرة بحيث أنها تسعى دائماً إلى التقرب من العائلة الجزائرية من برامج إخبارية لا تخرج عن النطاق القيمي للمجتمع الجزائري، تبث الأخبار السياسية المحلية التي كان المشاهد في سنوات سابقة صعب الحصول عليها أو مغيبة عنه، بخلاف ما نشاهده في الآونة الأخيرة مما تبثه القنوات الفضائية الأخرى عالمية أو حتى المحلية التي قد لا ترقى إلى طرح الخبر بالمعايير الإعلامية المتعارف عليها، وتراعي قناة الشروق نيوز في بثها للبرامج اليومية إلى التقاليد المتعارف عليها في المجتمع الجزائري المسلم وهذا ما يجعلها تحتل المراتب الأولى من حيث القنوات الأكثر مشاهدة في البلد لدى الرأي العام المحلي الجزائري ووفقاً لإحصائيات لدراسة أجراها معهد إيمار للميديا في الفترة الممتدة من 24 و30 من شهر نوفمبر من سنة 2019 فإن قناة الشروق نيوز حققت نسبة مشاهدة بلغت 23,4% محتملة بذلك المركز الخامس بعد كل من قناة الشروق TV والنهار وقناة سميرة للطبخ وقناة المهداف الرياضية، كل هذه الأرقام تكشف بأن قناة الشروق نيوز قناة العائلة بامتياز خاصة وإن تمت المقارنة بين نسب مشاهدات القنوات الفضائية الأخرى سواء من القطاع الخاص أو من العام وقد تحققت هذه المكانة المرموقة لقناة الشروق نيوز بفضل ما تبثه عبر باقتها وأنها تراعي خصوصيات المجتمع الجزائري وتحاول معالجة القضايا السياسية التي تم المجتمع برؤية ومبادئ واضحة جدا على حسب ما أقر به أغلب أفراد العينة.

نفس النتائج أسفرت عنها دراسة السعيد بومعيزة الموسومة بـ «أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب عن مجموعة من النتائج تتعلق باستعمال وسائل الإعلام الجماهيرية من قبل الشباب في ولاية البلدية»، تؤكد لدى الباحث أن التلفزة هي الوسيلة الأكثر استعمالاً لدى أفراد العينة بنسبة 94.90%، وأثبتت الدراسة كذلك أن التلفزة لازالت وسيلة إعلامية منزلية عائلية أكثر منها وسيلة فردية لدى عينة البحث¹، وخاصة فيما يتعلق بمشاهدة المواضيع الوطنية وبالأخص السياسية. من كتاب جمهور وسائط الإتصال ومستخدميه من المتفرجين إلى المبحرين الإفتراضيين (ص 179-180).

¹ - السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه منشورة، 2005، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، ص 292.



صورة توضح ترتيب 20 قناة فضائية جزائرية لدراسة أجراها معهد إيمار -

إلا أنه لا يمكن تناسي نسبة المشاهدة الفردية لقناة الشروق نيوز التي بلغت 25.7%. فهي نسبة دالة إحصائيا وإن دلت على شيء فهي تدل على الإمتلاك الفردي للأجهزة التلفزيونية التي ساهم انتشارها في تفرقة المجتمع بل والعائلة، إلا أن أوليفر دونات **Olivier Donnat** وجناويل لارمت **Gwenael Lamet** في دراسة أجريت في فرنسا توصلت إلى نتائج عكس هذه الدراسة حول المشاهدة التلفزيونية أكدت أن المشاهدة الإنفرادية يمارسها أغلب الشباب سواء باستعمال جهاز فردي خاص أو الإنفراد بالتلفزيون العائلي عندما تتاح لهم الفرصة لذلك. فعامل وفرة الأجهزة التلفزيونية في الوسط الأسري يتسح إمكانية كبيرة للتحويل من المشاهدة الجماعية العائلية إلى المشاهدة الإنفرادية¹.

إذن التفاوت الدال إحصائيا الخاص بمعية المشاهدة يتعلق بمكان السكن، وملكية الجهاز التلفزيوني الفردي وتدخل الوسائل الإعلامية الوسيطة الحديثة في التدفق الإعلامي، بحيث لا ننسى أن الدراسة كانت في فترة مفعمة بالأحداث السياسية التي لم يشهد المجتمع الجزائري مثلها والتي شهدت تدفقا إعلاميا إخباريا من كل الوسائل الإعلامية الحديثة والتقليدية، إضافة إلى أن نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام الجديدة أشارت إلى أن هناك متغيرات محيطة تؤدي إلى التأثير وليس فقط الوسيلة الإعلامية مما يؤكد أن قلبي المشاهدة هم في نفس الدائرة الإجتماعية التي تؤدي إلى تدفق الإتصال والمعلومة عن طريق الإتصال الشخصي وهذا المآثر الخارجي يتمثل في العلاقات الإجتماعية من عائلة إلى الأصدقاء أو معارف أخرى والذي عبرت عنه كذلك نظرية التأثير عبر مرحلتين عن طريق قادة الرأي والذي يتمثل في عينة دراستنا بالمنظمات الطلابية التي لديها سلطة معتبرة في التأثير على آراء وتوجهات الطلبة سواء المنخرطين أو غير المنخرطين فيها.

¹ - مصطفى مجاهدي، برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، شباب مدينة وهران نموذجا، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2011، ص113.

الفقرة الثالثة من المحور الثاني

عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفقرة الثانية والتي نصت على: فترات المشاهدة لقناة الشروق نيوز

الجدول رقم (09): يبين توزيع العينة حسب فترات المشاهدة

فروض الاختبار:

H0 : لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الثالثة من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الثالثة من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

الاقتراحات	التكرارات	النسبة المئوية	كاي تربيع الحسائية عند مستوى معنوية 0.01: معية
صباحا	23	7.0%	فترات المشاهدة لقناة الشروق نيوز، عند درجة حرية 2
مساء	112	34.3%	
ليلا	192	58.7%	القيمة المعنوية
المجموع	327	100%	قيمة الاختبار 0.000

يوضح الجدول رقم (09) توزيع إجابات العينة محل الدراسة على الفقرة الثالثة من المحور الثاني، حيث سجلت أعلى نسبة مئوية في هذا الجدول وهي 58.7% لمن يشاهدون القناة ليلا، ثم تليها الفترة المسائية بنسبة 34.3%، أما النسبة المئوية الأقل كانت لمن يشاهدون القناة صباحا بنسبة 7%.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ان القيمة الاحتمالية لاختبار كاي تربيع لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كاي تربيع للفقرة الثالثة من المحور الثاني عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 9.21 أي ان القيمة الجدولية أصغر من القيمة المحسوبة 131.138 ولذلك فان القرار كالتالي: نرفض الفرض الصفري ونقبل بالفرض البديل القائل: توجد فروق في التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الثالثة من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01.

الاستنتاج: من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة قناة الشروق نيوز ليلا بنسبة عالية تقدر بت 58.7%، ثم تليها الفترة المسائية بالدرجة الثانية بنسبة 34.3%، تُرجع الباحثة هذا إلى أن الفترة الممتدة من المساء إلى الليل هي فترة التحرر من العمل والدراسة بالنسبة للطلبة العاملين والطلبة الذين يزاولون الدراسة بانتظام، وتعد الفترة الليلية الممتدة من 8.00 إلى 11.00 هي فترة الذروة بالنسبة لقناة الشروق نيوز والتي تبث فيها نشراتها الإخبارية الرئيسية وكل البرامج ذات الطابع الإخباري والسياسي خاصة ما أثار انتباه عينة الدراسة التي لها ميولات معرفية سياسية تحفز على جمع المعلومات والمعرفة السياسية، كما تعتبر الفترة الليلية جامعة للأسرة الجزائرية وهذا راجع إلى أن الفترات الأخرى المتمثلة في الفترة الصباحية والظهرية والفترة المسائية عادة ما

يكون أفراد الأسرة كل في مهامه فهذا الأب في عمله والأبناء يزاولون الدراسة وهكذا، لذلك تعتبر الفترة الليلية الفترة الوحيدة التي يشاهد فيها الفرد الجزائري التلفزيون بحسب رأي أفراد العينة، ضف إلى هذا لكون قناة الشروق نيوز تعد من القنوات المحببة لدى الأسرة الجزائرية المحافظة وقد أشارت في هذا الصدد دراسة ميدانية **مريم حاجي** حول استخدام الشباب الجزائري لقناة الشروق نيوز حيث خلصت الدراسة إلى أن معظم مشاهدين قنوات الشروق يواظبون على القنوات التلفزيونية الجزائرية لاسيما منها قنوات الشروق المختلفة في الفترة الليلية برفقة العائلة باعتبارها فترة اجتماع للعائلة الجزائرية كما أنه لا يمكننا إنكار علاقة الفرد بالتلفزيون والفضائيات بصفة خاصة وامتلاك الأسر لهذه الوسيلة في الجزائر ووفقا لدراسة أجراها **الدكتور مصطفى مجاهدي** حيث يفسر هذا الأخير الانتشار السريع للملكية التلفزيونية أحد أهم العناصر المادية لانتشار الظاهرة إذ هيأ الأرضية مسبقا لإمكانيات الاستقبال عبر الهوائيات المقعرة بحيث إن التوجهات السياسية في الجزائر بعد الاستقلال، التي كانت تعمل على انتشار هذه الأجهزة للتمكن من نشر الوعي السياسي والتعبئة خلفت وراءها إمكانيات استقبال شكلت أرضية تسهل الولوج إلى برامج الفضائيات¹.

بينما أجاب بعض الطلبة الجامعيين بنسبة 07%، بأنهم يشاهدون قناة الشروق نيوز صباحا وهذا يدل على أنهم يتعرضون إلى إعادة البرامج الليلية صباحا وفق تصريح أراد العينة² إضافة إلى نشرة الأخبار الصباحية على الثامنة صباحا وهي البرنامج الوحيد الذي لا يعاد صباحا، ويرجع هذا إلى أن هذه الفئة لا تهمها آنية الخبر، كما يدل على أن هذه الفئة تتلقى الخبر من وسائل إعلامية أخرى وتتأكد من حدوثها ومصداقيتها من قناة الشروق نيوز بمشاهدة البرامج المعادة صباحا، خاصة وأن الطلبة غير العاملين قد تكون لهم مساحات زمنية فارغة صباحا كما يمكن للطلبة الموظفين متابعة البرامج الإخبارية ذات الطابع السياسي صباحا باكرا عند تناول فطور الصباح في المنزل، كما لا ننسى أن الفترة الصباحية تمتد من الثانية بعد منتصف الليل والتي غالبا ما يسهر فيها الطلبة بالأخص النازلين في الإقامات الجامعية ما يتيح لهم التعرض للبرامج المعادة في هذه الفترة الزمنية من اليوم مع مجموعة الرفقاء من الجامعة والذي يحفز وينشط لطالب على استقبال بعض الأخبار من اليوم بعد النشاطات الجامعية المختلفة، وهذا ما اتفقت فيه هذه الدراسة مع دراسة **أشرف قادوس** حول البرامج الإخبارية ورأي **عام المراهقين نحو قضايا الأمن القومي** (ص 90)، بان 1.8% من المراهقين يتعرضون لبرامج الإخبارية من الساعة 3 إلى 4 قبل الفجر والذين يتعرضون لإعادة إذاعة بعض حلقات البرامج الإخبارية عينة الدراسة التي ركزت على عرض القضايا السياسية موضوع دراسة اتجاهات هؤلاء المراهقين نحوها³.

¹ - مصطفى مجاهدي، برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، المرجع نفسه، ص 115.

² - نقاش مفتوح مع ثلاث طلبة دكتوراه في العلوم السياسية والإعلام، أكدوا انشغالهم التام في إطار مشاريع خاصة تمنعهم من الاجتماع بالعائلة يوميا، وأكدوا أنهم يشاهدون برامج معادة في ساعات متأخرة من الليل أو ابتداء من الفجر.

³ - أشرف قادوس، مرجع سبق ذكره، ص 91.

الجدول رقم (10): عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفقرة الرابعة والتي نصت على: ما نوع المضامين والبرامج التي تشاهدها عادة على قناة الشروق نيوز.

اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 2	النسبة المئوية					التكرارات				معدلات المشاهدات نوع المضامين والبرامج
	القيمة المعنوية	قيمة الاختبار	المجموع	أشاهده نادرا	أشاهده أحيانا	أشاهده دائما	المجموع	أشاهده نادرا	أشاهده أحيانا	
0.000	86.367	100	9.5	41.6	48.9	327	31	136	160	نشرة الأخبار
0.000	43.064	100	20.5	30	49.5	327	67	98	162	البرامج الاخبارية الحوارية
0.000	28.404	100	31.5	46.2	22.3	327	103	151	73	المواجيز الاخبارية

يوضح الجدول رقم (10) توزيع إجابات العينة محل الدراسة على الفقرة الرابعة من المحور الثاني حول نوع البرامج المفضلة: كانت إجابة المبحوثين الذين يتابعون البرامج الحوارية بصفة منتظمة أعلى النسب المئوية تحت عبارة دائما قدرت بـ 49.5%، ثم تليها نشرة الأخبار بنسبة 48.9% ثم في الترتيب الأخير المواجيز الإخبارية بنسبة 22.3% . كما أن أغلب المبحوثين أجابوا أنهم يتعرضون لنشرات الأخبار أحيانا 41.6% ثم تليها البرامج الإخبارية بنسبة 30% وأخيرا المواجيز الإخبارية بنسبة 46.2%، ويرجع ذلك إلى أن البرامج الحوارية برامج جديدة عهد بالشاشة الجزائرية ظهرت بظهور القنوات الإخبارية المتخصصة، ولديها طابع مختلف عن باقي البرامج الإخبارية الأخرى خاصة وأنها تستعمل أسلوب إستعراض الخبر لا عرضه وهذا ما أشار إليه محمد شطاح حول الإعلام الإستعراضي في كتابه القيم الإخبارية في الإعلام الإستعراضي، والذي أكد أن المعلومة مع التطور الإعلامي والهيمنة الإعلامية أصبحت تستعرض المعلومة لتثير إنتباه المتلقي لعدة أجزاء من الخبر وليس الخبر فقط¹ فإن إنتباه المتلقي أصبح مرتبطا بعناصر أخرى: بالإستيو والمذيع والأزياء واللغة الإعلامية وغيرها من المتغيرات التي تدخل في المثيرات البصرية التي تستهوي المتلقي خاصة وأن الطالب الجامعي لديه من المعرفة ما يستطيع به أن يحدد جماليات الحصة التي أصبحت تفرض واقعها في الساحة الإعلامية . وهنا توافقت هذه الدراسة مع دراسة عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد في بحثهم حول الرأي العام المصري والقنوات

¹ - محمد شطاح، قيم العنف في الإعلام الاستعراضي، سكيكدة - http://dpub.univ-skikda.dz/doc_site/revues_SH/article22.pdf

الفضائية الإخبارية بحيث توصلت الدراسة إلى أن 60.5% من المبحوثين يشاهدون النشرات الإخبارية أحيانا كأعلى نسبة غير ثابتة بالنسبة لنشرات الإخبار، إلا أنها تختلف في نفس النقطة مع هذه الدراسة كون البرامج الحوارية أكثر البرامج التي تصدرت النسب قدرت بـ 49.5%

وقد إتضح كذلك أن المواجيز الإخبارية أخذت أعلى نسبة من حيث ندرة المشاهدة قدرت بـ 31.5% ثم تليها البرامج الحوارية ذات الطابع السياسي بنسبة قدرت بـ 20.5%، ثم النشرات الإخبارية بسببة لا تتجاوز 9.5%، وإن دل هذا فإنه يدل على أن الأغلب من العينة يشاهدون النشرات الإخبارية إما دائما أو أحيانا لكن لا يستطيعون الانقطاع عنها لما لها من أهمية في عرض الأخبار أولا بأول، ثم بعدها البرامج الإخبارية التي تناقش وتستطيل في مناقشة الأخبار التي وردت في عناوين النشرات الإخبارية.

ويتضح لنا ان القيمة الاحتمالية لاختبار كآ² لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 في الاقتراحات الثلاثة للفقرة الرابعة في المحور الثاني وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كآ² للاقتراحات الثلاثة في الفقرة الرابعة من المحور الثاني عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 9.21 أي ان القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة 86.367 و 43.064 و 28.404 ولذلك فان فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة الرابعة من المحور الثاني في الاقتراحات الثلاثة عند مستوى معنوية 0.01.

فقد حازت جميع البرامج الإخبارية في قناة الشروق نيوز على أعلى نسبة إجابة فيما يخص الثبات في المتابعة تمثلت في الإجابة بـ دائما وتصدرت البرامج الحوارية المشاهد، فقد حازت البرامج الإخبارية الحوارية على أكبر نسبة ثبات في المتابعة وتليها نسبة حجم مشاهدة عينة الدراسة لنشرات أخبار (كما ورد في كتاب الأخبار التلفزيونية لمحمد معوض نصر سنة 1984، ص 8) تبعا لاختلاف السن والنوع والمستوى الثقافي للمشاهد. فهناك ارتباط قوي بين التعليم والانتظام في التعرض لنشرات أخبار التلفزيون¹.

وقد تذيلت المواجيز الإخبارية إختيارات العينة ذلك لأن الوقت لدى عينة البحث غير ثابت، فهناك أيام دراسية لساعات طويلة إضافة إلى النشاطات التعليمية وغير المرتبطة بالجامعة من بحوث وأعمال تطبيقية والنشاطات الطلابية، أو ظروف العمل خاصة للفئة المتزوجة والمسؤولون عن الأسر، والذي يجرهم في أغلب الوقت من الثبات على برنامج معين إلا أنه لا يمكن أن تتناسى أن أغلب البرامج أصبحت تنشر على منصات التواصل الإجتماعي كمقتطفات أو حصة كاملة والذي يغني عينة الدراسة عن المتابعة الدائمة للبرامج الإخبارية كلها خاصة ذات الطابع السياسي. إلا أن البرامج الحوارية قد إستطاعت جلب أكبر نسبة من العينة لأنها وظفت معايير جديدة وعلمية في إلقاء الخبر أو إستعراضه بالمعنى الأصح. ناهيك عن الأساليب الحوارية المستعملة في عرض المعلومة وتوظيف العناصر الجديدة في البرامج الإخبارية مثل الخبراء المتخصصين من أجل تحليل القضايا والموضوعات

¹ - محمد معوض نصر، أخبار التلفزيون، بحوث ودراسات تلفزيونية 10، المملكة العربية السعودية، 1984، ص 8.

السياسية التي تعتبر مظهرا من مظاهر الاعلام الإستعراضي، كذلك توظيف بل الإفراط في توظيف الصورة التلفزيونية التي تحمل مجموعة من القيم الإخبارية التي تستهوي الطالب عينة الدراسة لما تحمله من قيم العنف والصراع بين الأطراف في القضايا السياسية الراهنة، من خلال هذا النوع من البرامج وقد يعطي نوعا من المتعة غير المعتادة لدى الكثير من الطلبة، كما أن البرامج الحوارية تساعد في نقاش الخبر لكن بطريقة غير مسرفة وبرسمية واضحة. خاصة قناة الشروق نيوز عكس النشرات الإخبارية التي قد تناقش الخبر لكن بطريقة غير مسرفة وبرسمية واضحة. خاصة مع الأحداث التي توافقت مع زمن إجراء الدراسة أين كانت الأحداث السياسية في أوجها واستطاعت قناة الشروق نيوز نقل الخبر بكل التفاصيل الإخبارية مع تنوع القوالب الصحفية وأهمها البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي أعطت كما من المعلومات عن هذه الأحداث السياسية الذي جعل العينة تتساءل عن سبب كل هذه الأحداث وما الغرض السياسي منها. لتلجأ إلى قناة الشروق نيوز من خلال هذا النوع من البرامج الإخبارية.

الجدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة على حسب دوافع مشاهدة هذه البرامج

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة الخامسة من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة الخامسة من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01

كاي تربيع الحسابية عند مستوى معنوية 0.01: عند درجة حرية 2		النسبة المئوية	التكرارات	الاقتراحات
القيمة المعنوية	قيمة الاختبار	32.4%	106	اهتمام ذاتي
0.000	183,52	51.1%	167	تحصيل سياسي
		15.6%	51	تثقف
		0.9%	3	غير ذلك

الاستنتاج: من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة "سبب مشاهدتهم للبرامج السياسية المعروضة على قناة الشروق نيوز" هو للتحصيل السياسي بنسبة قدرت ب 51.1%، وقدرت نسبة المشاهدين لبرامج قناة الشروق نيوز بدافع اهتمام ذاتي ب 32.4%، كما قدرت نسبة الذين كان دافعهم التثقف ب 15.6%، و 0.9% كانت لديهم دوافع أخرى.

يرجع هذا إلى الأوضاع التي تعيشها الجزائر سياسيا حيث يتطلب على الطلبة الجامعيين متابعة برامج قناة الشروق نيوز متابعة المواضيع السياسية من جراء ما تبثه القنوات الفضائية إخبارية و مختلف الميديا الجديدة وهو ما ساعد مؤخرا على ظهور طبقة متتبعة للأحداث السياسية في وقت كانت الأحداث السياسية محتكرة ومغيبية

إعلامية ويجدر الإشارة أن الوظيفة الأولى والأهم لهذه القنوات الإخبارية هي وظيفة سياسية بالدرجة الأولى فالطالب الذي كان لوقت غير بعيد كثيرا تائها من جراء ما كان ييثر سابقا وغير أبه إلى ما يسمى بالسياسة أضحي شغوبا بالأخبار السياسية والتحصيل السياسي خاصة فيما يخص القضايا السياسية الوطنية الراهنة التي نبهت لها القنوات الإخبارية المتخصصة ومشابهات من القنوات الفضائية ذات نفس التخصص بعد التحرر الإعلامي الذي إنبثق إثر التعديل في قانون الإعلام للسبعيني سنة 2012م، يشير هنا الدكتور مصطفى مجاهدي في كتابه **برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور** بحيث أنه تحدث عن الدراسات التي باشرها الباحثون تحت ما يعرف ب: دراسات الشباب Youth Studies لنقف على التحول الذي حدث في الرؤية السياسية للشباب وستعرف حسب السنوات اللاحقة تغيرا في المقاربات بحيث سيبدأ النظر إلى الشباب على أنهم فاعلون اجتماعيون وكذا سياسيون في حين يرى كل من الدكتور عبد الله فتحي الظاهر والدكتور علي أحمد خضر المعماري في كتابهما الموسوم ب **أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية** بحيث أنه خلصت دراستهما على أن المجتمع الجامعي بحاجة إلى ملئ جانب من حياته الثقافية بالسياسة وأخبار السياسة فقد وجدوا أن أغلب الباحثين يتطلعون إلى سماع المزيد من أخبار السياسة بسبب التجدد الحاصل فيما تقدمه من أخبار¹. وهذا من الوظائف والمسؤوليات التي تقف على عاتق القنوات الإخبارية من إمداد الأفراد بالإعلام السياسي اللازم من خلال معرفته بالقضايا والموضوعات والمجريات والأحداث السياسية سواء بالداخل أي الإقليمية المحلية أو بالخارج الوطنية والدولية، وذلك في إطار تحريري وفي مناسبة يعين الفرد على الاستيعاب والفهم السريع لهذه المضامين السياسية المرسله من خلال صحافته المفضلة وبالتغطية الإعلامية الوافية حتى يصل الجمهور إلى درجة جيدة على نحو كاف من الإلمام بشتى الموضوعات والشؤون السياسية المحيطة به، هذا الأمر الذي يتم غالبا في صورة إخبارية.

كما أجابت نسبة 32.4% من عينة البحث أن سبب مشاهدتها لقناة الشروق نيوز هو إهتمام ذاتي، ويرجع ذلك إلى أن الطلبة الجامعيين أو عينة البحث لديها ميولات سياسية، وينتمي بعضهم إلى المنظمات والأحزاب السياسية، كما لا ننكر أن التخصصات الإعلامية والسياسية لديهم إهتمام جيد بالأخبار السياسية التي قد تدعم مساهمهم الدراسي، كما لديهم أسلوب إضافي للقناة للحصول على المعلومة السياسية وهي الجماعات التي ينتمون إليها سواء كانوا قادة رأي أو ممن يستنبطون معلوماهم الإخبارية والسياسية من قناة الشروق فيكون التدفق الإعلامي من خلال الإتصال الشخصي المباشر. كما سجلنا أدنى نسبة في الجدول أعلاه حول إجابة تثقف قدرت ب 15.6%، يرجع ذلك إلى ان هذه الفئة تحاول معرفة مايدور حولها سياسيا حتى لا تخرج عن نطاق الجماعة المنتمية إليها، كما يرجح أن هذه الفئة قد لا تتفاعل سياسيا وإنما تتبع البرامج الإخبارية فضولا فقط وقد تكتفي بالإستماع ومشاهدة المواجيز الإخبارية على الأكثر فقد يرجع ذلك إلى عامل الوقت خاصة الطلبة

¹ - فتحي الظاهر وعلي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، دار غيداء للنشر، العراق، 2003، ص 85.

العاملين، أو المسؤولون عن العائلات، أو طلبة الدكتوراه الذين أثبتت الدراسات أنهم لا وقت لديهم للجلوس أمام التلفاز لوقت طويل أو القيام بأعمال أخرى نظرا لضيق الوقت.

من خلال النتائج التفصيلية في الجدول أعلاه يتضح لنا ان القيمة الاحتمالية لاختبار كاي² لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كاي تريبع للفقرة الخامسة من المحور الثاني عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 11.34 أي ان القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة 183.52 ولذلك فانه يرفض الفرض الصفري ونقبل بالفرض البديل القائل: فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة الخامسة من المحور الثاني عند مستوى معنوية 0.01. وتؤول هذه الفروق في التكرارات إلى الاختلافات في السمات الديموغرافية لعينة الدراسة (السن، النوع المستوي الدراسي، وكذا المستوى الإجتماعي).

الجدول رقم (12): يبين اتجاه عينة الدراسة حول عناصر الجاذبية التي توظفها قناة الشروق نيوز في برامجها الإخبارية:

كاي تربيع الحسابية عند مستوى معنوية 0.01: عند درجة حرية 2			النسبة المئوية				التكرارات				رأي العينة حول:
القيمة المعنوية	قيمة الاختبار الجدولية	قيمة الاختبار الحسابية	المجموع	معارض	محايد	موافق	المجموع	معارض	محايد	موافق	
0.000	9.21	162.62	%100	%5.5	%31.5	%63	327	18	103	206	تعجبي طريقة الحوار في البرامج السياسية وخاصة الحوارية
0.000	9.21	255.10	%100	%0.9	%26.9	%72.2	327	03	88	236	يشدني شكل ومضمون البرامج الإخبارية السياسية في الشروق نيوز
0.000	9.21	216.34	%100	%0.9	%31.8	%67.3	327	03	104	220	تناسبني مواعيد إذاعة البرامج الإخبارية التي تناول القضايا السياسية الوطنية الراهنة.
0.000	9.21	177.02	%100	%7.6	%26	%66.4	327	25	85	217	أحبذ طريقة تقديم البرامج الإخبارية لعرض القضايا السياسية الراهنة
0.000	9.21	209.78	%100	%6.4	%23.9	%69.7	327	21	78	228	أهتم للغة المستخدمة من طرف المقدم للبرنامج المفضل لديك
0.000	9.21	72.01	%100	%15	%31.8	%53.2	327	49	104	174	يتناسب حجم الموضوع مع المدة الزمنية التي تعرض فيها القضية التي تتابعها
0.000	9.21	108.40	%100	%14.4	%26	%59.6	327	47	85	195	يلفت نظري تميز التغطية الإخبارية لقناة الشروق حول القضايا السياسية الراهنة للوطن
0.000	9.21	94.697	%100	%8.6	%41	%50.4	327	28	134	165	ألتمس المصادقية و الشفافية في طرح القضايا السياسية الحساسة الراهنة
0.000	9.21	56.385	%100	%15.3	%35.7	%49	327	50	117	160	تعجبي دقة اختيار المستضافين في مناقشة الأحداث السياسية الوطنية

يوضح الجدول رقم (12) توزيع إجابات العينة محل الدراسة على الفقرة الخامسة من المحور الثاني، حيث ان هذه الفقرة احتوت على 09 اقتراحات، يتم الإجابة عليها من خلال ثلاثة أجوبة (موافق، محايد، معارض). وقد أسفرت النتائج على أن أغلبية المبحوثين إتفق رأيهم على أن شكل ومضمون البرامج الإخبارية السياسية في الشروق نيوز هو أكثر شيء يشدهم لمشاهدتها بنسبة قدرت ب: 72.2%، محايد بنسبة 26.9% ومعارض بنسبة 0.9%، ثم تليها عبارة أهتم للغة المستخدمة من طرف المقدم للبرنامج المفضل لديك بنسبة 69.7% من عينة الدراسة موافقون عليها، و 23.9% محايدين ثم 6.4% معارضين للغة المستخدمة. ثم تأتي عبارة تناسبني مواعيد إذاعة البرامج الإخبارية التي تتناول القضايا السياسية الوطنية الراهنة بنسبة 67.3% من حيث موافقة عينة الدراسة عليها، والمحايد بنسبة 31.8% والمعارضين بنسبة 0.9%. قدرت عبارة أحبذ طريقة تقديم البرامج الإخبارية لعرض القضايا السياسية الراهنة بنسبة 66.4% في عبارة أوافق، و 26% محايد، و 7.6% معارض. ثم جاءت عبارة: تعجبني طريقة الحوار في البرامج السياسية وخاصة الحوارية بنسبة 63% من الموافقين، و 31.5% محايدين، و 5.5% معارضين. وجاءت عبارة: يلفت نظري تميز التغطية الإخبارية لقناة الشروق حول القضايا السياسية الراهنة للوطن بنسبة 59.6% من الموافقين، و 26% من المحايدين و 14.4% معارضين. ثم جاءت عبارة: يتناسب حجم الموضوع مع المدة الزمنية التي تعرض فيها القضية التي تتابعها بنسبة 53.2%، و 31.8% محايدين، و 15% من المعارضين. وجاءت عبارة: ألتمس المصادقية و الشفافية في طرح القضايا السياسية الحساسة الراهنة بنسبة 50.4% موافقين، و 41% من المحايدين و 8.6% من المعارضين. ثم جاءت عبارة: تعجبني دقة اختيار المستضافين في مناقشة الأحداث السياسية الوطنية بنسبة 49% من الموافقين، و 35.7% محايدين و 15.3% معارضين.

وقد أو ضحت النتائج التفصيلية من خلال الجدول أعلاه ان القيمة الاحتمالية لاختبار كاي² لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كاي² عند درجة حرية 2 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 9.21 أي ان القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة في كل اقتراحات الفقرة السادسة من المحور الثاني ولذلك فان نرفض الفرض الصفري ونقبل بالفرض البديل القائل: فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات عند مستوى معنوية 0.01.

الاستنتاج: من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يوافقون بالإجماع على إعجابهم بشكل ومضمون البرامج الإخبارية السياسية في الشروق نيوز ويقصد هنا البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية خاصة على قناة الشروق نيوز وهذا ما ورد في الإجابة على السؤال السابق حول نوع البرامج التي تشاهدها العينة على قناة الشروق نيوز وكانت أغلب المشاهدات حول نشرات الأخبار والبرامج الحوارية، يرجع هذا إلى منهج القناة في حد ذاته المبني على حرية التعبير - المقننة طبعا- عند استضافة الشخصيات في مختلف المجالات أو معالجة المواضيع الآنية التي تحدث في البلاد والأوضاع التي يعيشها الشعب الجزائري وخاصة في البرامج الحوارية التي تعتبر شكلا إعلاميا حديثا

على القنوات الجزائرية خاصة بالطريقة التي تعرض بها على القنوات الإخبارية المتخصصة سواء في الشكل البرنامج الخارجي أو المضمون لأنه وكما ورد في كتاب **الدكتورة نهود القادري عيسى** في كتابها الموسوم ب **قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك** (2001، ط1، ص130) أن التلفزيون بقنواته أصبح يستخدم كل الوسائل والطرق المتاحة والممكنة ليحوز على السوق الإعلامية¹، وترى أنه من المستحيل أن تحاط النشرات الإخبارية بالراقصات لأنها لا تزال محاطة ببعض المتطلبات الأخلاقية وإلا كانت لتوظف من الوصول إلى أهدافه. و وحددت نفس الباحثة أن هناك بعدا طقوسيا للبرامج الإخبارية نشرات الأخبار أو البرامج الحوارية، أولها على صعيد الشكل أن القناة تعتمد على استوديو فائق التطور والحداثة من كاميرات وخلفيات تعرض عند نشر البرامج الإخبارية وكأنها توحى بالشفافية وتمثل في الكواليس أين نرى جملة العمال داخل القناة بيد أن الصحفي أو المذيع يعرض الخبر²، كما أشارت إلى تحركات المذيعين ووضعيتهم الذين يسيرون أثناء تقديمهم تقاريرهم وانضمام مذيعه أخرى له في نهاية النشرة لإذاعة الخبر من صنف آخر إذن حركية المذيعين الدائمة وإيماءات وجههم وتحريك الكراسي وابتساماتهم الدائمة والحوارات الخارجة عن نطاق الخبر تدخل ضمن شكل البرامج الإخبارية وهذا ما سماه **محمد شطاح** الإعلام الإستعراضي . أما من ناحية المضمون فلا ضير أن قناة الشروق وخلال المدة التي أحرقت فيها هذه الدراسة كانت ضمن منافسة شديدة مع مثيلاتها من القنوات الإخبارية المتخصصة، فقد كان جل إهتمامها عرض الأحداث والتطورات التي حصلت على الساحة السياسية مثل الحراك الشعبي وتغيير النظام السابق والصراعات بين الأنظمة السياسية وأحزابها وغيرها من القضايا التي حددت في أسئلة لاحقة. وهنا وظفت الشروق نيوز برامج التوك شو او البرامج الحوارية والتي كانت لها علاقة بالتغطية الإخبارية الابرز، أين تعالج علاقة الإعام بالسياسة وبالنظام السياسي والحياة السياسية .

ويجدر الإشارة إلى أن مجمع قناة الشروق سبق لها في هذا الصدد أن كرمت من طرف المنظمة الأوروبية للأقمار الصناعية والاتصالات "يوتيلسات"، واختارتها لتكون في المرتبة الأولى مغاريا والثالثة عربيا ضمن الفضائيات الإخبارية التي تبث برامجها عبر تقنية الأتس دي (hd) وأكدت شركة يوتيلسات في بيان رسمي لها بأن تكريم قناة الشروق نيوز كان بناء على تطورها من حيث جودة الشكل والمضمون خلال الأشهر الأخيرة وكذا تصدرها لنسبة المشاهدة ومصداقيتها وجودة برامجها ومبادراتها الثرية والمهنية وشددت الشركة العالمية على أن تكريم قناة الشروق نيوز كان بناء على نسبة المشاهدات التي تحظى وتعنى بها من طرف الجزائريين اعتمادا على جودة البرامج يوميا وعلى مدار أيام الأسبوع ومتابعتها للصيقة للأحداث.

¹ - نهود القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط2، 2013، ص 130.

² - نهود القادري عيسى، مرجع نفسه، ص 147.

وتمثل عبارة **أهتم للغة المستخدمة من طرف المقدم للبرنامج المفضل لدي** بنسبة مئوية عالية توضح أن فئة الطلبة الجزائريين يهتمون حقاً للمضمون وكيفية صياغته بدأ باللغة الإعلامية والتي تعتبر أهم وسيلة تحمل الرسالة المرغوب في إيصالها من خلال النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية كما وسبق الإشارة إليه، فلا يخفى أنه من مظاهر التحكم في المعلومة هو حسن استخدام اللغة في طرح الخبر، وقد أشار **سامي الشريف وأيمن منصور** ندا في كتابهم **اللغة الإعلامية المفاهيم - الأسس - التطبيقات** أن اللغة الإعلامية يمكن أن تمتد وظيفتها لتصبح وظيفة تأثيرية، إقناعية، وهو ما يهتم بعض المهتمين بالإعلام خاصة السياسي¹ مثل عينة الدراسة في هذا البحث وبما أن العينة ذات مستوى علمي فاللغة مفهومة لديه طبعاً لأن قناة الشروق نيوز ناطقة باللغة العربية في أغلب برامجها، ويتدخل في نسبة هذا الإختيار المستوى التعليمي الجامعي بحيث من سن 18 إلى 25 قد لا يهتمون باللغة بطريقة جدية ويهدفون إلى التثقف فقط لكن ابتداءً من 25 سنة هو المرحلة العمرية التي يبدأ فيها الطالب الجامعي بالتمعن في كل التفاصيل التي تكون مهمة، ومن المتعارف عليه أن اللغة المستخدمة في نشرات الأخبار هي اللغة الرسمية في البلاد العربية، أما المستخدمة في البرامج الحوارية قد تكون في أغلب الأحيان مزيجاً بين اللغة العربية والدارجة أو العامية أو حتى لغة أجنبية كدخيل ثالث، ويقسم الباحثون اللغة المعاصرة إلى مستويين: الفصحى التراث وفصحى العصر: ويتضمن المستوى الثاني ثلاث مستويات عامية المثقفين، وعامية المتورين وعامية الأميين. والتي تتداخل كلها لصناعة اللغة الإعلامية الحديثة أو فصحى العصر.

أما عن موافقتهم على عبارة ملائمة مواعيد عرض البرنامج فهذا راجع إلى الوقت بحيث هناك فروق فردية خاصة وأن أغلب الطلبة مضبوطون بدوام جامعي إضافة إلى الطلبة العاملين، وقناة الشروق نيوز تبث برامجها على مدار 24 ساعة إما بمحتوى جديد أو برامج معادة. كل حسب الوقت الذي يساعده كما أن وقت الذروة بالنسبة لقناة الشروق يبدأ من الساعة الثامنة ليلاً وهو التوقيت الذي يلائم أغلب مفردات العينة إلا بعضها كما تم التطرق إليه في الجدول فترات المشاهدة لدى عينة البحث.

إذن من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة تناسبهم مواعيد إذاعة البرامج الإخبارية على قناة الشروق نيوز التي تتناول القضايا السياسية الراهنة، تُرجع الباحثة هذا إلى أن الأوقات التي حددتها قناة الشروق نيوز في البرمجة التلفزيونية كانت مختارة بعناية تامة حيث يعد وقت بث برنامج **الجزائر هذا المساء** الذي يتم تقديمه من طرف الإعلامي قاده بن عمار من يوم الأحد إلى يوم الخميس على الساعة 19:00 مساءً بشكل يومي حيث تعتبر هذه الفترة جيدة خاصة عندما نتمتع النظر قليلاً في بعض الأوقات التي تبث فيها بعض القنوات برامجها الإخبارية، وبرنامج **الجزائر هذا المساء** يعد برنامجاً حوارياً يتناول بالنقاش والتحليل مختلف المستجدات الحاصلة في الساحة الوطنية من طرف مقدم البرنامج أو من طرف ضيوفه ومما يدعم أهمية هذا البرنامج هو الوقت الذي يبث فيه لأنه الوقت المحبب والمفضل للجمهور والمشاهد الجزائري في حين يبث برنامج نقاط على الحروف

¹ - سامي الشريف وأيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية المفاهيم: الأسس، التطبيقات، كلية الاعلام، مصر، القاهرة، سنة 2004، ص 22

وهو برنامج سياسي بامتياز أيضا يتم تقديمه من طرف الإعلامية الجزائرية ليلي بوزيدي ويث كل يوم سبت في الأسبوع على الساعة 21:05 ليلا وهو ما يدعم ما سبق وم اذكرناه أعلاه حول أهمية واستراتيجية اختيار قناة الشروق نيوز لأوقات برامجها مراعية بذلك أوقات الراحة لمتابعيها في الجزائر وفي هذا الصدد وفي دراسة صايم الحاج جعفر الصادق والموسومة بـ "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية الخاصة" خلصت هذه الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون البرامج الإخبارية لقناة الشروق نيوز التي تعرض خلال الفترة الصباحية كما أنهم لا يشاهدونها في فترة الظهيرة بينما يشاهدون البرامج الإخبارية في الفترة المسائية وهذا ما يوضح بأن مواقيت بث الشروق نيوز لبرامجها جيدة ومبنية على دراسة جمهورها قبل البدء الفعلي في بثها. وهذه النتيجة تثبت صحة النتائج الواردة في الفقرة التي تبحث الأوقات المفضلة لمتابعة برامج قناة الشروق نيوز، وهو أن العينة تفضل توقيت السهرة في مشاهدة البرامج الإخبارية لمتابعة القضايا السياسية التي تمهم.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يفضلون طريقة تقديم البرامج الإخبارية على قناة الشروق نيوز لعرض القضايا السياسية الراهنة، وطريقة الحوار فيها يرجع هذا إلى تميز طريقة الحوار في البرامج السياسية وخاصة الحوارية وكما تم الإشارة إليه سابقا في نشرات الإخبار يتم استعراض الخبر في استوديو يوحي بالشفافية والإيماءات المتنوعة التي تبين أن هناك ارتياح نفسي في عرض الخبر ويسمى هذا باستعراض الخبر لا عرضه خاصة وأن الصحفي يتأقن لتركز عليه عدسات الكاميرا على كل جسمه وهو ماشي هذا ما جدد الصيغة الإعلامية في عرض الخبر، ناهيك أسلوب الحوارات الذي يقدم في البرامج الحوارية (توك شو) والذي عبر عنه هارفي كولي **Hervé Collet** في كتابه **الإتصال، لماذا، وكيف**، على انه ألعاب شفوية تشكل الطاولات المستديرة المتلفزة وهناك نوعان من التفاوض: تفوض جدلي: وهو لعبة نتیجتها صفر ويحصر الحوار في منطق التصعيد والتأثر، ولا يعرف إلا قانون القوي، يستعمل الأطراف فيها الحجج بالدعاية أكثر من النقاش. والتفاوض الثاني هو التفاوض التعاوني: وهو عبارة عن لعبة مجموعها متنام أي تصبح الأطراف قادرة على التحول إلى شركاء فتأخذ نتيجة التفاوض شكل الإتفاق¹. ضف إلى ذلك تخصيص برامج خاصة فقط بالأوضاع السياسية يتم بثها يوميا لجمهور المتفرجين وفي بلاطوهات مميزة بديكورات رائعة والاهتمام بالأوضاع السياسية التي تجرى في الساحة المحلية ومتابعتها لحظة بلحظة وفي هذا الصدد تقول الدكتورة دينا محسن في مقال تم نشره في مجلة المركز الديمقراطي العربي حيث أن القنوات الفضائية تنشر القضايا السياسية المحلية والعالمية خاصة قضايا الحريات والديمقراطية فهي من القضايا الشائكة التي يتناولها الإعلام المحلي والعالمي على حد سواء .. وتعتبر البرامج التلفزيونية السياسية هي الوسيط في عملية الإتصال السياسي والاقتصادي والاجتماعي وتساهم في تشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الإعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل الجماهير²، وتشير الدراسات في هذا

¹ - Hervé collet, **communiquer pour quoi, comment: Le Guide de la communication sociale**, paris, 7 Cridec, 2004, p.291.

² - دينا محسن، الاتجاهات العامة للمصالح الإقليمية لإيران في المنطقة العربية دراسة مقارنة سوريا واليمن من 2011-2016، ص 201.

