

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم: علم الاجتماع

تخصص: علم إجتماع الاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر



دور القنوات التلفزيونية الجزائرية في تشكيل
الوعي السياسي "الجزائرية الثالثة، الشروق،
النهار" نموذجا

تحت إشراف الأستاذ :

سعادة ياسين

من إعداد الطالبة:

ملاك سمية

السنة الجامعية

2016/2015

شكر

قال تعالى: "لأن شكرتم لأزيدنكم...".

الشكر الأول للمولى عز وجل الذي وفقنا إلى انجاز هذا العمل.

اقدم بخير الشكر إلى المشرف سعادة ياسين

و إلى كل اساتذتي و اخص بالذكر الاساتذ قياقة الصديق، وبوطيئة،

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد

كما اشكر صديقتي الغوالي اللاتي كن خير سند لي طوال مساري الدراسي

(قم، فنيحة، لجاة، شهر زاد، فاتن، احلام، مرخبي خالد)

سميت

إهداء

أهدي هذا العمل الى

الى من هداني النجدين الحكيم العليم

الى خير المعلمين الصادق الامين

الى الوالدين الكريمين: خنته و تحي

الى اخوي الحسين: محمد و نصر الدين

الى اخواتي الغوالي: ملك الرحمن، قمر، فاطمة الزهراء و عائلتها

الى صديقاتي و صديقات درسي: فيحة، فتن، جناة، خيرة، شهرة

الى كل زملائي في دفعة علم اجتماع اتصال 2015-2016

فهرس الموضوعات

شكر

اهداء

الفهرس

أ مقدمة عامة

الفصل الأول: تقديم الدراسة

04	أسباب اختيار الموضوع.....
05	أهمية الدراسة
05	أهداف الدراسة
06	الإشكالية
08	فرضيات الدراسة
09	المفاهيم الأساسية
14	الابعاد النظرية للدراسة
32	الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الاجراءات المنهجية

39	مجالات الدراسة
40	منهج الدراسة
40	أدوات جمع البيانات
41	عينة الدراسة

الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

48	عرض وتحليل بيانات الدراسة
72	مناقشة وتفسير النتائج الجزئية والكلية للدراسة
74	الاستنتاج العام للدراسة
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول:

الرقم	عناوين الجداول	الصفحة
01	خصائص العينة حسب متغير السن	42
02	خصائص العينة متغير الجنس	43
03	خصائص العينة حسب متغير المستوى الأكاديمي	44
04	خصائص العينة حسب متغير الاصل الجغرافي	45
05	خصائص العينة حسب متغير التخصص	46
06	خصائص العينة حسب متغير الجنس والاصل الجغرافي	48
07	يوضح توزيع العينة حسب متغير الفضاء السكني	49
08	يوضح عدد الاجهزة التلفزيونية لدى العينة	50
09	يوضح موقع الاجهزة التلفزيونية	51
10	يوضح كيفية المشاهدة حسب عدد الاجهزة لدى العينة	52
11	يوضح نسبة المشاهدة للقنوات الجزائرية لدى الذكور	53
12	يوضح مدة المشاهدة لدى العينة	54
13	يوضح فترة المشاهدة لدى العينة	55
14	يوضح الايام المفضلة للمشاهدة لدى العينة	56
15	يوضح كيفية المشاهدة لدى العينة	57
16	يوضح الاسباب التي تجعلك تشاهد البرامج التلفزيونية الجزائرية	58
17	يوضح العوامل التي تجذبك للمشاهدة	59
18	يوضح متابعة البرامج والاحزاب السياسية	60
19	يوضح اهم المواضيع والاحداث المتتبعة من قبل افراد العينة	61
20	يوضح مدى التزود بالمعلومات والمعارف السياسية لدى افراد العينة	62
21	يوضح مدى الاسهامات التي تقدمها القنوات التلفزيونية الجزائرية	63

64	يوضح تبني الافكار من القنوات لدى العينة	22
65	يوضح الوسيلة المستخدمة في المشاركة في البرامج	23
66	يوضح موضوعية الطرح للقنوات الجزائرية لدى العينة	24