الصدد بأن البرامج التلفزيونية السياسية تشغل مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي وتحظى باهتمام المشاهدين بانتظام، وهو الأمر الذي يجعل من قناة الشروق نيوز تطور في بث برامجها السياسية التي تحظى في كل مرة بالرضا من طرف جمهور هذه القناة على غرار القنوات الجزائرية الأخرى ووفقا لدراسة أجرتها الدكتورة وليدة حدادي الموسومة بـ التلفزيون والتنشئة السياسية حيث تطرقت في قراءة الجانب التطبيقي لدراستها على نقطة رأي أفراد عينتها في تقديم البرامج الإخبارية في التلفزيون الجزائري واتضح بأن المبحوثين بنسبة كبيرة يرون في تقديم البرامج الإخبارية في التلفزيون الجزائري متوسطة وهذا من شأنه مساعدة قناة الشروق نيوز في احتلال مراكز أولى من حيث ما يتم بثه من خلالها نظرا للاهتمام المتزايد بما يسمى بـ "البرامج التلفزيونية وتقديمها للمشاهدين".

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على تناسب حجم الموضوع مع المدة الزمنية التي تعرض فيها القضية التي يتابعونها وبفروق دالة إحصائية بين تكرارات إجابات المبحوثين عينة الدراسة ويرجع هذا إلى تخصيص قناة الشروق نيوز للبرامج الإخبارية السياسية في أوقات محددة تفوق ساعة لكي يتسنى للضيوف وللمقدم البرنامج بمعالجة الموضوع من جوانبه المختلفة حيث أنه يبلغ عدد دقائق برنامج الجزائر في هذا المساء على سبيل المثال ساعة كاملة ، ونشرات الأخبار من نصف ساعة إلى ساعة في كل بث على مدار 24 ساعة يوميا وهو ما يوضح جليا سياسة قناة الشروق نيوز في إعطاء حيز زمني للأخبار السياسية وبالأخص الفترة التي أقيمت فيها الدراسة والتي شهدت إحتداما في التدفق الإعلامي للأخبار والأحداث السياسية مثل الحراك والصراعات بين الأحزاب السياسية وانتفاضة الشعب ضد النظام السابق وكشف ملفات الفساد وغيرها من القضايا التي ظهرت متتابة في فترة واحدة وبشكل كبير وواضح لعامة الشعب ، مع أن ساعة من الوقت تعتبر قليلة نسبيا إلا أنه وبخلاف القنوات الأخرى منها القنوات العامة تعتبر هذه المدة لا بأس بها نظرا لما تخصصه القنوات الأخرى لبرامجها التلفزيونية إذا ما نظرنا إلى المدة الزمنية المخصصة لها في معالجة المضامين الاجتماعية والاقتصادية وكذا الرياضية بالرغم من تزامم البرمجة التلفزيونية على مدار اليوم لقناة الشروق نيوز إلا أنها تسعى إلى تخصيص أوقات من شأنها أن تساعد في بث القضايا المتبعة من طرف جمهور المشاهدين الذي تعود على هذه البرامج المهمة في تشكيل وتنمية أفكار ورؤى جديدة لديه من شأنها مساعدته على تحليل الأوضاع والنظر إليها برؤى ثابتة ومن زوايا واسعة من خلال ما يقال وما يتم تحليله في كل يوم. هذا يرجع بالنفع على متابعين قناة الشروق نيوز وخاصة الطلبة الجامعيين لأنه كلما اتسعت مدة بث البرامج المهمة التي يتابعونها كلما كانت المنفعة أكثر وكان التلقي للمعلومة أفضل وأوسع. كما أنه أجاب البعض أن المدة الزمنية المخصصة للأخبار والقضايا السياسية غير كافية لأن هذه الفئة تبقى أكبر وقت أمام القناة .

ومن خلال ما سبق ذكره تبين أن نصف أفراد العينة يلفت نظرهم تميز التغطية الإخبارية لقناة الشروق حول القضايا السياسية الراهنة للوطن، يرجع هذا إلى ريادة قناة الشروق نيوز في تلبية ومعالجة القضايا التي تمم الجمهور الجزائري فرأينا على سبيل المثال كيف عالجت قناة الشروق نيوز الوضع الجزائري قبيل انتخابات 12

ديسمبر 2019 الوضع السياسي الجزائري وكيف خصصت برامج سياسية خاصة بالحدث الهام آنذاك وهنا تتفق نتائج هذه الدراسة مع بحوث نظرية ترتيب الأولويات من خلال تحديد وتغطية القضايا التي تمه المجتمع، حيث تفترض النظرية أن القائمون على وسائل الإعلام ينتقون بعض الموضوعات ليتم التركيز عليها والتحكم في طبيعتها ومحتواها إذ لا يمكنهم طرح كل الأحداث والقضايا التي تقع في المجتمع- بحيث يأخذ هذا الانتقاء والتركيز في إثارة اهتمامات الجمهور تدريجياً، فيدركونها، يفكرون بها ويقلقون بشأنها، لتمثل لهم أهمية نسبية أكثر من تلك التي لم تطرح إعلامياً، وهنا يكون التدفق الإعلامي بعد إهتمام الجمهور مع القضايا التي أعطتها القناة الإخبارية أهمية يوصف بالإغراق المعلوماتي وهذا النوع من الإغراق الإعلامي السياسي تكلم عنه علي أحمد المعماري في دراسته الموسومة ب القنوات الإخبارية وعلاقتها بالتنمية السياسية لدى الأساتذة الجامعيين، وتحدث عن الإغراق في الأخبار السياسية إذ ورد أن هذه القنوات تنقل أخبار العالم كله وأحداثه السياسية المنتقاة، وبطرق حية أو شبه حية مما يحفز المشاهدين على إبداء اهتمام أكبر بها، فضلاً عن تزايد الرغبة في الاستزادة منها¹، ثم إن إغراق الأفراد في خضم الأخبار السياسية تجعل نسبة من الجمهور ميالة إلى رأيها في الشؤون المطروحة استناداً إلى ما يصلها من تلك القنوات. كما إنها تجعل المتلقين أمام وفرة من المعلومات والمعارف السياسية التي تتضاعف كل خمس سنوات، مما يجعلهم مضطرين إلى استهلاك معلومات غير قليلة، بوعي أو بغير وعي. وهذا قد يؤدي إلى شعور المتلقي بأنه يعرف كل شيء عن العالم وقد يسحره هذا الوهم وييدي رأيه وحكمه على أساسه، مستندا في ذلك إلى تعميمات سياسية براقية أو رموز لغوية صغيرة بديلة عن مفهوما فكرية أو سياسية واسعة، دون أن تكون تلك التعميمات مفسرة أو معطلة للموقف بل هي أقرب إلى تكون عبارات للاستهلاك المحلي أو إجابات مسكنة عن تساؤلات سياسية حذرة أو معقدة. وما هي إلا تضليلاً للآخرين أو إيهاماً للذات.

إلا أنه يجد الإشارة أن النصف الثاني أجاب بغير ذلك، ويرجع هذا إلى أن العينة أي الطلبة الجامعيين لم يكتفوا بقناة الشروق نيوز كوسيلة تلفزيونية فيرجح ذلك إلى أن النصف الثاني من العينة استعملوا مواقع التواصل الإجتماعي أي الميديا الجديدة التي تستعمل أساليب حديثة وجديدة عهد بالإعلام للتغطية الإخبارية الرغم من أن قناة الشروق نيوز اعتمدت على كل الوسائل المتاحة لتغطية الأحداث السياسية والوصول إلى المشاهد الجزائري عن الطريق البث الحي عن طريق تقنية SNG والمباشر لكل صغيرة وكبيرة للمشاهد والمهتم بالوضع السياسي الحالي الذي كانت تقبع فيه البلاد . وكذا استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في المداخلات للمرسلين الصحفيين مثل السكايب أو المكالمات الهاتفية، فقد تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية للقنوات الإخبارية مؤخرًا، من خلال ابتكار نظم لحفظ المعلومات واسترجاعها داخل البلد وخارجه من خلال توظيف بنوك المعلومات وشبكاتهما، وكذلك ابتعدت أدوات ونظم لتسريع عملية الحصول على المعلومات وتوصيلها إلى مقر

¹ - علي أحمد المعماري، مرجع سبق ذكره، ص 225.

القناة وتم استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماما ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية مثل القنوات الإخبارية التلفزيونية الإلكترونية.

وتأسيسا على ما سبق يمكن القول إن أبرز آثار التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تبدو في عملية التغطية

الإخبارية، فقد ألغت التكنولوجيا الاتصالية الحديثة الفواصل الدقيقة بين المراحل الثلاث لنشر الخبر وهي:

- مرحلة اندلاع الخبر ومرحلة بث الخبر ومرحلة التشيع الإخباري. وقد تم ذلك من خلال عملية تغطية الأخبار فور

وقوعها بتوظيف نمطين مستحدثين من الأساليب الفنية في التغطية الإخبارية التلفزيونية: النمط الأول: هو

التغطية الإخبارية بواسطة الإلكترونية توظيف الكاميرات التلفزيونية الإلكترونية في المحملة موقع الحدث سواء

أكانت تلك الكاميرات تنقل نقلا حيا مباشرة على الهواء، أو ليذاع بعد فترة، وهناك أيضا التغطية الإخبارية

بواسطة القمر الصناعي من خلال الكاميرات التلفزيونية الإلكترونية المحملة في موقع الحدث التي يتم بث منتجها

مباشرة -أيضا- إلى محطة الإرسال القومية أو إلى المقر الرئيسي للمحطة التلفزيونية الدولية عبر القمر الصناعي، ثم

عملية البث المباشر من المحطة في الوقت نفسه أو بعد فترة. كما يستعين الطالب الجامعي بالموقع الرسمي الخاص

بالقناة خاصة أوقات الدراسة أثناء الأوقات الفاصلة في الدراسة، وكل هذه الوسائل دخلت في تكامل العمل

الإخباري والتغطية التي تقوم بها القناة والتي وجهت الطالب الجامعي كجمهور لها إلى سبل أخرى لمتابعة القناة

لكن دون اللجوء إلى جهاز التلفاز، والجدير بالاهتمام أن قناة الشروق نيوز أصبحت لها منصات افتراضية شجعت

جمهورها الوفي إلى تتبع أخبارها والإعتماد عليها كمصدر ثابت للخبر من مختلف المنصات التي تعتمد عليها القناة.

- من خلال ما سبق ذكره تبين أن مايقارب نصف أفراد العينة التمسوا المصادقية والشفافية في طرح القضايا

السياسية الحساسة الراهنة وتُرجع الباحثة هذا إلى عاملين أساسيين، الأول يتمثل في مكانة قناة الشروق عند

جمهورها المحلي الذي تعود على مشاهدة الأخبار الصحيحة، والعامل الثاني يتمثل في طبيعة القضايا السياسية

الحساسة جدا في الوقت الراهن والتي لا تحتمل الكذب والافتراء في ظل المنافسة الشرسة بينها وبين القنوات

الفضائية الأخرى خاصة وأن سلطة الضبط مؤخرا صارت صارمة فيما ما ييثر عبر القنوات الفضائية وبالتالي هذا

الأمر يلزم على قناة الشروق نيوز معالجة القضايا السياسية بمصادقية وشفافية تامة، حيث تعتبر المصادقية في العمل

الصحفي من أهم الركائز الأساسية لنجاح أي قناة لكسب الثقة من الجمهور واكتساب جمهور مستمع مشاهد

لهذه القناة لتكون مرجعا حقيقيا لأي خبر كان يراد التأكد منه وهذا لا يأتي من فراغ بل من عمل حقيقي نابع

من مفهوم الصحفي للصحافة المحترفة وأساسياتها، إلا أن النصف الآخر قد شكك في مصادقية القناة بين محايد

وبين معارض على أن تحوز نسبة المحايدين أعلى نسبة قدرت بأكثر من 40% من عينة البحث، ذلك يرجع إلى

القناة تضبطها قوانين تحدد عملها الإعلامي ناهيك عن حراس البوابة الذي لا ينفك خبر من المرور إلا وكانت

الرقابة عليه صارمة خاصة ما يمس استقرار الوطن، وقد ورد في دراسة ل علي أحمد المعماري في دراسته

للقنوات الإخبارية وعلاقتها بالتنمية السياسية لدى الأساتذة الجامعيين ص (215) أن الإغراق في الأخبار

السياسية خاصة الذي تنقله عن القادة والسياسيين والمفكرين من تصريحات وآراء ووجهات نظر وتوقعات، قد تكون غايتها دعائية مما يحرف من مصداقية الخبر، وتتفق هذه النتائج مع دراسة أقيمت في الصين من طرف الباحث دان تشان **Dan Chen** الموسومة ب تأثير الأخبار التلفزيونية النقدية (السلبية) على الرأي العام في الصين سنة 2012 أن وسائل الإعلام تعمل عمل صمام الأمان خاصة في القضايا التي تهدد استقرار الوطن من خلال أن إعلام هذه القناة وخطها السياسي لا يقف بصفة صريحة ضد النظام لأنه يتعرض لضغوطات كثيرة وليس في مقدوره الدخول في تحدي علني معه وبالتالي الإنتقادات عادة ما تكون حميدة والتي تطلق الغضب العام للرأي العام مع ضمان بقائه تحت مستوى معين يتحكم فيه¹. وأكدت فرضية الدراسة أن وسائل الإعلام تعد صمام أمان أثناء تنفيذ سياسيات الخلاف في تغطيتها، فقد يتراكم الإحباط العام والغضب العام على المستوى الوطني وتواجه الحكومة تحديات كبرى ليس فقط كونها غير قادرة على تطبيق سياستها إنما تهدد استقرارها الإجتماعي وهو أولوية قصوى لوسائل الإعلام. نفس الأمر تؤكدته نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام بحيث تبين أن وسائل الإعلام من الأدوات التي تسهم في استقرار المجتمع أو تفككه وهذا أمران - استقرار المجتمع وعمل وسائل الإعلام بالوجه المطلوب - يساهمان بشكل فاعل في درجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تنشرها الوسيلة الإعلامية والتي تؤثر بدورها على الجمهور معرفيا ووجدانيا وسلوكيا هذا ما ورد عن هيثم الهيتي في دراسة له حول الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات سنة 2007 (ص 137)، وهذا ما عبرت عنه نتائج هذه الدراسة كون نصف العينة لم تؤكد مصداقية القناة. وهذا ما أكدته قيمة كا² المحسوبة فيما يخص وجود فروقات في تكرارات الإجابات لدى المبحوثين ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية يقدر ب 0.001 ودرجة حرية 2.

- ومن خلال نتائج الجدول ما سبق ذكره تبين أن أغلب المبحوثين أكدوا على إعجابهم بدقة اختيار المستضافين في مناقشة الأحداث السياسية الوطنية وترجع الباحثة هذا إلى طبيعة الوضع الذي عاشته البلاد في ظل عدم الثقة الحاصلة بين الشعب والسلطة والإعلام تحتم على قناة الشروق نيوز انتقاء الشخصيات في المجال السياسي الأمر الذي أعطى صورة ذهنية معينة لدى المشاهدين وقد ركزت القناة في انتقاء هذه الشخصيات بما يخدم توجهها والموضوع محل المناقشة حيث لم يقتصر الانتقاء فقط على منهم مؤيدين للنظام بل حتى على المعارضة وهذا الأمر لم نكن نشاهده لا في القنوات العمومية التابعة للدولة ولا في القنوات الخاصة التي تتحكم في اختياراتها ومضامينها السلطة الحاكمة، لكن حسب بقية إجابات عينة الدراسة والتي يفوق نسبتها نصف العينة بين محايدين ومعارضين على حسب آراء أغلب المبحوثين وفي هذا الصدد يقول عبد القوي الأشول بأن الفضائيات لا تتخذ المعايير اللازمة في استضافة الشخصيات التي يوكل لها الحديث والتحليل في جوانب سياسية على قدر من الأهمية التي تحتاج الدقة والمعرفة ممن يتم استضافتهم إلا أن ما يحدث مع بعض الفضائيات لا يشير إلى أدنى معايير في اختيار

¹ - Dan Chen . Ibid,p.15.

الشخصيات التي يتم استضافتها ولا يمكن بأي حال من الأحوال منح أين كان صفة محلل سياسي ليتبين أثناء الحوار أن المستضاف لا ناقة له ولا جمل ولا حول له بالتحليل السياسي، والحقيقة أن ما قاله عبد القوي شيء من الواقع الذي نعيشه ببلادنا في الساحة الإعلامية من طرف بعض القنوات الفضائية التي لا تعبر أي اهتمام لما يسمى بالمحلل السياسي. كما تؤكد الدكتورة نهوند القادري عيسى في كتابها قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على نخوم التفكيك أن من شروط البرامج الحوارية ونجاح التفاوض فيها هو مداراة الحساسية والانتباه إلى الطرف المحاور وعدم دفعه إلى ما يفقده ماء وجهه أمام ممثليه أو مراقبيه، وأن يكون المستضافين متمكنين من معلوماتهم حول الموضوع، إذ لا شيء أخطر من أن يكون لدى أحد المحاورين رؤى ومعلومات صحيحة حول الموضوع¹.

الفقرة السابعة من المحور الثاني:

عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفقرة السابعة من المحور الثاني والتي نصت على: احترافية البرامج السياسية في قناة الشروق نيوز.

الجدول رقم (13): يبين اختبار دلالة تكرارات إجابات الفقرة السابعة من المحور الثاني عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 1

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة عند مستوى معنوية 0.01

اختبار كاي تربيع		النسبة المئوية	التكرارات	احترافية البرامج الاخبارية السياسية في قناة الشروق نيوز.
		68.2%	223	نعم
القيمة المعنوية	القيمة المحسوبة للاختبار	31.8%	104	لا
0.000	43,306	100%	327	المجموع

من خلال الجدول (13) يتضح لنا ان غالبية المجيبين على الاستبيانات الموزعة قد أجابوا بـ "نعم" لإحترافية القناة الشروق نيوز بنسبة قدرت بـ 68.2% أي 223 من أفراد عينة الدراسة، وهذا ما يدل على ان رأي اغلب الباحثين في العينة محل الدراسة يروا ان هناك احترافية في قناة الشروق نيوز وهم أنفسهم من أجابو بالأغلبية علة عناصر الجاذبية في الجدول أعلاه وهذا ما يفسر حيازة العبارة موافق في أغلب العبارات بنسب مئوية عالية. إلا أن نسبة 31.8% أجابت بـ (لا) لإحترافية قناة الشروق نيوز، ويرجع ذلك إلى النسب التي سجلت

¹ - نهود القادري عيسى، المرجع نفسه، ص 123.

في الجدول أعلاه على معارضتهم على اللغة وطريقة الحوار الحيز الزمني المخصص لبرامج التي تعرض القضايا السياسية، وهذا بسبب وجود وتعدد الخيارات الإعلامية والتكنولوجية للإطلاع على الخبر خاصة القنوات الأجنبية العالمية مثل الجزيرة وبي بي سي أو منصات التواصل الشبكي التي تتيح المعلومة بشتى الأشكال، لكن عنصر المقارنة بين قناة الشروق نيوز والقنوات الإخبارية العالمية يرجح الكفة لهذه الفئة على عدم احترافية القناة. وقد إقترحت هذه الفئة التي أجابت ب (لا) لإحترافية قناة الشروق مجموعة من التعديلات التي يمكن إدخال على قناة الشروق نيوز وتمثلت حسب تصنيف الاجابات على فئات خاصة بتعديلات شكل البرامج والآخرى ومحتوى ومضمون البرامج: التعديل الشكلي: وهي تكوين الصحفيين المذيعين للأخبار السياسية لأنها أهم الأخبار في هذه الفترة التي تمر بها الجزائر وذات وزن إعلامي من شأنه أن يمس باستقرار الوطن والمجتمع، وكذلك الإختيار بكل عناية المستضافين في البرامج السياسية، وكان التأكيد على استعمال التكنولوجيات الحديثة بالموازات مع القناة الفضائية مثل الصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي لا تعرض إعلانات عن وإشهارات عن برامجها فقط إنما نفس البث التلفزيوني في كل البرامج، كونهم طلبة قد تكون لهم ارتباطات كثيرة خارج المنزل ما يمكنهم من متابعة القناة عبر الأنترنت أولا بأول، ثم يأتي التعديل في مضمون البرامج: ركزت أغلب الإجابات على طلب طرح المواضيع بكل مصداقية وشفافية أكثر، خاصة قضايا الفساد، والجانب السلبي للنظام. وهذا ما فسر النسب المئوية التي خصت عبارة معارض في السؤال السابق عن عناصر الجاذبية التي طلب رأي العينة حولها.

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ان القيمة الاحتمالية لاختبار كاي² لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات اصغر من 0.01 إذ أنها تساوي 0.000 وكذلك القيمة الجدولية للاختبار كاي تربيع للفقرة السابعة من المحور الثاني عند درجة حرية 1 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 6.63 أي ان القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة 43.306 ولذلك فان الباحث يتخذ القرار التالي:

نرفض الفرض الصفري ونقبل بالفرض البديل القائل: فروق التكرارات الخاصة بالمبحوثين ذات دلالة إحصائية في الإجابات على الفقرة عند مستوى معنوية 0.01. يرجع ذلك إلى المستوى العلمي للعينة، فالطلبة في المستويات الأولى من التعليم الجامعي قد لا يدركون معنى الإحترافية فيعرض الخبر شكلا ومضمونا عكس طلبة الدكتوراه والماستير الذين لديهم رؤية عميقة للمادة الإعلامية السياسية بكل أطرها. ولديهم من الزاد المعرفي ما يعطيهم القدرة على التفكير والتحليل والتمييز.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على احترافية البرامج السياسية في قناة الشروق نيوز ويرجع هذا إلى منهج القناة في حد ذاته الذي يركز على تقديم البرامج السياسية باحترافية ونشاهد ذلك في الإمكانيات اللوجيستية التي توفرها قناة الشروق نيوز من أجل الظهور بأبهى حلة سواء من خلال الديكور الخاص بالبلاطوهات والأستوديو أو من حيث جلب أحسن الصحفيين في الساحة المحلية وتوفير قناة الشروق نيوز عبر كامل أقطار التراب الوطني مراسلون لمتابعة كل صغيرة وكبيرة في الوطن وقد سبق في سنة 2017 أن أئنت سلطة

ضبط السمعي البصري برئاسة زاوي بن حمادي على الدور الذي لعبته قناة الشروق نيوز في بثها للبرامج السياسية باحترافية وللحملة الانتخابية آنذاك، جاء هذا في زيارة رئيس سلطة السمعي البصري لمقر القناة من أجل تهنئة القناة على العمل الصحفي الجبار الذي تبذله في الساحة الوطنية، لم تقف قناة الشروق نيوز عند هذا الحد بل أعادت الكرة كذلك في الفترة التي عرفت بالحراك الجزائري في سنة 2019 حيث رافقت الشعب الجزائري طيلة خرجات الحشود الكبيرة التي شهدتها الجزائر، وعاجلت الفترة السياسية ولازالت على نفس المنوال بالرغم من وفاة رئيسها علي فوضيل رحمه الله.

من خلال هذه الاختبارات على فقرات المحور الثاني وذلك لإثبات صحة الفرضية الأولى والتي نصت على: "ساهمت برامج قناة الشروق نيوز في تشكيل الرأي العام لدى الشباب من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات الحادة المعروضة. خاصة في البرامج الحوارية " وإثبات صحة الفرضية من عدمها لدينا:

من خلال إجراء اختبارات على فقرات المحور الثاني تبين للباحث ان العينة المختارة من المبحوثين أثبتت ان قناة الشروق نيوز ساهمت بتشكيل اتجاهات سياسية لدى الشباب من خلال مراعاة أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة كذلك في المناقشات الحادة المعروضة كما انه كان هناك اتفاق لدى اغلب المبحوثين ان قناة الشروق نيوز تتمتع بالاحترافية في عرض المواضيع السياسية خلال برامجها المعروضة، وما اثبت ذلك هو فروق التكرارات الدالة إحصائية (معنويا) وبدلالة إحصائية مرتفعة جدا (0.01) في إجراء اختبارات الدلالة الإحصائية للفروق التكرارات من خلال الاستعانة بالإحصاء الاستدلالي واحد أدواته المتمثلة في اختبار كاي تربيع، وهذا ما يدل على صحة الفرضية الجزئية الأولى وبدلالة إحصائية قوية جدا.

ثانيا: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الأولى والتي نصت على: مساهمة قناة الشروق نيوز في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الشباب من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات المعروضة في البرامج الإخبارية خاصة الحوارية.

الاستنتاج: من خلال ما سبق تبين أن مساهمة قناة الشروق نيوز في تشكيل الرأي العام لدى الشباب بنسبة كبيرة من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات المعروضة في البرامج الإخبارية خاصة الحوارية ويرجع هذا إلى اهتمام قناة الشروق نيوز بكل القضايا السياسية وتخصيص لها الجزء الأكبر في عمليات البث التي تعرض لجمهور المشاهدين مراعية بذلك أساليب الحوار واللغة التي تستعمل في المناقشات الحادة التي يتم عرضها خاصة في البرامج الحوارية، هذا وتلعب وسائل الإعلام دور كبير جدا في تشكيل الرأي العام لدى الجمهور خاصة الشباب منهم الطلبة الجامعيين الذين يشاهدون القنوات الفضائية لتشكيل آرائهم السياسية من خلال تلك البرامج الحوارية المتتالية خاصة وأن قناة الشروق نيوز تبث عبر شاشتها التلفزيونية البرامج الحوارية التي تهتم بالشأن السياسي الوطني بشكل يومي، وفي هذا الصدد يقول الدكتور فيصل غرايبة فإن الإتصال باختلاف أنواعه

ومستوياته يقوم بدور أساسي في عملية نشوء الرأي العام وتكونه حيث تقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي في التأثير على الرأي العام والإعلاء من شأن القضايا والشخصيات التي يسلط الضوء عليها ومن ثم يتغير الرأي العام نحو وجهة أخرى¹، كما أن المجتمعات التي تؤمن بسلطة الشعب تحتاج لمعلومات صحيحة عن الشؤون العامة لتعين المواطن فيها بممارسة حقه في الانتخاب والتصويت والمشاركة بالعمليات السياسية والاجتماعية المختلفة وهو ما يمكن من انبثاق رأي عام مستنير ويدفع المواطن عامة والطالب الجامعي خاصة لبحث عن الحقيقة من خلال وسائل الإعلام، ولعل من المؤكد أن مجال السمع البصري يقوم بأدوار مهمة جدا خاصة من ناحية تشكيل الاتجاهات وهذا ما تم الوقوف عليه في آراء أغلب أفراد العينة حيث تكمن قوته في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من البشر والتأثير فيها ويترك بصماته الفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية على جمهور المشاهدين وقد ساعدت التقنيات التكنولوجية الحديثة المستعملة في مجال الإعلام في تأثير الصحافة على تشكيل ثقافات جديدة وبكفاءة عالية وسرعة رهيبه جدا وفي هذا الصدد اقترحت **الدكتورة وليدة حدادي** في دراستها **التلفزيون والتنشئة السياسية** إلى الاستفادة من تكنولوجيات الإتصال خاصة الأقمار الصناعية لتجديد شكل ومضمون البرامج الإخبارية للتأثير في اتجاهات المشاهدين²، والذي من شأنه تحقيق الدور الإيجابي لقناة الشروق نيوز الجزائرية خصوصا في التنشئة السياسية للمشاهدين هذا ما لمسناه في آراء أغلب أفراد العينة حول ما لمسوه في الدور الذي تؤديه قناة الشروق نيوز.

من خلال النتائج المتوصل إليها تم إثبات الفرضية أعلاه والتي تنص على مساهمة قناة الشروق نيوز في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين من خلال أساليب العرض والتقديم والحوار واللغة المستعملة كذا شكل ومضمون البرامج الإخبارية والمدة الزمنية في طرح المواضيع السياسية والتماس المصادقية والشفافية في المحتوى في البرامج الإخبارية خاصة نشرات الإخبار والبرامج الحوارية، ومنه يتبين لنا أن قناة الشروق نيوز ومن خلال النتائج المتوصل إليها بعد قراءة وتحليل الجداول تساهم فعليا استعمال رأي عام الطلبة الجزائريين عينة الدراسة، هذا وقد كانت كل إجابات الباحثين إيجابية أكثر منها سلبية فيما يخص عناصر الجاذبية التي استدعت متابعة قناة الشروق نيوز ببرامجها الإخبارية السياسية، ونستخلص هنا أن قناة الشروق نيوز تراعي في سياستها البرمجية هذه الجزئيات التي تتمثل في أساليب العرض واللغة والحوار وتميز التغطية الإخبارية عن نظيراتها من القنوات الإخبارية الجزائرية وقد تم تأكيد ذلك من خلال سبر آراء العينة محل الدراسة في أنماط مشاهدتهم للقناة، وبالتالي وحسب النتائج المتوصل إليها استطاعت قناة الشروق نيوز تقديم صور إيجابية وتوصيل المعلومات بشكل واضح إلى الجمهور، وهو الأمر الذي ساعدها على تشكيل جمهور واسع موافق بالإجماع للطرق التي تتم عبرها معالجة و بث البرامج الحوارية منها خاصة من طرف فئة الطلبة الجامعيين وهذا راجع إلى تعود المشاهد أو الجمهور الجزائري في وقت سابق

¹ - فيصل غرابية، دور الفضائيات في تشكيل الإتجاهات السياسية للنقابات، <http://alrai.com/article/781393.html>، أفريل 2016.

² - وليدة حدادي، التلفزيون والتنشئة السياسية، دراسة ميدانية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2017، ص68.

بالتحكم فيما يشاهده سواء من طرف القنوات العمومية أو القنوات الفضائية الخاصة عبر التضييق عليها وعلى ما تبثه وبالتالي حصر تفكير المشاهد في تمديد كل ما يرضى السلطة الحاكمة، وقد اتضح لنا جليا اهتمام قناة الشروق نيوز بجمهورها حيث تسعى إلى تمكين المتفرج بمشاهدة هذه البرامج التلفزيونية الحوارية وهذا النوع من من البرامج يعد جديد عهد بالإعلام الجزائري حتى يتمكن الناس بمشاهدتها وهو أمر جيد يحسب للقناة في حد ذاتها وهو ما لاقى استحسان أفراد العينة بعد ما تحصلنا عليه من نتائج، وبالتالي تأتي قيمة وأهمية قناة الشروق لدى المشاهد الجزائري من خلال التركيز على هذه النقاط الهامة التي تستميل الجمهور إليها وبالأخص فئة الطلبة وتستحوذ قناة الشروق نيوز في الآونة الأخير على أعلى نسب مشاهدات خاصة مع ما تعيشه الجزائر في الشأن السياسي مثل الحراك الشعبي والإنتفاضة سنة 2018 وتغير النظام السابق وقضايا الفساد المتنوعة وغيرها من الأحداث المتوالي التي فجرت الرأي العام اتجاهها، ويأتي اهتمام الطلبة الجامعيين لكونهم أعجبوا بالطرق التي تراعيها قناة الشروق سواء من ناحية أساليب العرض واللغة المستعملة أو لغة الحوار في التعبير عن الأحداث السياسية والقضايا السياسية أو من حيث دقة اختيار الشخصيات أو ما يسمى بالمستضافين في مناقشة الأحداث والوقائع والقضايا السياسية الوطنية الهامة وفي هذا الصدد يقول الدكتور جوسلين نادر طوني مخايل في دراستها المعنونة برصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية بأن الضيف في التلفزيون ليس فقط ليقول شيئا ما إنما أيضا ليشارك وليدرك¹، وكما يقول بياربورديو من خلال يأتي الضيف ليقدم صورة عن نفسه، وفي هذا السياق يؤكد الباحثان في دراستهما حول البرامج الحوارية بأن الجمهور انتقل من جمهور مشاهد إلى جمهور مشارك وليس موجودا في الأستوديو وهو الطرف الثالث في الحوار في مواقع عديدة تشير المحاور أو الضيف إليه ويعلمه بذلك أنه حاضر معه وبهذا يجب الرأي العام أن يشاهد وأن يفهم المعنى فالضيف في توجهه إلى المحاور في هذه الحالة يتوجه إذا إلى المتلقي بشكل أساسي ليقنعه ويؤثر فيه وهو حال الضيوف الذين يتم اختيارهم في قناة الشروق نيوز، ومنه نتأكد بأن لقناة الشروق نيوز تأثير كبير في تشكيل الرأي العام لدى الشباب من خلال مراعاة الجوانب المهمة في البث التلفزيوني والمتمثلة في اللغة والحوار والعرض خاصة في النقاشات الحادة التي تعرضها عبر شاشتها.

ملخص نتائج الفرضية الأولى: ساهمت برامج قناة «الشروق نيوز» في تشكيل الرأي العام لدى الشباب من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات الحادة المعروضة خاصة في البرامج الحوارية.

- كان حجم التعرض لقناة الشروق نيوز كبيرا من ساعتين فأكثر.
- تشاهد عينة الدراسة برامج قناة الشروق نيوز مع العائلة.
- أفضل البرامج الإخبارية في قناة الشروق نيوز هي البرامج الحوارية وتليها النشرات الإخبارية بنسب متقاربة جدا بصفة دائمة.
- دوافع مشاهدة عينة الدراسة لبرامج قناة الشروق نيوز هو التحصيل السياسي.

¹ - جوسلين نادر وطوني مخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، مهارات، فلسطين، 2015، ص35.

- اتجاه عينة الدراسة حيال عناصر الجاذبية التي توظفها قناة الشروق نيوز في برامجها كان اتجاهها موافقا إيجابيا تعلق ب: طريقة الحوار، شكل ومضمون البرامج التي تتناول القضية محل اهتمام عينة الدراسة، مواعيد إذاعة البرنامج المفضل، طريقة تقديم البرنامج المفضل الذي يتناول القضية، اللغة المستخدمة من طرف مقدم البرنامج، تناسب حجم الموضوع مع المدة الزمنية للبرنامج، تميز التغطية الإخبارية لبرامج القناة، المصادقية والشفافية في طرح القضايا السياسية محل اهتمام عينة الدراسة، دقة اختيار المستضافين في مناقشة القضايا السياسية الراهنة.

- اتجاه عينة الدراسة إيجابي حيال احترافية القناة الإخبارية الشروق نيوز. ومن خلال النتائج أعلاه تتأكد الفرضية الأولى وتتحقق: ساهمت برامج قناة «الشروق نيوز» في تشكيل الرأي العام لدى الشباب من خلال أساليب العرض والحوار واللغة المستعملة في المناقشات الحادة المعروضة خاصة في البرامج الحوارية.

2. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية والثالثة:

الجدول رقم (14): يبين محتوى البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك بدلالة الجنس والمستوى الدراسي.

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

دراسة الدلالة الإحصائية لفروق التكرارات للفقرة محتوى البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك بدلالة الجنس والمستوى الدراسي، عن طريق اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.01

اختبار دلالة تكرارات الإجابات على الفقرة الأولى من المحور الثالث عند مستوى دلالة 0.001 ودرجة حرية 1

اختبار كاي تربيع		محتوى البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك						الجنس والمستوى الدراسي	
الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	المجموع		لا		نعم			
		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس	
0.0065	9.957	%100	204	%39.2	80	%60.8	124	ذكر	
		%100	123	%44.7	55	%55.3	68	أنثى	
0.0012	18.789	%100	108	%52.8	57	%47.2	51	ليسانس	
		%100	171	%35.7	61	%64.3	110	ماستر	
		%100	48	%35.4	17	%64.6	31	دكتورة	

تفصح نتائج الجدول (14) أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على أن عرض المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الراهنة تتوافق و اهتماماتهم السياسية وبالتالي كان اتجاههم إيجابي باختبار (نعم) بنسبة قدرت بـ 61.47% حيث بلغت نسبة الذكور 60.8% ونسبة الإناث 55.31%، وقدرت نسبة الإجابة ب (لا) حسب متغير النوع كالتالي على التوالي (39.2%، 44.7%)

إذن عند حساب العلاقة بين عبارة البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك و متغير الجنس على قيمة حسابية لاختبار كاي² هي 9.957 عند مستوى دلالة 0.0065

ودرجة حرية 1 ولدينا القيمة الجدولية تساوي 9.21. وتدل على أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بالرغم من أن الأغلبية من كلا الجنسين وافقت على العبارة، فكانت نسبة الذكور أكثر من الإناث. كما وقد قدرت نسب إجابة الطلبة عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي الجامعي ليسانس ماستير ودكتوراه حول العبارة (نعم) على الترتيب كالتالي (47.2%، 64.3%، 64.4%)، وحول العبارة (لا) أي الإتجاه السلبي بالنسب التالية على التوالي (52.8%، 35.7%، 35.4%).

وقد دل حساب معامل فروق التكرارات كإدلالة المستويات التعليمية ليسانس، ماستير، دكتوراه، أن قيمة الاختبار الحسابية تساوي 18.7891 عند مستوى دلالة 0.0012 ودرجة حرية 2 ولدينا القيمة الجدولية تساوي 9.21، وفي كلتا الحالتين لدينا القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة لذلك فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المستوى التعليمي.

إذن اتجاه عينة الدراسة نحو أن البرامج الإخبارية تتناول القضايا لسياسية الراهنة بنفس مستوى اهتمام العينة كان إتجاهها إيجابيا، فقد كانت الإجابات الغالبة عبرت عن هذا الإتجاه ب نعم، وهذا يدل على اهتمام القناة بتفضيلات الجمهور حيث تتفق فرضية نظرية الأجنحة مع نتائج الدراسة أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل أكبر لوسيلة معينة يعكسون أجندة هذه الوسيلة أكثر من الذين يتعرضون لوسيلة أخرى، وتلتقي نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام في نفس النقطة كون الإعتماد على وسيلة إعلامية معينة يشكل أجندة إخبارية يهتم بها الجمهور المتابع لها.

ترجع الباحثة هذا إلى أن معالجة قناة الشروق نيوز للمواضيع والقضايا الوطنية السياسية التي تعيشها البلاد في الوقت الأخير الذي يتزامن والمدة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة الميداني بداية من سنة 2018 حيث ترافق قناة الشروق نيوز الوضع السياسي منذ البداية الفعلية للحراك الشعبي الجزائري كأهم قضية كانت بارزة على الساحة السياسية والإعلامية وكشف الفساد وغيرها من القضايا التي ستوضح في الأسئلة اللاحقة، بحيث خصصت هذه الأخيرة (قناة الشروق نيوز) جملة من البرامج السياسية على مدار 24/24 ساعة تهتم فقط بالشأن الوطني السياسي مرتبة جملة من المواضيع حسب أجندتها الإعلامية من جهة وإهتمامات الجمهور من جهة أخرى فقد وضحت نظرية الأجنحة كيف تعمل وسائل الإعلام وذلك من خلال علاقة ترابطية طردية .

فقد ورد في كتاب عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد حول نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية أن وسائل الإعلام ليس لها القدرة على طرح كافة القضايا المطروحة في المجتمع وتقديمها بشكل دائم، وبذلك يختار القائم بالاتصال بعضها ليركز عليها، وعن طريق هذا التركيز من وسائل الإعلام يتم جذب انتباه الجمهور بشكل تدريجي، فتصبح القضايا الأكثر أهمية بالنسبة له، ويهمل القضايا التي قامت وسائل الإعلام بتهميشها¹، لهذا فإن نتائج هذا النوع من الدراسات أدق لأنها تركز على عدد محدود من القضايا. خاصة مع مميزات الجهاز التلفزيوني

¹ - نهي عاطف العبد وعدلي عاطف العبد، المرجع نفسه، ص330.

إذ للتلفزيون أهمية كبيرة لما يتمتع به من قدرة كبيرة على ترتيب أولويات الجمهور حيث أن تقديم نشراته وبرامجه الإخبارية بالصوت والصورة والنقل الحي للأحداث كلها عوامل تساعد على فهم وتذكر المحتوى، مما يساعد في ترسخها وزيادة اهتمام الفرد بها فتترتب أولوياته في المواضيع المطروحة خاصة السياسية. وفي هذه النقطة تشترك نظرية الأجندة مع نتائج الدراسة إن تعتبر نظرية الأجندة على أنها وظيفة وتأثيراً.

وقد أسفرت النتائج التفصيلية كذلك عن اتجاهات سلبية، قليلة إلا أنه وجب الإشارة إليها في ظل التزاحم بين وسائل الإعلام لتحقيق التأثير على متابعيها والحيازة على الريادة، ويرجع ذلك إلى اختلاف السمات الديموغرافية من نوع و سن ومستوى دراسي، فاهتمامات الذكور ليس كالإناث، ، وكذا طلبة ليسانس ليسوا مثل الدكتوراه أو الماجستير، بحيث تلعب المستويات العلمية دوراً كبيراً في اختيارات وانتقاهات المواضيع السياسية، كما أن الشباب اليافعين الأصغر من 25 سنة وغالبا ما يكون مستواهم ليسانس وماستير ليست لديهم اختيارات واضحة وثابتة فيما يخص اهتمامهم السياسي الذي يكون في أغلب الأحيان تحت تأثير عوامل أخرى توجه أفكاره إلى نمط معين من المواضيع مثل الأسرة والزملاء وحتى الإنتماءات الطلابية.

وقد أجاب الذين عبروا بـ(لا) لعبارة: قامت قناة الشروق الإخبارية من عرض المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الوطنية حسب اهتمامات الجمهور -عينة الدراسة- المحلي، أن أغلبهم أراد التركيز على كشف التام لمختلف قضايا الفساد لعناصر النظام السابق من الرئيس إلى أعضاء البرلمان، وهي إحدى القضايا التي يراها عينة البحث مجيبون بالسلب -لا- على أنها أحد أكثر القضايا التي تثير اهتماماتهم الحالية، ويجدر الإشارة إلى أن الإستمارة وزعت قبل إذاع المحاكمات لمتهمين بالفساد من النظام السابق على المباشر، كما جاءت قضية اللغة الأمازيغية كلغة رسمية أنها إحدى القضايا التي غيب فيها الرأي العام لأن الوضع الحقيقي رافض لها بالأغلبية أم قناة الشروق نيوز عبرت عن الموضوع بـ تقبلها من طرف الجزائريين. كما يجدر الإشارة إلى وجود العديد من الوسائل الإعلامية خاصة في خضم التطور التكنولوجي، وتلتقي مع ما أشار إليه دانيال وريسي بتعبير وضع الأجندة عبر وسائل إعلام وسيطة *intermedia agenda setting*، فعرض بعض القضايا في التلفزيون وخاصة القنوات المتخصصة يكون نتيجة لوضع أجندة عبر وسائل الإعلام الوسيطة من بينها وسائل التواصل الاجتماعي¹.

¹ - حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، لبنان، ط 1، 2015، ص 191.

عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفقرة الثالثة والتي نصت على: أهم القضايا التي تهتم بالمبحوث.

الجدول رقم (15): يبين اختبار دلالة تكرارات الإجابات على الفقرة الثالثة من المحور الثالث عند مستوى معنوية 0.01
فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة عند مستوى معنوية 0.01

اختبار كاي تربيع		الجنس والمستوى الدراسي										أي من هذه القضايا الوطنية التي يهتك أن تحصل على معلومات عنها من خلال مشاهدتك لأحد برامج قناة الشروق نيوز
		المستوى الدراسي					الجنس					
المستوى الدراسي	الجنس	دكتوراة		ماستر		ليسانس		أنثى		ذكر		
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
72.929	73.404	10.4%	5	30%	51	15.3%	16	12.2	15	28.4	58	الفساد السياسي
		14.6%	7	14.7%	25	9.5%	10	21.1%	26	7.8%	16	الانتخابات الرئاسية 2019
		29.2%	14	8.2%	14	17.1%	18	17.1%	21	12.3%	25	الحراك الشعبي
		0%	0	8.2%	14	0%	0	3.3%	4	5%	10	العلاقات الجزائرية الفرنسية
		12.5%	6	3.5%	6	9.5%	10	17.9%	22	0%	0	قرارات الحكومة المؤقتة 2019
		20.8%	10	3.5%	6	10.5%	11	8.9%	11	7.8%	16	الاختلاسات المالية
		0%	0	8.8%	15	16.2%	17	5.7%	7	12.25%	25	برامج وزارة التربية والتعليم
		4.2%	2	8.8%	15	9.5%	10	4.1%	5	10.7%	22	التحقيق حول مصادر أموال رجال الأعمال في الجزائر
		8.4%	4	8.2%	14	12.4%	13	9.7%	12	9.3%	19	قضايا الأمن والاستقرار في الجزائر
		0%	0	5.8%	10	2.9%	3	0%	0	6.4%	13	محاكمة الوزراء ورجال السياسة
100%	48	100%	170	100%	105	100%	123	100%	204	المجموع		

من خلال النتائج المتضمنة في الجدول (15) توضح أنه إختارت عينة الدراسة حسب النوع قضية الفساد السياسي بالنسبة للنوع: بنسبة 28.43% من الذكور، على أن تقدر نسبة القضية لدى الإناث 12.19%، أما بالنسبة للمستوى الجامعي فقد قدرت نسبتها لدى طلبة ليسانس ماستير والدكتوراه بالنسب التالية على التوالي (14.81%، 29.82%، 12.5%). وجاءت قضية الإنتخابات الرئاسية 2019 بالنسبة للنوع ذكور وإناث بالنسب التالية على التوالي (7.84%، 21.14%) أما وفق المستوى الدراسي الجامعي ليسانس ماستير دكتوراه فقد جاءت النسب كالتالي على الترتيب (9.26%، 14.62%، 14.58%). ثم جاءت قضية الحراك الشعبي بالنسبة للنوع: ذكور وإناث بالنسب التالية على التوالي (12.25%، 17.07%) أما حسب المستوى الجامعي فقد النسب كالتالي على الترتيب (16.67%، 8.19%، 29.17%). وجاءت قضية العلاقات الجزائرية الفرنسية بالنسبة للنوع ذكور وإناث بالنسب التالية على الترتيب (4.90%، 3.25%)، أما حسب المستوى الدراسي فقد كانت النسب كالتالي على الترتيب (0%، 8.19%، 0%). ثم جاءت قضية قرارات الحكومة المؤقتة 2019 بالنسبة للنوع: الإناث و الذكور كالتالي على الترتيب (0%، 17.89%)، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فكانت النسب حسب طلبة ليسانس، الماستير و والدكتوراه على الترتيب (9.26%، 3.51%، 12.5%). وجاءت قضية الإختلاسات المالية بالنسبة لإختيارات النوع ذكور وإناث بالنسب التالية على الترتيب (7.84%، 8.94%)، أما حسب المستوى الدراسي فكانت النسب على الترتيب كالتالي (10.18%، 3.51%، 20.83%). ثم جاءت قضية برامج وزارة التربية والتعليم بالنسبة لإختيارات النوع ذكور و إناث على التوالي (12.25%، 5.69%)، أما بالنسبة للمستوى الجامعي فكانت النسب على الترتيب كالتالي (10.18%، 3.51%، 20.83%). وجاءت قضية التحقيق حول مصادر أموال رجال الأعمال في الجزائر حسب النوع ذكور وإناث بالنسب التالية على الترتيب (10.78%، 4.06%)، أما حسب المستوى الدراسي الجامعي فكانت النسب على الترتيب كالتالي (9.26%، 8.77%، 4.17%). ثم جاءت قضايا الأمن والإستقرار في الجزائر حسب النوع ذكور وإناث بالنسب التالية على الترتيب (9.31%، 9.76%). أما حسب المستوى الدراسي ليسانس ماستير دكتوراه بالنسب التالية على الترتيب (12.04%، 8.19%، 8.33%). وجاءت قضية محاكمة الوزراء ورجال الأعمال بالنسبة للنوع ذكور وإناث (6.37%، 0%)، أما بالنسبة للمستوى الدراسي الجامعي ليسانس ماستير ودكتوراه بالنسب التالية على الترتيب (2.78%، 5.85%، 0%).

إذن حسب النتائج التي أسفر عنها تحليل الجدول فإن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين النوع وكذا المستوى الدراسي، بحيث عبر اختبار كاي² تم اختبار علاقة ارتباط بين اللفقرة أي من هذه القضايا الوطنية التي يهكم أن تحصل على معلومات عنها من خلال مشاهدتك لأحد برامج قناة الشروق نيوز بدلالة الجنس والمستوى الدراسي، إذ بلغت قيمة حسابية لاختبار كاي تربيع هي 73.404 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة

حرية 9 ولدنا القيمة الجدولية تساوي 21.67، إن هناك فروق ذات دلالة احصائية من حيث النوع أي بين اهتمامات الذكور والإناث . وهذا إن دل فإن متغير الجنس أو النوع يتدخل في العلاقة بين المشاهدة والتركيز على قضية حسب اهتمامات كل نوع لكن ضمن نطاق أجندة قناة الشروق، فكل القضايا المعروضة في الجدول عرضت بالفعل على البرامج الإخبارية في قناة الشروق نيوز إلا أن عامل النوع (ذكر، أنثى) يتدخل في ميولات واهتمامات كل منهما. كما يتدخل المحيط الذي يتعلق بكل من الذكور والإناث. كذلك بدلالة المستوى التعليمي لدينا قيمة الاختبار الحسائية تساوي 72.929 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 9 ولدنا القيمة الجدولية تساوي 21.67، وفي كلتا الحالتين لدينا القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة لذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل القائل: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة المستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01، ويرجع ذلك إلى أن المستوى التعليمي يتدخل في إهتمامات العينة، بحيث يكون الرصيد المعرفي مختلف من مستوى إلى مستوى وقد تفرض بعض التخصصات الإهتمام بقضايا معينة عن غيرها، ودائما تقع اهتماماتهم ضمن الحيز الإعلامي الذي فرضته قناة الشروق نيوز.

الاستنتاج: من خلال ما سبق ذكره تبين أن السمات الديمغرافية تتدخل في اهتمامات واختيارات القضايا السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز، لكن ضمن ما تعرضه القناة في أجندتها كما تبين أن أكثر قضية نالت أعلى تكرارات هي قضية الفساد السياسي باختلاف ترتيبها حسب النوع لدى الذكر والأنثى وكذا اختلاف المستوى التعليمي الجامعي لدى عينة الدراسة، بنسب متفاوتة حسب متغير السن والمستوى الدراسي، يرجع هذا إلى طبيعة المرحلة التي عاشتها الجزائر في الفترة الزمنية من 2018م إلى سنة 2019 وبداية 2020 ولا زالت تبعاتها في الساحة السياسية الوطنية حيث شهدت تشنجات بين الأقطاب السياسية مع الشعب وحتى أزمة المصادقية في تغطية وسائل الإعلام والمؤسسة العسكرية، وقد ركزت قناة الشروق نيوز في بثها على هذه الأوضاع وساعدت في كشف هذه القضايا بتغطيتها المميزة حسب إجابات اللبحوثين في الأسئلة السابقة، وتقديم المعلومات السياسية التي ساعدت جمهور المتفرجين في إثراء معارفهم السياسية وأصبحوا على اطلاع بما يدور في دهاليز السياسة وكواليس الدولة، كما تميزت البرمجة التلفزيونية في قناة الشروق نيوز ببث قضايا الفساد التي أوكلت للمسؤولين السابقين في الدولة الجزائرية مع تقديم أرقام رهيبية للفساد المنتشر في دواليب الحكم مع بث محاكمات هؤلاء على المباشر من المحاكم العليا وركزت أيضا على قضايا العلاقات الجزائرية الفرنسية وقرارات الحكومة المؤقتة برئاسة عبد القادر بن صالح وكلها قضايا ومواضيع مهمة للرأي العام الجزائري سعت قناة الشروق نيوز في تقديمها وبثها للجمهور بمصادقية وشفافية جلب عدد كبير من المتفرجين لقناة الشروق نيوز خاصة الطلبة الجامعيين الذين كان لهم دور كبير في تغيير النظام السابق، ولكن كل المتغيرات الخارجة عن نطاق الإعلام الخاصة بالفروق الفردية لكل مبحوث، وتلتقي نتائج هذه الدراسة مع دراسة هالة اسماعيل بغدادي في دراستها حو الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح دراسة ميدانية سنة 2009، بحيث أكد نتائج بحثها أن هناك فروق ذات دلالة

إحصائية بدلالة النوع والمؤهل العلمي في ترتيب إهتمامات النخبة الذين يعتمدون على القنوات الإخبارية لإستقاء معلوماتهم¹. إلا أن نتائج هذه الدراسة تتعارض والنتائج التي توصلت إليها دراسة اتجاهات طلبة الاعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم، للباحث الدكتور سلام نصر الدين محمد سنة 2015م. والتي أسفرت عن عدم وجود فروق دالة احصائيا بدلالة النوع والمؤهل العلمي². وتؤكد نظرية الأجندة في هذا النطاق على أن الإعلام يرتب أولويات الجمهور من حيث أولويات القضايا(المستوى الأول) ومن حيث وجهة النظر وجزئيات القضايا(المستوى الثاني). وهي بمجموعها تؤكد بشكل يصعب التشكيك فيه، أن الإعلام يحدد الأولويات ويرسم الصور الذهنية ويؤطر وجهات النظر، وأن الناس عبر الزمن تتشرب هذه الرؤى بشكل كبير، ويصبح كثير منهم أسيرا لها في تفكيره وقراراته، ذلك أن مدخل نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting أصبح أحد مناهج دراسة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة، كما ورد في فروض نظرية الأجندة أنه كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور، ولكن من الجدير بالذكر أن الأجندة الإعلامية لا تتفق بشكل كبير مع مؤثرات العالم الواقعي، فيمكن أن يبرزوا قضية هامة ويهملون قضية أخرى أقل أهمية. وهذا ما يفسر الفروق الدالة احصائيا وفقا للنوع والمستوى الدراسي الجامعي في ترتيب قضاياهم التي لا تخرج عن نطاق الأجندة الإعلامية لقناة الشروق نيوز.

¹ - هالة اسماعيل بغداددي، مرجع سبق ذكره، ص192.

² - سلام نصر الدين محمد، مرجع سبق ذكره، ص218.

دراسة فروق التكرارات لفقرة اتجاهك حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز حول هذه العبارات بدلالة الجنس والمستوى الدراسي. الجدول رقم (16): يبين اتجاهات عينة الدراسة حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز حول هذه العبارات. فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

اختبار كاي تربيع بدلالة معنية 0.01		الجنس والمستوى الدراسي										اتجاهك حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز حول هذه العبارات	
		المستوى الدراسي					الجنس						
		دكتورة		ماستر		ليسانس		أنثى		ذكر			
القيمة المحاسبية		%	التكرارات	%	التكرارات	%	التكرارات	%	التكرارات	%	التكرارات		
المستوى الدراسي 30.372	الجنس 13.591	%50	24	%61.4	105	%74.1	80	%69.1	85	%60.8	124	موافق	وضح اتجاهك حول هذه العبارات: أجذب ما طرحته قناة الشروق نيوز حول موضوع القضية التي أفضلها
		%50	24	%26.3	45	%25.9	28	%30.9	38	%28.9	59	محايد	
		%0	0	%12.3	21	%0	0	%0	0	%10.3	21	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	
المستوى الدراسي 13.540	الجنس 15.881	%50	24	%52.6	90	%58.3	63	%45.5	56	%59.3	121	موافق	وضح اتجاهك حول هذه العبارات: أجذب محتوى البرامج الاخبارية الذي يتفق مع جماعة الزملاء الجامعيين
		%43.75	21	%36.3	62	%41.7	45	%46.3	57	%34.8	71	محايد	
		%6.25	3	%11.1	19	%0	0	%8.1	10	%5.9	12	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	
المستوى الدراسي 17.841	الجنس 14.098	%77.1	37	%65.5	112	%66.7	72	%69.9	86	%66.2	135	موافق	وضح اتجاهك حول هذه العبارات: أؤيد المستضافين الذين يدعمون فكرة شفافية اختيار المترشحين في الانتخابات الرئاسية
		%22.9	11	%21.1	36	%24.1	26	%27.6	34	%19.1	39	محايد	
		%0	0	%13.4	23	%9.3	10	%2.4	3	%14.7	30	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	

المستوى الدراسي	الجنس	%58.3	28	%74.3	127	%77.8	84	%65.8	81	%78.3	158	موافق	وضع اتجاهك حول هذه العبارات: أحب كل صورة إعلامية تدعم فكرة السجن هو العقاب الأنسب للعصابة التي حكمت البلاد سابقا	
18.813	14.979	%41.7	20	%22.2	38	%19.4	21	%34.2	42	%18.1	37	محايد		محايد
		%0	0	%3.5	6	%2.8	3	%0	0	%4.4	9	معارض		
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204			
المستوى الدراسي	الجنس	%77.1	37	%66.1	113	%62	67	%60.2	74	%70.1	143	موافق	وضع اتجاهك حول هذه العبارات: أميل إلى رأي المحللين السياسيين في البرامج الحوارية والنشرات الذين يرون أن الحراك في أيامه الأخيرة غير شرعي	
15.505	14.017	%12.5	6	%25.1	43	%25	27	%26	32	%21.6	44	محايد		محايد
		%10.4	5	%8.8	15	%13	14	%13.8	17	%8.3	17	معارض		
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204			
المستوى الدراسي	الجنس	%37.5	18	%88.3	115	%77.8	84	%53.6	66	%74	151	موافق	وضع اتجاهك حول هذه العبارات: أؤيد فكرة عرض آراء الشعب الذين يدعون إلى مقاطعة الحكومة السابقة لبناء دولة جزائرية جديدة	
50.550	14.657	%50	24	%11.1	19	%16.7	18	%24.4	30	%15.2	31	محايد		محايد
		%12.5	6	%21.6	37	%5.5	6	%22	27	%10.8	22	معارض		
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204			
المستوى الدراسي	الجنس	%75	36	%61.4	105	%73.1	79	%64.2	79	%69.1	141	موافق	وضع اتجاهك حول هذه العبارات: أؤيد التغطية الإعلامية التي توضح ان الشعب يرى الانتخابات هي الحل الوحيد لحل الأزمة	
14.636	17.146	%25	12	%18.7	32	%13.9	15	%14.6	18	%20.1	41	محايد		محايد
		%0	0	%19.9	34	%13	14	%21.1	26	%10.8	22	معارض		
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204			
المستوى الدراسي	الجنس	%81.25	39	%71.3	122	%83.3	90	%68.3	84	%81.9	167	موافق	وضع اتجاهك حول هذه العبارات: أرتاح للمضامين التي تعزز فكرة التعديل الدستوري مع الرئيس القادم	
15.493	17.774	%12.5	6	%16.4	28	%16.7	18	%24.4	30	%10.8	22	محايد		محايد
		%6.25	3	%12.3	21	%0	0	%7.3	9	%7.3	15	معارض		
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204			

المستوى الدراسي	الجنس	%87.5	42	%68.4	117	%72.2	78	%62.6	77	%78.5	160	موافق	وضح اتجاهك حول هذه العبارات: أكره الصور الإعلامية التي تعزز فكرة رفع علم غير العلم الوطني في الحراك
21.338	14.007	%112.5	6	%24.6	42	%11.1	12	%27.6	34	%12.7	26	محايد	
		%0	0	%7	12	%16.7	18	%9.8	12	%8.8	18	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	
المستوى الدراسي	الجنس	%12.5	6	%4.1	7	%37	40	%17	21	%15.7	32	موافق	وضح اتجاهك حول هذه العبارات: أوافق البرامج التي تعزز فكرة تنصيب اللغة الامازيغية كلغة رسمية وطنية
53.986	14.378	%35.4	17	%33.9	58	%21.3	23	%41.5	51	%23	47	محايد	
		%52.1	25	%62	106	%41.7	45	%41.5	51	%61.3	125	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	
المستوى الدراسي	الجنس	%43.75	21	%45	77	%52.8	57	%53.6	66	%42.6	89	موافق	وضح اتجاهك حول هذه العبارات: أحبذ البرامج الاخبارية التي تؤكد أن سياسة القايد صالح هي الأنسب لمحاربة المتطرفين على الاستقرار
30.789	13.726	%56.25	27	%38	65	%38.9	42	%43.1	53	%39.7	81	محايد	
		%0	0	%17	29	%8.3	9	%3.25	4	%16.7	34	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	

وفقا لنتائج الجدول رقم (16) تبين أنه: جاء الرأي الغالب وفقا لعبارة أحبذ ما طرحته قناة الشروق نيوز حول موضوع القضية التي أفضلها لدى الطلبة الجامعيين عينة الدراسة حسب متغير النوع (ذكور وإناث) **موافقا** بالنسب التالية على الترتيب (60.8% 69.1%)، **محايد** بالنسب التالية على التوالي (28.9% 30.9%) **معارض** (0%، 10.3%)، أما بالنسبة للمستوى التعليمي، فتختلف نسبة **الموافقين** بين مستوى الليسانس والماستير والدكتوراه بنسب التالية على التوالي (74.1%، 61.4%، 50%)، كما جاءت نسبة **المحايدين** بالنسب التالي (25.9%، 26.3%، 50%)، و**المعارضين** بالنسب التالية (0، 12.3%)⁰. ما يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب النوع والمستوى الدراسي حول اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو تحبيذ ما طرحته قناة الشروق نيوز حول موضوع القضية التي يفضلها كل طالب. وقد تحصلنا على قيم حسابية لكا² عند درجة معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 أن القيمة الجدولية 13.28 أصغر من القيمة المحسوبة 13.591 والتي تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع، وعبرت قيمة كا² عند درجة معنوية 0.01 ودرجة حرية 4 أن القيمة الجدولية 13.28 أصغر من القيمة المحسوبة 30.372 والتي تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تكرارات الطلبة بدلالة المستوى الدراسي حول اتجاهاتهم نحو تحبيذ ما طرحته البرامج الإخبارية حول القضية التي تفضلها.

وجاء الرأي الغالب لدى أفراد العينة الطلبة الجامعيين عينة الدراسة وفق متغير النوع -ذكور وإناث- **موافق** بالنسبة لعبارة أحبذ محتوى البرنامج الإخباري الذي يتفق مع جماعة الزملاء الجامعيين، وقد اختلفت نسبة الذكور مع الإناث بحيث كان **الإتجاه الموافق** للذكور أكبر من الإناث بالنسب التالية على الترتيب (59.3% 45.5%)، **محايدا** (34.8%، 46.3%) و**معارض** بنسبة (5.9%، 8.1%)، أما بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي فقد حاز **الإتجاه الموافق** لكل من مستوى ليسانس وماستير ودكتوراه على الترتيب على النسب التالية (58.3%، 52.6%، 5%) و**محايدا** بنسبة (41.7%، 36.3%، 43.75%)، أما **الإتجاه السلبي** أي **المعارض** فكان بالنسب التالية على الترتيب (0%، 11.1%، 6.25%)، إذن هناك فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لمتغير النوع و عند حساب كا² من خلال الجدول أعلاه تم اختبار علاقة ارتباط بين اتجاه الطلبة عينة الدراسة حيال عبارة أحبذ محتوى البرنامج الإخباري الذي يتفق مع جماعة الزملاء الجامعي كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز حول هذه العبارات بدلالة الجنس والمستوى الدراسي، وقد تحصلنا على قيم حسابية لاختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 لدينا القيمة الجدولية تساوي 13.28 وفي كل الحالات لدينا القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة 15.881 لذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل القائل: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01.

وتعبر χ^2 الفروق بين التكرارات حسب متغير المستوى الدراسي فإن القيمة الحسائية ل χ^2 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 لدينا القيمة الجدولية تساوي 13.28 وهي أصغر من القيمة المحسوبة 13.540، أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المستوى الدراسي الجامعي.

وجاء رأي الأغلبية حول عبارة أؤيد المستضافين الذين يدعمون فكرة شفافية الإختيار المترشحين في الإنتخابات الرئاسية 2019 موافقا، وقد إتفق كلا الجنسين على الإتجاه الإيجابي بالموافقة لكن اختلفت نسبة الموافقة في الإتجاه الإيجابي على التوالي (66.2%، 69.9%)، محايدا بنسبة (27.6%، 19.1%)، معارض (14.7%، 2.4%)، أما فيما يخص المستوى الدراسي، فقد كانت نسب المتعلقة بالإتجاه الموافق بالنسبة لطلبة ليسانس وماستير ودكتوراه على التوالي (66.7%، 65.5%، 77.1%)، ومحايد (24.1%، 21.1%)، ومعارض (22.9%، 9.3%، 13.4%، 0%).

وقد وجدت فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث عند حساب χ^2 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 والقيمة الجدولية تساوي 13.28 وهي أصغر من القيمة المحسوبة للنوع 14.098. كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الجامعية عند حساب χ^2 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4، بحيث القيمة الجدولية 13.28 وهي أصغر من القيمة المحسوبة 17.841.

وجاء رأي الأغلبة الطلابية حول عبارة اميل إلى البرنامج الذي يلتمس المصادقية في طرح القضية المهمة بالنسبة لي موافق بنسبة 73.1%، محايد بنسبة 24.1%، ومعارض بنسبة 2.8%. وقد قدر اتجاه الذكور والإناث الإيجابي بنسبة (62%، 64%)، ومحايد بنسبة (24%، 22%)، ومعارض بنسبة (14%، 14%).

أما بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي فقد أجاب طلبة ليسانس وماستير والدكتوراه بالإيجاب أي موافق بنسبة (58.3%، 52.6%، 5%) على التوالي، ومحايد بنسبة (41.7%، 36.3%، 43.75%) (على التوالي، ومعارض بنسبة (11.1%، 6.25%) على التوالي وقد دلت قيمة χ^2 لحساب الفروق قيم حسائية لاختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 لدينا القيمة الجدولية تساوي 13.28 وفي كل الحالات لدينا القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة 15.881 لذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل القائل: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01.

وجاء الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أؤيد المستضافين الذين يدعمون فكرة الشفافية في اختيار المترشحين في الإنتخابات الرئاسية موافقا بالأغلبية لكلا الجنسين ذكور وإناث بالنسب التالية على التوالي (66.2%، 69.9%)، محايدا (19.1%، 27.6%)، معارضا (14.7%، 2.4%). أما بالنسبة للمستوى التعليمي الجامعي فكان الإتجاه الإيجابي موافق هو من حاز على أكبر النسب بالنسبة للمستويات الجامعية ليسانس

ماستير دكتوراه (66.7% ، 65.5% ، 77.1%)، محايد (24.1% ، 21.1% ، 22.9%)، معارض (9.3% ، 13.4% ، 0%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلي لقيمة كا² لحساب فروق التكرارات بن النوع تساوي 14.098 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4، لذلك فإن فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع أي بين الذكور والإناث.

كما وقد قدرت قيمة كا² لحساب الفروق بين تكرارات المستوى الدراسي الجامعي تساوي 17.841 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4، فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات المؤهل العلمي .

أسفرت نتائج الجدول على: الرأي الغالب لعينة الدراسة حول أحبذ كل صورة إعلامية تدعم فكرة السجن هو العقاب الأنسب للعصابة في النظام السابق موافق بالنسبة لمتغير النوع -ذكور وإناث- بالنسبة التالية على التوالي (78.3% ، 65.8%)، محايد (18.1% ، 34.2%)، معارض (4.4% ، 0%)، أما بالنسبة للمؤهل العلمي ليسانس ماستير دكتوراه فقد كانت النسب الخاصة بالإتجاه الإيجابي كالاتي على الترتيب (77.8% ، 74.3% ، 58.3%)، محايد (19.4% ، 22.2% ، 41.7%)، معارض (2.8% ، 3.5% ، 0%).

كما وقد أسفرت النتائج التفصيلية عن قيمة كا² لحساب الفروق بين تكرارات النوع -ذكور وإناث- حول عبارة أحبذ كل صورة إعلامية تدعم فكرة السجن هو العقاب الأنسب للعصابة تساوي 14.979 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة متغير النوع .

أسفرت نتائج الجدول عن النتائج التالية: الرأي الغالب حول عبارة أميل إلى رأي المحللين السياسيين في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية الذين يرون أن الحراك في أيامه الأخيرة غير شرعي موافق وفق متغير النوع (ذكور إناث) بالنسب التالية على التوالي (70.1% ، 60.2%)، محايد (21.6% ، 26%)، معارض (8.3% ، 13.8%)، أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي ليسانس ماستير دكتوراه فقد حاز الإتجاه الإيجابي موافق على النسب التالية على التوالي (62% ، 66.1% ، 77.1%)، محايد (25% ، 25.1% ، 12.5%) معارض (13% ، 8.8% ، 10.4%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية عن قيمة كا² لحساب فروق التكرارات بين متغير النوع الذكور والإناث تساوي 14.017 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 إذا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة متغير النوع .

من خلال الجدول تُبين النتائج أن:

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أؤيد فكرة عرض آراء الشعب الذين يدعون إلى مقاطعة الحكومة السابقة لبناء الدولة الجديدة موافقا بالنسبة لمتغير النوع - ذكور وإناث - بالنسب التالية على الترتيب (74% 53.6%)، محايد (15.2% ، 24.4%)، معارض (10.8% ، 22%)، أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي ليسانس ماستير ودكتوراه فكان الإتجاه الموافق بالنسب التالية على الترتيب (77.8% ، 88.3% 37.5%)، محايد (16.7% ، 11.1% ، 50%)، معارض (5.5% ، 21.6% ، 12.5%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية عن قيمة χ^2 لحساب الفروق بين التكرارات بدلالة النوع حول العبارة السابقة تساوي 14.657 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تساوي 13.28، إذ تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات متغير النوع الذكور والإناث. كما تعبر قيمة χ^2 لحساب التكرار بدلالة متغير المؤهل العلمي والتي تساوي 50.55 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4، ن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات المستويات الجامعية ليسانس ماستير ودكتوراه .

توضح نتائج الجدول التالي:

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أؤيد التغطية الإعلامية التي توضح أن الشعب يرى الإنتخابات هي الحل الوحيد لحل الأزمة حسب متغير النوع - ذكور وإناث - موافقا بالنسب التالية على الترتيب (69.1% 64.2%)، محايدا (20.1% ، 14.6%)، معارضا (10.8% ، 21.1%)، أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي ليسانس ماستير دكتوراه كانت أعلى النسب للإتجاه الإيجابي موافق على الترتيب (73.1% 61.4% 75%)، محايد (13.9% ، 18.7% ، 25%)، معارض (13% ، 19.9% ، 0%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية في الجدول عن قيمة χ^2 لحساب الفروق في التكرارات حسب النوع أنها تساوي 17.146 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 فهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة متغير النوع الذكور والإناث حول عبارة أؤيد التغطية الإعلامية التي توضح أن الشعب يرى الإنتخابات هي الحل الوحيد لحل الأزمة. وقد أسفرت قيمة χ^2 لحساب فروق التكرارات بين المستويات التعليمية الجامعية والتي تساوي 14.636 أنها أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودره حرية 4 أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات المستويات العلمية حول تأييد التغطية الإعلامية التي توضح قبول الشعب للإنتخابات كحل وحيد لحل الأزمة.

توضيح نتائج الجدول التالي:

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أرتاح للمضامين التي تعزز فكرة التعديل الدستوري مع الرئيس القادم موافقا وفق متغير النوع - ذكور إناث - بالنسب التالية على الترتيب (81.9%، 68.3%، 10.8%)، محايد (24.4%)، معارض (7.3%، 7.3%)، أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي الجامعي ليسانس ماستير دكتوراه فكانت النسب الأعلى للإتجاه الموافق كذلك على الترتيب (83.3%، 71.3%، 81.25%)، محايد (16.7%، 16.4%، 12.5%)، معارض (0%، 12.3%، 6.25%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية عن قيمة كآ² المحسوبة تساوي 17.774 وهي اكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4، وذلك لوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تكرارات النوع بين الذكور والإناث حول عبارة أرتاح للمضامين التي تعزز فكرة التعديل الدستوري.

وأسفرت قيمة كآ² المحسوبة التي تساوي 15.493 عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات المؤهل العلمي الجامعي عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة عبارة 4، حول نفس العبارة.

أسفرت نتائج الجدول على أن:

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أكره الصور الإعلامية التي تعزز رفع علم غير العلم الوطني في الحراك بدلالة النوع (ذكور إناث) موافق بحيث كانت نسب الإتجاه الإيجابي للذكور والإناث كالتالي على الترتيب (78.5%، 78.5%)، محايد (12.7%، 27.6%)، معارض (8.8%، 9.8%)، أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي ليسانس ماستير دكتوراه فكانت النسب للإتجاه الموافق كذلك على الترتيب (72.2%، 68.24%، 87.5%)، محايد (11.1%، 24.6%، 12.5%)، معارض (0%، 7%، 16.7%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية أن قيمة كآ² المحسوبة تساوي 14.007 اكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 فهي تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع بين تكرارات الذكور والإناث حول كره الصور الإعلامية التي تعزز رفع العلم غير الجزائري.

كما تدل قيمة كآ² المحسوبة لحساب الفروق في التكرارات بدلالة المستوى التعليمي أنها تساوي 21.338 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 أكبر من القيمة الجدولية 13.28، فتدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات التعليمية ليسانس ماستير ودكتوراه حول كره الصور الإعلامية التي تعزز فكرة رفع العلم غير الجزائري الوطني.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أوافق البرامج التي تعزز فكرة تنصيب اللغة الامازيغية كلغة رسمية وطنية معارضا بالنسبة للنوع (ذكور إناث) بالنسب التالية على الترتيب (61.3%، 41.5%)، محايدا (23%، 41.5%)، موافقا (15.7%، 17%)، أما بالنسبة لتكرارات المستوى الدراس فكانت إتجاهها الغالب سلبيا

على الترتيب (41.7%، 62%، 52.1%)، محايدا (21.3%، 33.9%، 35.4%)، موافقا (37%، 4.1%، 12.5%).

كما وأسفرت النتائج التفصيلية عن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 14.378 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 مما تدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع بين تكرارات الذكور والإناث حول معارضة البرامج التي تعزز فكرة اللغة الأمازيغية كلغة رسمية .

كما وانه هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات المستويات العلمية ليسانس ماستير دكتوراه لان قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 53.986 وهي ابر من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة أحبذ البرامج الإخبارية التي تؤكد أن سياسية القايد صالح الأنجح لمحاربة المتطرفين على الإستقرار الوطني موافق بالنسبة للنوع - ذكور إناث- بالنسب التالية على التوالي (42.6% 53.6%)، محايدا (39.7%، 43.1%)، معارضا (16.7%، 3.25%)، أما بالنسبة للمستوى الدراسي ليسانس ماستير دكتوراه فقد كانت النسب الأعلى للإتجاه الإيجابي - وافق - كالاتي على الترتيب (52.8%، 45%، 43.75%)، محايدا (38.9%، 38%، 56.25%)، معارضا (8.3% 17%، 0%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية عن قيمة χ^2 المحسوبة تساوي 13.726 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فروق التكرارات بدلالة النوع - ذكور إناث - حول عبارة تحبيذ البرامج الإخبارية التي تؤكد أن سياسية القايد الأصالح لمحاربة المتطرفين على استقرار الوطن.

وتدل قيمة χ^2 المحسوبة 30.385 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 أنها أكبر من القيمة الجدولية إذن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تكرارات المستويات التعليمية .

استنتاج: من خلال نتائج الجدول أعلاه يلاحظ أنه تم الموافقة بالإجماع على كل العبارات المصنفة في الجدول ماعدا عبارة واحدة تم الإتفاق عليها بالمعارضة، فقد تم الإتفاق على أنه محتوى البرامج الإخبارية الذي يتناول القضية التي تم كل مفردة في العينة يجذبونها إن دل هذا فهو يدل على أن قناة الشروق نيوز في طرحها لمختلف القضايا التي تزامن و فترة البحث صاغت المحتوى الخاص بالبرامج و الذي يتناول القضايا السياسية بعناية وقد أسفرت وسيلة الملاحظة أن برامجها كانت أقرب إلى الواقع صورة وتغطية وآنية، إلا أنه كانت هناك إختلافات في نسبة الموافقة بسبب المتغير النوع والمستوى الدراسي واللذان لعبا دورا في تحديد نسبة الإتجاه، فالرصيد المعرفي ويعد من المؤثرات الخارجية التي تؤثر على أجندة الجمهور والطلبة عينة الدراسة إذا، المعارف المسبقة والتراكمية المعرفية عنصرا مهمان جدا في تحديد الإتجاه وشدته حيال أي قضية سياسية وكذلك النوع فقد يتدخل عامل الجنس في تفضيلات البرامج ومحتواها حول القضايا المعروضة.

كما وقد إتفق الأغلبية على أنهم معارضين للمضامين التي توافق تنصيب اللغة الأمازيغية كلغة رسمية وطنية، يرجع ذلك إلى أن الإتفاق على رأي نحو قضية سياسية مستحيل علميا لكن يكون الإتفاق بالأغلبية فقط، ويرجع ذلك إلى اختلاف التفضيلات والميولات السياسية التي تتبع اختلاف النوع والمستوى الدراسي ووجود متغيرات أخرى لها فعالية في اختلاف الإتجاهات والمعارضة في هذه القضية لا يعبر عن المعارضة الجمهور عينة الدراسة فقط إنما يعبر على أن محتوى البرامج الإخبارية لم تعرض الصور الإعلامية التي وجب عليها تكوين الصورة الذهنية للمتلقي لتقبل اللغة، وهذا يدل على وجود عرض المعلومات الإخبارية حول القضية إما بحيادية أو باتجاه سلبي لقضية تنصيب لغة أمازيغية كلغة رسمية وطنية، كذلك يرجع إلى أن بعض القضايا السياسية في فترة البحث كانت ذات أولوية على قضية اللغة الثانية في الوطن.

كما وافق الأغلبية على عبارة أؤيد المستضافين الذين يدعمون فكرة الشفافية اختيار المرشحين في الانتخابات الرئاسية وكان اتجاههم إيجابيا إلا النسب الموافقة اختلفت حسب النوع والمستوى الدراسي، يرجع ذلك إلى أن فترة الإنتخابات قد كانت نتيجة حراك عام على كل أرض الوطن، وكانت السبيل الوحيد للخروج من أزمة تكرار الوجوه السياسية وتغيير نظام الحكومي السابق، وترجع إلى أن هذه القضية من اهتمامات الطلبة ونالت تريبا عاليا بالنسبة للقضايا الأخرى كون أن الطلبة كانوا أهم عنصر وسع من نطاق الحراك الشعبي.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يجذون البرامج الإخبارية في قناة الشروق نيوز التي تؤكد أن سياسة القاييد صالح هي الأنسب لمحاربة المتطرفين على الاستقرار وتُرجع هذا إلى صرامة القاييد صالح والشخصية الوحيدة التي اتفق أغلب الجزائريين على جديتها وحيادها حسبما نقلته برامج قناة الشروق نيوز، ويأتي هذا التفضيل للطلبة الجامعيين إلى أن بث برامج قناة الشروق نيوز تؤكد على الصورة الذهنية الإيجابية لشخصية القاييد صالح فساعدت طريقة العرض ومحتوى البرامج في عرض التفاصيل الإخبارية سواء عن طريق نشرات الأخبار أو المواجيز الإخباري والبرامج الحوارية ترسيخ هذه الصورة فلا علم للمواطن بالاعبار السياسية لولا تغطية وسائل الإعلام .

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يعارضون بشدة البرامج التي تعزز فكرة تنصيب اللغة الأمازيغية كلغة رسمية عبر قناة الشروق نيوز يرجع هذا إلى علم المواطن الجزائري بأن هذا القرار المرسم بطريقة غير ديمقراطية يعتبر إقصاء في حق الأغلبية الشعبية، حيث توجد العديد من اللهجات الجزائرية التي تعتبر من أقدم اللهجات في البلد لكن هؤلاء لم يطالبوا يوما بدسترة لهجاتهم إلى لغة وطنية تستطيع أقلية فقط التكلم بها وقد سبق وأن تم دسترة هذه اللهجة إلى لغة وطنية من قبل الرئيس المعزول بسبب الأزمة التي عاشتها منطقة القبائل نيسان 2001 تم بناء على سير المصالح الخاصة بالسلطة عوض وضعها في يد الشعب عبر استفتاء شعبي وتبين بأن دسترة اللهجة الأمازيغية و التجاذبات والتراشق حول هذا الموضوع في الآونة الأخيرة أخذ في منحى متصاعد وقد يؤثر في اتحاد الشعب الجزائري مستقبلا، وفي هذا الصدد يقول الإعلامي الجزائري حسان زهار بأن خطورة قضية ترسيم

ودسترة وبث البرامج التي تعزز فكرة تنصيب الأمازيغية في المناورات والمؤامرات التي تحاك للمنطقة بغرض تحويل الأفراد وكذا زج البلاد في المشاكل التي التهمت في بلدان المشرق العربي ويبدو أنها تتأهب للانتقال إلى مغربه على ظهر هذه القضية بالذات والتي اشتغل عليها الاستعمار الفرنسي الذي حكم البلد لعقود طويلة لتكون سبب في سيطرة فرنسا مرة أخرى بالبلد وضرب العربية بالأمازيغية وتكون بديلا مغريا في الصراع المذهبي السني الشيعي ليكون صراعا عرقيا عربيا أمازيغيا يحمل في ثناياه ما هو أخطر من النزعة الانفصالية التي تعادي الجزائر.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يكرهون الصور الإعلامية عبر قناة الشروق نيوز التي تعزز رفع علم غير العلم الوطني في الحراك وتُرجع الباحثة هذا إلى أن أهمية الموضوع القصوى في بناء جزائر تجمع كل أطراف الوطن من شمالها إلى جنوبها ومن شرقها إلى غربها وما هذه الأفعال إلا إيدانا بتقسيم الجزائر إلى أطراف متصارعة خاصة وأن الطلبة الجامعيين يعون جيدا مدى خطورة بث الصور الإعلامية والتي تعزز رفع علم غير العلم الوطني في الحراك الشعبي وفي هذا الصدد أعلن الفريق الراحل **أحمد قايد صالح** في خضم قضية رفع رايات غير الراية الوطنية أعلن آنذاك بسن قرارات تمنع أي راية غير العلم الجزائري الملون باللون الأخضر والأبيض ونجمة وهلال في المسيرات الشعبية وصرحا قائلا بأن "للجزائر علم واحد استشهد من أجله الملايين، وراية واحدة هي الوحيدة التي تمثل رمز السيادة الوطنية للبلاد واستقلالها ووحدتها الترابية والشعبية فلا مجال للتلاعب بمشاعر الشعب وفي هذا الصدد عبر الكثير من أفراد العينة على أن العلم رمز العزة والكرامة والسيادة والأصالة والمكانة والشموخ كما أنه رمز للهوية والمتحدث الرسمي دونما أي صوت في المحافل الدولية والمحلية والخارجية كافة هذا وللعلم قدسية وانتماء ووطنية وبه يلف جسد شهيد الوطن والواجب فخرا بما قدمه وهذا يؤكد مكانة العلم كرمز للقوة فضلا عن كونه وساما للأحياء ويقول الدكتور **زغيدي محمد** في كتابه **العلم الوطني الجزائري دلالة رمزية ومسيرة نضالية** بأن العلم الجزائري ربما ليس كسائر الأعلام ولد من رحم قساوة الأيام ومرارة السنين والأعوام فكان مبعثه أملا لتحقيق الأحلام ونورا لفجر الاستقلال فكانت رمزيته للوحدة والتوحيد ويط القدسم بالجديد فصبغ بقداسته الجهاد ودم الشهيد...، وهذا ما يؤكد ويوضح جليا بأن رفع أي راية مهما كانت صفتها تعتبر إهانة لعلم الشهداء الأبرار¹.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يرتاحون للمضامين التي تعزز فكرة التعديل الدستوري مع الرئيس القادم عبر قناة الشروق نيوز وتُرجع الباحثة هذا إلى غياب حس الإرادة الشعبية في دستور السلطة السابقة وغياب لمسة النخبة فيه حيث قامت السلطات السابقة بتشكيل دستور على المقاس وقد ارتاحت الطبقة الطلابية على وجه الخصوص من جراء المضامين التي تقدمها قناة الشروق نيوز في شاشاتها خاصة في الفترة الأخيرة حيث تستقبل خبراء في الميدان السياسي والدستوري لطرح مقترحات للسلطة الحاكمة وللرأي العام وفي هذا الصدد صرح الدكتور محمول خلال نزوله ضيفا على الإذاعة الجزائرية بسطيف ضمن برنامج "مع الدستور" أن نكهة الدستور

¹ محمد لحسن الزغيدي، العلم الوطني الجزائري دلالة رمزية ومسيرة نضالية، دار هومة، الجزائر، ط2، سبتمبر 2014،

https://www.echoroukonline.com/%D يوم 2021/04/10، على الساعة 23:35.

أسمى من وثيقة للدولة لا تكون إلا في مثل هذا التفاعل الشعبي والرسمي والنخبوي مع مقترحات مسودة تعديل الدستور الذي يعد ظاهرة صحية على اعتبار أن العقد الإجتماعي يشترك فيه كل الجزائريين ويحدد قواعد تسيير الدولة في المرحلة القادمة وفق الوثيقة المرجعية التي تحدد حركية المجتمع بعيدا عن الفساد والاستبداد والبيروقراطية والاحتكار، ونحن نتطلع لتقدم مسودة دستور قادمة تكون تليق بالشعب الجزائري المسلم العربي الديمقراطي بعيد كل البعد عن الإقصاء و الظلم الذي عاشه الشعب الجزائري في فترات تجر المعزول.

وفي هذا الصدد يذهب الدكتور **عماد الفقي** في كتابه **الدستور** بأن للدستور مكانة سامية في النظام القانوني لأي دولة، فهو التشريع الوضعي الأسمى صاحب الصدارة على ما دونه من تشريعات يجب أن تنزل على أحكامه فإذا تعارضت هذه مع تلك وجب التزام أحكام الدستور وإهدار ما عداها¹.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤيدون التغطية الإعلامية التي توضح أن الشعب يرى في الانتخابات هي الحل الوحيد لحل الأزمة وتُرجع الباحثة هذا إلى أن الشعب الجزائري له الخبرة فيما سبق حول السير بمرحلة انتقالية تقودها شخصية توافقية في التسعينيات من القرن الماضي حيث لم ينجح هذا الحل بتاتا وجلب للبلد إلا الدمار والخراب، وفي هذا الصدد دعت قناة الشروق نيوز إلى الاحتكام لل صندوق التي رأت فيه الحل الأمثل للخروج من الأزمة بدل الوقوع في فخ المرحلة الانتقامية خاصة وأن الشعب الجزائري في الحراك الشعبي يطالب بالانتقال الديمقراطي وإنهاء حكم الفساد والاستبداد وهذا طبعا لا يتأتى إلا بحدوث انتخابات وبناتخاب رئيس شرعي منتخب من طرف الأغلبية الشعبية، ولقد أشعلت هذه الوضعية الجدل في الجزائر بين الأطراف السياسية وفي هذا الصدد كتب **سليم جدادي** بأن الانتخابات هي المنعرج الأول لدخول معبد الديمقراطية فالذين يخلطون بين النسق الدستوري والمرحلة الانتقالية هم كذلك من يخلطون بين الانقلابات والثورة².

والواقع أن قناة الشروق نيوز سارت تدعم الطرح السياسي المبني على تطبيق المادة 102 من الدستور باعتباره الحل الأمثل والأمن للوصول بالجزائر إلى بر الأمان والابتعاد عن ما وقعت فيه في التسعينيات من القرن الماضي والتي راح ضحيتها الشعب الجزائري المغلوب على أمره مؤكدة بأن الطرح السياسي الأخر ما هو إلا بداية انهيار للدولة الجزائرية وشعبها الأبي إن تم تطبيقه فعليا والاستغناء عن الصندوق الشعبي. ما يثبت أن القناة كانت صمام الأمان خاصة في القضايا التي تمس أمن الوطن.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤيدون فكرة عرض آراء الشعب الذين يدعون إلى مقاطعة الحكومة السابقة لبناء دولة جزائرية جديدة في قناة الشروق نيوز وتُرجع الباحثة هذا إلى أهمية قناة الشروق نيوز في الساحة الوطنية في بث الآراء الشعبية وإيصالها للسلطة الحاكمة نظرا لاستحواذ هذه القناة على أعداد كبيرة جدا من جمهور المتفرجين وكذا ابتعاد قناة الشروق نيوز إلى الانحياز إلى أحد الأطراف سواء في السلطة أو إلى أحد

¹ - عماد الفقي، الدستور الحالة المصرية أسئلة وإجابات في ضوء الدساتير المقارنة، المنظمة العربية لحقوق الإنسان، 2012، ص 13.

² - سليم جدادي، البراغماتية في السياسة العالمية وأزمة الولاءات العربية، <http://alantologia.com/blogs/37242>، يوم 2021/04/8، على الساعة 00.05.

الأحزاب السياسية وقد خصصت قناة الشروق نيوز برنامج إخباري خاص بإيصال أصوات الشعب المقهورة من خلال التقرب من الجماهير في الشوارع عبر برنامج الشعب يريد أو برنامج يحدث في الجزائر التي تهتم بنقل الأوضاع المعاشة وإيصال آراء الشعب وترجع فكرة تأييد الطلبة الجزائريين بعرض آراء الشعب المناهضة إلى مقاطعة الحكومة السابقة التي عاثت في البلاد فساد لربع قرن من التجبر على حساب الأغلبية المسحوقة وبالتالي رأت في قناة الشروق نيوز منبرا إعلاميا مميذا ينشر آراء الشعب عبر برامج خاصة منددة بسقوط الحكومة السابقة.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة أكدوا على ميلهم إلى رأي المحللين السياسيين في البرامج الحوارية والنشرات الذين يرون أن الحراك في أيامه الأخيرة غير شرعي يرجع هذا إلى الانقسام الذي حصل في صفوف الحراك واتسام صفة المطالب الفئوية التي تخدم جهات معينة فقط، والذي لا يمثل الحراك الشعبي إطلاقا صحيح أن الحراك في أيامه الأولى أجهض مشروع العهدة الخامسة للرئيس السابق لكنه لم يدفع نحو تغيير عميق في النظام بسبب الانقسامات التي حصلت في صفوف الحراكين وحالة الاستقطاب والأناية التي أثرت سلبا ودفعت نحو انفجار قضايا الهويات الفردية والجماعية وانبعثت الخصوصيات الثقافية والعرقية والإيديولوجية الحزبية والفئوية وصناعة الرموز للحراك الشعبي ونسبه إلى جهات هي ومصالح الوطن والشعب في طريقتين، حيث أثبت الحراك في بدايته عن إمكانية حقيقية للتغيير الملموس وكسر أصنام النظام السابق وأعاد بذلك شيئا من الأمل للشباب الجزائري وخاصة الطالب الجامعي الذي عانى من الإقصاءات والبطالة الممنهجة في حقه وبأن يقفوا في بلدهم لمرحلة يأمل فيها هؤلاء إلى بناء جزائر جديدة بعيدة كل البعد عن جزائر البيروقراطية والنهب والاحتيال، لكن فتح بعض الملفات والمطالبة بمطالب فئوية أعاق كثيرا الحراك الشعبي إلى السير في هذا التغيير الذي حلمنا به ودخل بذلك الشعب في دوامة تشنجات وانقسامات واضحة أنقصت من فعالية مطالب الشعب الجزائري المسلم والابتعاد عن لب وأساس خروج الشعب إلى الشارع. وقد ساعدت قناة الشروق في توضيح الصورة والأهداف الخفية للجمهور من خلال إستضافة النخبة التي تستطيع التأثير في الرأي العام. إذن عنصر المستضافين والمحللين السياسيين ومقدم البرامج بخبرته من أهم العناصر التي تبنى عليها الخطابات السياسية وآليات التعامل مبرمجة حسب أجندة القناة.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يجذبون كل صورة إعلامية تدعم فكرة السجن هو العقاب الأنسب للعصابة التي حكمت البلاد سابقا وتُرجع الباحثة هذا إلى معاناة الشعب الجزائري من جراء الفساد الذي عُرفت به العصابة الحاكمة سابقا وكذا التعبئة الإعلامية التي قامت بها الشروق نيوز حول قضايا الفساد في الدولة فقد تحولت إلى شريك فاعل في كل مراحل الحراك يجسد الصورة الحية للصراع بين الشعب والقوى المضادة للتغيير من الحكام والمستفيدين من الأوضاع السابقة. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة صباح ياسين حول

الإعلام الفضائي في الوطن العربي، أن القنوات الفضائية إنحازت للقضية العادلة للشعب وشكلت حماية من الغدر فأبدت عبر عيون الكاميرا مسؤولية لإنجاح الحراك وإسقاط الحكومة السابقة¹.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤيدون المستضافين الذين يدعمون فكرة شفافية اختيار المترشحين في الانتخابات الرئاسية وتُرجع الباحثة هذا إلى أن انتخابات 12 ديسمبر 2019 كانت مختلفة عن المواعيد الرئاسية السابقة حيث اعتبر موعد الرئاسيات الفارطة نتاج للحراك الشعبي الذي لطالما نادى بالحرية وبالشفافية في اختيار المترشحين لرئاسة الجزائر، وقد سبق لقناة الشروق نيوز في هذا الصدد باستضافة عدد كبير من النخب السياسية المحللة للوضع السياسي الطارئ الذي عاشته الجزائر آنذاك ونادت إلى إضفاء الشفافية في اختيار المترشحين وإعلاء صوت الشعب في هذا الموعد الهام ومما يثير الاهتمام هو استضافة قناة الشروق نيوز للمترشحين الخمس والذين نادوا بدورهم كذلك إلى التحلي بالشفافية والابتعاد كل البعد عن التزوير، وهذا ما يؤكد أن قناة الشروق نيوز تسير بخطى ثابتة نحو مسعى الشفافية ولا تنتمي إلا أي طرف سياسي كان في المشهد الوطني والذي رافقته منذ بداية الحراك الشعبي إلى البدء باستضافة المحللين وبعدها باستضافة المترشحين في ساعات خاصة مع تحليل برامجهم وصولاً إلى إعلان نتائج الانتخابات وتقديم نتائجها للعلن، الأمر الذي لاقى استحسان من طرف الطلبة الجامعيين أفراد العينة هو استضافة قناة الشروق للنخب من الدكاترة والأساتذة الجامعيين أي نخبة المجتمع الذين يهتمون بالشأن السياسي، الذي لم يكن سابقاً.

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يجذون البرامج الإخبارية في قناة الشروق نيوز التي تتفق مع جماعة الزملاء الجامعيين وتُرجع الباحثة هذا إلى توافق رؤى وبرامج قناة الشروق نيوز الجزائرية ما تبته عبر باقتها التلفزيونية خاصة البرامج الإخبارية التي تبث يوميا حسب البرامج الخاصة بها وتؤكد في هذا الصدد فيما يتعلق بتوافق الرؤى نظرية التوافق المعرفي لشارل اسجود وسوسي تانتباوم أن الإنسان يميل إلى تبجيل وتقدير الآراء والمعتقدات التي توافق آرائه ومعتقداته وكذلك يميل إلى تقدير الأشخاص أو الجهات التي يتفق معها في تكوين أفكاره ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق وينقص بنقصانه² وهو حال قناة الشروق نيوز وعلاقتها مع جمهورها خاصة الطلبة الجامعيين الذين يجذون مشاهدة ما تبته هذه القناة خاصة وأنها أبانت على سياسية جيدة فيما تخصص من مواضيع وبرامج إخبارية تخص الأحداث الحساسة التي مرت عليها البلد مما ساعد على توافق رؤى وتوجهات المشاهدين بما تبته قناة الشروق نيوز الجزائرية.

الإستنتاج: من الملاحظ من خلال إتجاهات الطلبة عينة الدراسة والتي كانت أغليبتها موافقة على كل العبارات الواردة في الجدول كمضمون إعلامي على أن قناة الشروق نيوز عرضت القضايا بالطريقة التي تثير إعجاب جمهورها، رغم اختلاف نسبة الإتجاهات بدلالة متغير الجنس والمستوى الدراسي فقد اعتبر برنارد بيرلسون

¹ - صباح ياسين، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² - حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص 98.

Bernard Berlson سنة 1948 في مقالته المعنونة بـ " الإتصالات والرأي العام " إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام والإتصال. وهذا ما توصلت إليه نتائج هذه الجزئية من المحور الثالث. ويتحقق الفرض الخاص ب نظرية الأجندة الذي يفترض ان وسائل الإعلام تحدد الواقع الخارجي وتقدم قائمة حول الموضوعات التي يمكن أن يناقشها أو أن يشكل رأيا حولها، وفهم أغلب الواقع يكمن في المحتوى الذي تعرضه وسائل الإعلام عنه. كما أن طبيعة التنوع الإعلامي أصبحت جزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية لجمهور القنوات الإخبارية فالشروق نيوز سعت لهذا التنوع الموضوعاتي في الطرح والشكل والمضمون تبعا للفروق الفردية لجمهورها، فكما ورد في كتاب **بول لونك و تيم ويل Paul Long and Tim Wall** الإعلام وأثره على الجمهور أن طريقة التأثير لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون هو الإستفاضة من التفاصيل في تحليل القضايا من خلال التدفق الكبير للمعلومات أو استضافت المحللين السياسيين وتكرار عرض القضية بعدة قوالب صحفية لشد انتباه المتلقي وتغيير اتجاهاته أو تكوينها اتجاه القضية التي تهتم بتأطير من القناة¹. خاصة في ظل غياب المعلومات السياسية في القضايا الحساسة سابقا يجعل الإفصاح عنها في البرامج الإخبارية ملفتا للنظر بشكل دقيق فعدم المعرفة والجهل بتفاصيل بعض القضايا السياسية وصعوبة تفسيرها يعمل على دفع الجمهور لتصديقها وتكوين اتجاهات نحوها، وتغييب بعض المواضيع سابقا وعدم شفافيتها أو وضوح معانيها يجعل المواضيع المطروحة وقت الأزمات أكثر شفافية وإن لم تكن صادقة. الصور الإعلامية التي بثت في البرامج الإخبارية في قناة الشروق نيوز حول شخص القايد صالح أثناء الأزمة بالرغم من غياب الحديث عنها قبل الأزمة شكل ما يسمى بتجليل الشخصيات في الإعلام يؤدي على نجاحها شعوبيا وتشكيل اتجاهات مؤيدة لعملها مثل الدراسة التي كانت حول شخصية ميكي ماوس وخلصت نتائجها أنها شخصية معروفة عبر العالم ككل ما يجعلها صالحة في العالم ككل ولكل زمان، نفس الشيء الذي حصل حول شخصية القايد أصبح الشخصية المثل لكل من النزاهة والصرامة، أما فيما حصل للاعتراض حول ترسيم اللغة الأمازيغية فيعد الإتجاه السليبي للرأي العام حول القضية وكما يراه علماء الإعلام أن الاعتراض على شيء ما فهو يدل على الموقف غير الديمقراطي حول القضية. وفي هذه الحالة كما بالنسبة لكل القضايا المطروحة تعتبر القنوات التلفزيونية خاصة الإخبارية مثل الشروق نيوز- المتحدث بالنيابة عن الجمهور لإختياراته وآرائه كما قالت أنغ نقلا عن أفكار جون هارتي أن التلفزيون لا يقوم بتنظيم وتحديد الجمهور فقط إنما ملزم بالتحدث نيابة عنه². والجدير بالذكر أن وسائل الإعلام ليست مهتمة بالجمهور كاشخاص بل بالكيانات الموضوعية التي تهتم، فهي تهتم بتوفير إحتياجاتها التجارية من خلال نقل إهتمامات الجمهور، فبنفس القدر الذي تدعي وسائل الإعلام أنها تستجيب لرغبات الجمهور وإحتياجاته فإن الرغبة في جذب السيطرة وتوجيه الجمهور دائما ماكان سمة ملحة في سوق وسائل الإعلام الذي تحدده

¹ - بول لونك و تيم ويل، الإعلام وأثره على الجمهور، ترجمة: هدى عمر عبد الرحيم ونرمين عادل عبد الرحمن، الدار الدولية للنشر والتوزيع مصر، ط1، 2017، ص 24.

المنافسة التجارية، من خلال عرض كل الصور والبرامج والمواضيع التي توافق ورأي الجمهور والسياق الذي يعيش فيه من عائلة أو زملاء. والذي أدى بالمشاهد الذي إندمج بالمعنى الذي تحمله الصورة التلفزيونية في قناة الشروق نيوز إعادة إنتاج المعنى لطبيعة القضايا التي تهمه ي دائرة وعيه السياسي والاجتماعي، وتشكيل الهوية الخاصة بالقناة نفسها من الأحداث والمواقف السياسية أثناء الصراع والأزمة بل وأصبحت هي كوسيلة إعلامية جزءا من الصراع السياسي والفكري، فكثافة التغطية حول قضية ما ووجودها في قلب الحدث دليل على أهمية وحجم القضية ومؤشر على إمكانية تطور القضية واتساع مداها. ما يدعي إلى الإستتباع الإخباري الإجباري للقناة من خلال الكم والتدفق المعلوماتي السريع والآني والمكثف. والذي سبب نوعا من الإدمان الذي تسلل في عمق العلاقة بين القناة وجمهورها فأصبح التمسك من كلا الطرفين لازما فالمتلقي يتمسك بالبرامج التي يجذبها لنقل معطيات حول القضية التي تهمه والبرنامج يتمسك بجمهوره ويخاطبه لتحقيق أهداف سياسته، من خلال نموذج إتصالي دائري للعلاقة، فلا يمكن إنكار دور القنوات الفضائية وخاصة قناة الشروق نيوز في نقل الرسائل بين أبناء المدن إلى الأقطار الأخرى النائبة التي لم تشهد الإحتجاجات وبذلك كانت قنوات التواصل والتعبئة للمساهمة في بلورة الرأي العام على امتداد البلد، فكان العين التي تلتقط اللحظة وتخزنها بل واستطاعت تصنيع الصورة وإعادة بناءها في الواقع، فبفعل إمتداد الصور الإعلامية حول القضايا السياسية في مختلف البرامج والقوالب الإعلامية تبلورت على سلوكيات الشعب في اتجاهاتهم بالتأييد أو المعارضة.

الجدول رقم (17): يوضح اتجاهات الطلبة نحو عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي يهتم بها فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

اختبار كاي تربيع عند مستوى معنوية 0.01		المستوى التعليمي						الجنس				وضوح اتجاهك نحو عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي تهتم بها	
		الدكتورة		ماستر		ليسانس		أنثى		ذكر			
المستوى التعليمي	الجنس	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
19.486	16.611	%45.8	22	%45.6	78	%71.3	77	%49.6	61	%56.9	116	موافق	تعكس الأطروحة الداعمة للقضية
		%41.7	20	%43.3	74	%21.3	23	%33.3	41	%37.2	76	محايد	
		%12.5	6	%11.1	19	%7.4	8	%17.1	21	%5.9	12	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	
18.546	18.677	%0	0	%14.4	23	%23.1	25	%15.5	19	%14.2	29	موافق	تعكس الأطروحة الراضة للقضية
		%43.75	21	%50.3	86	%38	41	%54.5	67	%39.7	81	محايد	
		%56.25	27	%36.3	62	%38.9	42	%30	37	%46.1	94	معارض	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	
45.460	17.618	%29.2	14	%33.3	57	%2.8	3	%14.6	18	%27.4	56	معارض	تعكس كلا الاتجاهين للقضية
		%25	12	%18.7	32	%45.4	49	%33.3	41	%25.5	52	محايد	
		%45.8	22	%48	82	%51.8	56	%52.1	64	%47.1	96	موافق	
		%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع	

من خلال الجدول رقم (17) تم اختبار علاقة ارتباط بين الفقره وضح اتجاهك نحو عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي تهتم بها بدلالة الجنس والمستوى الدراسي، وقد تحصل الباحث في علاقة الارتباط بين عبارات الفقره ومتغير جنس والمستوى التعليمي على قيم حساسية لاختبار كاي ترييع عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4 لدينا القيمة الجدولية تساوي 13.28 وفي كل الحالات الستة لدينا القيمة الجدولية اصغر من القيمة المحسوبة لذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل القائل: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقره بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

جاء الإتجاه الغالب حول عبارة أن برامج قناة الشروق يعكس الأطروحة الداعمة للقضية بموافق بنسبة قدرت بـ 54.1، ومحاييد بنسبة 35.8، ومعارض بنسبة قدرت بـ 10.1، ومن خلال النتائج التفصيلية في الجدول الثاني نرى أن النسبة تباينت حسب المتغيرات المضافة إلى العلاقة الإرتباطية بين الإتجاهات ومتغير النوع والمستوى الدراسي فإن، نسبة الموافقين من الذكور والإناث كانت كالتالي (56.9%، 49.6%)، والمحايدين (37.2%، 33.3%) والمعارضين (5.9%، 17.1%)، حيث أن الفارق بين الذكور والإناث دال إحصائيا إذ بلغت كـ² المحسوبة 16.611 وهي أكبر من القيمة الجدولية 13.28 التي بلغت عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4، أما بالنسبة للمؤهل العلمي فإن نسبة الموافقين لطلبة الليسانس والماستير والدكتوراه على التوالي (71.3%، 45.6%، 45.8%)، والمحايدين (21.3%، 43.3%، 41.7%)، أما المعارضين كانت النسب كالتالي على التوالي (7.4%، 11.1%، 12.5%)، وقد أكدت قيمة كـ² المحسوبة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المستوى العملي الجامعي فقد قدرت بـ 19.486 وهي أكبر من القيمة الجدولية التي قدرت بـ 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4.

أسفرت نتائج الجدول على الآتي: الإتجاه الغالب حول أن محتوى برامج قناة الشروق نيوز يعكس الأطروحة المعارضة للقضية كان محايدا بالأغلبية، ومن خلال النتائج التفصيلية في الجدول الثاني يتوضح ان الإتجاه المحايد بدلالة الجنس أي النوع ذكور وإناث كان بالنسب التالية على التوالي (54.5%، 39.7%) ومعارضاً بالنسب التالية على التوالي (46.1%، 30%)، وموافقاً بنسبة (14.2%، 15.5%)، أما بالنسبة لمتغير المستوى العلمي فقد كانت النسب كالتالي حسب طلبة ليسانسي، ماستير ودكتوراه على التوالي موافقا (23.1%، 14.4%، 0%)، ومحايدا بالنسب الآتية على التوالي (38%، 50.3%، 43.75%) ومعارضاً بالنسب التالية على التوالي كذلك (38.9%، 36.3%، 56.25%).

ومن خلال النتائج التفصيلية توضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع إذ أن قيمة كـ² المحسوبة 18.677 أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4. كما أن قيمة كـ² لحساب فروق تكرارات بدلالة المستوى التعليمي أثبتت كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بحيث القيمة المحسوبة 18.546 أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4.

يتبين من خلال الجدول أن: الرأي الغالب نحو عبارة قناة الشروق نيوز تعكس الإتجاهين بكل حيادية كان موافقا بنسبة 48.9، محايدا بنسبة 28.4، و معارضا 22.7، وقد وضحت النتائج التفصيلية في الدول أن هناك تباينا في النسب بدلالة النوع ذكورا وإناث حاز الإتجاه الموافق بالنسب التالية على التوالي (47.1% 52.1%)، محايد (25.5% ، 33.3%)، معارض (27.4% ، 14.6%)، أما بالنسبة لمتغير المستوى الدراسي أي المؤهل العلمي ليسانس ماستير ودكتوراه فقد كانت نسب الإتجاه الموافق كالتالي على التوالي (51.8% ، 48% ، 45.8%)، محايد (45.4% ، 18.7% ، 25%)، معارض (2.8% ، 33.3% 29.2%).

ومن خلال النتائج التفصيلية تبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة متغير الجنس (النوع) بحيث قيمة χ^2 المحسوبة 17.618 أكبر من القيمة الجدولة 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4. وتبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المؤهل العلمي (المستوى الدراسي)، فقيمة χ^2 المحسوبة 45.460 أكبر من القيمة الجدولية 13.28 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 4.

الاستنتاج: من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على أن عرض قناة الشروق نيوز للقضايا تعكس الأطروحة الداعمة قضية التي يهتم بها ويرجع هذا إلى أن قناة الشروق نيوز لها أجندات وأطروحات سياسية تتبناها ويتوضح هذا من خلال ما يتم عرضه في برامجها وهذا يتفق مع طرح نظرية الأجندة حول المفاهيم التي تقوم عليها فقد نجحت قناة الشروق نيوز في تعريف الناس فيما يفكرون أين تلتقي هذه النتيجة مع أفكار ديفيد وايفر David Waver أن وسائل الإعلام قد لاتنجح في تعريف الناس كيف يفكرون لكنها تنجح بكفاءة في تعريفهم فيما يفكرون¹. وبما أن قناة الشروق نيوز ركزت على القضايا التي تهم عينة الدراسة تكيف إدراكهم لأهميتها في اتجاه يتفق مع اهتمامات جمهورها عينة الدراسة وحجم الإهتمام الممنوح لهذه القضايا في القناة - الشروق نيوز. غلا أن حجم الإهتمام يتعرض لعوامل خارجية منها الإجتماعية وكذا متغيرات النوع والمستوى الدراسي، بحيث هذه الفروق الفردية تتحكم في درجة الإهتمام لا تحقيق الإهتمام كهدف اعلامي. لذا نراها دعمت بقوة رأي الاحتكام للصندوق بدل المرحلة الانتقالية وركزت في بثها على تخصيص جملة من المواضيع في هذا الشأن واستضافة العديد من المحللين لمناقشة وتحليل الوضع في أيام انتخابات ديسمبر 2019، كما أنها دعمت المؤسسة العسكرية في مرافقتها للحراك الشعبي الجزائري الأصيل وأيضا دعمت هذه المؤسسة من خلال بث كل الخرجات الإعلامية لقائد الأركان في كل أسبوع وتبني سياسة التعبئة والمطالبة بزج العصاة الحاكمة إلى السجون وتخصيص برامج خاصة بتحليل ما تم قوله خلال خروجه قائد أركان الجيش وكذا القرارات التي تم إصدارها من طرف المؤسسة العسكرية، كما تبنت قناة الشروق في سياستها على نشر القرارات التي أعلنت عنها الحكومة المؤقتة بتأجيل الانتخابات لمرتين بدعم من الجيش الوطني الشعبي وقد فسرت ذلك بأن الوقت لم يكن بعد لتنظيم

¹ - منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 329.

الانتخابات في تلك الآونة وكلها خرجات أظهرت من خلالها قناة الشروق نيوز بأن عروضها للقضايا المختلفة لا سيما السياسية منها تعكس الأطروحة الداعمة لها وهو ما اتضح لفئة الطلبة الجامعيين من خلال ردهم عن هذا السؤال. وترجع نسبة الموافقين للإتجاه المحايد في عرض قناة الشروق ومعارضتها بالتساوي، إلى أن المستوى الدراسي له دور فعال تحديد مستوى الوعي لدى عينة الدراسة طلبة الدكتوراه لهم من المكاسب المعرفية على التمييز بين ماهو حيادي ومعارض ومواف ومقارنته بالواقع الإجتماعي والسياسي، إلا أن هناك فئة فنية علميا قد لا تستوعب هذه المعادلة، فقد تناولت **المدرسة النقدية فرانكفورت** من خلال **أدورنو** حول إنتاج المعنى وسلعنة الثقافة أنه ليس هناك مضمون إعلامي محايد لكنه موجه عمدا لتعزيز نظام الهيمنة، ونظام الهيمنة في الفترة التي تزامنت مع البحث هو المؤسسة العسكرية خاصة مع التصدي الشعبي للنظام السياسي السابق، وكما يقول **أدورنو** أن الرسائل الإعلامية نوعين ظاهرية، وخفية وإن هذه الأخيرة أهم من الأولى فالوعي لدى النخبة قد ميز هذه القضية¹ من خلال تعبيره عن حيادية ومعارضة قناة الشروق للقضية التي تهمة، وكما لا ننكر الدور الذي يجب أن تلعبه القنوات الإخبارية في الحفاظ على الإستقرار العام كواجب أخلاقي لا يجب التعدي عليه لأنه أهم من أي هدف ربحي آخر. كما أثبتت هذه النتائج على أن الجمهور الجزائري ليس سهل المراس، خاصة جمهور الطلبة الذي يعيش ضمن سياق تأثر في تحديد اتجاهاته نحو البرامج فهو غير مجبر على إعتمادها، ولا اعتماد اتجاهاتها. ويجدر الإشارة إلى أن الإتجاه المبدئي للمتلقي والموقف الذي تتبناه الرسالة من خلال القناة فإنهما يؤثران على إتجاه معالجة الرسالة من طرف المتلقي، فعندما يكون الموقف الذي تتبناه الرسالة مع الإتجاه المبدئي للمتلقي فمن المتوقع أن يصدر أفكارا إجابية من المتلقي إتجاه القضية والقناة كحامل للرسالة، أما ان كان الموقف الذي تحمله الرسالة في القناة معارضا فإن المتلقي يصدر أحكاما سلبية إتجاه القناة والقضية.

¹ - مخلوف بوكروح، المرجع نفسه، ص115.

الجدول رقم (18): يوضح اتجاهات الطلبة عينة الدراسة حيال توافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع المحيط الجامعي.

اختبار كاي تربيع		توافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع محيطك الجامعي						الجنس والمستوى الدراسي	
		المجموع		لا		نعم			
الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس	المستوى
0.001	6.885	%100	204	%38.7	79	%61.3	125	ذكر	الدراسي
		%100	123	%25.2	31	%74.8	92	أنثى	
		%100	327	%33.6	110	%66.4	217	المجموع	
القيمة المعنوية	قيمة الاختبار	%100	108	%25	27	%75	81	ليسانس	المستوى
		%100	171	%38.6	66	%61.2	105	ماستر	
		%100	48	%35.4	17	%64.6	31	دكتورة	
0.006	15.561	%100	327	%33.6	110	%66.4	217	المجموع	

من خلال نتائج الجدول رقم (18) تبين أن: الأغلبية يرون أن آراء المعروضة في قناة الشروق تتوافق مع آراء محيط الجامعي بنسبة 66.4% ونسبة الذين يعارضون أن الآراء السياسية في قناة الشروق نيوز لا تتوافق مع المحيط الجامعي فكانت بنسبة 33.6%. أي وجود فروق دالة إحصائية في نسبة الإجابة. وتوضح النتائج التفصيلية في الجدول الثاني حسب النوع والمستوى الدراسي أن نسبة الذين أجابوا بـ (نعم) من الذكور والإناث كالاتي على التوالي (61.3%، 74.8%) ونسبة الذين أجابوا بـ (لا) من الذكور والإناث على التوالي كالاتي (38.7%، 25.2%).

أما بالنسبة للمستوى الدراسي فكانت الإجابة بـ نعم - حسب مستوى ليسانس ماستير ودكتوراه كالاتي على التوالي (75%، 61.2%، 64.6%)، أما نسبة الإجابة بـ لا- كانت كالاتي على التوالي (25%، 38.6%، 35.4%).

من خلال الجدول أعلاه تم اختبار علاقة ارتباط بين فقرة توافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع محيطك الجامعي بدلالة الجنس والمستوى الدراسي، وقد كانت النتيجة في حساب علاقة الارتباط بين الفقرة و متغير جنس على قيمة حسابية لاختبار كاي² المحسوبة تقدر بـ 6.885 أكبر من القيمة الجدولية 6.63 عند درجة حرية 1 و مستوى الدلالة 0.01، لذلك: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس عند مستوى معنوية 0.01، كما بينت نتيجة كاي² المحسوبة 15.561 لحساب فروق التكرارات بدلالة المستوى الدراسي الجامعي أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لأن قيمة كاي² المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية 9.21 عند درجة حرية 2 ومستوى دلالة 0.01.

إستنتاج: من خلال النتائج التي أسفر عنها الجدول يتوضح أن قناة الشروق عرضت محتوى برامجها بما يتفق مع السياق الذي توجد هي فيه كوسيلة إعلامية من جهة، ومن جهة أخرى يدل على أن عينة الدراسة رأيها موحد حول المواضيع السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز، ويتحقق الفرض القائل من نظرية الأجندة أن

الجمهور يعتقد أن وسائل الإعلام تعرض القضايا التي تهمة إلا أن وسائل الإعلام تعرض القضايا المهمة لها وفق الفروق الفردية لكل مفردة في العينة وخاصة حسب النوع والمستوى الدراسي ويسمى هذا السياق الذي تعرض فيه المعلومة، وقد تحدثت مدرسة فرانكفورت بل تشددت على دور السياق الذي يتم فيه طرح المعلومة أي المجتمع الذي تنتمي إليه الوسيلة والمجتمع الذي ينتمي إليه جمهورها بالموازاة، وقد يفسر وجود إجابات عبرت بـ (لا) عن توافق الآراء السياسية في قناة الشروق نيوز والمحيط الجامعي، على أن محتوى وسائل الإعلام كما عبرت عنه المدرسة النقدية ليس موحدًا، وتوحيد العرض ليس شاملاً، فهناك عدة قضايا وعدة أطروحات إما تعكس أو تناقض آراء المحيط، عدم توحيد الرسالة يؤدي إلى عدم توحيد الآراء. كما يثبت معرفة المستجيبين لهذه الفقرة أن الرأي المحايد يدل وبصفة دقيقة عن العلاقات التي يكونها كل فرد في العينة وبالأخص المحيط الجامعي، ويسمى بالسياق الاجتماعي، فالعلاقات الاجتماعية خاصة الجامعية لها تأثير في انتقاء المضمون الإعلامي وكيفية تلقيه فيقبلون الرسائل والآراء التي تتوافق مع وضعيتهم الاجتماعية أي السياق الاجتماعي. وعموماً وسائل الإعلام تقدم معرفة مشتركة تزيد من الإلتزام للمجتمع كما أكدته صمويل بيكر في رصده لدور وسائل الإعلام لخدمة النظام السياسي، وأن وسائل الإعلام تفعل الكثير لتحقيق تماسك المجتمع في أوقات الازمات والحروب وهذا ما يفسر عرض قناة الشروق نيوز المواضيع التي من شأنها ان تتوافق مع محيط الجمهور الذي يتواجد فيه، وذلك بترويج أن هناك تهديداً يمس أمن الدولة وإذا كانت هذه المعلومات متسقة ومرتبطة بدقة فإنها تؤدي إلى رجوع صدى فوري تجاه الإلتفاف حول شخصية الدولة المعروفة آنذاك مثل القايد صالح في فترة البحث.

الجدول رقم (19): يبين اتجاهات عينة الدراسة حيال مساعدة توافق الآراء السياسية في القناة على تدعيم رأيهم أو تغييره.

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة عند مستوى معنوية 0.01

اختبار كاي تربيع		إذا كانت إجابتك ب - نعم - هل يساعدك توافق رأي القناة مع رأي محيطك الجامعي في تدعيم رأيك أو تغييره						الجنس والمستوى الدراسي	
الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	المجموع		لا		نعم		الجنس	المستوى
		%	المجموع	%	ت	%	ت		
0.001	23.975	%100	125	%23.2	29	%76.8	96	ذكر	المستوى الدراسي
		%100	92	%19.6	18	%80.4	74	أنثى	
		%100	217	%21.7	47	%78.3	170	المجموع	
0.006	25.501	%100	81	%24.7	26	%75.3	61	ليسانس	المستوى الدراسي
		%100	105	%19.1	32	%80.9	85	ماستر	
		%100	31	%29.1	14	%70.9	22	دكتوراة	
		%100	217	%30.4	66	%69.6	168	المجموع	

أسفرت نتائج الجدول رقم (19) على ما يأتي: الرأي الغالب لعينة الدراسة الذين أجابوا ب(نعم) في الفقرة السابقة في الجدول أعلاه حول إذا ما كان توافق رأي القناة مع رأي محيطك الجامعي في تدعيم رأيك أو تغييره يساعده كان إيجابيا بالأغلبية بتفوق الذكور بالنسبة الأكبر فكانت الإجابة ب (نعم) حسب متغير النوع كالتالي على التوالي (76.8% 8.04%)، (لا) (23.2%، 19.6%)، أما فيما يخص متغير المستوى الدراسي ليسانس ماستير ودكتوراه فكانت النسب المتعلقة ب (نعم) كالتالي على التوالي (75.3%، 80.9%، 70.9%)، ب (لا) (24.7%، 19.1%، 29.1%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية أعلاه عن أن القيمة الاحتمالية لاختبار كاي تربيع لدراسة دلالة إحصائية للفروق التكرارات حسب متغير النوع ذكور وإناث و القيمة الجدولية للاختبار كاي تربيع للفقرة السابعة من المحور الثالث عند درجة حرية 1 ومستوى معنوية يساوي 0.01 نجد أنها تساوي 26.63 أي أن القيمة الجدولية أكبر من القيمة المحسوبة 23.975 ولذلك فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع. وقيمة كاي تربيع لحساب الفروق في التكرارات الخاصة بالمستوى الدراسي تساوي 25.501 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند درجة حرية 1 ومستوى دلالة 0.01، لذلك فإنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المستوى الدراسي لعينة الدراسة.

الاستنتاج: من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب مفردات العينة يصرحون أنه يساعد توافق رأي القناة مع رأي محيطهم الخارجي في تدعيم رأيهم أو تغييره ويرجع هذا إلى أن قناة الشروق نيوز لها دور كبير في استمالة آراء الطلبة الجامعيين لصالحها من خلال عرض الأطروحات التي تتوافق والمحيط الذي يعيشون فيه أو يتكون به من خلال ما يتم بثه ومعالجته في البرامج الإخبارية الخاصة بها لدرجة أنه أجزم الباحثين بأنه بإمكان أن تتوافق آراء قناة الشروق

نيوز مع محيطهم الخارجي باعتبار أن الجامعة هي مؤسسة جامعة فعليا للنخب ويتسنى للطلبة في بعض الأحيان في مقابلة الدكاترة أو حضور بعض الندوات التي تطرح في إطار النقاشات العلمية التي تساهم المؤسسة الجامعية في إثراءها ومعالجتها معالجة أكاديمية، ومما يزيد من اهتمام قناة الشروق نيوز هو تأثيرها في آراء الطلبة الجامعيين ودعمها لآرائهم وتنوير عقولهم ليصل في بعض الأحيان إلى تغيير آرائهم عن تأثيرها في اختيار المواضيع السياسية وطريقة تحليلها من طرف محلي القناة وفي هذا الصدد يقول الدكتور أحمد قران الزهراني بأن وسائل الإعلام تمثل مصدرا رئيسيا للتنشئة السياسية لدى سائر أفراد المجتمع حيث تعمل على نشر ثقافات سياسية معينة أو تدعيم ثقافة سائدة أو تعمل على تغيير ثقافة سياسية قائمة، وتقوم وسائل الإعلام في الدول غير الديمقراطية وخاصة المملكة للدولة في توفير الحقائق حسب وجهة نظر الحكومة كما تقوم بتدعيم شرعية الأنظمة القائمة وترسيخ مفاهيم التوجه السياسي القائم¹ ولقد أثبتت الدراسات العلمية أثر وسائل الإعلام في تكوين الفرد اجتماعيا وسياسيا وأن هذه الوسائل بكل أشكالها تمثل مصدرا مهما ومكملا في التأثير على الأفراد وفي تنشئتهم الاجتماعية والسياسية، وقد وضحت مي العبد الله في كتابها **الاتصال والديمقراطية الفضائيات والحرب الإعلامية**: يجب أن نضع في الاعتبار قدرات التلفزيون في التأثير من دون إغفال العوامل الوسيطة التي تعني أن عملية التأثير في ذاتها تخضع لعوامل أخرى غير الرسالة الإعلامية²، أي أن تأثير التلفزيون الفضائي يتحقق بطريقة غير مباشرة من خلال العوامل الوسيطة. أي أن جماعة الرفقاء والزملاء الجامعيين تعتبر كعامل وسيط في لترسيخ موقف عرض على القناة أو تغييره، وفي الواقع صورة الحراك ما كانت لتظهر بتلك العظمة لولا تدعيم التغطية الإعلامية للقناة له وتدعيم الوسط الجامعي لفكرة الحراك وكأن العملية الإتصالية الدائرية أحاطت بكل المتغيرات الوسيطة في تعبئة الجمهور حول الوضع السياسي القائم آنذاك. إذ أن قناة الشروق نيوز كانت كأداة تنوير ومعرفة بالقضايا وتدعم القضايا التي تمه العينة كجمهور وفق فرضية الإتساق المتعي أو ما يطلق عليه التفكير الرغبي بحيث يميل الأفراد إلى الوسائل الإعلامية التي تعرض المواضيع المتسقة مع رغباتهم الشخصية حتى وإن تعارضت مع المنطق السليم، فيبدو أن العلاقة طردية بين توافق رأي القناة حول القضية وتوافقها مع الأصدقاء والزملاء، فالفرد يعتنق الإتجاهات التي لا تتناقض مع محيطه ولا مخزونه المعرفي الذي استقاه منهم، فتوافق الرسالة مع الطرفين تؤدي إلى تغيير جوهري أو جزئي في المخزون المعرفي السابق وإعادة تشكيل وحدات أخرى جديدة أو تدعم. فالرأي العام يمر بمراحل لتكوينه ابتداء من مرحلة الإحساس والإدراك إلى مرحلة الرأي الفردي بحيث يحدد الفرد لنفسه موقفا إما معارضا أو مؤيدا ثم مرحلة الصراع مع آراء الجماعة بحيث يدور نقاش وحوار حول القضايا السياسية التي تم كل مفردة أو تم جماعة معينة فيحاول كل منهم الدفاع عن رأيه موظفا في ذلك كل ما يتوافر من معلومات

¹ - أحمد قران الزهراني، السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، فبراير 2015.

² - مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية الفضائية والحرب الإعلامية، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2005، ص240.

وتلعب القناة الإخبارية هنا دورا حيويا عن طريق عرضها لرأي الأغلبية، فإما يكون الفرد رأيه من رأي الأغلبية أو يضطر لتغيير رأيه والتضحية به من أجل تحقيق صفة الإنتماء للجماعة.

الجدول رقم (20): يبين اتجاهات الطلبة حيال تغيير آرائهم السياسية خوفا من التهميش.

اختبار كاي تربيع	قيمة الاختبار	إذا كانت إجابتك ب (لا) هل تغير رأيك خوفا من التهميش						الجنس والمستوى الدراسي	
		المجموع		لا		نعم		الجنس	المستوى الدراسي
		%	ت	%	ت	%	ت		
0.001	23.975	%100	79	%49.4	39	%50.6	40	ذكر	الجنس
		%100	31	%38.7	12	%61.3	19	أنثى	
		%100	110	%46.4	51	%53.6	59	المجموع	
القيمة المعنوية	قيمة الاختبار	%100	27	%48.2	13	%51.8	14	ليسانس	المستوى الدراسي
		%100	66	%33.3	22	%66.7	44	ماستر	
		%100	17	%50.6	9	%49.4	8	دكتورة	
		%100	110	%40	44	%60	66	المجموع	

تبين من خلال نتائج الجدول رقم (20) أن الرأي الغالب لعينة الدراسة حول الذين أجابوا ب (لا) لتوافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع محيطك لا يخافون من التهميش كان الرأي الغالب هو (نعم) بنسبة %53.6 بحيث تباينت النسب حسب متغير النوع (ذكور وإناث) بتفوق نسبة الإناث كالتالي على التوالي (%50.6 ، %61.3)، وكانت النسبة المتعلقة ب (لا) كالتالي على التوالي (%49.4 ، %38.7). أما فيما يخص متغير المؤهل العلمي ليسانس ماستير دكتوراه كانت النسب كالتالي بتفوق طلبة الماستير (%51.8 ، %66.7 ، %49.4)، والنسب المتعلقة بالرفض (لا) كانت التالي على التوالي (%48.2 ، %33.3 ، %50.6).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية في الجدول عن قيمة ك² لحساب الفروق في التكرارات بدلالة النوع والتي تساوي 23.975 عند مستوى دلالة 0.001 ودرجة حرية 2 وهي أكبر من القيمة الجدولية 9.21 إذن يدل ذلك على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التكرارات بدلالة النوع . وقيمة ك² لحساب التكرارات بدلالة المستوى الدراسي الجامعي تساوي 25.501 عند مستوى دلالة 0.01 ودرجة حرية 2 أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المؤهل العلمي.

الإستنتاج: لقد توضح من خلال نتائج الجدول أن عينة الدراسة تتخوف كثيرا من التهميش الإجتماعي نظرا لمجموعة الضغوطات التي يتلقاها الفرد في محيطه الجامعي ويجدر الإشارة أن المحيط الجامعي لا يخلو من جماعات الضغط مثل النقابات فقد يتنازل الفرد و مجموعة صغيرة من أجل المجموعة الأكبر خاصة إذا كان الضغط من من قادة الرأي، إذ من الملاحظ في نتائج الجدول ان النسبة الغالبة لطلبة الدكتوراه كانت حول الإتجاه الراض للخوف من التهميش بحيث رأي عام المثقفين يتعلق بالمستوى الثقافي للعينة فكل من كان مستواه العلمي عالي كان من

الصعب تغيير إتجاهه أو تعديله، لكن على العموم يتبلور الإتجاه أو يغير أو يعدل من خلال التفاعل في الجماعة بين الآراء المتعارضة فحاصل هذا التفاعل كثيرا ما تنتج المناقشات والحوارات حور قضية ما، فتأثير وسائل الإعلام مرتبط بالقوى الإجتماعية التي تسود مرحلة معينة خاصة وأن فترة البحث كانت وقت الإنتفاضة الشعبية ضد الحكومة السابقة، وكان لجماعات الضغط في الجامعة دور فاعلي في تعبئة الطلبة للخروج إلى الحراك وبعث شعور التغيير فكان من النادر تراجع العينة عن رأي الجماعة الذي يمثل المصلحة العليا للوطن، لأن أغلب القضايا السياسية آنذاك تمس الصالح العام، فالسياق الإجتماعي آنذاك كان محل إهتمام الوسائل الإعلامية التي حاولت من خلال تغطيتها إرضاء جموحه وتعطشه للمعرفة السياسية حول المواضيع الراهنة في تلك الفترة، فالرسائل الإعلامية المنتشرة نذاك في قناة الشروق نيوز كانت مصفاة من قبل النسيج الإجتماعي كما ورد في كتاب مخلوف بوكروح حول التلقي في الثقافة والإعلام. والذي يعتبر المحيط الجامعي جزءا هاما منه لأنه يمارس ضغطا على اختيارات الفرد، بعبارة أوضح وكمثال حي هو قضية الإنتخابات أغلب الأفراد يصوتون مثل جيرانهم وأصدقائهم ، كما توصل إليه إيليو كاتز أن البطل الأساسي في تكوين الإتجاهات للرأي العام ليست وسائل الإعلام لكن الجماعات الأولية التي تلعب دورا أساسيا. لذلك يخاف أفراد العينة التهميش خوفا من أنهم قد لا يمتلكون المعلومة الصحيحة وخاصة في القضايا السياسية التي تعتبر المعلومة حولها معرفة متأرجحة¹.

¹ - مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2011، ص ص 118-119.

الجدول رقم (21): يبين درجة الرضا عن مستوى معالجة القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز.

فروض الاختبار:

H0: لا توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

H1: توجد فروق التكرارات ذات دلالة إحصائية في الإجابات الفقرة بدلالة الجنس والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.01

المستوى التعليمي				الجنس				درجة الرضا		
الدكتورة		ماستر أو ماجيستر		ليسانس		أنثى			ذكر	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		%	ت
%4.2	2	%11.7	20	%3.7	4	%11.4	14	%5.9	12	درجة 1
%0	0	%4.1	7	%0	0	%2.4	3	%2	4	درجة 2
%16.7	8	%3.5	6	%4.6	5	%5.7	7	%5.9	12	درجة 3
%4.2	2	%12.9	22	%4.6	5	%1.6	2	%13.2	27	درجة 4
%25	12	%10.5	18	%14.8	16	%8.1	10	%17.6	36	درجة 5
%0	0	%17.5	30	%19.4	21	%17.9	22	%14.2	29	درجة 6
%37.5	18	%19.3	33	%25	27	%25.2	31	%23	47	درجة 7
%6.3	3	%12.9	22	%23.1	25	%12.2	15	%17.2	35	درجة 8
%0	0	%5.3	9	%2.8	3	%9.8	12	%0	0	درجة 9
%6.3	3	%2.3	4	%1.9	2	%5.7	7	%1	2	درجة 10
%100	48	%100	171	%100	108	%100	123	%100	204	المجموع
47.746		الجنس		اختبار كاي تربيع: دراسة الدلالة الإحصائية لفروق تكرارات في درجة الرضا بدلالة الجنس والمستوى الدراسي، عند مستوى دلالة 0.01.						
64.925		المستوى التعليمي								

من خلال نتائج الجدول رقم (21) تبين أن الرأي الغالب لعينة الدراسة حول درجة رضاهم عن مستوى معالجة القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز كان **حسنا** معبرين عن ذلك بالدرجة سبعة (7)، وفق متغير النوع (ذكور وإناث) إذ كانت النسب حول الدرجة 7 كالتالي على الترتيب (23%، 25.2%)، أما وفق المؤهل العلمي ليسانس ماستير دكتوراه كانت النسب كالتالي على الترتيب (25%، 19.3%، 37.5%).

كان رأي عينة الدراسة حول درجة رضاهم عن مستوى معالجة القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز من خلال الدرجة واحد (1) حسب متغير النوع - ذكور إناث - كالتالي على الترتيب (5.9%، 11.4%)، أم بدلالة المستوى الدراسي ليسانس ماستير دكتوراه كانت النسب كالتالي على الترتيب (3.7%، 11.7%، 4.2%). وكان رأي العينة حول الدرجة 2 لرضاهم عن مستوى معالجة الشروق نيوز للقضايا التي تمهمهم حسب متغير النوع كالتالي (2%، 2.4%)، أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي فكانت النسب كالتالي على الترتيب (0%، 4.1%، 0%).

حازت الدرجة 3 لرضا العينة عن مستوى معالجة القضايا حسب متغير النوع - ذكور و إناث- التالي على الترتيب (5.9%، 5.7%)، وبالنسبة لمتغير المؤهل العلمي ليسانس ماستير ودكتوراه النسب التالية على الترتيب (4.6%، 3.5%، 16.7%).

وحازت الدرجة 4 لرضا العينة محل الدراسة عن مستوى معالجة قناة الشروق للقضايا السياسية حسب متغير النوع كالتالي على الترتيب (13.2%، 1.6%)، أما حسب متغير المؤهل العلمي فكانت النتائج كالتالي على الترتيب (4.6%، 12.9%، 4.2%).

حازت الدرجة 5 لرضا عينة الدراسة على مستوى معالجة قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية حسب متغير النوع - ذكور وإناث - كالتالي (17.6%، 8.1%)، أما بالنسبة للمستوى الدراسي ليسانس ماستير ودكتوراه فكانت النسب حول الدرجة 5 كالتالي على الترتيب (14.8%، 10.5%، 25%).

وحازت الدرجة 6 لرضا الطلبة عينة الدراسة على مستوى معالجة القناة للقضايا السياسية حسب متغير النوع (ذكور إناث) النسب التالية على الترتيب (14.2%، 17.9%)، اما بالنسبة للمستوى الدراسي الجامعي ليسانس ماستير دكتوراه فكانت النسب كالتالي على الترتيب (19.4%، 17.5%، 0%).

وحازت الدرجة 8 لرضا عينة الدراسة على مستوى معالجة القضايا السياسية الراهنة من خلال قناة الشروق نيوز حسب متغير النوع - ذكور و إناث- التالي على الترتيب (17.2%، 12.2%)، اما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ليسانس ماستير دكتوراه (23.1%، 12.9%، 6.3%).

وحازت الدرجة 9 لرضا عينة الدراسة على مستوى معالجة القناة للقضايا السياسية الراهنة حسب متغير النوع (ذكور و إناث) كالتالي على التوالي (0%، 9.8%)، أما عن متغير المؤهل العلمي فكانت النسب كالتالي على التوالي (2.8%، 5.3%، 0%).

حازت الدرجة 10 لرضا الطلبة عينة الدراسة على مستوى معالجة قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية حسب متغير النوع - ذكور وإناث - النسب التالية كالتالي على التوالي (1%، 5.7%)، أما بالنسبة لمتغير المستوى العلمي ليسانس ماستير دكتوراه فكانت النسب كالتالي على الترتيب (1.9%، 2.3%، 6.3%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية أن قيمة χ^2 لحساب فروق تكرارات درجات الرضا تساوي 47.746 وفق متغير النوع - ذكور وإناث - وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تساوي 21.67 عند درجة حرية 9 ومستوى معنوية 0.01، إذن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع حول درجات الرضا المتفق عليها. كما أن قيمة χ^2 لحساب فروق التكرارات لدرجات الرضا حول مستوى معالجة القضايا من طرف الشروق نيوز تساوي 64.925 عند درجة حرية 9 ومستوى دلالة 0.01 وهي أصغر من القيمة الجدولية التي تساوي 21.67، إذن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة المؤهل العلمي (ليسانس ماستير دكتوراه).

إستنتاج: إن الدرجة الممنوحة لمستوى معالجة القضايا السياسية من طرف قناة الشروق نيوز وهي الدرجة 7 والتي تعتبر درجة تعبر عن العمل الحسن لقناة ليبر ويؤكد كل الإجابات السابقة عن الأسئلة السابقة، بحيث أن حجم التعرض المرتفع للعينة وساعات المشاهدة الطويلة نوعا ما تعبر عن رضاهم عن العمل الإعلامي للقناة، إضافة إلى ترتيب أجندتهم وفق القضايا التي ركزت عليها القناة لدليل آخر عن رضاهم عن عملها الإخباري، فكلما زادت درجة الرضا عن وسيلة إعلامية زادت الثقة بها وبأخبارها التي تغطيها، كذلك تزيد من احتمالات التأثير التي تحدثها على مستوى الاتجاه سواء معرفية إدراكية أو وجدانية عاطفية أو سلوكية، فالقناة الإخبارية أو الوسيلة الإعلامية عامة تعمل بجد لإثارة إعجاب الجمهور موظفة كل عناصر الجاذبية التي تستميله لتابعها، من خلال عرض الأساليب الإخبارية والحوارية والبرامج التي تعرض القضايا المهمة بالنسبة للفرد وجماعته الأولية أي النسق الإجتماعي الذي ينتمي إليه فتزيد نسبة التفضيلات البراجمية ويزيد معها عنصر الإدمان الذي يؤدي إلى التقبل المباشر للمعلومة وبالتالي تكوين الاتجاه أو تغييره أو تعديله فحسب مقولة والتر ليمان أن وسائل الإعلام تشكل الصورة الذهنية في عقولنا، وذلك من خلال الدور المعرفي الذي تقدمه القنوات الإخبارية أثناء الأزمة¹، فكلما كانت درجة الرضا عالية كلما انتظم المتلقي في تعرضه لموضوعات معينة وبرامج معينة إما لإشباع حاجات معرفية أو عاطفية أو من أجل احتياجات الدمج الشخصي أو الدمج الإجتماعي والتي تعزز من حدوث التأثير على الفرد حسب الإحتياج الخاص به وفق متغير النوع أو المستوى العلمي، ويجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام تعمل المستحيل لإرضاء جمهورها أوقات الأزمة خاصة السياسية معتمدة في ذلك على **أجندات الوسائل الوسيطة** مثل **مواقع التواصل الإجتماعي** التي تستقي منها ترتيب أولويات واهتمامات الجمهور وتعرضها على برامجها بذلك الترتيب والأهمية، لأنه لا يخفى على العالم أن مواقع التواصل الإجتماعي فرضت بيئة بل حضارة مغايرة عن التي فرضتها الوسائل الإعلامية التقليدية حتى وإن كانت مرقمنة، فكان على القنوات الإخبارية مسابقة هذه التغيرات

¹ - حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص 166.

من خلال قياس التعرض وقياس الأجندات في الإعلام الاجتماعي، هكذا تستطيع القنوات إرضاء جمهورها والتأثير فيه لأن السياق الذي يعيش فيه الجمهور أو ينتمي إليه من شأنه أن يكون أحد أهم المصادر الإعلامية، إلا أن طابع القنوات الإخبارية تخضع لقوانين تنظم عملها ما يعطيها طابع المصدقية أكثر، وهو جزء مهم في عمل القنوات الإخبارية أثناء الأزمات بأنواعها، كل هذا من أجل تحقيق هدف معين تطمح له القناة أهمه الريادة الإعلامية، ولا تكون إلا بتحقيق الرضا العام للرأي العام.

ملخص النتائج الخاصة بالفرضية الثانية والثالثة: اتضح من خلال النتائج الواردة في الجداول أن الفرضية الثانية والثالثة قد تحققتا، بحيث جاءت الفرضية الثانية على النحو التالي: قامت قناة الشروق الإخبارية بعرض المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الوطنية حسب اهتمامات الجمهور المحلي (عينة الدراسة) إذ اتفق غالبية المستجوبين من عينة الدراسة أن قناة الشروق نيوز كانت قد قامت بمراعاة تفضيلات جمهورها في عرض المواضيع السياسية التي تهتمه وبالطريقة التي يفضلها من خلال عناصر جاذبية ساعدت في استمالة المتلقي عينة الدراسة بحيث أثبت اختبار الفرضية أن تلاؤم الأجندة السياسية للوسيلة الإعلامية الشروق نيوز يلائم القضايا السياسية التي اهتمت بها عينة الدراسة وقد تم التعرف على أجندات الجمهور القناة الإخبارية من خلال تفاعلهم مع القضايا وطرحها في العالم الافتراضي المتمثل في الصفحات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما وقد أكدت النتائج الخاصة باختبار الفروق الإحصائية بين متغير النوع والمؤهل العلمي أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وبين المستويات العلمية الجامعية: ليسانس، ماستير ودكتوراه، بحيث تعتبر هذه الفروق الفردية فارقة في اتجاهات الجمهور عينة الدراسة حول المواضيع السياسية الوطنية. إذن يرفض الفرض الصفري القائل أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع والمؤهل العلمي ونقبل الفرض العلمي البديل: أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بدلالة النوع والمؤهل العلمي وتوصلت نتائج الفرضية إلى

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتناول القضايا الوطنية بنفس درجة اهتمام عينة الدراسة بدلالة النوع بحيث تفوت نسبة الذكور على الإناث في الموافقة، وبدلالة المؤهل العلمي، بحيث الاتجاه الغالب للعينة محل الدراسة كان اتجاهها إيجابيا موافقا .

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق تفضيل القضايا بحيث تفاوتت نسب الذكور والإناث حول القضية التي تهمهم وحازت قضية الفساد السياسي أعلى النسب بدلالة النوع والمؤهل العلمي .

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق اتجاه العينة حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز بدلالة النوع والمؤهل العلمي بحيث كان الاتجاه الغالب هو الاتجاه الموافق الإيجابي حول العناصر الموظفة في طرح القضية التي تهم عينة الدراسة.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باتجاه عينة الدراسة نحو اتجاه عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي تهتم بها عينة الدراسة فكان الاتجاه الغالب هو الاتجاه الإيجابي الموافق والذي يتعلق بأن القناة تعكس الأطروحة الداعمة للقضية.
- هناك فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بتوافق الآراء السياسي المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع المحيط وفق متغير النوع بتفوق نسبة الذكور في الاتجاه الموافق، ومتغير المؤهل العلمي بتفوق مستوى ليسانس. وكان الاتجاه الغالب نحو توافق الآراء السياسية في برامج قناة الشروق نيوز مع المحيط الجامعي إيجابيا موافقا بالأغلبية.
- توجد فروق دالة إحصائية فيما يتعلق بمساعدة توافق رأي القناة السياسي حول القضايا التي تهتم العينة التي أجابت بنعم في السؤال الذي سبق مع رأي المحيط بتدعيمه أو تغييره وفق متغير النوع بحيث تفوقت نسبة الذكور على الإناث في نسبة الموافقة، والمؤهل العلمي بتفوق مستوى الماستير، وقد كان الاتجاه الغالب في إجابات العينة إيجابيا موافقا بالأغلبية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتغيير الرأي خوفا من التهميش بدلالة النوع والمستوى التعليمي، وكان الاتجاه الغالب إيجابيا موافقا.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بدرجة الرضا عن أداء القناة الإخبارية الشروق نيوز بدلالة النوع والمؤهل العلمي بتفوق النسبة الذكور على الإناث، وتفوق المستوى التعليمي الجامعي الماستير.
- إذن يمكننا القول أن الفرضية الثانية القائلة ب قامت قناة الشروق الإخبارية بعرض المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الوطنية وفق الأجندة السياسية للجمهور (عينة الدراسة). قد تحققت وفقا للنتائج أعلاه.
- كما قد تحققت الفرضية الثالثة القائلة ب: توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الطلبة عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية بدلالة النوع والمؤهل العلمي.

نتائج الفرضية الرابعة: مستويات التأثير:

3. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الرابعة

توجد علاقة إرتباطية بين متابعة برامج الشروق نيوز ومستوى التأثير على اتجاهات الرأي السياسي لدى الشباب الجامعي حول القضايا السياسية الراهنة .

علاقة الارتباط بين الوقت المستغرق في المشاهدة والاعتماد على برامج القناة يؤدي إلى إشباع الحاجات المعرفية.

الجدول رقم: (22) يبين العلاقة بين حجم التعرض و زيادة الاعتماد على برامج القناة لإشباع الحاجات المعرفية واختبار الارتباط (اختبار phi).

فرضيات الاختبار:

H0: لا توجد علاقة الارتباط بين مشاهدة قناة الشروق نيوز والاعتماد على برامج القناة يؤدي إلى إشباع الحاجات المعرفية ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

H1: توجد علاقة الارتباط بين مشاهدة قناة الشروق نيوز والاعتماد على برامج القناة يؤدي إلى إشباع الحاجات المعرفية ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

اختبار phi عند مستوى دلالة 0.01		المجموع		الاعتماد على برامج القناة يؤدي إلى إشباع الحاجات المعرفية				الوقت المستغرق في المشاهدة
				لا		نعم		
قيمة الدلالة	قيمة اختبار	%	ت	%	ت	%	ت	
0.008	0.172	06.12%	20	1.83%	6	4.28%	14	أقل من ساعة
		25.38%	83	10.09%	33	15.29%	50	من ساعة إلى ساعتين
		68.50%	224	30.27%	99	38.22%	125	ساعتين أو أكثر
		100%	327	50.15%	164	49.85%	163	المجموع

من خلال الجدول رقم (22) يتبين أن النتائج العلائقية أسفرت عن الآتي: 68.50 ممن يشاهدون برامج قناة الشروق نيوز من ساعتين فأكثر أجابوا بـ (نعم) بنسبة 38.22 على أن برامج قناة الشروق نيوز تشبع حاجاتهم المعرفية، كما أجاب منهم 30.27 أنها (لا) تشبع حاجاتهم المعرفية ، وأجاب الذين يشاهدون قناة الشروق نيوز من ساعة إلى ساعتين والذين تبلغ نسبتهم 25.38 أجاب أغلبهم بنسبة 15.29 بـ (نعم) أن برامج قناة الشروق تساهم في إشباع حاجاتهم المعرفية، وأجاب بـ(لا). وأجاب الذين يشاهدون قناة الشروق نيوز أقل من ساعة والذين تبلغ نسبتهم 6.12، أجاب أغلبهم كذلك بنسبة 4.28 بـ (نعم) و(لا) بنسبة 1.83. ومن خلال النتائج التفصيلية لحساب معامل الارتباط phi التي تساوي 0.172 نجد أن القيمة

المعنوية تساوي 0.008 وهي أقل من 1%، إذن نقول أن قيمة الارتباط موجبة (علاقة طردية) وهذا يعني أنه توجد علاقة إرتباط بين وقت مشاهدة قناة الشروق نيوز والإعتماد عل برامج القناة يؤدي إلى إشباع الحاجات المعرفية.

إستنتاج: نستنتج من خلال نتائج الجدول أعلاه، أنه كلما زادت ساعات المشاهدة تعني ازدياد الإعتماد على القناة -الشروق نيوز - كلما كان هناك إشباع للحاجات المعرفية لدى عينة البحث. وعندما نقول وقت المشاهدة فإنها علاقة طردية تعني أن المشاهد يقضي هذا الوقت أما البرنامج الذي يفضله مع السياق الذي يفضله كذلك أو أجبرته الظروف على الوجود فيه مثل العائلة أو الأصدقاء أو وحيدا، وقد ورد في كتاب **مخلوف بوكروح** الموسوم **ب التلقي في الثقافة والإعلام** سنة، تلقي الخطاب الإعلامي مرهون بفهم وطبيعة أشكال وأنواع البرامج التي تقترحها وسائل الإعلام، وهذا ما يدل على أن عينة الدراسة الطلبة الجامعين هم جمهور نشط وغير سلبى بحيث يدركون مايشاهدوه من أجل إشباع معارفهم من خلال الوقت المستغرق في المشاهدة للبرامج التي يفضلونها¹، وهنا نتحقق أحد الفرضيات من **نظرية الإشباعات والإستخدامات** القائلة أن: جمهور وسائل الإعلام هو جمهور يستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته وأنه هو الذي يختار الوسيلة والمضمون الذي يشبعان حاجاته². إلا أنه يجدر الإشارة إلى الذين أجابوا ب -لا - أي أن اعتمادهم على قناة الشروق نيوز لا يشبع حاجاتهم المعرفية وذلك راجع إلى المدى الزمنية القصيرة التي يمشونها أمام قناة الشروق نيوز، كذلك إشباع الحاجات المعرفية نحو القضايا السياسية لا يتوقف على البرامج فقط إنما هناك وقائع أخرى عديدة تتمثل في مزايا الجمهور وخصائصه وبما يحيط به من ظروف وعوامل من فروق فردية مثل النوع والمؤهل العلمي وكذا السياق الموجود فيه مثل العائلة والأصدقاء، ضف على ذلك مجموعة الوسائل والميديا الجديدة التي تدخلت في العمل الإعلامي وحتى بث الرسائل الإخبارية والسياسية والتي يتوجه إليها المجهيون بلا لكي يستقون منها المعلومات حول القضايا السياسية التي تهمهم.

كما تتفق نتائج هذه الفقرة مع ما قاله بنتلي **Bentley** أن نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام تستخدم الأهداف إضافة إلى الإحتياجات كدافع للمتابعة الإعلامية، أي أن جمهور الوسيلة لا يتبعها فقط من أجل أهداف معينة إنما لإشباع حاجات منها المعرفية³. وبما ان قناة الشروق نيوز تحقق هدف الإشباع لأغلبية عينة الدراسة زاد اعتمادهم عليها ويتوضح ذلك من خلال الوقت المستغرق في مشاهدتها وهذا يتفق مع الركائز الأساسية والشروط التي تضعها **نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام**، وما يفسر ازدياد الإعتماد على قناة الشروق نيوز في الفترة التي كانت فيها هذه الدراسة هي الأوضاع السياسية والقضايا السياسية خاصة في الفترة الممتدة من 2018 إلى

¹ - مخلوف بوكروح، مرجع سبق ذكره، ص 132.

² - حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص 265.

³ - هيثم الهيثي، مرجع سبق ذكره، ص 136.

2020 والتي شهدت الجزائر فيها أوضاعا محورية وهامة وهي تعد من أهم الأسباب التي تدفع الجمهور عينة الدراسة للإعتماد على الوسيلة الإعلامية - قناة الشروق نيوز-. ولأن الوسيلة الإعلامية تتحكم في المعلومة جمعها ونشرها وتنسيقها يحدث التأثير على المستوى المعرفي .

الإجابة على السؤال رقم 3 من المحور 4: أجاب أغلب أفراد العينة بمعدل 289 مفردة أن الصورة الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق نيوز عن القضية التي يهتمون بها وفق التصنيف الذي وضع للإجابات أنها صورة إيجابية بالنسبة لعينة الدراسة، وأجاب 27 فرد من العينة ان الصورة الإعلامية كانت سلبية، واجاب البقية ويقدرون بـ 11 فرد أن الصورة الإعلامية للقضية التي تمهم كانت غامضة نوعا ما لغموض الكواليس السياسية، بحيث يؤكد هذا وجود علاقة بين أجندة الموضوعات السياسية التي قدمتها قناة الشروق نيوز واهتمامات المتلقي عينة الدراسة، كذلك يرجع ذلك إلى الوضع السياسي القائم المتزامن مع فترة البحث، بحيث كل الصور الإعلامية المقدمة من طرف قناة الشروق نيوز كانت تبين نجاح الإنتفاضة الشعبية وتأييد كل الوسائل الإعلامية الوسيطة لهذه الصورة آنذاك، إضافة إلى محاكمة رموز الفساد بعد القبض عليهم، وهكذا استطاعت قناة الشروق بث الصورة الإعلامية التي تتوافق واتجاهات الجمهور المتتبع لها، باعتباره النسق الإجتماعي الذي تنتمي إليه كوسيلة اعلامية، كذلك محاكاتها للوسائل الإعلامية الحديثة مثل الشبكات الاجتماعية التي اعتبرت المصمم الأول للأجندة الإعلامية للوسائل الإعلامية الجزائرية منها قناة الشروق نيوز فسير كل هذه المتغيرات على نموذج اتصالي أحادي الاتجاه يبعث روح التفاؤل في عينة الدراسة أن سلوكه داخل الجماعات التي ينتمي إليها صحيحة وتستدعي الاستمرارية، وكذلك يستدعي زيادة الاعتماد على نفس الوسيلة الاعلامية، وتعتبر الصورة الإعلامية التي ترسمها الوسائل الاعلامية لها علاقة أكبر بالذاكرة، فالحراك العربي يعتبر صورة ذهنية راسخة على انتفاضة العرب ضد السلطة، ما يجعل الفرد كمتلقي يتقبل فكرة التغيير فمن خلال البرامج التي تبثها قناة الشروق نيوز من خلال اللغة وصورة العدسات التي رافقت الأحداث السياسية أصبحت كقاعدة للتحويل العملي في ترسيخ بعض القيم الإعلامية والتعبير عن الطموح الشعبي المشروع مستندة إلى بداية الوعي القومي العربي السياسي، فقد قامت قناة الشروق بدور التبشير على بالأفكار الاصلاحية من خلال القيام بدور الرقيب الجماهيري، ويجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام وخاصة قناة الشروق نيوز رافقت عمليا التزامن بين الإنتقال التغيير من الافكار إلى زمن الفعل الحقيقي (الحراك) إلى هذه اللحظة.

دراسة دلالة فروق التكرارات بين الوقت المستغرق في المشاهدة والبرامج التي تقدمها قناة الشروق النيوز لها أهمية بالنسبة لي.

الجدول رقم: (23) يبين العلاقة بين حجم التعرض وترتيب أجنحة القناة حسب أهميتها بالنسبة للمتلقي. فرضيات الاختبار:

H0: لا توجد فروق تكرارات ذات دلالة إحصائية بين الوقت المستغرق في المشاهدة والبرامج التي تقدمها قناة الشروق النيوز لها أهمية بالنسبة لي ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

H1: توجد فروق تكرارات ذات دلالة إحصائية بين الوقت المستغرق في المشاهدة والبرامج التي تقدمها قناة الشروق النيوز لها أهمية بالنسبة لي. ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

مستوى phi عند دلالة 0.01		المجموع		البرامج التي تقدمها قناة الشروق نيوز تقدم أهمية للمواضيع المهمة بالنسبة لك.						الوقت المستغرق في المشاهدة
				دائما		أحيانا		نادرا		
قيمة الدلالة	قيمة اختبار	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
0.000	30.355	6.12%	20	3.0%	10	1.8%	6	1.2%	4	أقل من ساعة
		20.2%	83	18.3%	60	7.0%	23	0.0%	0	من ساعة إلى ساعتين
		70%	224	54.1%	177	9.4%	31	4.8%	16	ساعتين أو أكثر
		100%	327	75.4%	247	18.2%	60	6%	20	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

يتبين من خلال نتائج الجدول (23) أن الرأي الغالب لدى عينة الدراسة حول ما إذا كانت قناة الشروق نيوز تقدم أهمية للمواضيع المهمة بالنسبة للمتلقي أو الجمهور حسب حجم التعرض كان (دائما) بنسبة 75.4% حيث كانت النسبة الأكبر للذين يتعرضون لمحتوى القناة من ساعتين أو أكثر قدرت بـ 54.1%، ثم ثاني نسبة المتعرضين للقناة من ساعة إلى ساعتين بنسبة قدرت بـ 18.3%، وأقل من ساعة بـ 3%، وكانت الإجابة لعبارة (أحيانا) بنسبة 18.2%، وحسب حجم التعرض أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، ساعتين أو أكثر كانت النسب كالتالي على الترتيب (1.8%، 7%، 9.4%)، أما عبارة (نادرا) فقد تذيلت إختيارات العينة محل الدراسة بنسبة 6% بحيث كانت النسب حسب حجم التعرض كالاتي على الترتيب (1.2%، 0%، 4.8%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية لحساب معامل الارتباط phi بين حجم التعرض وترتيب الأجنحة الإعلامية حسب إهتمامات العينة عند مستوى دلالة 1% وعند القيمة المعنوية

0.000 أقل من 1% وهذا يدل عن وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بحيث كلما إرتفع حجم التعرض كلما رأى المتلقي عينة الدراسة أن أجنده القناة محل الدراسة تهتم بالمواضيع التي تهتمه هو.

إستنتاج: إتحض من خلال نتائج الجدول أن هناك علائقة إرتباطية موجبة بين حجم المشاهدة وترتيب الأجنده حسب إهتمامه، ويرجع ذلك إلى أن قناة الشروق نيوز أثناء الأزمة السياسية التي مرت بها الجزائر من 2018 إلى 2019 كانت مرحلة إنتقالية بالنسبة للشعب وكذا وسائل الإعلام، حاولت من خلالها رفع مستوى المشاهدة من خلال عرض القضايا السياسية الكثيرة آنذاك، وتكوين أجنده سياسية حسب إهتمامات الجمهور المشاهد لها، هذا من جهة إلا أن حجم التعرض للقناة من شأنه أن يغير أجنده المتلقي حسب الأجنده الإعلامي، فالتعرض المتكرر لرسائل القناة الإخبارية بساعات مشاهدة معتبرة أو مكثفة يعد عاملا مهما في تغير أجنده الجمهور المتلقي، فكلاهما لا يمكن الفصل بينهما، ويجدر الإشارة إلى أن الأجنده السياسية لقناة الشروق نيوز كانت من وحي العالم الافتراضي الذي يعيش فيه أغلب مفردات العينة بل والعالم ككل وقد لا يحتاج هذا إلى دليل مع وجود أداة الملاحظة كبرهان، لأن الفرد من خلال إنتماءه لمواقع التواصل الإجتماعي أو أحدها فهو يكون هوية ومجمعا إفتراضي من إختياره وحسب أذواقه يعبر فيها عن مختلف القضايا التي تهتمه من خلال منشورات يومية له أو التي يتعرض لها في مجتمعه الشبكي الافتراضي، مكونا مخيالا إعلامي تستعين به القنوات الإخبارية منها قناة الشروق نيوز في قياس الرأي العام حول القضايا التي تهتمه، لذلك تكون العلاقة موجبة إذما كانت القناة تلي الحاجات المعرفية التي تنمي الوعي السياسي للجمهور فتثير إنتباهه وتتوافق مع ميولاته ويتحقق التأثير الذي يهدف إليه القائم بالإتصال والمتلقي، ويكون ذلك بتركيز القناة الإخبارية على الأخلاق المهنية أولها المصادقية أثناء الأزمات مثل فترة إقامة البحث التي تزامت مع الأزمة السياسية المتشعبة. وقد تؤكد هذه النتائج المتوصل إليها في محور عناصر الجاذبية التي تستميل العينة لقناة الشروق، فإضافة إلى عنصر المصادقية في طرح القضايا هناك طريقة العرض لمحتوى البرامج من خلال الصور والفيديوهات والتحليلات السياسية والضيوف من كلا الإتجاهين المعارض والمؤيد، كلها دورا هاما في تفعيل الإثارة لدى المتلقي وبالتالي يزيد حجم تعرضه ويتبنى نفس الأجنده المعروضة في القناة الإخبارية، وبما ان القناة تكون مصدر موثوقا خلال هذا النوع من الازمات أو الأحداث يكون الجمهور أكثر استعدادا لتقبل ما يوحى إليهم ومن ثم حدوث التأثيرات التي من بينها ترتيب أجنده المواضيع.

دراسة علاقة الارتباط بين الوقت المستغرق في المشاهدة والمعلومات التي تكونت لديك من خلال مشاهدتك لبرامج الشروق نيوز الإخبارية.

الجدول رقم (24): يبين العلاقة بين حجم التعرض والتأثيرات المعرفية.

فرضيات الاختبار:

H0: لا توجد علاقة الارتباط ذات دلالة إحصائية بين الوقت المستغرق في المشاهدة والمعلومات التي تكونت لديك من خلال مشاهدتك لبرامج الشروق نيوز الإخبارية ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

H1: توجد علاقة الارتباط ذات دلالة إحصائية بين الوقت المستغرق في المشاهدة والمعلومات التي تكونت لديك من خلال مشاهدتك لبرامج الشروق نيوز الإخبارية ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

اختبار ف (Phi) عند مستوى دلالة 0.01		الوقت المستغرق في المشاهدة.								التأثيرات المعرفية جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية	
		المجموع		أكثر من ساعتين		من ساعة إلى ساعتين		أقل من ساعة			
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.260	54,1	177	37,6	123	13,1	43	3,4	11	تأثير كبير	كونت معلومات حول القضايا السياسية التي تهتمك
		34,6	113	23,2	76	9,2	30	2,1	7	تأثير متوسط	
		11,3	37	7,6	25	3,1	10	0,6	2	تأثير قليل	
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع	
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.114	53,5	175	34,9	114	15,6	51	3,1	10	تأثير كبير	أدركت طبيعة المشكلة السياسية الوطنية القائمة
		32,7	107	23,2	76	7,6	25	1,8	6	تأثير متوسط	
		13,8	45	10,4	34	2,1	7	1,2	4	تأثير قليل	
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع	
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.255	52,0	170	32,7	107	15,9	52	3,4	11	تأثير كبير	تعزز فهمك لقضايا الفساد بأنواعه في السلطة
		41,6	136	31,8	104	7,3	24	2,4	8	تأثير متوسط	
		6,4	21	4,0	13	2,1	7	0,3	1	تأثير قليل	
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع	
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.130	69,7	228	48,6	159	17,1	56	4,0	13	تأثير كبير	تعرفت على التحديات التي يواجهها الشعب من داخل وخارج الوطن
		24,5	80	17,1	56	6,1	20	1,2	4	تأثير متوسط	
		5,8	19	2,8%	9	2,1%	7	0,9	3	تأثير قليل	
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع	
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.390	54,1	177	35,5	116	15,6	51	3,1	10	تأثير كبير	إتسعت معتقداتك حول الوضع السياسي والأحداث السياسية الوطنية
		31,8	104	23,2	76	6,4	21	2,1	7	تأثير متوسط	
		14,1	46	9,8	32	3,4	11	0,9	3	تأثير قليل	
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع	

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (24) أن الرأي الغالب حول التأثيرات المعرفية فيما يخص عبارة

"كونت معلومات حول القضايا السياسية التي تهتمك" بدرجة موافقة بشكل كبير بنسبة 54.1%، وتفيد

النتائج التفصيلية حسب حجم التعرض لعينة الدراسة (أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر) بالنسب التالية على التوالي (3.4%، 13.1%، 37.6%)، بشكل متوسط (2.1%، 9.2%، 23.2%)، بشكل قليل (0.6%، 3.1%، 7.6%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لإختبار phi لحساب العلاقة بين حجم التعرض وتكوين المعلومات حول القضايا السياسية التي تهم عينة الدراسة تساوي 0.260 عند مستوى دلالة 0.01 وهي أقل من القيمة المعنوية 1% إذن العلاقة بين المتغيرين طردية موجبة. كان الرأي الغالب حول عبارة " أدركت طبيعة المشكلة السياسية الوطنية القائمة" موافقا بشكل كبير بنسبة 53.5%، وتفيد النتائج التفصيلية حسب حجم التعرض لعينة الدراسة (أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر) النسب التالية على الترتيب (3.1%، 15.6%، 34.9%)، بشكل متوسط (1.8%، 7.6%، 23.2%)، بشكل قليل (1.2%، 2.1%، 10.4%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية لإختبار phi معامل الارتباط لحساب العلاقة بين حجم التعرض وإدراك طبيعة المشكلة السياسية أنها تساوي 0.114 عند مستوى دلالة 0.01 أنها أصغر من القيمة المعنوية التي تساوي 1% وهذا يثبت وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين حجم التعرض والإدراك.

كان الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " تعزز فهمك لقضايا الفساد في السلطة" موافقا بشكل كبير بنسبة 52% بحيث وضحت النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض - أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر - النسب التالية على الترتيب (3.4%، 15.2%، 32.7%)، بشكل متوسط (2.4%، 7.3%، 31.8%)، بشكل قليل (0.3%، 2.1%، 4%).

كما وأسفرت النتائج التفصيلية لإختبار phi معامل الارتباط لحساب العلاقة بين حجم التعرض وتعزيز الفهم لقضايا الفساد تساوي 0.255 عند مستوى دلالة 0.01 أنها أصغر من القيمة المعنوية 1% وهذا يثبت وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين حجم التعرض وتعزيز الفهم.

كان الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " تعرفت على التحديات التي يواجهها الشعب من داخل وخارج الوطن" موافق بشكل كبير 69.7%، بحيث أوضحت النتائج التفصيلية حسب حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر النسب التالية على الترتيب (4%، 17.1%، 48.6%)، بشكل متوسط (1.2%، 6.1%، 17.1%)، بشكل قليل (0.9%، 2.1%، 2.8%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لإختبار phi لحساب العلاقة الإرتباطية بين حجم التعرض والتعرف على التحديات التي يواجهها الشعب تساوي 0.130 عند مستوى دلالة 0.01 وهي أصغر من القيمة المعنوية 1% وهذا يؤكد وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين حجم التعرض والتعرف على التحديات التي تواجه الشعب. كان الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " اتسعت معتقداتك حول الوضع السياسي والأحداث السياسية الوطنية" موافق بشكل كبير بنسبة 54.1%، بحيث أوضحت النتائج التفصيلية حسب متغير حجم التعرض أقل

من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر النسب التالية على الترتيب (3.1%، 15.6% 35.5%)، بشكل متوسط (2.1%، 6.4%، 23.2%)، بشكل قليل (0.9%، 3.4%، 9.8%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية لإختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض وإتساع المعتقدات تساوي 0.390 عند مستوى دلالة 0.01 وهي أصغر من القيمة المعنوية 1% وهذا يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين حجم التعرض واتساع المعتقدات.

إستنتاج: من خلال نتائج الجدول تبين أن هناك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض و التأثير المعرفي، بحيث كلما زاد حجم التعرض زادت درجة التأثير المعرفي من خلال كسب معلومات حول القضايا السياسية أو توسيع المعتقدات، إكتشاف معلومات كانت مغيبة أو تأكيدها من خلال تلقيها من مصادر غير موثوقة بحيث يتحقق طرح نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام أن من بين أهم التأثيرات التي تنجم عن الإعتماد على وسائل الإعلام مثلما توصلت إليها بحوث جرينر حول الدور المعرفي للتلفزيون الذي خلص فيه إلى أن المشاهدين الذين يتعرضون لساعات وبانتظام لموضوعات معينة في التلفزيون كانت إجابتهم المعرفية عن هذه المعلومات بشكل واضح وأكثر دقة، وتفيد دراسة **ديفلر** في كتابه **نظريات الإعلام** أن التلفزيون يساهم في تشكيل الإدراك والأنماط المعرفية حول الموضوعات¹، وهذا ما تفسره **نظرية بناء المعاني** حول الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في بناء وربط المصطلحات الذي يتأثر بشدة بتعرضهم لمضمون وسائل الإعلام وهكذا تكتب المعرفة و المصطلحات السياسية لدى الجمهور وإن لم تكن له إنتماءات سياسية، فتنشأ المعرفة الموحدة في المجتمع حول المواضيع السياسية²، لذلك يعتبر الأثر المعرفي لوسائل الإعلام أحد اهم مستويات التأثير على الجمهور بحيث هناك علاقة طردية بين وجوده و إمكانية حدوث مستويات التأثير الأخرى، فتكرار الموضوعات السياسية من خلال قوالب صحفية متعددة في قناة الشروق نيوز، ووقوع هذه المعلومات في إطار إهتمامات الجمهور المستهدف إذ لا يمكن تحقق التأثير المعرفي في مواضيع قد لا يهتم لها المتلقي أو عدم إعطائها حجمها الذي تستطال ويستتنب في المعلومات من خلال التغطية المكثفة و الضيوف المحللين وحتى طريقة صياغة الموضوع وتوظيف التكنولوجيا البصرية في العرض كلها عوامل تساعد على لفت الإنتباه والمساعدة على استمالة المتلقي من أجل الإهتمام بالقضية وموضوعها وهي النتائج التي توصلنا إليها في محور عناصر الجاذبية في قناة الشروق نيوز والتي تؤكد على هذه العوامل في استشارة المتلقي. وقد ترتبط الآثار المعرفية بتحول آخر مهم وهو تشكيل وإعادة تشكيل المعارف حول موضوعات مسبقه مثلما حدث حول قضايا الفساد في الحكومة السابقة التي لطالما كانت الصورة الإعلامية التي تنشرها القنوات الإخبارية إيجابية من أجل القيام بدورها كصمام أمان للوطن والمجتمع، ونجحت قناة الشروق نيوز في التأثير المعرفي من خلال طرح القضايا التي كانت خارج إطار خبرة المتلقي لأن هذه الموضوعات السياسية ومواضيع الفساد

¹ - ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1999، ص 262.

² - حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص 168.

بأنواعها وغيرها من المواضيع الحساسة كانت من القضايا شبه المحضرة إعلاميا ومن خلال هذه المعرفة شكل الجمهور معارفهم حول القضايا أثناء ظهور الأزمة السياسية من 2018 إلى 2019 التي تزامت مع هذا البحث، وفي ظل هذه الظروف إعتد جمهور قناة الشروق نيوز على برامجها التي أحاطت باهتمامها إهتمامات المتلقي خاصة وأن درجة الإعتد تزيد في ظروف الأزمات لأن القنوات الاخبارية تعتمد على عنصر المصدقية أكثر من أي وسائل إعلامية أخرى فيلجأ إليها المتلقي رغم التدفق الإعلامي في المواضيع التي تهتم عبر الشبكات الإجتماعية إلا أنها تتميز بعدم صدق المصدر وهذه الجزئية تخدم أهداف القناة لتحقيق أهدافها.

الجدول 25: يبين علاقة حجم المشاهدة بالتأثير الوجداني لعينة الدراسة.

اختبار ف (Phi) عند مستوى دلالة 0.01		الوقت المستغرق في المشاهدة								حجم المشاهدة درجة التأثير الوجداني	
		المجموع		أكثر من ساعتين		من ساعة إلى ساعتين		أقل من ساعة			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.251	73,4%	240	47,7%	156	21,4%	70	4,3%	14	بشكل قوي متوسط قليل المجموع	زاد حماسك للمشاركة السياسية الفاعلة في صنع القرار السياسي المستقل
		17,4%	57	14,4%	47	3,1%	10	0,0%	0		
		9,2%	30	6,4%	21	0,9%	3	1,8%	6		
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20		
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.282	73,7%	241	50,5%	165	19,6%	64	3,7%	12	بشكل قوي متوسط قليل المجموع	الشعور بضرورة تغيير ذاتك كمنطلق لتغيير المجتمع ثم الوطن
		17,7%	58	15,0%	49	2,1%	7	0,6%	2		
		8,6%	28	3,1%	10	3,7%	12	1,8%	6		
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20		
دلالة الاختبار 0.006	قيمة الاختبار 0.210	63,6%	208	39,1%	128	19,6%	64	4,9%	16	بشكل قوي متوسط قليل المجموع	إحساسك ببعض الحرية غير المعهودة حول تعبيرك عن القضايا السياسية الحساسة
		26,3%	86	20,5%	67	4,6%	15	1,2%	4		
		10,1%	33	8,9%	29	1,2%	4	0,0%	0		
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20		
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.249	53,5%	175	34,6%	113	13,5%	44	5,5%	18	بشكل قوي متوسط قليل المجموع	الشعور بالغضب ضد مسيبي الأوضاع السياسية الراهنة
		43,1%	141	31,2%	102	11,9%	39	0,0%	0		
		3,4%	11	2,8%	9	0,0%	0	0,6%	2		
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20		
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار 0.258	72,5%	237	50,5%	165	17,7%	58	4,3%	14	بشكل قوي متوسط قليل المجموع	الشعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الإنتفاضة الشعبية
		19,9%	65	15,0%	49	4,9%	16	0,0%	0		
		7,6%	25	3,1%	10	2,8%	9	1,8%	6		
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20		

الفصل الميداني عرض وتحليل معطيات الفرضيات

دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	72,5%	237	50,5%	165	17,7%	58	4,3%	14	الشعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الإنتفاضة الشعبية
		19,9%	65	15,0%	49	4,9%	16	0,0%	0	
		7,6%	25	3,1%	10	2,8%	9	1,8%	6	
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20	
دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	66,4%	217	46,2%	151	17,1%	56	3,1%	10	الشعور بالتعاطف والألم اتجاه الصور الإعلامية لمتضررين من الأوضاع السياسية للوطن
		27,8%	91	19,3%	63	7,3%	24	1,2%	4	
		5,8%	19	3,1%	10	0,9%	3	1,8%	6	
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20	
دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	59,0%	193	36,4%	119	18,0%	59	4,6%	15	الشعور بالخوف من المستقبل في ظل الأوضاع السياسية التي تعرضها القناة
		33,6%	110	29,4%	96	3,7%	12	0,6%	2	
		7,3%	24	2,8%	9	3,7%	12	0,9%	3	
		100%	327	68,5%	224	25,4%	83	6,1%	20	

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

تبين نتائج الجدول رقم (25) أن الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " زاد حماسك للمشاركة السياسية الفاعلة في صنع القرار السياسي المستقل " موافقا بشكل قوي بنسبة 73.4%، بحيث توضح النتائج التفصيلية حسب متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر النسب التالية (4.3%، 21.4%، 47.7%)، بشكل متوسط (0%، 3.1%، 14.4%)، بشكل قليل (1.8%، 0.9%، 6.4%). وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للقناة و ازدياد حماسك للمشاركة السياسية الفاعلة، تساوي 0.251 عند مستوى دلالة 0.00 بحيث القيمة المعنوية أصغر من 1%، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين حجم التعرض

ودرجة التأثير الوجداني الخاصة بازدياد الحماس للمشاركة السياسية لدى عينة الدراسة.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " الشعور بضرورة تغيير ذاتك كمنطلق لتغيير المجتمع ثم الوطن " موافقا بشكل قوي بنسبة 73.7%، بحيث تشير النتائج التفصيلية حسب متغير حجم التعرض للقناة: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر النسب التالية على الترتيب (3.7%، 19.6%، 50.5%)، بشكل متوسط (0.6%، 2.1%، 15%)، بشكل قليل (1.8%، 3.7%، 3.1%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباط بين متغير حجم التعرض ودرجة التأثير الوجداني الخاصة بالشعور بضرورة تغيير الذات والتي تساوي 0.282 عند مستوى دلالة 0.00 بحيث القيمة المعنوية أصغر من 1%، ويدل هذا على وجود علاقة ارتباطية طردية بين بين زيادة حجم التعرض وزيادة درجة الشعور بضرورة تغيير الذات لتغيير المجتمع.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " إحساسك ببعض الحرية غير المعهودة حول تعبيرك عن القضايا السياسية الحساسة " موافق بشكل قوي بنسبة 63.6%، بحيث تشير النتائج التفصيلية حسب متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر بالنسب التالية على الترتيب (4.9%، 19.6%، 39.1%)، بشكل متوسط (1.2%، 4.6%، 20.5%)، بشكل قليل (0%، 1.2%، 8.9%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض ودرجة الاحساس بالحرية في التعبير حول القضايا السياسية تساوي 0.210 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة الإحساس بالحرية في التعبير.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " الشعور بالغضب ضد مسيبي الأوضاع السياسية الراهنة كان موافقا بشكل قوي بنسبة 53.5%، بحيث تشير النتائج التفصيلية حسب متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر النسب التالية على الترتيب (5.5%، 13.5%، 34.6%) بشكل متوسط (0%، 11.9%، 31.2%)، بشكل قليل (0.6%، 0%، 2.8%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض ودرجة الشعور بالغضب ضد مسيبي الأوضاع السياسية تساوي 0.249 عند مستوى دلالة 0.00 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% ما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع الشعور بالغضب ضد مسيبي الأوضاع السياسية الراهنة.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " الشعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الانتفاضة الشعبية" موافقا بشكل قوي بنسبة 72.5%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر النسب التالية على الترتيب (4.3%، 17.7%، 50.5%)، بشكل متوسط (0%، 4.9%، 15%)، بشكل قليل (1.8%، 2.8%، 3.1%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض والشعور بالفخر حول الانتفاضة الشعبية الوطنية تساوي 0.258 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث ان القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض للقناة وارتفاع درجة الشعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الانتفاضة الشعبية الوطنية. والرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " الشعور بالتعاطف والألم اتجاه الصور الإعلامية لمتضررين من الأوضاع السياسية للوطن " بموافق بشكل قوي بنسبة 66.4%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر إلى النسب التالية على التوالي (3.1%، 17.1%، 46.2%)، بشكل متوسط (1.2%، 7.3%، 19.3%)، بشكل قليل (1.8%، 0.9%، 3.1%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض ودرجة التأثير في الشعور بالتعاطف والألم اتجاه الصور الإعلامية للأوضاع السياسية للوطن تساوي 0.264 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1%، مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة الشعور بالتعاطف والألم اتجاه الصور الإعلامية للمتضررين من الأوضاع السياسية للوطن. الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " الشعور بالخوف من المستقبل في ظل الأوضاع السياسية التي تعرضها القناة" موافق بشكل قوي بنسبة 59%، بحيث تشير النتائج التفصيلية في الجدول وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر إلى النسب التالية على الترتيب (4.6%، 18%، 36.4%)، بشكل بسيط بالنسب التالية (0.6%، 3.7%، 29.4%)

بشكل قليل (0.9%، 3.7%، 2.8%). وأسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض و الشعور بالخوف اتجاه المستقبل يساوي 0.318 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة الشعور بالخوف اتجاه المستقبل.

إستنتاج: يتبين من خلال النتائج أن العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض لقناة الشروق نيوز والقضايا التي تنشرها و درجة التأثير الوجداني أنا علاقة طردية موجبة، بحكم أنه كلما زادت ساعات المشاهدة زادت درجة التأثير الوجداني على المتلقي عينة الدراسة، يرجع هذا إلى أن التعرض لساعات طويلة للمحتوى الإعلامي من شأنه أن يؤثر على الجانب النفسي للجمهور وهنا يتحقق طرح **نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام** كونها حددت التأثيرات الوجدانية كأحد أهم التأثيرات الإعلامية، ورغم اختلافها عن التأثيرات المعرفية إلا أنها ترتبط بها اشد الإرتباط، فتلقي الجمهور المعلومات التي يحتاجها حول القضية السياسية المهم بالنسبة له، يؤدي إلى توسع معتقداته وبناء مفاهيم جديدة كون القضايا السياسية أثناء فترة البحث كانت مواضيع جديدة على المواطن، يؤدي إلى تعبئة الجمهور معلوماتها ومنها يتكون له الاستعداد العاطفي للقيام بسلوك ما، ولأن الأوضاع السياسية في المرحلة المشار إليها، كانت مليئة بالأحداث السياسية سواء التي تتوافق مع معلوماتهم أو تتنافر معها، فقد خلقت مجموعة من المشاعر والعواطف المختلطة من بينها الخوف والتعاطف والألم زيادة الحماس، ولأن هذه الأحداث كانت تشبه العواصف غير متوقعة، تحولت شاشة التلفزيون الفضائي وخاصة القنوات الإخبارية إلى شرعية الشارع الثائر بعدما كانت تحت تأثير السلطة فأصبحت هي كأداة تلفزيونية مع الوسائط الإعلامية التي عبتد الطريق أمام العمل الإعلامي الرسمي و أثبتت وجودها على الساحة الإعلامية كقاعدة معلومات وقوة مساندة للمعلومة المتلفزة، كما جاء في النتائج السابقة أن أكثر ما يجذب العينة لقناة الشروق نيوز هي طريقة العرض وصياغة المواضيع التي تعد عاملا مهما في التأثير على مشاعر المتلقي من خلال اللغة والمصطلحات التي يتلاعب بها الصحفي للإثارة الوجدانية، وتكون هذه الإثارة الوجدانية عكسية مثل الفتور او الملل وعدم الرغبة في شيء، خاصة بعد التعرض الكثير والمتكرر للأخبار السلبية، إلا أنه لم نلمس هذا النوع من المشاعر على العينة لأن الأحداث كانت قد أثارت السخط العام حول الأوضاع السياسية آنذاك، فقد أشارت النتائج إلى وجود رغبة في تكوين القرار السياسي، ولأن القنوات الإخبارية كانت عين المواطن في كل مكان، كانت الاستجابات خاصة في الحراك الشعبي أين كانت قناة الشروق نيوز المرافق الدائم للمنتفضين، أين كانت تقوم باستجابات العديد من العينات المناهضة للنظام السابق ونشرها مباشرة على الشاشة للجمهور، أوهمت الجمهور أنه في ذروة الحرية الإعلامية والتعبير عن الرأي، وما كان ذلك إلا إلزاما أخلاقيا ومهنيا أثناء الأزمة لتحقيق أهدافها في كسب ثقة الجمهور خاصة وأن الشعب قبل تشكل صدى الحراك يعتقد أن كل القنوات التلفزيونية الفضائية وخاصة الوطنية تحت رعاية السلطة فتحيك بمحاكها

وتنشر ما تمليه عليها، لذلك قامت قناة الشروق نيوز بيث أكبر قدر من المعلومات من خلال العديد من البرامج أهمها البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي أشبع المتلقي منها أهدافه المعرفية، وكانت أغلب هذه المعارف مبنية على الألم والتعاطف احد أهم العوامل النفسية التي يبنى عليها الألم مما يؤثر على القرارات اللاحقة المرتبطة بالسلوك وهذا الشعور بالألم يجعل الفرد يدرك ويفهم آلام الآخرين الذين يمرون بنفس الظروف ما يكون لديهم الشعور الجمعي بضرورة التعاون، والقيام بسلوك سياسي منقذ للوضع الراهن، هذا من شأنه أن يزيد من شعور الغضب العام الذي يكون نتيجة تفاقم الألم الجمعي، فيتكون من خلال كل هذا موقف عام موحد حول الأوضاع المعاشة، وباعتبار أن الإنسان عاطفي ويهتم بالرسائل العاطفية تستغل ذلك وسائل الإعلام وخاصة القنوات الإخبارية الفضائية في استمالة الحماس من خلال استخدام الحجج والبراهين، وبما أن الأوضاع السياسية كانت غريبة على المواطن الجزائري حاولت قناة الشروق نيوز من خلال برامجها وعناصر الجاذبية التي وظفتها إثارة مخاوف الجمهور حول غموض المستقبل في حالة ما إذا لم يتم بالسلوك السياسي الصحيح لتجنب النتائج غير المرغوب فيها، وتعتبر شعور الخوف من خلال الرسائل الإعلامية ليس حالة جديدة لكن يزداد مع الأوضاع وقت الأزمة بحيث تسمى سياسة الخوف لتشكيل ثقافة الخوف لدى الفرد والمجتمع، فتستغل وسائل الإعلام هذا الخوف وتضخمه لأسباب خاصة منها خلق مخاوف من تفاقم المشاكل في ظل وجود عناصر النظام السابق في حالة ما إذا لم يتم التقييد بأحد وصايا ونصائح الوسيلة الإعلامية المتبعة، لاننكر أبدا استيراد المخاوف من الوسائل الإعلامية الوسيطة التي تشارك بشكل واضح في رسم معالم ثقافة الخوف في المجتمعات المعاصرة وكما يحددها **نعومتشومسكي و باري جلاسنر** أن الخوف تجاوز الحد الطبيعي المرافق للفرد بحيث يتعدى الحيز الفردي إلى الحيز العام وأصبحت ظاهرة ثقافية جديدة تستعملها الأنظمة الإعلامية والسياسية في بقاء الفرد في دائرة الخوف والقلق من كل الأشخاص والأطراف المحيطين بهم ليسهل التأثير عليه وتحقيق أهدافهم المسطرة، ويعد الخوف حسب **إبراهيم فؤاد** بأن ثقافة الخوف تسوق الجميع للأسر الاجتماعي لمركز القوة لتملي عليهم طريقة في التفكير وقيما للثني¹، وهذه الثقافة يراد منها أن تكون ميراثا ينقل من جيل إلى جيل آخر، فلا تنعقد رابطة بين اثنين إلا كان الخوف ثالثهما، ومن هنا تكون وسائل الإعلام قد قامت بدور سلبي لتحقيق دور إيجابي من خلال استغلال العاطفة في الدعم المعنوي فيما يخص تعزيز المواطنة من خلال نشر الصور التي يعتز بها الجمهور من سلمية حراك الشعب، وأهمية التغيير الحكومي للرقى بالوطن إلى التطور، هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعزيز مشاعر الخوف والقلق حيال الأوضاع في حالة ما إذا لم يتقيد المتلقي بوصايا وسائل الإعلام، وهنا تتفق نتائج دراستنا مع نتائج الدراسة السابقة الصينية حول وسائل الإعلام تلعب دور صمام الأمان.

¹ - فؤاد إبراهيم، صناعة البيئة الثقافية للخوف، <https://www.philadelphia.edu.jo/arts/11th/papers/4.doc>.

الجدول رقم (26): يبين دراسة علاقة الارتباط بين الوقت المستغرق في المشاهدة والتأثيرات السلوكية جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية.

فرضيات الاختبار:

H0: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الوقت المستغرق في المشاهدة والتأثيرات جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

H1: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الوقت المستغرق في المشاهدة والتأثيرات جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية ذات دلالة معنوية عند مستوى دلالة 1%.

اختبار ف (Phi) عند مستوى دلالة 0.01		الوقت المستغرق في المشاهدة.								التأثيرات السلوكية جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية	
		المجموع		أكثر من ساعتين		من ساعة إلى ساعتين		أقل من ساعة			
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار	62,1	203	43,1	141	15,3	50	3,7	12	عزوفك عن الانتخابات	تأثير كبير
		31,5	103	21,1	69	8,3	27	2,1	7		تأثير متوسط
		6,4	21	4,3	14	1,8	6	0,3	1		تأثير قليل
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20		المجموع
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار	59,6	195	41,3	135	14,4	47	4,0	13	مساهمته الودية في الحراك الوطني	تأثير كبير
		33,9	111	23,2	76	8,6	28	2,1	7		تأثير متوسط
		6,4	21	4,0	13	2,4	8	0,0	0		تأثير قليل
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20		المجموع
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار	57,5	188	38,5	126	14,4	47	4,6	15	فعلت مشاركتك بتغطية الحراك وبعض الأحداث السياسية في إطار صحافة المواطن	تأثير كبير
		30,9	101	22,3	73	7,6	25	0,9	3		تأثير متوسط
		11,6	38	7,6	25	3,4	11	0,6	2		تأثير قليل
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20		المجموع
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار	67,9	222	48,3	158	15,9	52	3,7	12	تفاعلت مع أحد البرامج في قناة الشروق نيوز الفضائية أو عبر صفحاتها الإلكترونية	تأثير كبير
		28,1	92	17,7	58	8,3	27	2,1	7		تأثير متوسط
		4,0	13	2,4	8	1,2	4	0,3	1		تأثير قليل
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20		المجموع
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار	60,9	199	42,2	138	15,6	51	3,1	10	شاركت موقفك عبر صفحات الشبكات الاجتماعية	تأثير كبير
		29,4	96	19,3	63	7,6	25	2,4	8		تأثير متوسط
		9,8	32	7,0	23	2,1	7	0,6	2		تأثير قليل
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20		المجموع
دلالة الاختبار 0.000	قيمة الاختبار	60,9	199	42,5	139	15,3	50	3,1	10	مساعدة زملائك في اتخاذ القرار (إيجابي أو سلبي) اتجاه المشاركة السياسية.	تأثير كبير
		31,5	103	20,8	68	8,6	28	2,1	7		تأثير متوسط
		7,6	25	5,2	17	1,5	5	0,9	3		تأثير قليل
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20		المجموع

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

من خلال الجدول (26) يتضح لنا أن تكرارات التأثيرات جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية بدلالة الوقت المستغرق في مشاهدة قناة الشروق نيوز تتركز وبنسب تكاد تكون كبيرة في من يستغرقون من أكثر من ساعتين في مشاهدة القناة والذين نسبة كبيرة منهم تأثروا بشكل كبير. من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن اختبار الارتباط بين الوقت المستغرق والتأثيرات جراء مشاهدة قناة الشروق نيوز الإخبارية من خلال اختبار ϕ نجد ان القيمة المعنوية هي اقل من 1% في كل الاقتراحات بالإضافة إلى ان قيمة الارتباط موجبة (علاقة طردية) كذلك في كل الاقتراحات وهذا يعني: رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل القائل توجد علاقة الارتباط بين الوقت المستغرق والتأثيرات جراء مشاهدة قناة الشروق.

توضح نتائج الجدول التالي:

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " عزوفك عن الإنتخابات " موافق بشكل كبير بنسبة 62.1% بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر إلى النسب التالية على الترتيب (3.7%، 15.3%، 43.1%)، بشكل متوسط (2.1%، 8.3%، 21.1%)، بشكل قليل (0.3%، 1.8%، 4.3%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار ϕ لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض والتأثير السلوكي الخاص ب العزوف عن الانتخابات تساوي 0.196 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية بين ارتفاع حجم التعرض لقناة الشروق نيوز ودرجة التأثير للعزوف عن الانتخابات الرئاسية 2019 .

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " مساهمتك الودية في الحراك الوطني " موافقا بشكل كبير بنسبة 59.6%، بحيث تشير النتائج وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر بالنسب التالية على الترتيب (4%، 14.4%، 41.3%)، بشكل متوسط (2.1%، 8.6%، 23.2%)، بشكل قليل (0%، 2.4%، 4%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار ϕ لحساب العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض و درجة التأثير في المساهمة الودية في الحراك الوطني تساوي 0.197 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة التأثير من خلال المساهمة الودية في الحراك الوطني.

الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " فعلت مشاركتك بتغطية الحراك وبعض الأحداث السياسية في إطار صحافة المواطن " موافق بشكل كبير بنسبة 57.5%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر بالنسب التالية على الترتيب (4.6%

15.3%، 42.5%)، بشكل متوسط (2.1%، 8.6%، 20.8%)، بشكل قليل (0.9%، 1.5% 5.2%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض ودرجة التأثير على سلوك مساعدة الزملاء في اتخاذ القرار - الإيجابي أو السلبي اتجاه المشاركة السياسية تساوي 0.119 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع درجة التعرض وارتفاع درجة التأثير على سلوك المساعدة في اتخاذ القرار اتجاه المشاركة السياسية.

استنتاج: تبين من خلال دراسة العلاقة بين حجم التعرض والتأثيرات السلوكية المختلفة سواء السلبية أو الإيجابية أن هناك علاقة ارتباطية طردية موجبة بين المتغيرين، إذ أن ارتفاع حجم التعرض يؤدي إلى الكثير من السلوكيات المرتبطة ارتباطاً شديداً بالتأثيرات المعرفية الإدراكية والوجدانية بل هي أحد النتائج المترتبة جبراً عن هذه التأثيرات الأخيرة، ويرجع هذا أولاً إلى أن وسائل الإعلام وخاصة القنوات الإخبارية التلفزيونية لها مقومات اشتمل من أي وسيلة إعلامية تقليدية وتميز عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى بقدرتها على دمج الكثير من الأنماط وأنواع الرسالة الإعلامية، ناهيك عن الآنية التي تعد أهم عنصر للريادة عند جمهورها الوفي وتمثل التأثيرات السلوكية في الحركة أو الفعل أو عدم الحركة أو الفعل، كما أوردت الباحثة **سوزان يوسف القليني** في دراستها حول **الاتصال ووسائله ونظرياته** فعندما يتعرض الأفراد لقضية ما ويكونون اتجاهها نحوها، فبناءً على هذا الاتجاه يشعر الفرد بالرغبة في القيام بتصرف وعندما يترجم هذا التصرف إلى حركة تتحول إلى سلوك¹، فالفعالية تعني إقدام الفرد على القيام بسلوك ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، ويقابلها عدم الفعالية التي تعني تجنب القيام بفعل معين نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية. فهي التي ترسم لهم الخطوط العامة في تعاملهم مع المواقف الطارئة، قد لا يمكن أن نقول أن وسائل الإعلام تصنع الثورة لأن لها قوانينها التاريخية، فهي تعبير عن فعل تراكمي عميق المعنى والجذور، لكننها وبالأخص القنوات التلفزيونية تصنع اللحظة التاريخية التي لا يمكن الرجوع إلى ما قبلها، بحيث يشعر الفرد أن خلفه سلاح الإعلام (الجديد أو التقليدي)، فنشرها لمختلف الصور للإنتفاضة الشعبية مثلاً هي تشحن الرأي العام حول هذا الفعل فيشعر الفرد بنوع من الحرية الفردية بدءاً بمنصة التعبير الحر إلى منصة إبداء الرأي فعلياً، ولا ننكر أن القنوات الإخبارية لم تكن السبقة في نقل الإنتفاضة والأحداث السياسية الأخرى، حتى استشعرت ذلك في كل المواقع الإجتماعية، بحيث كانت كدعامة إعلامية إجتماعية، من هنا نستنتج أن الحرية الإعلامية تبدأ من الفرد على مواقع التواصل الإجتماعي إلى القنوات الإخبارية كإعلام رسمي إنتهاءً عند الفرد والمجتمع الذي بدأ في صياغة الحدث، وما كان على القنوات الإخبارية كالشروق نيوز إلا وضعه في طابعه الإعلامي المقنن

¹ - سوزان يوسف القليني، **الاتصال ووسائله ونظرياته**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص 160.

والمأخوذ ليستقبله المتلقي في شكله الأخير، وكأن هذه الوسائل الإعلامية الرسمية- القنوات الإخبارية- الممضي على ورقة موافقة خروج المعلومة بحيث تقوم بدور حارس البوابة للمعلومات المنشورة في الوسائل الإجتماعية، ما يثبت إعادة تقسيم الأدوار في ظل وجود الشبكات الإجتماعية كوسيط إعلامي إجبارية لمجتمعات ما بعد الحداثة، لذلك لا يمكن إنكار دورها في تسريع وتيرة التواصل الإجتماعي وتكثيفه وسعة انتشاره وبالتالي سرعة تشكيل الاتجاهات ولمسنا هذا أثناء فترة الحراك ومحكمة أعضاء النظام السابق وغيرها من القضايا التي كان يتعرض لها الجمهور عينة الدراسة من خلال قناة الشروق نيوز، ولنا أن نقول أن الثلاثي الجمهور ووسائل التواصل الإجتماعي والقنوات الفضائية الإخبارية خاصة صنعت مجدا في فترة التحول مرحلة بالغة الأهمية في حياة المواطن الجزائري. وبالتالي يعتبر تنشيط السلوك أو عدمه من التأثيرات المهمة لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام ومثال ذلك العزوف عن الانتخابات الرئاسية كون الصورة الإعلامية التي بثت في برامج قناة الشروق نيوز حول المرشحين الذين كانوا ينتمون سابقا إلى النظام الحكومي السابق أثار مخوفا لدى الجمهور حول الاختيار الديمقراطي في المشاركة السياسية، فكان أكثر سلوك فاعل لدى عينة الدراسة هو مشاركة آراءهم على شبكات التواصل الإجتماعي، كونها وسيط إعلامي ممتاز لاختبار نشاط المتلقي، لإحساسه بالتححرر من قيود الضبط الإجتماعي والسلطة، وهذا ما يفسر الانفرادية في مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز خاصة الإلكترونية التي لا تعبر عن الانفرادية غنما الانضمام إلى الجماعات الافتراضية. وهذا ما يسمى بفرض الإحلال أي تأثير وسيلة إعلامية على أخرى، بحيث يكون هدفهما النهائي هو التأثير في سلوك الفرد على أوسع نطاق، فيتحقق بذلك التعلم الإجتماعي الذي يفسر تفسير انتشار الظاهرة السلوكية في مختلف المناطق من الوطن مثل الحراك والعزوف عن الانتخابات حيث يتعرض الفرد لسلوك فرد آخر فيكتسب الفرد السلوك ويصبح قادرا على أداء ما سمع وشاهد، وهذا ما يفسر سفر الكثير من المواطنين من ولايات بعيدة إلى العاصمة الجزائرية من أجل المشاركة في الحراك، ولا يمكن الإنكار أغلب السلوكيات الصادرة عن عينة الدراسة أغلبها إن لم نقل كلها سلوكيات مقبولة اجتماعيا مثلما عرفها فيليب راشتون أنه السلوك المرغوب اجتماعيا مثل المساعدة والسلمية في الحراك والودية في الانتفاضة، وضبط النفس من خلال مقاومة الإغراءات حول أعمال العنف والشغب ذلك أن المضمون الإعلامي كان يقدم من خلال القناة الإخبارية الشروق نيوز ضمنا عن طريق التعبير عنه بالكلام فقط وليس ترسيخا بالصورة أو الفيديو، وكانت أكثر ترويجا للسلوك المقبول اجتماعيا بشكل واضح للحفاظ على أطول مدة من الاستقرار والأمن الوطني في ظل الأزمة السياسية فترة هذا البحث.

الجدول رقم (27): يبين العلاقة بين حجم المشاهدة والتأثيرات القيمية.

اختبار ف (phi) عند مستوى دلالة 0.01		حجم التعرض								التأثيرات القيمية جراء التعرض لبرامج قناة الشروق نيوز.		
		المجموع		أكثر من ساعتين		من ساعة إلى ساعتين		أقل من ساعة				
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%			
دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	69,1	226	44,6	146	18,3	60	6,1	20	موافق	ارتفاع مستوى الحوار والمناقش الودية حول القضايا السياسية	
		22,9	75	17,1	56	5,8	19	0,0	0	محايد		
	0.000	0.229	8,0	26	6,7	22	1,2	4	0,0	0		معارض
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع		
دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	63,6	208	48,6	159	12,5	41	2,4	8	موافق	توفير المعلومات السياسية للعامة بكل وضوح زاد من الإلتئام وروح المواطنة	
		31,8	104	18,3	60	9,8	32	3,7	12	محايد		
	0.000	0.563	4,6	15	1,5	5	3,1	10	0,0	0		معارض
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع		
دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	56,6	185	36,4	119	17,1	56	3,1	10	موافق	شحن الرأي الطلابي للتصدي للعنصرية والتعصب	
		37,3	122	28,1	92	6,1	20	3,1	10	محايد		
	0.000	0.233	6,1	20	4,0	13	2,1	7	0,0	0		معارض
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع		
دلالة الاختبار	قيمة الاختبار	65,1	213	45,0	147	16,5	54	3,7	12	موافق	الشعور الجمعي بالاتحاد والتكاتف وخلق قيم الدعم والإستمرارية في الجماعات التي تنتمي إليها	
		30,0	98	20,8	68	6,7	22	2,4	8	محايد		
	0.000	0.199	4,9	16	2,8	9	2,1	7	0,0	0		معارض
		100	327	68,5	224	25,4	83	6,1	20	المجموع		

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

أسفرت نتائج الجدول (27) على أن الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " ارتفاع مستوى الحوار والمناقشة الودية حول القضايا السياسية" بموافق بنسبة 67.3%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر إلى النسب التالية على الترتيب (6.1%، 18.3%، 44.6%)، محايد بالنسب التالية (0%، 5.8%، 17.1%)، معارض (0%، 1.2%، 6.7%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض والتأثير القيمي على محيط العينة محل الدراسة أنها تساوي 0.229 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر 1% مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض و ارتفاع التأثير القيمي المتعلق بالحوار والمناقشة الودية مع محيط العينة محل الدراسة.

وكذلك الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " توفير المعلومات السياسية بكل وضوح زاد من الإلتئام وروح المواطنة " موافق بنسبة 63.6%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة من

ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر إلى النسب التالية على الترتيب (2.4%، 12.5%، 48.6%) محايد (3.7%، 9.8%، 18.3%)، معارض (0%، 3.1%، 1.5%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض و التأثير في قيمة ازدياد الإنتماء وروح المواطنة لمحيط عينة الدراسة تساوي 0.563 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع التأثير القيمي للقناة المتعلق بالإنتماء وروح المواطنة.

والرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " شحن الرأي العام للتصدي للعصية والتميز العنصري " موافق بنسبة 56.6%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين من ساعتين فأكثر النسب التالية على الترتيب (3.1%، 17.1%، 36.4%)، محايدا (3.1%، 6.1%، 28.1%)، معارضا (0%، 2.1%، 4%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية في الجدول لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض ورفض العصية والتميز العنصري تساوي 0.233 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض لقناة الشروق نيوز وارتفاع درجة التأثير القيمي حول نبذ العصية والتميز العنصري في محيط عينة الدراسة.

وكذلك الرأي الغالب لعينة الدراسة حول عبارة " خلق الشعور الجمعي بالاتحاد والتكاتف وخلق الدعم والاستمرارية " موافقا بنسبة 65.1%، بحيث تشير النتائج التفصيلية وفق متغير حجم التعرض: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، من ساعتين فأكثر إلى النسب التالية على الترتيب (3.7%، 16.5%، 45%)، محايدا (2.4%، 6.7%، 20.8%)، معارضا (0%، 2.1%، 2.8%).

وقد أسفرت النتائج التفصيلية لاختبار phi لحساب العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض و ارتفاع قيمة الشعور الجمعي بالاتحاد والتكاتف وخلق الدعم والاستمرارية تساوي 0.199 عند مستوى دلالة 0.000 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر من 1% مما يؤكد وجود علاقة إرتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع قيمة الشعور الجمعي بالاتحاد والتكاتف وخلق الدعم والاستمرارية .

إستنتاج: لقد أوضحت نتائج الجدول وجود تأثيرات قيمية على عينة الدراسة، وقد كانت العلاقة الإرتباطية طردية موجبة بين ارتفاع ساعات مشاهدة قناة الشروق نيوز وحدوث التأثيرات القيمية التالية: ارتفاع مستوى الحوار والمناقش الودية حول القضايا السياسية، توفير المعلومات السياسية للعامة بكل وضوح زاد من الإنتماء وروح المواطنة، شحن الرأي الطلابي للتصدي للعنصرية والتعصب، الشعور الجمعي بالاتحاد والتكاتف وخلق قيم الدعم والاستمرارية في الجماعات التي تنتمي إليها، إذ أنه كلما ارتفعت ساعات المشاهدة زاد اتفاقهم على هذه التأثيرات القيمية، وتصنف هذه التأثيرات على عدة مستويات: على المستوى

المعرفي والمستوى الوجداني وكذا السلوكي، ولكن لن تحدث هذه السلوكيات والمعارف وحتى الوجدانية دون الاعتقاد التام بقيمتها المجتمعية والثقافية وحتى العقائدية، بحيث تستنبط عينة الدراسة قيمها من الشريعة الإسلامية السماوية كون المجتمع الجزائري مسلم، إذ أن توفير المعلومات وشحن الرأي الطلابي هو المستوى المعرفي لكن المعلومات التي تحمل قيم المواطنة وروح الانتماء هي تأثيرات قيمة تحملها الرسالة الإعلامية عبر برامج قناة الشروق نيوز وإن كانت ضمنية أ صريحة بواسطة الصورة أو الصوت أو حتى اللغة بحيث يعتبر عززي عبد الرحمن أن القيمة*¹ هي الرسالة، الشعور الجمعي بالإتحاد والتكاتف على المستوى الوجداني وهنا نلمس القيمة الوجدانية في التأثير الوجداني، أما ارتفاع نسبة الحوار والمناقشة يكون على المستوى السلوكي والطريقة الودية في الحوار والمناقشة هي التأثير القيمي الذي يحمله السلوك، وهنا تتفق نتائج دراستنا مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتحقق إحدى أهم فرضياتها كون أن نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام يكون على ثلاثة مستويات مترابطة مستوى معرفي، وجداني وسلوكي ونضيف إليها أهم تأثير قد يتعلق بجودة التأثير وهي التأثير القيمي الذي نلمسه في كل مراحل التأثيرات التي يحققها الاعتماد على وسائل الإعلام، إذ أن تكوين المعرفة حول القضايا السياسية حسب الدراسة يؤدي إلى خلق انطباع وجداني وأحاسيس حول مضمون القضية (مثل الحراك الذي تزامنت معه هذه الدراسة بحيث قدمت قناة الشروق بعد انتشار الانتفاضة الشعبية تدعيما لشرعيته) مما يؤدي إلى سلوك ما وفق القيمة التي غرستها الرسالة الإعلامية (القيمة). ولأن المنظومة القيمية للمجتمعات تعد المرآة العاكسة لشخصية المجتمع، وبالرغم من أن القيم ذاتية تتعلق بسيكولوجية الفرد إلا أن وسائل الإعلام أعطتها الطابع الموحد لكل جماهيرها المتبعين لها، فكشف القيم الفاسدة عبر الوسائل الإعلامية يدفع أفراد المجتمع إلى تغييرها ودحضها بحيث تصبح قيما موافقة لتطلعاته وأهدافه وكذا القيم الموروثة من محيطه الذي ينتمي إليه ابتداء من الأسرة. فهناك أنواع من القيم منها ما يرتبط القيم الفردية مثل تقدير الذات والحرية الشخصية في ممارسة حرية التعبير مثلما ورد في نتائج الجداول التي تدرس التأثيرات المعرفية والوجدانية وكذا السلوكية، ومنها يتعلق القيم الأخلاقية المتوارثة والأصيلة في المجتمع منذ القدم والتي لا تسطر لها القوانين موادا قانونية لاتباعها بحيث تشمل كل القيم الأخرى وتعتبر الأصل في تطبيق القيم السابقة، وهناك القيم الروحية التي تشمل التعاطف والتعاون والحقيقة، وقيم وطنية مثل روح الانتماء والمواطنة وحب الوطن وتختلف التقسيمات الخاصة بأنماط القيم حسب التوجهات الفكرية. إلا أن القيم عند المجتمع الجزائري نابعة من الدين الإسلامي وذا العادات والتقاليد المجتمعية الأصيلة. فقد حددت نظرية الاعتماد على وسائل

* القيمة هي: معتقد يحظى بالدوام، ويعبر عن تفضيل شخصي أو اجتماعي لغاية من غايات الوجود، ويتركز إبلاغها Robert Inglehard للقيم التقليدية والقيم العلمانية العقلانية على أهمية الدين والعلاقات الأسرية والإعتزاز الوطني، بينما تركز الأخرى على النزعة الفردانية، وهذه الرؤية هي الأقرب إلى المفهوم الذي يتبناه عبد الرحمن عززي حينما يربط القيمة بالعقيدة الدينية أو يجعل الدين مصدر القيم الأساس، فوفقا لعززي عبد الرحمن فإن الثقافة سلم يمثل مستواه الأعلى القيم، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، والإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تنجسد فيها القيم. لأكثر معلومات إطلع على: المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي العدد 9-10، 2017.

الإعلام مجموعة من الآثار المعرفية على المتلقي تمثلت في: إزاحة الغموض عن القضايا¹، خاصة السياسية وبالأخص في الجزائر إذ كان هذا النوع من القضايا المغيبا لآونة غير بعيدة والصراع حولها مجهولة أسبابه، إلا أنه وفي فترة انتفاضة الشعب الجزائري توارى الغموض بتكثيف المواضيع السياسية والتوضيحات الإعلامية حول القضايا الشائكة من بينها الإحتلالات والفساد السياسي وغيرها من القضايا، ومن خلال هذا التركيز على نوع من القضايا قدمت قناة الشروق من خلال برامجها أجندة واضحة للجمهور الذي تبناها بدوره. وهذا جعل عينة الدراسة تكون شعورا بضرورة الإتحاد والتكاتف لحل الأزمة السياسية أو التغيير من الأوضاع السياسية من خلال إعادة الإلتخاب وتغيير النظام السابق وهذا الشعور يعد إيجابيا فقد حدده كل من ميلفن وروكيتش على أساس انه الدعم المعنوي فبعض المضامين تولد إحساس الوحدة والإندماج فترفع الروح المعنوية لدى الجمهور²، كما أن تلقي هذا الكم الهائل من المعلومات حول القضايا يؤدي بالمتلقي لمناقشتها والحوار مع العائلة والاصدقاء حول تفاصيلها بشكل ودي ومايجب ان يفعل لحل الأزمة. كما يجب الإشارة إلى أنه أن نسبة المحايدين حول ان قناة الشروق تشحن الرأي الطلابي حول السياسة، ذلك ان شحن الرأي العام لا يقتصر على قناة واحدة فقط أو وسيلة إعلامية واحدة فقط إنما هناك مجموعة من الوسائط التي تتدخل في ذلك إذ للوسائط العائلية والاجتماعية دور كبير، كما وقد ورد في إجابات العينة في الأسئلة السابقة حول موافقتهم لمصداقية القناة وشفافيتها، نحو المواضيع والقضايا السياسية، لأنه يبحث في الوسائط الأخرى عن الحقيقة التي إما تدعم ما عرضه القناة أو تفندها. وهذا ما يتفق مع الفكرة التي طرحتها فريال مهنا في كتابها علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، أننا انتقلنا من مفهوم التأثير الذي كان يحصر العلاقة المباشرة بين المضامين الإعلامية وبين الجمهور، إلى مفهوم التأثير الذي تتداخل فيه الديناميات الاجتماعية مع العمليات الإتصالية³، نفس الفكرة التي طرحها كل من لازارسفيلد وبييرليسون بيرنارد بأن الأفراد يتعرضون إلى الرسائل الإعلامية بشكل انتقائي ويقرؤون الرسائل حسب قيمهم وضعيتهم الاجتماعية وظروفهم، وقد أشار بلقاسم بن روان في كتابه وسائل الإعلام والمجتمع أن العلانية* تغلق الفجوة بين الاتجاهات الخاصة والقيم الأخلاقية والدينية والاجتماعية العامة⁴، وتستطيع أن يمثل عنصر العلانية ضغطا على المتلقي، ما يدفعه من حين لآخر تأكيد مناصرته لتطبيق القيم المقبولة في المجتمع. ويؤدي العرض لساعات مطولة للقضايا السياسية من توسيع دائرة المعتقدات التي لا تخرج عن القيم السائدة في المجتمع ليتمكن جمهور القناة من تقبل المعلومة ثم إدراكها وتفعيل السلوك القيمي حولها، هكذا الشأن بالنسبة إلى شحن الرأي الطلابي حول القضايا

¹ - منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 227.

² - ميلفن ديفلر وساندرا بول روكيتش، مرجع سبق ذكره، ص 77.

³ - فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2002، ص 154.

* العلانية تعني الشفافية في الفضح والإفصاح العام خاصة في القضايا السياسية.

⁴ - بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2007، ص 124.

السياسية التي تهمه والتي تزيد من روح الإلتواء والمواطنة. كما حدد ميلفين أن وسائل الإعلام تساهم في توسيع دائرة المعتقدات التي يدركها الجمهور فهي تعلمهم معارف لا يدركونها من قبل¹، وتقدم إضافات معرفية جديدة. وهذا ما يؤدي إلى الإستعداد الوجداني لتأدية السلوك المناسب لكل فرد من العينة. في الأخير يمكن القول أن التعرض لمدة زمنية طويلة للقنوات الإخبارية (قناة الشروق نيوز أنموذجا) يوسع المعتقدات والمعلومات ويوضح الغموض حول القضايا السياسية المتعددة محل إهتمام المتلقي وفي إطار النسق القيمي الذي ينتمي إليه المتلقي، والتي بدورها تشكل استعدادا وجدانيا للقيام بسلوك ظاهري إيجابيا كان أو سلبيا، وتلقي هذه الفكرة مع الوظيفة الأساسية لوسائل الإتصال الجماهيري التي تعنى بالتفسير والتوجيه التي من شأنها أن تقوم باختيار وتقييم وتفسير الأخبار، التي تركز على الأمور الأكثر إرتباطا بالبيئة المحيطة، فتساعد على منع تطرف أحاسيس الجماهير أو خروجها على الحدود المقبولة اجتماعيا وتجاوزها للقيم العامة.

وقد تم الإجابة على السؤال الخاص بأي إضافة كالتالي:

أجاب الأغلبية من عينة الدراسة والمقدرة بـ 221 مفردة بأنه ليس لديهم أي إضافة للموضوع، إلا أن 30 مفردة أجابوا حسب تصنيف الإجابات بأن لديهم أمنيات حول نجاح الحراك في تغيير الأوضاع السياسية وأجاب 24 مفردة على قناة الشروق نيوز بالتحلي بالحيادية دائما وإتباع منهاج القنوات العربية العالمية في تقديم الأفضل مؤكدين على استعمال التكنولوجيا الحديثة في قناتها، كما ركز 18 مفردة على ضرورة نشر البرامج كلها على الصفحة الالكترونية للشروق نيوز، وهذا لأن الوقت الأكبر للطلبة يقضونه خارج المنزل ما يستدعي نقل البرامج وفق عرضها في القناة الفضائية.

ملخص نتائج الفرضية الرابعة: تبين من خلال تحليل الجدول إحصائيا وكيفيا للأسئلة الخاصة بالفرضية الرابعة ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين حجم التعرض لقناة الشروق نيوز وارتفاع درجة الإعتقاد على برامج القناة لإشباع الحاجات المعرفية لعينة الدراسة.
- توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم المشاهدة و ترتيب أجنحة المواضيع السياسية حسب أهميتها للمتلقي عينة الدراسة.
- توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض و تكوين صورة ذهنية موجبة عن القضايا محل اهتمام عينة الدراسة.
- توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم المشاهدة وارتفاع درجات التأثير على المستوى المعرفي والإدراكي لدى عينة الدراسة.

¹ - منال هلال المزهرة، مرجع سابق، ص228.

- توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض لقناة الشروق نيوز وارتفاع درجة التأثير على المستوى الوجداني لعينة الدراسة.
 - توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة التأثير على المستوى السلوكي لعينة الدراسة .
 - توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة التأثير على المستوى القيمي لعينة الدراسة.
- من خلال هذه النتائج تثبت صحة وصدق الفرضية الرابعة وتحقق: هناك علاقة ارتباطية بين مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز مستويات التأثير على اتجاهات عينة الدراسة.
- + صدق وثبات الاستبيان:

تم حساب ثبات الاستبيان من خلال معامل الفا كرونباخ Reliability analysis cronbach's alpha من خلال برنامج SPSS IBM 23.

أولاً: لدينا الاتساق الداخلي للفقرات مع المحور
1. المحور الأول.

الجدول رقم (28): يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الأول باختبار بيرسون عند مستوى معنوي 0.05

متغير محل الاختبار R	النوع		الفقرة الثانية		الفقرة الثالثة		الفقرة الرابعة		الفقرة الخامسة	
	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار
المحور الأول: السمات العامة	0.000	0.26	0.000	0.89	0.0052	0.59	0.011	0.68	0.023	0.55

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

من خلال نتائج الجدول (28) تبين أن القيمة المحسوبة لاختبار بيرسون للارتباط للفقرة الأولى والتي تتعلق بـ "النوع" ذكور وإناث تساوي 0.26 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار هي 0.000 وهي أصغر من مستوى الدلالة 0.05 والتي تعبر عن وجود ارتباط بين الفقرة الأولى والمحور الأول المتعلقة بالسمات الديمغرافية. والقيمة المحسوبة لاختبار بيرسون للفقرة الثانية من محور السمات الديمغرافية المتعلقة بـ "السن" تساوي 0.89 عند مستوى دلالة 0.5 وقيمة معنوية تساوي 0.000 بحيث قيمة الاختبار R أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي مستوى الدلالة 0.000 أصغر من الدلالة المعنوية 0.05 مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة الثانية والمحور الأول للسمات الديمغرافية.

القيمة المحسوبة لاختبار بيرسون للفقرة الثالثة المتعلقة بـ "المستوى التعليمي" أي المؤهل العلمي تساوي 0.59 عند مستوى دلالة 0.05 وقيمة معنوية تساوي 0.0052 بحيث قيمة الإختبار أكبر من 5% مستوى

الدلالة والدلالة المعنوية 0.0052 أصغر من مستوى الدلالة 0.05، ما يعني وجود ارتباط قوي بين الفقرة الثالثة والمحور الأول للسمات الديمغرافية.

والقيمة المحسوبة لاختبار بيرسون للفقرة الرابعة المتعلقة بـ "المستوى الإجتماعي" تساوي 0.68 عند مستوى دلالة 0.05 وقيمة معنوية 0.011 أي الدلالة المعنوية 0.011 أصغر من من مستوى الدلالة 5% مما يعني وجود علاقة قوية بين الفقرة الرابعة والمحور الأول الخاص بالسمات الديمغرافية لعينة الدراسة.

القيمة المحسوبة لاختبار بيرسون للفقرة الخامسة المتعلقة بـ "السكن" تساوي 0.55 عند مستوى دلالة 0.05 وقيمة معنوية 0.023 أي القيمة المعنوية 0.023 أصغر من مستوى الدلالة 0.05 مما يعني وجود ارتباط قوي بين الفقرة الخامسة والمحور الأول الخاص بالسمات الديمغرافية لعينة الدراسة.

من خلال النتائج القيمة المحسوبة لاختبار بيرسون R لل فقرات الخمسة المتعلقة بمحور السمات العامة والديمغرافية لعينة الدراسة تبين أن القيمة الحسابية للاختبار R مرتفعة والقيم المعنوية أصغر من مستوى الدلالة 0.05 أي 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرات الخمس الداخلية للمحول الأول.

2. المحور الثاني:

الجدول رقم (29): يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الثاني عند مستوى معنوي 0.05

متغير محل الاختبار R	الفقرة الأولى		الفقرة الثانية		الفقرة الثالثة		الفقرة الرابعة	
	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية
المحور الثاني	0.77	0.000	0.85	0.009	0.24	0.030	0.38	0.001
متغير محل الاختبار R	الفقرة الخامسة		الفقرة السادسة		الفقرة السابعة			
	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية		
المحور الثاني	0.55	0.008	0.18	0.045	0.66	0.0007		

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

يتبين من خلال نتائج الجدول (29) أن قيمة الإختبار R لحساب الإرتباط بين الفقرة الأولى المتعلقة بحجم التعرض والمحور الثاني المتعلق بعناصر الجاذبية في تناول قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية الراهنة تساوي 0.77 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار أصغر 0.000 من مستوى الدلالة 0.05 ما يدل على وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة وعناصر الجاذبية في عرض قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية. وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الثانية "معية المشاهدة" والمحور الثاني تساوي 0.85 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.009 أصغر من مستوى الدلالة 5% ما

يعني وجود ارتباط قوي بين الفقرة الثانية " معية المشاهدة" والمحور الثاني " عناصر الجاذبية في طرح القضايا السياسية الوطنية في قناة الشروق نيوز".

وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الثالثة " فترات المشاهدة" والمحور الثاني " عناصر الجاذبية في طرح القضايا السياسية " تساوي 0.24 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية 0.030 أصغر من مستوى الدلالة 0.05 أي 5% ما يعني وجود ارتباط بين الفقرة الثالثة المتعلقة بفترات المشاهدة وعناصر الجاذبية في طرح قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية الراهنة.

قيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الرابعة المتعلقة بـ"نوع البرامج" والعناصر الجاذبية في قناة الشروق نيوز تساوي 0.38 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.001 أصغر من 5%، مما يدل عن وجود ارتباط قوي بين نوع البرامج وعناصر الجاذبية أي بين الفقرة الرابعة والمحور الثاني للاستبيان.

وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الخامسة المتعلقة بـ"دوافع مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز" والمحور الثاني "عناصر الجاذبية في طرح قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية " تساوي 0.55 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.008 أصغر من مستوى الدلالة 5% مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة الخامسة " دوافع المشاهدة" والمحور الثاني " عناصر الجاذبية في قناة الشروق نيوز".

وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة السادسة " رأي عينة الدراسة في عناصر الجاذبية " والمحور الثاني المتعلق بعناصر الجاذبية تساوي 0.18 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.045 أصغر من 5%، مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة السادسة والمحور الثاني من الاستبيان.

وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة السابعة " رأي عينة الدراسة لاحترافية قناة الشروق نيوز" والمحور الثاني المتعلق بعناصر الجاذبية تساوي 0.66 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية 0.007 أصغر من 5%، مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة السابعة والمحور الثاني للاستبيان.

من خلال النتائج تبين أن كل فقرات المحور الثاني المتعلق بعناصر الجاذبية في تناول قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية مرتبطة بقوة مع المحور المصنفة فيه.

3. المحور الثالث

الجدول رقم (30): يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الثالث عند مستوى معنوي 0.05

الفقرة الأولى		الفقرة الثانية		الفقرة الثالثة		الفقرة الرابعة		الفقرة الخامسة	
متغير	محل الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار
المحور الثالث	0.47	0.000	0.83	0.009	0.74	0.000	0.88	0.031	0.33
0.0025									

الفقرة السادسة		الفقرة السابعة		الفقرة الثامنة		الفقرة التاسعة	
متغير	محل الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار	قيمة الدلالة	قيمة الاختبار
المحور الثالث	0.95	0.000	0.19	0.041	0.65	0.000	0.14
0.000							

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

يتبين من خلال الجدول (30) أن قيمة اختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الأولى "هل ترى أن محتوى البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك؟" والمحور الثالث المتعلق بـ "اتجاهات الطالب الجامعي(عينة الدراسة) نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة كواقع وكمضمون إعلامي تبثه قناة الشروق نيوز". تساوي 0.47 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.000 أصغر من 5%، مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الأولى والمحور الثالث للاستبيان.

وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الثالثة "القضايا التي عينة الدراسة للحصول على معلومات حولها" والمحور الثالث المتعلق بـ "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة كواقع وكمضمون إعلامي تبثه قناة الشروق نيوز" تساوي 0.83 عند مستوى الدلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.009 أصغر من 5% مما يعني وجود ارتباط قوي بين الفقرة الثالثة والمحور الثالث للاستبيان.

قيمة الإختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الرابعة "وضح اتجاهك حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز" والمحور الثالث "اتجاهات الطالب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية كواقع وكمضمون إعلامي تبثه قناة الشروق نيوز" تساوي 0.74 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.000 أصغر من 5% مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة الرابعة والمحور الثالث للاستبيان.

وقيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الخامسة "وضح اتجاهك نحو عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي تهتم بها" والمحور الثالث "اتجاهات الطالب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية كواقع

وكمضمون اعلامي تبثه الشروق نيوز" تساوي 0.33 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية 0.0025 أصغر من 5% مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة الخامسة والمحور الثالث في الاستبيان. وقيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة السادسة "هل هناك توافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع محيطك الجامعي" والمحور الثالث "اتجاهات الطالب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية كواقع وكمضمون إعلامي تبثه الشروق نيوز" تساوي 0.95 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية 0.000 أصغر من 5% مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة السادسة والمحور الثالث من الاستبيان.

وقيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة السابعة "إذا كانت إجابتك ب(نعم) ، هل يساعدك هذا في تدعيم رأيك أو تغييره" والمحور الثالث "اتجاهات الطالب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية كواقع وكمضمون اعلامي تبثه الشروق نيوز" تساوي 0.19 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية 0.041 أصغر من 5% مما يعني وجود ارتباط بين الفقرة السابعة والمحور الثالث للاستبيان.

وقيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة الثامنة "إذا كانت إجابتك ب (لا) هل تغير رأيك خوفا من التهميش؟" والمحور الثالث "اتجاهات الطالب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية كواقع وكمضمون اعلامي تبثه الشروق نيوز" تساوي 0.65 عند مستوى الدلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية 0.000 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الثامنة والمحور الثالث للاستبيان.

وقيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة التاسعة "ضع لنفسك درجة بين القوسين تتراوح من 1 إلى 10 تعبر عن مدى رضاك عن مستوى معالجة القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز؟" والمحور الثالث "اتجاهات الطالب الجامعي عينة الدراسة نحو القضايا السياسية الوطنية كواقع وكمضمون إعلامي تبثه الشروق نيوز" تساوي 0.14 عند مستوى دلالة 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة التاسعة والمحور الثالث للاستبيان.

من خلال نتائج اختبار الارتباط **R** (بيرسون) نلاحظ أن كل القيم المعنوية أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط واتساق داخلي بين فقرات المحور الثالث.

4. المحور الرابع

الجدول رقم (31) يبين دراسة ارتباط الفقرات مع المحور الرابع عند مستوى معنوي 0.05

متغير محل الاختبار		الفقرة الأولى		الفقرة الثانية		الفقرة الثالثة		الفقرة الرابعة	
قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية
0.83	0.000	0.85	0.019	0.76	0.030	0.88	0.001		
متغير محل الاختبار		الفقرة الخامسة		الفقرة السادسة		الفقرة السابعة		الفقرة الثامنة	
قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية	قيمة الاختبار	الدلالة المعنوية
0.59	0.001	0.23	0.035	0.19	0.041	0.65	0.000		

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

تبين من خلال الجدول رقم (31) أن:

- قيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الأولى "هل تعتمد على برامج قناة الشروق نيوز في إشباع حاجاتك المعرفية السياسية؟" والمحور الرابع "العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية" تساوي 0.83 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الأولى والمحور الرابع للاستبيان.
- قيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الثانية "في رأيك، هل تقدم برامج قناة الشروق نيوز أهمية للمواضيع المهمة بالنسبة لك أنت؟" والمحور الرابع "العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية" تساوي 0.85 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية 0.019 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الثانية والمحور الرابع للاستبيان.
- قيمة الاختبار R لحساب الارتباط بين الفقرة الثالثة "ماهي الصورة الذهنية التي تكونت لديك عن القضايا السياسية التي تهتمك من خلال متابعتك لبرامج الشروق نيوز؟" والمحور الرابع "العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية" تساوي 0.76 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية 0.030 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الثالثة والمحور الرابع للاستبيان.

- قيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة الرابعة " درجة التأثير المعرفي " والمحور الرابع " العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية " تساوي 0.88 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية 0.001 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الرابعة والمحور الرابع للاستبيان.
- قيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة الخامسة " درجة التأثير الوجداني " والمحور الخامس " العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية " تساوي 0.59 عند مستوى دلالة 0.05 بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.001 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الخامسة والمحور الرابع للاستبيان.
- قيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة السادسة " درجة التأثير السلوكي " والمحور الرابع " العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية " تساوي 0.23 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.035 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة السادسة والمحور الرابع للاستبيان.
- قيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة السابعة " درجة التأثير القيمي " والمحور الرابع المتعلق بمستويات التأثير من خلال حجم المشاهدة تساوي 0.19 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.041 أصغر من 5% مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة السابعة والمحور الرابع للاستبيان.
- قيمة الاختبار **R** لحساب الارتباط بين الفقرة الثامنة " وجود الإضافات " والمحور الرابع " مستويات التأثير من خلال حجم التعرض لعينة الدراسة تساوي 0.65 عند مستوى دلالة 0.05، بحيث القيمة المعنوية للاختبار 0.000 أصغر من 5%، مما يدل على وجود ارتباط بين الفقرة الثامنة والمحور الرابع للاستبيان.
- يتضح من خلال النتائج السابقة أن كل القيم المعنوية لاختبار بيرسون لحساب الارتباط بين الفقرات والمحاور أنه هناك ارتباط قوي واتساق داخلي للفقرات والمحور الرابع للاستبيان.
- إذن من خلال اختبار بيرسون تبين أن هناك ارتباط قوي بين الفقرات والمحاور مما يؤكد وجود اتساق داخلي بين الفقرات والمحاور في الاستبيان وهذا ما يعبر عن صدق ثبات الاستبيان.
- من خلال الجداول الأربعة السابقة يتضح لنا أنه هناك ارتباط بين المحاور والفقرات وذلك بدلالة معنوية 0.05 وهذا ما يعني أنه هناك اتساق داخلي بين فقرات الاستبيان.

ثانيا: اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

الجدول رقم (32): يبين اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

المتغيرات محل الاختبار	معامل الفا كرونباخ	صدق الاستبيان
المحور الأول	0.77	0.87
المحور الثاني	0.86	0.92
المحور الثالث	0.69	0.83
المحور الرابع	0.66	0.81
الثبات العام للاستبيان	0.74	0.86

المصدر: مخرجات برنامج spss نسخة 23.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) أن قيمة معامل الثبات العام للاستبيان تساوي 0.74 وهي قيمة مرتفعة نوعا ما وتدلل على أن الاستبيان ثابت بدرجة عالية، أي أنه إذا تم إعادة توزيع الاستبيان على عينة أخرى من نفس المجتمع وبنفس حجم العينة الأولى فإنه بنسبة 74% ستكون النتائج متقاربة، بالإضافة إلى أنه صدق الاستبيان عالي جدا بنسبة 86% مما يعني أن العينة تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا

الخاتمة:

استهدف البحث دراسة دور القنوات الإخبارية الجزائرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام الطلابي حول القضايا السياسية الوطنية الراهنة، خاصة وأن الفترة الأخيرة التي شهدتها الجزائر أسفرت عن زخم من القضايا السياسية بشكل غير معهود في الطرح الإعلامي، الذي استغل هذا التدفق في الأخبار السياسية لإستمالة أكبر قدر من الجماهير المشاهدة لها، موظفة بذلك العديد من عناصر الجاذبية لتشد اهتمامات المتلقي عينة الدراسة، وفي ظل الظروف السياسية المحدثة برز دور الفئة الطلابية من مختلف المستويات للولوج على عالم السياسة بشكل كبير بل والمساهمة في القرار السياسي بشكل فاعل وواضح، ما جعل بحثنا يجمع بين هذه المتغيرات لدراسة الدور التأثيري على الطلبة ذوي الإهتمامات السياسية والمتابعين لقناة الشروق نيوز تحديدا خاصة مع الإنتشار الهائل للقنوات الفضائية المتخصصة في الجزائر بالموازات مع المواقع الإجتماعية التي أصبحت واقعا إجباريا (تحت مسمى صحافة المواطن) على الوسائل التقليدية وكذا على المتلقي، وقد دفع هذا، البحث عن الظروف واستكشاف المناخ العام الذي تعمل من خلاله قناة الشروق نيوز والتي ثبت من خلال استطلاعات الرأي العام أنها نالت اهتمام الجمهور الجزائري عينة الدراسة في الفترة الإنتقالية للجزائر وقد استهلت الدراسة بتحديد المشكلة البحثية وأهميتها واختيار المنهج الوصفي والمسح بالعينة لبحث جمهور قناة الشروق نيوز حول التأثيرات التي طالتهم جراء حجم المتابعة لقناة الشروق نيوز ورصد اتجاهاتهم حيال القضايا السياسية التي تهمهم وحيال القناة في نفس الوقت للوقوف عند مستويات التأثير وأنماط الإتجاهات لدى عينة الدراسة، كما حدد الأدوات المنهجية للبحث مثل صحيفة الإستبيان، إلى جانب التطرق إلى الاختبارات الاحصائية التي استندت إليها الدراسة في اختبار الفروض، والإجابة على التساؤلات.

النتائج العامة للدراسة:

أهم النتائج المتوصل إليها كالآتي:

1. نجحت قناة الشروق نيوز في أن تخط لنفسها نهجا إخباريا يحظى بالقبول لدى الطلبة الجامعيين عينة الدراسة، لاسيما أثناء الأزمة السياسية التي تزامنت مع إجراء هذه الدراسة، وقد استطاعت أن تجذب إليها جمهورا نشطا مؤهلا علميا لتقبل محتواها الاعلامي رغم الظروف الاعلامية الجديدة خاصة مع انتشار صحافة المواطن عبر الشبكات الاجتماعية الشخصية.

2. فيما يخص عادات المشاهدة أوضحت النتائج العامة أن اعتماد الطلبة عينة الدراسة على قناة الشروق نيوز كان بدرجة عالية تراوحت من ساعتين فأكثر بنسبة 68.5%، كما يشاهد أغلب أفراد العينة مع برامج قناة الشروق نيوز مع العائلة بنسبة قدرت بـ 65.1%، وكانت الفترات السهرة أي الفترة الليلية أكثر تفضيلا من طرف الطلبة عينة الدراسة بنسبة 58.7%.

- لقد فضل 49.5% من العينة البرامج الحوارية، ثم تليها النشرات الاخبارية بنسبة متقاربة مع الأخيرة قدرت بـ 41.6% وكانت المشاهدة بصفة منتظمة ودائمة بالنسبة لكلا البرنامجين. والدافع في مشاهدة هذه البرامج كان بهدف التحصيل السياسي بنسبة 51.1%.

- أما بالنسبة لاتجاه عينة الدراسة حول القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز كمضمون إعلامي فقد كان الاتجاه الإيجابي حيال عناصر الجاذبية التي توظفها قناة الشروق نيوز في عرض برامجها والمتمثلة في الموافقة بالأغلبية على: طريقة الحوار، شكل ومضمون البرامج الإخبارية، مواعيذ إذاعة البرامج، طريقة تقديم البرامج للقضايا السياسية محل الإهتمام، اللغة المستخدمة من طرف البرنامج، تناسب حجم الموضوع مع المدة الزمنية التي يعرض فيها البرنامج، تميز التغطية الإخبارية، المصدقية والشفافية في عرض ومناقشة القضايا السياسية أثناء الأزمة السياسية بحيث تجاوز الاتجاه الموجب الموافق على هذه العناصر عتبة 50%.

- كان الاتجاه الغالب لعينة الدراسة إيجابيا اتجاه احترافية البرامج الإخبارية بنسبة قدرت بـ 68.2%.

3. فيما يخص عرض قناة الشروق الإخبارية المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الوطنية وفق الأجندة السياسية للجمهور (عينة الدراسة) فقد أجاب الأغلبية بأن قناة الشروق نيوز تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة الإهتمام لدى عينة الدراسة بنسبة قدرت بـ 58.7% بحيث تفوقت نسبة الذكور 60.8% على الإناث 55.3%، كما أن نسبة طلبة الماستير قدرت بـ 64.3%. وقد كان الإتجاه إيجابيا حيا القضايا السياسية المعروضة في قناة الشروق نيوز واثبت الأغلبية متابعتها بتصدر قضية الفساد السياسي المشهد الإعلامي بنسبة قدرت بـ 40.6% من عينة الدراسة مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية في حجم التفضيل بين الذكور والإناث بحيث نالت قضية الإنتخابات الرئاسية 2019 إهتماما أغلبية الإناث بنسبة قدرت بـ 21.1%، وكذا اختلفت الأجندة وفق متغير المؤهل العلمي، وهم يعتقدون أن برامج قناة الشروق نيوز

تعكس الأطروحة الداعمة للقضية التي يفضلونها بنسبة قدرت بـ 54.1%، وقد إتفق الأغلبية بالإيجاب على موافقتهم وتحييدهم للطريقة التي عرضت بها القضية التي تمهم بنسبة 63.9%، لأنهم يفضلون المحتوى الإعلامي الذي يتفق مع جماعة الزملاء الجامعيين بنسبة 54.1%، ويفضلون المستضافين الذين يدعمون فكرة الشفافية والمصادقية بنسبة 67.5%، كما يجذبون الصورة الإعلامية التي تدعم القضية التي يجذبونها بنسبة 73%، ويميلون إلى رأي المحللين السياسيين في البرامج الحوارية أو النشرات الإخبارية الذي يدعمون قضيتهم بنسبة 66.3%، كما يرتاح أغلبية عينة الدراسة للمضامين التي تعزز الفكرة التي يتبناها بنسبة 76.7% ويؤيدون التغطية الإعلامية التي توضح بالتفصيل القضية التي يهتمون بها بنسبة 67.2%، إلا أن الأغلبية يرفضون أي محتوى إعلامي يدعم القضايا التي يرفضها عينة الدراسة بنسبة 53.8%. مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقا للنوع والمؤهل العلمي لإتجاهاتهم حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي تبثه قناة الشروق نيوز.

- كما كان الإتجاه إيجابيا فيما يخص أن الآراء السياسية المعرضة في قناة الشروق نيوز من خلال برامجها يتوافق مع محيط العينة محل الدراسة بنسبة 66.4%، بحيث تتفوق نسبة الإناث بـ 74.8%، والمؤهل العلمي طلبة ليسانس بنسبة قدرت بـ 75%، كما أشار 78.3% من الطلبة الجامعيين عينة الدراسة أن توافق هذه الآراء السياسية الخاصة بالقناة مع المحيط الطلابي الجامعي يساعدهم كثيرا في تدعيم رأيهم أو تغييره، وكانت هناك فروق إحصائية بين الذكور والإناث بتفوق نسبة الإناث 80.4% وطلبة الماستير بنسبة 80.9%، كما أكد 53.6% من الطلبة أنهم يغيرون رأيهم خوفا من التهميش وقد كانت نسبة الإناث أكثر من الذكور بنسبة قدرت بـ 61.3%، والطلبة الماستير بنسبة قدرت بـ 66.7%، وقد إتفق 23.8% على درجة مستحسن عن رضاهم عن قناة الشروق نيوز بتفوق نسبة الإناث 25.2%، وطلبة الدكتوراه بنسبة قدرت بـ 37.5%. عموما فقد كانت جل الإتجاهات إيجابية حول قناة الشروق نيوز والقضايا التي تبثها كمضمون إعلامي يوافق اهتمامات الجمهور.

4. وقد أشار البحث في إجابات الطلبة عينة الدراسة أن يعتمدون على قناة الشروق نيوز في إشباع حاجاتهم المعرفية السياسية خاصة في الفترة الإنتقالية للسياسية الجزائرية بنسبة قدرت بـ 49.85%، كما أنه توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض وترتيب الأجندة السياسية للجمهور عينة الدراسة بـ 75.4%، وقد أكد الأغلبية أن الذين يتعرضون لقناة الشروق نيوز أكثر من ساعتين كونوا صورة ذهنية إيجابية عن القضايا السياسية التي يهتمون بها .

- أما فيما يخص التأثيرات المعرفية فقد كانت درجة التأثير في تكوين لديهم المعلومات حول القضايا السياسية التي تمهم بنسبة قدرت بـ 54.1%، وكان 53.5% إدراكهم لطبيعة المشكلة السياسية الوطنية القائمة بشكل كبير، وكم وقد تعزز فهمهم 52% لقضايا الفساد بأنواعه بحيث كان التأثير أكبر على كثيري التعرض

بنسبة 34.9%، كما تعرف 69.7% على التحديات التي يواجهها الشعب الجزائري من داخل وخارج الوطن، وقد إتسعت معتقدات 54.1% من الطلبة عينة الدراسة حول الوضع السياسي والأحداث السياسية الوطنية، مما يؤكد وجود علائق ارتباطية بين حجم التعرض للقناة وارتفاع درجة التأثير المعرفي .

- أما فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية التي أحدثتها المتابعة المكثفة لقناة الشروق نيوز فقد كانت كالتالي: ازدياد حماس ما نسبته 47.7% للمشاركة السياسية الفاعلة في صنع القرار السياسي المستقل من بين 73.4% من المتأثرين كما شعر ما نسبته 50.5% بضرورة تغيير الذات كمنطلق لتغيير المجتمع ثم الوطن من بين 73.7%، كما زاد إحساس ما نسبته 39.1% ببعض الحرية غير المعهودة حول التعبير عن القضايا السياسية الحساسة من بين 63.6% من المتأثرين بشكل كبير من أفراد العينة، وقد كان التأثير على شعور 34.6% بالغضب ضد مسيبي الأوضاع السياسية الراهنة من 53.5% ممن زاد غضبهم حيال هذا، كما كان التأثير على شعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الإنتفاضة الشعبية بشكل كبير بنسبة قدرت بـ 50.5% من أصل 72.5% ممن تأثروا. وقد زاد تعاطف وألم 46.2% اتجاه الصور الإعلامية للمتضررين من الأوضاع السياسية للوطن من أصل 66.4% من المتأثرين، كان لشعور الخوف نصيب 36.4% من أصل 59%.

- كما كان للتأثيرات السلوكية دلالة إحصائية واضحة على عينة الدراسة، بحيث أجاب 43.1% من كثيفي التعرض أنهم عزفوا عن الإنتخابات لسنة 2019 من أصل 62.1%، كما ساهم بودية 41.3% من المتعرضين لأكثر من ساعتين لبرامج قناة الشروق نيوز في الحراك الوطني، وقد فعل 38.5% من أصل 57.5% من المتأثرين بشكل كبير مشاركتهم بتغطية الحراك وبعض الأحداث السياسية في إطار صحافة المواطن، كما تفاعل 48.3% من كثيري من أصل 67.9% من المتأثرين بشكل كبير مع أحد البرامج في القناة الفضائية أو على الصفحة الإلكترونية في الواب، وقد تشارك 42.2% من كثيفي التعرض مواقفهم من القضايا والأحداث السياسية على صفحاتهم في مواقع التواصل الإجتماعي، وقد ساعد 42.5% زملاءهم في اتخاذ القرار (الإيجابي أو السلبي) اتجاه المشاركة السياسية، هذا ما يثبت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين حجم التعرض لقناة الشروق نيوز وارتفاع درجة التأثير على المستوى السلوكي.

- كما لم تقتصر التأثيرات الخاصة بحجم التعرض على الإدراك والعاطفة والسلوك إنما تخللت من خلالها التأثيرات القيمية لعينة الدراسة، بحيث ارتفعت القيمة الحوار والنقاش بودية لدى 44.6%، من أصل 69.1% متأثر بشكل كبير، وقد زادت روح الإلتناء والمواطنة لدى 48.6% من أصل 63.6% من الموافقين على المتأثرين بهذه القيمة الإيجابية، كما وقد نجحت قناة الشروق نيوز في شحن الرأي الطلابي للتصدي للعنصرية والتعصب بنسبة 36.4% من أصل 56.6% من الموافقين على هذه القيمة، كما وقد زادت القناة محل الدراسة الشعور الجمعي بالإتحاد والتكاتف وخلق قيم الدعم والإستمرارية في محيط عينة الدراسة بنسبة 45% من أصل 65.1% من الموافقين على هذه القيمة الإيجابية. إضافة إلى قيمة السلمية

والمساواة ونبد العنف والتعصب والتمييز العنصري والتي تنبع كلها من القيم الدينية الخاصة بالمجتمع الجزائري المسلم، ومن خلال هذه النتائج تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض وارتفاع درجة التأثير على القيم في المجتمع الجزائري الذي تنتمي إليه العينة الدراسة.

وقد لوحظ من خلال نتائج الدراسة أن قناة الشروق نيوز ساهمت في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين عينة الدراسة اتجاه القضايا السياسية الوطنية الراهنة من خلال مساندتها وتعزيزها لإتجاهات العينة، من خلال اعتمادهم على القناة ليس فقط لإشباع حاجاتهم المعرفية إنما للتحقق منها، باعتبار ان القنوات الإخبارية تلتزم أكثر بأخلاقيات المهنة أثناء الأزمات إضافة إلى الإغراق المعلوماتي المنصب من الوسائط الإعلامية الحديثة المتمثلة الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وصحافة المواطن والتي تعتبر أقل مصداقية في الجزائر لأنها لا تخضع لقوانين محدثة حدثت هذه التقنيات، ويفضل الطلبة الجامعيين عينة الدراسة قناة الشروق نيوز لتناولها القضايا التي تهمهم وتبنيها الإتجاهات التي تتوافق معهم ومع النسق الذي يعيشون فيه باعتبار الكل الذي لا يمكن الانفصال عنه فيكون خوف التهميش منه في حالة ما إذا تعارضت مواقفهم معه، فيتعرضون لبرامجها بانتظام حد الادمان الذي من شأنه أن يحدث التأثيرات التي تنجر عن حجم مشاهدتهم للقناة، إبتداءً بالترفضيل إلى حد الإعتماد الكبير على الوسيلة والتماس التأثيرات الظاهرة على مستويات مختلفة بدءاً بالإدراك والتأثيرات المعرفية مروراً بالتأثيرات الوجدانية ووصولاً عند السلوك الذي يحمل جملة القيم التي خلقت سالفاً وتركزت عند تحقيق الفهم للرسائل السياسية التي قدمتها القناة الإخبارية، وتؤكد أنماط التعرض للقناة الإخبارية أن المتلقي يعتمد أكثر على الوسيلة وقت الصراع طبقاً للفرض الذي يؤكد أنه حينما يكون التغيير الإجتماعي والصراع مرتفعين، فإن الناس يجربون على إعادة تقييم آرائهم أو تعزيزها، وفي هذا الوقت يزيد اتكال الناس وتبعيتهم للوسيلة التي تحقق لهم أهدافهم المعرفية، موظفة عناصر لجذب اهتمام المتلقي في برامجها الإخبارية وخاصة برامج التوك شاو أو ما يدعى بالبرامج الإستعراضية عند محمد شطاح البرامج الإخبارية، وكذا النشرات الإخبارية التي تعتبر الإدمان الإعلامي لدى المهتمين بالسياسة والتحصيل السياسي، التي تجاوزت التأثير في الإعتماد إلى ترتيب الأجنحة من خلال عملها كرابط بين العوامل والمؤثرات الوسيطة سواء تمثلت هذه المؤثرات في النسق الإجتماعي للمتلقي أو الوسائل الإعلامية الوسيطة مثل المواقع التواصل الإجتماعي، وتكون العلاقة بين الجمهور والوسيلة الإعلامي والواقع علاقة ارتباطية قوية، إذ أن القضايا التي منحها الجمهور اهتماماً في المواقع الإجتماعية، بلورتها القناة الإخبارية الفضائية في تغطيتها الكبيرة لها، إلا أن وضع الأجنحة قد لا يحدث نفس التأثير وبنفس الطريقة على كل الافراد تبعاً للفروق الفردية سواء في النوع أو المؤهل العلمي والتي تحدد الصلة بين الفرد والمعلومة فكلما كانت الصلة كبيرة كان التأثير كبيراً، هذا ما يدعن الفرض القائل أن القناة الإخبارية تكون إتجاهات الطلبة من خلال ترتيب أجنحتهم، وهنا تثبت نظرية الأجنحة قدرتها على تفسير هذه الدراسة.

وبالتأكيد على القضايا السياسية التي تمّ المتلقي اثناء القيام بالدراسة والتي تزامن مع المرحلة الانتقالية للجزائر بحيث أصبحت من أكثر القضايا في السياق الاجتماعي قضية مصيرية، فحاولت الشروق نيوز الإنسجام مع اتجاهات الجمهور لا تغييرها من خلال طرح الأفكار التي تتوافق وانتقاءهم المعرفية للقضايا، وحاولت تعزيز تفكيرهم وأجندتهم التي باءت ظاهرة للعالم على برامجها التي اعتمدت أسلوب الاستعراض الإعلامي خاصة في البرامج الحوارية، لأنها تعلم أن تلك الحالة السياسية كانت ستحال إلى الاتصال الشخصي المجتمعاتي أو إلى وسائل الإعلام البديل مثل الشبكات الاجتماعية الالكترونية، إذن توظيف القناة لعناصر الحاذية ساعد كثيرا القناة كوسيلة اعلامية في اثباتها وجودها الاعلامي في محيط سياسي عرف شحا كبير في التغطية السياسية وكانت المصادقية في هذه المرحلة الممتدة من 2018 إلى نهاية 2019 أكثر ما استمال المتلقي إلى قناة الشروق نيوز بحيث اعتبرت مرجعا للتحقق من المعلومة الالكترونية أو الناتجة عن الاتصال الشخصي لكل فرد في محيطه الذي ينتمي إليه، فبهذا تحاول القناة الاخبارية تحقيق توافق كاف في المجتمع حول القضايا الجماهيرية مما يسمح باقامة حوارات ودية بين الرؤى المتعارضة وبهذا فإن الأجندة التوافقية تعتبر صمام الأمان للرأي العام والحكومة وكذا الوسيلة الاعلامية نفسها. إذن وبصفة مباشرة فإن الاعتماد على الوسيلة الإعلامية والأجندة يلتقيان في تحقيق المعرفة الجماهيرية، ونظرا لهذا فإنه يمكن الجزم (نسبيا) أن وضع الأجندة يتعلق بالمتغيرات محيطة بالجمهور عينة الدراسة الذي يتميز بانتماءه الكبير الى نسقه الاجتماعي من جهة وانتمائه الافتراضي الذي لا ينفصل كثيرا عن الواقع من جهة أخرى، باعتبار هذا الفرض من نظرية الاعتماد القائل ان الوسائل الاعلامية جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، فلا يكون استخدام هذه الوسائل بمعزل عن تأثير الأنظمة المتنوعة المحيطة بالفرد والوسيلة الاعلامية، وتكون علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام وأجزاء أخرى من الكيان الاجتماعي متكيفة مع التغير التكنولوجي الذي لا يمكن بأي حال من الأحوال تجاهله أو استبعاده من الدائرة التأثيرية لمجموعة الانساق التي ينتمي إليها الفرد.

وقد أشارت النتائج إلى مدى نشاط جمهور القناة الاخبارية الشروق نيوز من خلال اعتماده بشكل منتظم على برامجها الاخبارية التي تقدم المعرفة التي تتوافق مع اهتمامات المتلقي الذي يعتقد أنها مرجعية اثباتية لما يتلقاه من الأنساق والسياقات المعلوماتية المحيطة به، وخاصة فترة احتدام الصراع وإرادة التغيير السياسي من طرف الشعب، إذ استطاعت القناة تحقيق تأثيرات جوهرية على جمهورها عينة الدراسة باعتبار أن له مستوى عال يخوله أن يكون من الصفوة، تزداد حاجته المعرفية لادراك طبيعة الوضع الذي يعيشه من أجل إزاحة الغموض، على هذه القضايا الحساسة، او تحقيق الكفاية لفهم المعاني والأحداث وتحديد التفسيرات الممكنة لهذه الأحداث مما يساعد على تشكيل الاتجاهات الجديدة او تعزيز المتداولة اجتماعيا من خلال القناة الاخبارية كوسيلة معتمدة، وتزيد مساحة معتقداتهم من خلال تصنيفهم للقضايا التي تمهم أو التي تعكس الاهتمامات الرئيسة للأنشطة الاجتماعية، وتعكس القيم والمعتقدات التي يشترك فيها أفراد الجماعة والحفاظ

عليها، من خلال التعرض المكثف والمنتظم لمحتوى البرامج الإخبارية في القناة الفضائية الشروق نيوز، وهنا يكون قد تحقق الجزء الأول من جملة التأثيرات التي يحدثها الاعتماد على وسائل الاعلامية .

كما ثبت وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للوسائل الاعلامية وحدوث التأثيرات الوجدانية التي تتصل اتصالا وثيقا بالإدراك والمعرفة، بحيث بحيث تتشكل لدى المتلقي مجموعة من المشاعر والعواطف التي تتكون تجاه القضايا التي يعتقد أنها مهمة له او لمحيطه، بحيث يكون تعرضه الدائم والمنتظم للرسائل الاعلامية التي تتوافق مع مبتغاه المعرفي خاصة الرسائل السلبية تؤدي إلى إثارة نوع من الخوف والقلق فيظل الأوضاع السياسية التي تنبؤ بتدني المستوى المعيشي للمتلقي واختراق القيم التي نشأ عليها فالتغطية حول قضايا الفساد السياسي زادت من توتر الجمهور كون انها تخرج عن موروثه الثقافي الأصيل وقيمه الاسلامية التي تربى عليها، لكن وجود المتلقي في حالته الإجتماعية - سواء الحقيقية او الافتراضي - والتي تتوافق مع الطرح الاعلامي للقناة الفضائية الشروق نيوز يدعمه معنويا من من خلال خلق الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج للتصدي للقيم التي لا تعبر عن ثقافته أو انتماءاته السياسية، غلا أن هذين التأثيرين - المعرفي والوجداني - قد لا يقاسا بشكل دقيق إذا لم يتجسدا في سلوك معبر عنهما، فمن خلال نتائج هذه الدراسة توضح أن التعرض المكثف للوسائل الاعلامية في القناة الاخبارية قام بتفعيل نوعين من السلوك: النشاط والخامل، فقد ساعدت المعلومات المدركة من طرف المتلقي أن العزوف عن الانتخابات كسلوك خمل هو أسلوب تاديب للسلطة لتفادي إعادة التصرفات السياسية اللا قيمية وفق المنظومة الاجتماعية الجزائرية ورغم أنه سلوك سلمي إلا أنه يعتبر سلوكا ايجابيا من وجهة نظر المتلقي، كما لا ننكر وجود سلوكات ايجابية حركت النشاط الجمعي لجمهور القناة في اتخاذ مواقف سلوكية قيمة من خلال بعث الروح في الدعم والمساعدة على اتخاذ قرار المشاركة من خلال الحوار والمناقشة الودية بين أفراد المجتمع، وكذا من خلال تدعيم هذا السلوك إلكترونيا بحيث يشارك رأيه ويدعم رأي الجماعة الافتراضية التي ينتمي إليها في إطار صحافة المواطن التي تؤكد نشاط المتلقي من جهة وتأكيد تغيير الأدوار في خضم الزخم المعلوماتي وتغير البيئة الاعلامية في العالم والجزائر على وجه خاص، بحيث أصبح المواطن صحفيا افتراضيا ومن خلال تفعيل نشاطه في المواقع التواصلية الاجتماعية من خلال نشر كل أنماط الرسالة الاعلامية - النص، الصورة والصوت - بصفة متكاملة وان لم تكن محتفظة احترام القنوات الرسمية، ويتم هذا الأمر في نموذج اتصالي دائري من الجمهور إلى الاعلام الاجتماعي إلى الوسيلة التلفزيوني المتخصصة وهكذا في حلقة تأثيرية دائرية بين المتغيرات الثلاثة، وهنا تتحقق الفرضية الرابعة بوجود علاقة ارتباطية موجبة بين ارتفاع حجم التعرض مستويات التأثير على اتجاهات الجمهور عينة الدراسة. كما تثبت نظرية الاعتماد على قدرتها في تفسير مختلف مستويات التأثير المتعلق بكثافة التعرض ووقت التعرض المتعلق ب الحدث (الأزمة).

التوصيات والاقتراحات:

فتتلخص أهم التوصيات فيما يلي:

- ضرورة التفصيل في التعميمات التي تقدمها أدبيات نظريات الإعلام والاتصال، فالتدقيق في التأثيرات والمعرفية الوجدانية و السلوكية في نظرية التبعية لوسائل الاعلام قد تجاهل السلوك التقمصي الذي يقوم به المتلقي للمعلومة في ظل البيئة الاعلامية الجديدة داخل جماعته الحقيقية والإفتراضية.
- توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بالتأثير القيمي في ظل النسق الاعلامي الاجتماعي الجديد، الذي أجبر القنوات الاعلامية التقليدية تتبع التأطير الاعلامي الافتراضي للمعلومة .
- يتعين تحديث النظريات الاتصالية التي تفسر جملة التأثيرات الناتجة عن التبعية لوسائل الاعلام التقليدية بالموازاة مع الإفتراضية في ظل صحافة المواطن.
- يتعين اجراء تحديث دوري في استراتيجيات القناة الاخبارية المتخصصة وفقا للمعطيات التكنولوجية الحديثة، واحتياجات المتلقي ما بعد الحداثة.
- ضرورة البحث المكثف في التعرض الاستبدالي للجمهور في ظل وجود العديد من الخيارات التكنولوجية لوسائل الاعلام التي يستقي منها الخبر لتحري المصدقية الإعلامية للإغراق المعلوماتي لما بعد الحداثة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المعاجم والقواميس

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ج 13، 2010، ص 480.
2. خضير شعبان، مصطلحات الإعلام والاتصال، الجزائر، دار اللسان العربي، ط1، 1422هـ.
3. مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2014

ثانياً: الكتب باللغة العربية

أ. الكتب

1. إبراهيم الداقوقي، صورة الأتراك لدى العرب، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2001.
2. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1981.
3. إبراهيم عبده، الصحافة في الولايات المتحدة، سجل العرب، القاهرة، ب ط، 1961.
4. أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية، عالم الكتب، القاهرة، 1968.
5. أحمد النكلاوي، المدخل السسيولوجي للإعلام، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1974.
6. أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، دار قباء للنشر، القاهرة، 1998.
7. أحمد بن فضلان، رحلة بن فضلان إلى بلاد الترك والروس والصقالية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ب ط، 2003.
8. أحمد بهاء الدين، شرعية السلطة في العالم العربي، دار الشروق، القاهرة، 1984.
9. أحمد قران الزهراني، السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، فبراير 2015.
10. أديب حضور، مساهمة القنوات الفضائية العربية في صدر الغزو الثقافي الأجنبي، دراسة منشورة في القنوات الفضائية العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1998
11. أرمان ماتلر، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، علوم انسانية واجتماعية، المنظمة العربية للترجمة بيروت، ب ط، 2005.
12. أسماء الجيوشي، الرأي العام ووسائل الإعلام، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، ب ط، 2017.
13. إسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام: مبحث في القوة والإيديولوجية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1981.

14. أشرف قادوس، البرامج الإخبارية ورأي عام المراهقين نحو قضايا الأمن القومي، المكتب العربي للمعارف، مصر، ط1، 2016.
15. أشرف قادوس، البرامج الإخبارية ورأي عام المراهقين نحو قضايا الأمن القومي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1، 2016.
16. أمير سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات "رؤية اعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، أيترك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003.
17. انشراح الشال، إشكاليات البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1991.
18. انشراح الشال، بث وافد على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2.
19. إياد شاکر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، مصر، ب ت.
20. إياد شاکر البكري، حرب المحطات الفضائية عام 2000، دار الشروق للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 1999.
21. أيمن منصور وندا شيماء ذو الفقار، نظريات الرأي العام، المدينة برس، ط1، مصر، 2003.
22. أيمن منصور، الصورة الذهنية والإعلامية، عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، القاهرة، 2004.
23. باتكوفوتوفال، السبيراناتك والإعلام، ترجمة برهان العلق، دار الطليعة، د.ت، بيروت، ب ت.
24. باول لونك وتيم ويل، الإعلام وأثره على الجمهور، ترجمة: هدى عمر عبد الرحيم ونرمين عادل عبد الرحمن، الدار الدولية للنشر والتوزيع مصر، ط1، 2017.
25. بسيوني إبراهيم حمادة، دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1993.
26. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، د ت.
27. بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2007.
28. ت.أ. أونسكوسكوبلر، علم النفس الاجتماعي التجريبي، ترجمة: عبد الحميد صفوت إبراهيم، مطابع جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 1993.
29. التقرير الاستراتيجي العربي، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، 1999، ص165.
30. توماس ماكفيل، الإعلام الدولي النظريات والاتجاهات والملكية، ترجمة: حسني نصر، عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، ب ط، 2003.
31. ثريا البدوي، دور الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لدى الشعب المصري عن الأوربيين، القاهرة، 1995.
32. جبارة عطية، علم الاجتماع، القاهرة، دار الوفاء، 2001.

33. جلال عبد الله معوض، القيادة السياسية كأحد مداخل تحليل النظم السياسية في مجموعة باحثين: اتجاهات حديثة في علم السياسة، مركز البحوث والدراسات السياسية، القاهرة، 1987.
34. جمال السيد، أضواء على الحرب النفسية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1972.
35. جمال سلامة علي، الرأي العام بين الكلمة والمعتقد، دار النهضة العربية، مصر، ط1، 2010.
36. جوسلين نادر وطوني ميخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، مهارات، فلسطين، 2015.
37. جوفان دجورجفش، الرأي العام في النظام الاشتراكي، ترجمة صادق الأسود، منشورات قسم السياسة، جامعة بغداد، العراق، 1970.
38. جون كوريل، التلفزيون والمجتمع، ترجمة أديب حضور، المكتبة الاعلامية، دمشق، بط، 1999.
39. جيهان رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985.
40. حسن رضا النجار، علم المعلومات وتقنياته، بغداد كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، 2011.
41. حسن صعب، علم السياسة، دار العلم للملايين، بيروت، 1997.
42. حسن عماد المكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
43. حسن عماد مكاوي ومحمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000.
44. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، القاهرة، 2007.
45. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
46. حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة الفرص والتحديات الواقع والطموحات، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010.
47. حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، لبنان، ط1، 2015.
48. حلیم بركات، المجتمع العربي في القرن العشرين: بحث في تغير الأحوال والعلاقات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
49. خالد أبو سمرة، سيكولوجية الرأي العام، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ب ط، 2011.
50. خالد محمد غازي، الطوفان مابعد العولمة (صناعة الإعلام وتحول السلطة)، وكالة الصحافة العربية، 2011.
51. دينا محسن محمود عبده، الاتجاهات العامة للمصالح الإقليمية لإيران في المنطقة العربية دراسة مقارنة سوريا واليمن من 2011-2016، المركز الديمقراطي العربي، 2018.

52. دينس ماكويل وسيفين ويندول، أنماط الاعلام لأغراض دراسة الاتصال الجماهيري، ترجمة محمد حسن، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1989.
53. ذو الفقار زغيب شيماء، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004.
54. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، بيروت، 2004.
55. رفيق سكري، مدخل في الرأي العام والدعاية، بروس-برس، طرابلس، لبنان، الأردن، ب ت.
56. زكي حسين الوردى، وعامر إبراهيم، الاتصالات، مطابع التعليم العالي، جامعة البصرة، ب ط، 1999.
57. سابرينا إلينا، بين الإنسان والآلة: السيبرتاتك في داخلنا، ترجمة صبحي أبو السعد، دار الكاتب العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 1986.
58. سامي الشريف وأيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية المفاهيم: الأسس، التطبيقات، كلية الاعلام، مصر، 2004.
59. سامي الشريف، الفضائيات العربية "رؤية نقدية"، دار النهضة العربية، القاهرة، ب ط، 2004.
60. سامي عزيز، الصحافة مسؤولية وسلطة، سلسلة المكتبة الصحفية، دار التعاون، القاهرة، ط1، 1981.
61. سامية عبد اللاوي، الرأي العام وتأثيره على النظام السياسي الجزائري نموذجاً، دار الكتاب الجامعي، بيروت، ط1، 2015.
62. ستيفن إينيزلايز وآخرون، لعبة وسائط الاعلام، السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة: شحدة فارح، دار البشير، ط1، عمان، 1999.
63. سحر محمد وهبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1996.
64. سعد حامد عبد العزيز قاسم، أثر الرأي العام على أداء السلطات العامة، دار النهضة، ب ط، مصر، 1996.
65. سعيد مبارك، التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، دار الهلال، بيروت، ط1، 2008.
66. سمير حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتاب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1984.
67. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
68. سمير محمد حسين، بحوث الإعلامدراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1995.
69. سهير جاد وسامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
70. سوزان يوسف القليني، الإتصال ووسائله ونظرياته، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2007.

71. السيد عليوة، استراتيجية الإعلام العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1990.
72. السيد عليوة، تنمية المهارات في العلاقات العامة في ظروف المنافسة، ابتراك للنشر، القاهرة، 2001.
73. السيد ياسين، الوعي القومي المعاصر، أزمة الثقافة السياسية العربية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، القاهرة، 1991.
74. شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، ب ت.
75. صادق الأسود، الرأي العام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد، 1991.
76. صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي: أسسه وأبعاده، مطابع الموصل، الموصل، 1986.
77. صالح أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ط5، عمان، 2006، ص 162.
78. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1999.
79. صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للنشر والتوزيع، دمشق، 1995.
80. صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي تحليل المضمون والتأثير في النخبة في الرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2013.
81. صباح ياسين، الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام، مركز دراسات الوحدة العربية، 2013.
82. طاهر علاء، مدرسة فرانكفورت من هوركايمر إلى هابرماس، مركز الإنماء القومي، بيروت، 1980.
83. طلعت همام، سين وجيم عن مناهج البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، عمان الأردن، ط1، 1984.
84. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، مصر، 2011.
85. عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، دار الإيمان للطباعة والنشر، القاهرة، 2000.
86. عاطف عدلي العبد، الشائعات والرأي العام، دراسة تاريخية وتحليلية، ب ط، القاهرة، 1989.
87. عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، ط1، القاهرة، 2006.
88. عاطف عدلي العبد، محاضرات في الشائعات: الأسس النظرية والتطبيقات العملية، ب ن، وزارة الإعلام، مسقط، 1996.
89. عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام "الأسس النظرية والأساسية العربية"، القاهرة، دار الفكر العربي، 1999.

90. عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلان والرأي العام "الأسس العلمية وتطبيقات العربية"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
91. عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات (دراسة في ترتيب الأولويات)، دار الفكر العربي للتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2008.
92. عايد فضل الشعراوي، الإعلان والعلاقات العامة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 2006.
93. عبد الباسط سليمان، تقدم فيصل الياسري، عولمت القنوات الفضائية، الدار الثقافية للنشر، ب ط، القاهرة، 2005.
94. عبد الحميد حيفري، التلفزيون الجزائري واقع و آفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1958.
95. عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، دار القومية العربية للطباعة والنشر، ب ط، القاهرة، 2003.
96. عبد الرحمن عزي، دراسة في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط2، 2009.
97. عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، دار الأصدقاء للطباعة والنشر، المنصورة، 2001.
98. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1974.
99. عبد اللطيف محمد خليفة، علم النفس السياسي والرأي العام، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
100. عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي، مؤسسة سلطان بن علي العويس الثقافية، ط2، دبي، 2007.
101. عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، الإسكندرية، 2006.
102. عبد المنعم المشاط، التنمية السياسية في العالم الثالث: نظريات وقضايا، مؤسسة العين للنشر والتوزيع، العين، الإمارات العربية المتحدة، 1988.
103. العربي بوعمامة، الانساق الافتراضية الجديدة مدخل سوسولوجي، الفا للوثائق، مستغانم، 2019.
104. عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
105. عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكتاني للنشر والتوزيع، أربد، الأردن، ط4، 2003.
106. علي الدين هلال، صورة الأوروبي في الإعلام العربي، القاهرة، 1997.
107. علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، الدار القومية العربية للثقافة والنشر، القاهرة، 1999.

108. عماد الفقي، الدستور الحالة المصرية أسئلة وإجابات في ضوء الدساتير المقارنة، المنظمة العربية لحقوق الإنسان، 2012.
109. فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، 1986.
110. فاروق أنيس جرار، الرسالة... والصورة، وزارة الثقافة الأردنية، الاردن، ب ط، 2001.
111. فاضل حنا، التلفزيون ماله وعليه ومدى تأثيره في الأطفال في الأطفال، مؤسسة الرسالة، القاهرة، 2002.
112. فتحي الظاهر وعلي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، دار غيداء للنشر، العراق، 2003 .
113. فرانسيس بال وجيرار إيميري، وسائط الإعلام الجديدة، ترجمة فريد أنطونيوس، عويدات للنشر والطباعة، ب ط، 2001.
114. فرانسيس فوكوياما، نهاية التاريخ، ترجمة حسين الشيخ، دار العلوم العربية، بيروت، 1993.
115. فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، ط1، لبنان، 2002.
116. فؤاد دباب، الرأي العام وطرق قياسه، مطابع الدار القومية، القاهرة، 1962.
117. القاضي سالم رمضان الموسوي، جرائم القذف والسب عبر القنوات الفضائية، دراسة مقارنة معززة بتطبيقات قضائية، مطبعة الصباح القانونية، ط1، دمشق، 2010.
118. كاي حافظ، فيليب سيب، القنوات الفضائية العربية دور الشبكات الإخبارية العابرة للحدود في التحول السياسي، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، ط1، القاهرة، 2011.
119. كرم شلي، الإعلام والدعاية في حرب الخليج وثائق من غرف العمليات، مكتبة التراث الاسلامي، القاهرة، 1992.
120. لارزلانديسين، الانطولوجيا المشروطة في التلفزيون في نظرية التلفزيون، ترجمة أديب حضور، المكتبة الاعلامية، ط1، دمشق، 2000.
121. ماتلار، أرمان، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت، 2005.
122. مجموعة مؤلفين، الثورة المعلومات والاتصال وتأثيرها في الدول والمجتمع بالعالم العربي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، أبو ظبي، ب ت.
123. محفوظ أحمد جودة، العلاقات العامة، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2007.
124. محمد المعوض وياسين الياسين، دراسة إعلامية، ذات السلاسل، الكويت، 1995.
125. محمد آيت موحى، عبد اللطيف الفاربي، القيم والمواقف، بيداغوجيا المجال الوجداني، الرباط، الشركة المغربية للطباعة والنشر، ط1، دس.

126. محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد: دراسات نقدية في الاعلام المعاصر، مركز دراسات الوحدة العربية، ب ط، 2008.
127. محمد حمدان المصالحه، الاتصال السياسي مقرب نظري تطبيقي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
128. محمد عبد الباقي الهرماسي، المجتمع والدولة في المغرب العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1987.
129. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2000.
130. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام والاتصال اتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.
131. محمد عبد الرزاق إبراهيم وهاني محمد يونس موسى، القيم لدى شباب الجامعة في مصر ومتغيرات القرن الحادي والعشرين، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، 2003.
132. محمد عبد الله أبو علي، دراسات في علم الاجتماع القانوني والسياسي، دار المعارف، القاهرة، 1975.
133. محمد علي العويني، الإعلام السياسي العربي المعاصر، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1985 .
134. محمد علي العويني، الراديو والتنمية السياسية، عالم الكتاب، القاهرة، 1981.
135. محمد علي العويني، العلوم السياسية: دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 1966.
136. محمد علي العويني، دراسات في الإعلام الحديث، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1986.
137. محمد علي شومان، دور الإعلام المصري في تكوين الرأي العام، دراسات المركز القومي للبحوث الاجتماعية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مصر، 1994.
138. محمد علي محمد، العلوم السياسية، دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 1988.
139. محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة (دور وسائل الاتصال الإلكتروني في المجتمع المعاصر) التلفزيون والإنترنت الحاسبات الإلكترونية، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة لنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
140. محمد مصالحة، دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي السلسلة الإعلامية، بغداد، 1984.
141. محمد مصطفى الفولي، السيبرنتية في الإنسان والمجتمع والتكنولوجيا، الكتبه الثقافية، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، 1971.
142. محمد معوض نصر، أخبار التلفزيون، بحوث ودراسات تلفزيونية 10، المملكة العربية السعودية، 1984.
143. محمد معوض نصر، أخبار التلفزيون، تلفزيون الخليج، الرياض، 1984.
144. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ط، 2007.
145. محمد نصر الهنا، الوجيز في مناهج البحوث السياسية والإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 1999.

146. محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، دار الوفاء للنشر، القاهرة، ط1، 2007 .
147. محمد وفائي، الاتصال وقياس فعاليته ضمن برنامج التدريب القومي للاتصال الشخصي في دعم نشاطات السكان وتنظيم الأسر، القاهرة، المجلس القومي للسكان بالتعاون مع اليونيسكو، د ت .
148. محمود أحمد عبد الغني، دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي (دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية في الفترة من 1/1/1982 إلى 31/12/1986، جامعة أسيوط، كلية الآداب بسوهاج، قسم الصحافة، مصر، 1990 .
149. محمود متولي، لطفي عبد القادر، الإعلام وحرية المجتمع في موكب التاريخ، مكتبة نخضة الشرق، القاهرة، 1978 .
150. محي الدين عبد الحليم، الاتصال بالجماهير والرأي العام، والاصول والفنون، 1993 .
151. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار المعارف، ب ط، مصر، 1974 .
152. مختار تهامي وآخرون، الرأي العام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، ط1، 2000 .
153. مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2011 .
154. المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، سيكولوجية الشائعات في المجتمع المصري، بط، القاهرة، 1982 .
155. مصطفى مجاهدي، برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، شباب مدينة وهران نموذجاً، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2011 .
156. ملفين ل. ديفليير وساندرا بول. روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستشارات الثقافية، ط5، القاهرة، 2004 .
157. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012 .
158. منير حجاب، مبادئ الإعلام الإسلامي، الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1982 .
159. موريس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004 .
160. موريس دوفرجه، في الدكتاتورية، ترجمة هشام متولي، منشورات عويدات، بيروت، 1977 .
161. مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية الفضائية والحرب الإعلامية، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2005 .
162. مي العبدالله، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2006 .
163. ميرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006 .

164. ميلفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1999.
165. ناصر سليمان العمر، البث المباشر حقائق وأرقام، دار الوطن، الرياض، ط1، 2008.
166. نبيل علي، تحديات عصر المعلومات القاهرة، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003.
167. نسمة أحمد البطريق، التلفزيون والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ب ط، 1999.
168. نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب، دراسة ميدانية، دار الهدى، ط1، الجزائر، 2005.
169. نخود القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، ط2، 2013.
170. نهي عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2007.
171. نهي عاطف عدلي العبد، الاعلام والمجتمع، والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
172. هالة إسماعيل بغداددي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح دراسة ميدانية مقارنة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2009.
173. هالة إسماعيل بغداددي، القنوات الفضائية الإخبارية ودورها في ترتيب الأجندة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ب ط، 2009.
174. هاني الرضا، الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 1998.
175. هناء السعيد، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2005.
176. ورد في جان ستوتزل، آلان جيرار، استطلاع الرأي العام، ترجمة عيسى عصفور، منشورات عويدات، بيروت، 1975.
177. وليدة حدادي، التلفزيون والتنشئة السياسية، دراسة ميدانية، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2017.

ب. المذكرات والرسائل الجامعية:

1. أحمد علي الشعراوي، صورة الولايات المتحدة في التغطية الصحفية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
2. أمال كمال طه، صورة العراق في التغطية العربية والغربية في التسعينات، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.

3. أماني محمد قنديل، نظام الاتصال وعملية التنمية السياسية في الدول النامية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1980.
4. تيطاوي الحاج، جمهور وسائل الاعلام في عصر العولمة وواقع مشاهدة القنوات الفضائية في الجزائر، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال، الجزائر، 03، 2002.
5. راجية أحمد قنديل، صورة إسرائيل في الصحافة المصرية أعوام 1972، 1974، 1978، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1981.
6. رحيم مزيد، القيم الإخبارية في نشرات الأخبار التي تبثها قناة الجزيرة، رسالة دكتوراه، 2001.
7. سالم القحطاني، أثر القنوات على النشء، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الخرطوم، السودان، 2008.
8. سعيد أمين إبراهيم سراج، الرأي العام مقوماته وأقره في النظم السياسية المعاصرة، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1978.
9. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.
10. سناء محمد الحسن، القنوات الفضائية العربية الإخبارية ودورها في ترتيب الأجندة السياسية، بحث مقدم للحصول على درجة الدكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017.
11. عبد الله بوجللال، مشرف، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري: دراسة نظرية وميدانية، عين مليلة، دار الهدى، الجزائر، 2000 .
12. فرحي فيصل، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الاقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين، أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 3، 2013.
13. ليلي بن برغوث، الإعلام المرئي والمشاركة السياسية. تحليل سيمولوجي لخطابات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2012.
14. محمد حسين علوان، تفضيلات الجمهور العراقي لبرامج ومواد القنوات الإخبارية العربية دراسة ميدانية لقناة الجزيرة العربية الإخبارية، دراسة منشورة، كلية الاعلام، جامعة واسط، العراق، 2014
15. مسعود عز الدين، الرأي العام في النظام السياسي الاسلامي والنظام الديمقراطي الغربي، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، كلية العلوم الاجتماعية والاسلامية، قسم الشريعة، الجزائر، 2008.

16. مصطفى مجاهدي، برامج التلفزيون الفضائي وتأثيره في الجمهور، سلسلة أطروحات الدكتوراه، شباب مدينة وهران نموذجاً، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2011.
17. منال كبور، الفضائيات الإخبارية واتجاهات الأستاذ الجامعي الجزائري حيال عملية السلام مع إسرائيل أساتذة جامعة باتنة أنموذجاً، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، الجزائر، 2010/2009.
18. نجلاء عبدالحاميد فهمي جمال، دوافع استخدام الصفة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة والاشباع المتحققة لهم، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006.
19. نشوى حسنين الشلقاني، دورة قناة النيل في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
20. نعيمة موكس، تأثير التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية القنوات الخاصة الجزائرية نموذجاً، مذكرة ماجستير، تخصص سينما وتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة، قسم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2014.
21. نهي عاطف عدلي العبد، دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في تركيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية العربية و الدولية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
22. وائل ماهر قنديل، صورة الخطاب الصحفي لمراسلي الصحف ووكالات الأنباء العربية العاملة في مصر خلال الفترة (1990 - 1996)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.
23. ياسر محبوب، دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام الإقليمي (دراسة مقارنة) قناة الجزيرة والمنار أنموذجاً، رسالة دكتوراه 2008.
24. ياسر محبوب محمد الحسين، دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام الإقليمي "دراسة مقارنة بالتطبيق على قناتي الجزيرة والمنار"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة أمدرمان، الإسلامية، الخرطوم، 2008.

ج. المجالات:

1. إحسان رمضان السمرائي، الفضائيات الإخبارية ودورها في توجيه الرأي العام سياسياً، مجلة دراسات في الإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2019.
2. بدران عبد الرزاق، التلفزيون وسيكولوجية الفرد، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة بحوث، العدد 18، بغداد، 1986.

3. بسيوني إبراهيم حمادة، الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، مصر، 1998.
4. تركي بن خالد الظفيري، الفضائيات العربية التنصيرية، مجلة البيان، العدد78، الرياض، 2007.
5. خيرى عبد الرزاق جاسم، الرأي العام والمشاركة السياسية ودورها في تعزيز الديمقراطية، مجلة العلوم السياسية جامعة بغداد، العدد35، العراق.
6. رشا عويس، أباطرة الاعلام العربي يصيغون مستقبل العرب وينحتون الاعلام الحكومي، مجلة فوريس الأمريكية، النسخة العربية، تحقيق صحفي نشره بتصرف موقع العربية نت، www.afarabiya.net، 24 يناير 2005 .
7. سلام نصر الدين محمد، إتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات المتخصصة ودورها في تنمية القدرات المعرفية لديهم دراسة وصفية مسحية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد27، جامعة بغداد، العراق، 2015 .
8. سمير بلوك باشي، الإعلام العربي المعاصر، بين الإعلان والإعلاء، مجلة أوربا والعرب، العدد 182، مارس 2000.
9. عصام سليمان الموسى، الفضائيات العربية.. إلى أين؟، مجلة المشرق الإعلامي، العدد20، أبريل، الأردن، 1999.
10. العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في الوطن العربي، عالم الفكر، المجلد الثالث والعشرون، العددان الأول والثاني، يوليو/سبتمبر-أكتوبر/ديسمبر1994.
11. علي أحمد المعماري، القنوات الإخبارية وعلاقتها بالتنمية السياسية لدى الأساتذة الجامعيين، مجلة تكريت، العلوم القانونية والسياسية، العدد10، المجلد3، المجلد3، السنة2003.
12. علي حميد العبيدي، القنوات الفضائية ومبدأ السيادة في العصر الحديث، مجلة كلية الحقوق، مجلد14، العدد04، جامعة النهدين، بغداد، 2015.
13. عمار طاهر وشريف سعيد، اعتماد جمهور مدينة بغداد على نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية كمصدر للمعلومات، مقال منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد62، 2014.
14. قوي بوحنية، التلفزيون الجزائري في ظل غياب فتح القطاع وسيادة منطق الخدمة العمومية، مجلة اتحاد الاذاعات العربية، العدد02، تونس، جويلية 2011.
15. مجموعة من الباحثين، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، مجلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد42، تونس، 1998.
16. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
17. محمود يوسف، دور العلاقات العامة في الحملات الانتخابية، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد3، مصر، 2000.

18. مظفر مندوب العزاوي، تحديات عولمة الإعلام وسبل المواجهة، الباحث، مجلة كلية الاعلام، العدد 02، جامعة بغداد، جوان 2006.
19. ورد في ثامر كامل محمد، إشكاليات الشرعية والمشاركة وحقوق الإنسان في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد 251، كانون الثاني، بيروت، يناير 2000.
20. وليام، ريفرز وآخرون، علاقة التأثير الاجتماعي بوسائل الاتصال الجماهيري، الحوار المتمدن، العدد 3075.
- د. الملتقيات والندوات:

1. بوموس فوزية، محاضرات في مقياس الإحصاء الوصفي والإستدلالي، المركز الجامعي نور البشير، البيض، 2018.
2. حسن عماد مكايوي، ليلي حسين السيد، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر: استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية، دراسة مسحية في أعمال المؤتمر الدولي العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.
3. حسين اسماعيل عبيد، الفضائيات واثرها على الاسرة والمجتمع، الرؤى الراهنة والتحديات المستقبلية، مداخلة سوسيولوجية، دت.
4. رباب رأفت الجمال، دور الصحف المستقلة في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا الفساد، دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي التاسع، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2003.
5. لبيتز شولتز، أخطاء ومنافع وسائط الاعلام السمعية البصرية على الاعلام الثقافي، محاضرة قدمت للملتقى التاسع عشر للفكر الاسلامي حول الغزو الثقافي، الأصالة، 1985.
6. الملتقى التاسع عشر للفكر الاسلامي الذي نظمته الشؤون الدينية حول الغزو الثقافي ببحاية، سنة 1985.
- هـ. منشورات:

1. الجزائر متخلفة في استخدام التكنولوجيا الحديثة، جريدة الخبر، الجزائر، 2008/07/21.
2. خيرى عبد الرزاق جاسم، الوحدة الوطنية والمشاركة السياسية، جريدة الوطن، العدد 48، شباط، 2004.
3. السياسة الإعلامية، دراسات وتوصيات، الجزء الأول (سلسلة دراسات تصدرها المجالس القومية المتخصصة، 29، د.ت).
4. ليلي بوزيدي، يومية الفجر الجزائرية، الجزائر، 2011/12/24.
5. منشورات وزارة الاعلام، وثائق تشريعية، الجزائر، 1991.
6. المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية لحزب جبهة التحرير الوطني، لجنة الإعلام والثقافة، مطبوعات الحزب، الجزائر، 1989.

و. المواقع الالكترونية:

1. إبراهيم الإبراهيمي، مقابلة مسجلة لموقع الإذاعة الوطنية، الأحد 10 ماي 2011، www.radioalgerie.dz.
2. أحمد عظيمي، ندوة لمركز الدراسات الاستراتيجية، www.akhbarelyoum.dz.
3. سليم جداي، البراغمة في السياسة العالمية وأزمة الولاءات العربية، <http://alantologia.com/blogs/37242>، يوم 2021/04/8، على الساعة 00.05.
4. صوت الأحرار، جريدة الوطن، الخميس 2012/05/02. www.sawt-alahrar.net.
5. فؤاد إبراهيم، صناعة البيئة الثقافية للخوف، <https://www.philadelphia.edu.jo/arts/11th/papers/4.doc>.
6. محمد شطاح، قيم العنف في الإعلام الاستعراضي، سكيكدة - http://dpub.univ-skikda.dz/doc_site/revues_SH/article22.pdf.
7. موقع قناة المجد على الأنترنت، www.majd.tv.com.
8. يصل غرايبة، دور الفضائيات في تشكيل الإتجاهات السياسية للنقابات، <http://alrai.com/article/781393.html>، أبريل 2016.

هـ. اللوائح والقوانين

1. قانون الإعلام 1982، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
2. الميثاق الوطني 1976

ثالثا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Alexis S.Tan, **Mass communication Theories and Research**, 3rd.ed, (U.S.A: Crid publishing, 1985).
2. ALLPORT.G.W, **Attitudes in hand book of social sychology**, New York, 1983.
3. Austin Ranny, **Channels of Power: The Impact of Television on American Politics**, New York: INS Publishers, Basic Books, 1983.
4. BadranA.R.Badran, **Press-Government Relation in Jordan: A Case Study**, Journalism Quarterly, Summer1989.
5. Bailey, **The man in the street, the impct of American public opinionon foreign policy**, 1964.
6. Becker .L .B, **reflecting on Metaphors, communication yearbook**, vol 14, 1997.
7. Belkacem Ahcene-Djaballah, **La Télévision et son public: Etude**, Le Quotidiend'Oran, 30/06/2008.

8. Belkacem Mostefaoui, **La Télévision r française au Maghreb, Structures, stratégies et enjeux**, Paris, L'Harmattan, 1995.
9. Bernard Voyenne, **La Pessedans la société contemporaine**, Paris, Librairie Colin, 1962.
10. Blder, **The information machine**, 1968.
11. Chris Berker, **Global Television, an introduction**, USA, Lawa University Press, 1999.
12. Colin Seymour-Ure, **the Political Impact of Mass Media**, Communication and Sosity, London: Constable, Beverly Hills. Calif: Sage Publication, 1974.
13. Dan Chen, **safety valve releasin public anger: the effects of critical television news on public opinion in china**, one alpha drive, chend@etown. Edu, china, 2013.
14. David Demers, **Issueobtruvivemess And Agenda siting effects of communication research**, Vol 6, 1989.
15. Denir Mequal, **Mass CommunicationTtheory, Anintroduction**, London, Sage, publication, 1984.
16. Dennis McQueen, Seven Windfall, **Communication Mode: For The Study of communication**, 2nd, New York, longman, 1995.
17. Deutsch, **the Nerves of Governmeni: Model of Political Communication and Control**.
18. Donald F. Roberts, **The Nature of Communication**, in, Wilbur Schramm and Donald F. Roberts **The Process and Effects of Mass Communication** Urbana, Chicago, University of Illinois, 1965.
19. Donald Kinder & David Sear, **Public Opinion and Political Action in the Handbook of Social Psychology**, Vol 2, Ed, 1985.
20. Donald M Mackay, **Information, Mechanism and Meaing The m.i.t Press Mass Achusetts**, 1972.
21. Drutsch, **the Nerves of Governru: Model of Political Communication and Control**.
22. Elisabeth Bâton-Hervé, **Télévision, enfanceparentale**, Union National des Allocation Familiales, 12 février 2004.
23. Everett M. Rogers, **Communication and Development, The Passing of Dominant Paradigm**, Communication Research, 1976.
24. Festinger, **Behavioral support for opinion change**, in RICHARDSON **Dimensions of communication**, 1969.

25. Fischer Merrill, **International communication, 1970, LAZARSELD? The probnosis communication research, in public Opinion Querterly, Vol, 1953.**
26. Fouad Bouguetta, **Société de l'information, transition démocratique et développement, l'Algérie,** Alger, Office des Publications Universitaires, OPU, 2007.
27. François Chevaldonné, **Discoursur la modernitéet la communication inégale: Un siècle d'audiovisuel en Algérie (1895-1995),** Tiers-Monde, no.146, avril-juin 1996.
28. François Chevaldonné, **La Communication inégale, L'Accès aux medias dans les campagnesalgérienne,** Paris, Centre National de la Recherche Scientifique «CNRS», 1981
29. Gabriel Abraham Almond and James S. Coleman, Eds, **The Politics of the Devloping Areas;** Princeton, N, J, Princeton University Press, 1960.
30. Gabriel Abraham Almond and G, **Bingham Powell, Comparative Politics, A Devlopmental Approach, TheLittle. Brown Series in Comparative Politics, an Analytic Study** Boston, Little, Brown and Company, 1966.
31. Gardner Lindzey & Elliot Aronson, **Reading MA/Addisson-Wesley.**
32. HarWook L. Childs, **Introduction to Public Opinion New:** John Wiley & Sons Inc 1940.
33. Herbert I. Schiller, **Communication & Cultural Dmination;** New York, International Ar to & sciences Inc, 1976.
34. Hervé collet, **communiquer pourquoi, comment, Le Guide de la communication sociale,** paris, 7 Cridec, 2004.
35. Hrold Dwight Lasswil, **Communication Research and Public, Opinion Quarterly,** 1972.
36. Jack M. Mcloed lee Back and James .E. Byress, **Another Look at the Agenda setting Function of the press Communication research.**Vol No, 2 April, 1974.
37. James C. Stause, **the Mass Media, Ppublic Opinion and Public Analysis Linkage Explorations** Columbus, Merrill Publishing Company, 1975.
38. Jay G, Blumler and Michael Gurevitch, **Toward a Comparative Framework for Political Communication Reserch, in: Steven Henry Chalfee, Ed, Poltical Communication; Issues and Strategies for Research,** Beverly Hills, Calif: Sage Publications, 1975.
39. Jean Gazeneuve, **L'Hommetéléspectateur,** Paris, Edition Denoël, 1974.

40. Jean-JucMichel, **Théories de la communication**, reso 0751-7971-200-num-18-100-2237-source: Accessed: 10/1/2010.
41. JianHua Zhu, **Issue competition and attention distraction, Azero-Sum theory of Agenda setting Journalism quarterly**. Vol 69 No4, 1992.
42. John Zaller Information, **Values, And Opinion"**, **American Political Science Review**, vol 85, No 4. 1991.
43. John Zaller, **the Nature and Origins of Mass Opinion**, London: Cambridge University Press, 1992.
44. Josef A David, **Communication concept and devortprocess**, 3thed, New Jersy, 1981.
45. Karl W.Deutsch, **Social Mobilization and Political Development and social chang**, New York, John Wily & Sons, Inc, 1968.
46. Kensichi Linda jean, **the modern environment movement**, public opinion, media coverage and the importance of visual information. In Egyptian journal of public opinion research, vol1, no.40, Dec 2000.
47. Look: DeanT.Jamison& Emile G.MeAnancy, **Radiofor Education and Development**, London: Sage publications Ltd, 1978.
48. Lotfi Madani, **Les Télévisions étrangères par satellite en Algérie: Formation des audiences et des usages**, Revue Tiers Monde, no 146, avril-juin 1996.
49. Luiz Erbring Edie N. Gldenberg, **Arthur H.Miiler,free pages news real world cues.A new look at agenda**, setting by media, American Journal of political science, 1998 .
50. M. Abassa, **Rapport de sondage national ENTV**, Mené entre avril et juin2007.
51. M. DeFleur. S.Ball-Rokeach, **The ories of mass communication**, 3rd Ed, New York, David McKay Company, Inc. 1975.
52. Madani Lotfi, **L'antenneparabolique en Algérie entre dominations etrésistances**, dans, La Mondialisation des medias contre la centre, Tiers-monde et audiovisuel sans frontières, édite par Tristan Mattelart, Bruxelles, De Boeck, 2002.
53. Madani Lotfi, **Modalitéset usages da la réceptiontélévisée par satellite en Algérie**.
54. Michael Butzer& Lionel Marquitz (200) , **Public Opinion Formation in swiss Federal Votes**, Pqper Presented for the ECPR Joint Session of zorkshops. DoCompaigns Matter? 14-19 april 2000, Copenhagen.
55. Miller Katherine, **Communication theories, perspectives, processes and contexts**, use McGraw hill, 2002.

56. Miller, J. D., **The impact of the Challenger Accident On public Attitudes Toward The Space program**
57. Mohamed Wafai, **Senators, Television Visibility and Political Legitimacy**, Journalism Quarterly, Summer 1989.
58. Mohammed Abassa, **Ciel les satellites**, Révolution africaine, novembre 1987.
59. Mohammed El Nawawy & Adel Eskander, **Aljazeera: How the Free Arab News Networks Scooped the Word and Changed the Middle East** West view press. 2001.
60. Norbert Wiener, **Cybernetic**, Cambridge, Mass: MIT Press, 1948.
61. Norbert Wiener, **the Human Use of Human Beings**, Cybernetics and Society, New York: Doubleday Company, 1950.
62. Nouria Benghabrit-Remaoun, dit, **Enquête nationale en Algérie: Femmes et intégration socio-économique, Initiée par le ministère délégué à la famille, la femme et la promotion de l'enfance, réalisée par le centre Nationale de Recherche en Anthropologie Sociale et Culturelle**, CRASC, Octobre, 2006.
63. Office National des Statistique (ONS). <http://www.ons.dz>.
64. Otiosroth, **Die Unek un NteK un tKultumacht Berlinc**, de Bruyet, 1961.
65. Peter John, **Explaining policy change, the impact of the media, public opinion and political violence on urban budgets in England**.
66. Pires Robinson, **The CNN Effect, The Myth of News Foreign Policy And intervention**, London, Routludge, 2002.
67. **Political Sociolization in International Encyclopedia of the Social Science**, Vol 14.
68. Raymond L. Carroll, Donald M. Devis, **Electronic Media Programming: Strategies and Decision Making**, USA, Mc Grow Hill, Inc, 1993.
69. Richard R. Fagen, **Politics and Communication** Boston: Little: Brown & Co Inc, 1966.
70. Rivels William, **Mass Media univirsal Book stall**, Delhy, 1963.
71. Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, 1997, **Prining Theory and RAS Model Toward an Integrated Perspective of Media Influence**, American Politics Quarterly, Vol 25.
72. Ruben Brent. D., **Communication and Human Behavior**, Macmillan publishing company, New York, 1984.

73. Sidney Kraus and Dennis Davis, **the Effects of Mass Communication on Political Behaviour**, University Park: Pennsylvania State University, 1976.
74. Vincent T. Covello, **risk communication: an energing area of health communication research, communication yearbook**. Voll.15, 1992.
75. W.Lance Bennet, James Davis Barber (Eds), **Publicopinon in American politics**, new yerkmHarcot Brace Jouanouich, 1980.
76. Will Brooker & Deborah Jermyn, **the avoidance studies reader**. ED 1, London and new York, Rot edge & Francis Group, 2003.
77. William A. Rugh, **The Arab Press: News Media and Political Proecess in the Arab world, Contemporary Issues in the Middle East**, Syracuse, N, Y: Syracuse University Prab, 1979.
78. Wimmer Roger D and Dominick Joseph, R, **Mass Media Resarch**, 4th TT Ed California Wadsworth publishing company , 1994.
79. Windlesham, **Communication and political power**, 1961.
80. Zohir ihaddaden, **Colloquesur la presseécrite au Maghreb**, Tunis, 1-3 Décembre, Edit Walfzug, Humbug, 1989.

الملاحق



جامعة عبد الحميد بن باديس "مستغانم"
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة الاستبيان

القنوات الإخبارية الجزائرية وتشكيل اتجاهات الرأي العام

نحو القضايا الوطنية الراهنة

دراسة ميدانية علمية، عينة من الطلبة الجامعيين متبعي برامج قناة «الشروق، نيوز»

إشراف:

أ. د. بوعمامة العربي

إعداد الطالبة:

خديجة طوبال

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالاً لنيل شهادة دكتوراه Imd في تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع والتي تهدف إلى الوقوف على معرفة مدى تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا الوطنية الراهنة ونظراً لأهمية رأيكم في هذا الصدد، نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة هاته الاستمارة بدقة، حيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم، نأمل منكم أن تولوا هذه الاستمارة اهتمامكم وهو عامل من عوامل نجاحها نحيطكم علماً أن إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط. شاكرين لكم حسن التعاون تفضلوا منا فائق الاحترام والتقدير

السنة الجامعية 2021/2020

استمارة الاستبيان:

المحور الأول:

السمات العامة:

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: من (18-23) (24-29) (30-35) 35+
- المستوى التعليمي: ليسانس ماجستير أو ماجستير دكتوراه
- المستوى الإجتماعي: جيد متوسط ضعيف
- السكن: ريفي شبه حضري حضري

المحور الثاني: عناصر الجاذبية في تناول قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الوطنية الراهنة:

01- كم تقضي من الوقت في مشاهدة قناة الشروق نيوز؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين ساعتين أو أكثر

02- هل تشاهد قناة الشروق نيوز؟

- بمفردك مع العائلة مع الأصدقاء

03- ماهي فترات المشاهدة؟

- صباحا مساء ليلا

04- ما نوع المضامين والبرامج التي تشاهدها عادة؟

يمكنك اختيار أكثر من برنامج.

اسم البرنامج	أشاهده دائما	أشاهده أحيانا	أشاهده نادرا
نشرات أخبار			
البرامج الحوارية			
مواجيز إخبارية			
برامج اخرى			

05- ما سبب مشاهدتك لهذه البرامج تحديدا؟

- اهتمام ذاتي تحصيل سياسي تثقف

سبب آخر أذكره.....

06- من خلال مشاهدتك لبرامج الشروق نيوز ما رأيك فيما يلي من خلال تحديد موقفك من العبارات الآتية:

معارض	محايد	موافق	الاقتراح
			تعجبني طريقة الحوار في البرامج السياسية وخاصة الحوارية
			يشدني شكل ومضمون البرامج الإخبارية السياسية في الشروق نيوز
			تناسبني مواعيد إذاعة البرامج الإخبارية التي تتناول القضايا السياسية الوطنية الراهنة.
			أحبذ طريقة تقديم البرامج الإخبارية لعرض القضايا السياسية الراهنة
			أهتم للغة المستخدمة من طرف المقدم للبرنامج المفضل لديك
			يتناسب حجم الموضوع مع المدة الزمنية التي تعرض فيها القضية التي تتابعها
			يلفت نظري تميز التغطية الإخبارية لقناة الشروق حول القضايا السياسية الراهنة للوطن
			ألتمس المصداقية و الشفافية في طرح القضايا السياسية الحساسة الراهنة
			تعجبني دقة اختيار المستضافين في مناقشة الأحداث السياسية الوطنية

07- هل ترى أن البرامج السياسية في قناة الشروق نيوز تتمتع بنوع من الاحترافية؟

لا

نعم

08- إذا كانت إجابتك -لا-: ما تقترح كتعديلات يمكن إضافتها لهذا النوع من البرامج؟

.....

المحور الثالث: اتجاهات الشباب الجامعي - عينة الدراسة- نحو القضايا السياسية الوطنية الراهنة كواقع وكمضمون إعلامي تبثه قناة الشروق نيوز.

01- هل ترى أن محتوى البرامج السياسية التي تتعرض لها، تتناول القضايا الوطنية الداخلية بنفس درجة اهتمامك؟

نعم لا

02- إذا كانت إجابتك بلا، لماذا؟

.....

03- أي من هذه القضايا الوطنية التي يهيك أن تحصل على معلومات عنها من خلال مشاهدتك لأحد برامج قناة الشروق نيوز: ضع علامة x في المكان المناسب

اختيارك	موضوع القضية التي يعرضها البرنامج	اختيارك	موضوع القضية التي يعرضها البرنامج
	الاختلاسات المالية		الفساد السياسي
	برامج وزارة التربية والتعليم		الانتخابات الرئاسية 2019
	التحقيق حول مصادر أموال رجال الأعمال في الجزائر		الحراك الشعبي
	قضايا الأمن والاستقرار في الجزائر		العلاقات الجزائرية الفرنسية
	محاكمة الوزراء ورجال السياسة		قرارات الحكومة المؤقتة 2019

- قضايا أخرى أذكرها:.....

04- وضح اتجاهك حيال القضايا السياسية كمضمون إعلامي طرحته قناة الشروق نيوز حول هذه العبارات من خلال وضع علامة (x) تحت الفئة التي تتفق معها أمام كل عبارة:

عارض	محايد	موافق	العبارة
			أحبذ ما طرحته قناة الشروق نيوز حول موضوع القضية التي أفضلها
			أحبذ محتوى البرنامج الإخباري الذي يتفق مع جماعة الزملاء الجامعيين.
			اميل إلى البرنامج الذي يلتمس صداقية في طرح القضية المهمة بالنسبة لي
			أؤيد المستضافين الذين يدعمون فكرة شفافية اختيار المترشحين في الانتخابات الرئاسية

			أحبذ كل صورة إعلامية تدعم فكرة السجن هو العقاب الأنسب للعصابة التي حكمت البلاد سابقا
			أميل إلى رأي المحللين السياسيين في البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية يرون أن حراك الأسابيع الأخيرة غير شرعي وموجه
			أؤيد فكرة عرض آراء الشعب الذين يدعون إلى مقاطعة الحكومة السابقة مطلقا دولة جزائرية بأسس جديدة
			أؤيد التغطية الإعلامية التي توضح أن الشعب يرى أن الانتخابات هي الحل الوحيد لحل الأزمة الحالية
			أرتاح للمضامين التي تعزز فكرة التعديل الدستور مع الرئيس القادم كضرورة حتمية
			أكره الصور الإعلامية التي تعزز فكرة رفع علم غير العلم الوطني في الحراك الشعبي- الراية الأمازيغية مثلا-
			أوافق البرامج التي تعزز فكرة تنصيب اللغة الامازيغية كلغة رسمية وطنية
			أحبذ البرامج الإخبارية التي تؤكد أن سياسية القائد صالح هي الأنسب لمحاربة المتطرفين على استقرار الوطن
			أؤيد البرامج الإخبارية السياسية التي تعزز فكرة العلاقات الجزائرية الفرنسية كمضمون محوري لها

05- وضح اتجاهك نحو عرض قناة الشروق نيوز للقضية التي تهتم بها بوضع علامة x أمام اختيارك:

العبرة	موافق	محايد	معارض
تعكس الأطروحات الداعمة للقضية			
تعكس الأطروحات المعارضة للقضية			
تعرض الاتجاهين بحيادية			

06- هل هناك توافق في الآراء السياسية المعروضة في برامج قناة الشروق نيوز مع محيطك الجامعي؟

لا

نعم

07- إذا كانت إجابتك بنعم هل يساعدك هذا في تدعيم رأيك أو تغييره:

نعم لا

08- إذا كانت إجابتك ب - لا - هل تغير رأيك خوفا من التهميش؟

نعم لا

09- ضع لنفسك درجة بين القوسين تتراوح من 1 إلى 10 تعبر عن مدى رضاك عن مستوى معالجة

القضايا السياسية في قناة الشروق نيوز؟

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

المحور الرابع: العلاقة بين مشاهدة القناة ومستوى التأثير على تشكل الاتجاهات السياسية الطلابية

هل تعتمد على برامج قناة الشروق نيوز في إشباع حاجاتك المعرفية السياسية؟

نعم لا

01- في رأيك، هل تقدم برامج قناة الشروق نيوز أهمية للمواضيع المهمة بالنسبة لك أنت؟

دائما أحيانا نادرا

02- ماهي الصورة الذهنية التي تكونت لديك عن القضايا السياسية التي تهتمك من خلال متابعتك

لبرامج الشروق نيوز؟

.....
.....

03- ماهي درجة تشكيلك للمعرفة السياسية حول القضايا التي تهتمك من خلال مشاهدتك لبرامج

الشروق نيوز الإخبارية - أو أحدها-؟

ضع علامة (x) أمام كل عبارة حسب درجة معرفتك لكل معلومة في الجدول:

درجة الموافقة			المعلومة
بشكل قليل	بشكل متوسط	بشكل كبير	
			كونت معلومات حول القضايا السياسية التي تهتمك
			أدركت طبيعة المشكلة السياسية الوطنية القائمة
			تعزز فهمك لقضايا الفساد بأنواعه في السلطة
			تعرفت على التحديات التي يواجهها الشعب من داخل

			وخارج الوطن
			إتسعت معتقداتك حول الوضع السياسي والأحداث السياسية الوطنية

04- أدت مشاهدتك لبرامج قناة الشروق نيوز -او برنامج واحد-، إلى مجموعة من التأثيرات العاطفية والوجدانية، حدد درجتها بوضع علامة X أما درجة التأثير المناسبة لك.

درجة التأثير			التأثيرات الوجدانية
بشكل قليل	بشكل متوسط	بشكل قوي	
			زاد حماسك للمشاركة السياسية الفاعلة في صنع القرار السياسي المستقل
			الشعور بضرورة تغيير ذاتك كمنطلق لتغيير المجتمع ثم الوطن
			إحساسك ببعض الحرية غير المعهودة حول تعبيرك عن القضايا السياسية الحساسة
			الشعور بالغضب ضد مسببي الأوضاع السياسية الراهنة
			الشعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الإنتفاضة الشعبية
			الشعور بالفخر اتجاه ما تنقله القناة حول الإنتفاضة الشعبية
			الشعور بالتعاطف والألم اتجاه الصور الإعلامية لمتضررين من الأوضاع السياسية للوطن
			الشعور بالخوف من المستقبل في ظل الأوضاع السياسية تعرضها القناة

05- حدد ما هي التصرفات التي قمت بها إثر مشاهدتك للقضايا السياسية التي تهكم من خلال برامج قناة الشروق نيوز، بوضع علامة X أمام السلوك الذي قمت به:

درجة الموافقة			السلوك
بشكل قليل	بشكل متوسط	بشكل كبير	
			عزوفك عن الانتخابات
			مساهمتك الودية في الحراك الوطني
			فعلت مشاركتك بتغطية الحراك وبعض الأحداث السياسية في صحافة المواطن
			تفاعلت مع أحد البرامج في قناة الشروق نيوز الفضائية أو عبر صفحتها الإلكترونية
			شاركت موقفك عبر صفحات الشبكات الاجتماعية
			مساعدة زملائك في اتخاذ القرار (إيجابي أو سلبي) المشاركة السياسية

06- وضح مدى تأثير عرض قناة الشروق نيوز للقضايا السياسية الراهنة على القيم من خلال ما تراه في محيطك بوضع علامة X أمام العبارة المناسبة:

معارض	محايد	موافق	العبارة
			ارتفاع مستوى الحوار والمناقش الودي حول القضايا السياسية
			توفير المعلومات السياسية بكل وضوح زاد من الإلتفاء وروح المواطنة
			شحن الرأي الطلابي للتصدي للعنصرية والتعصب
			الشعور الجمعي بالاتحاد والتكاتف وخلق قيم الدعم والإستمرارية الجماعات التي تنتمي إليه

07- هل لديك أي إضافة؟

.....

.....

.....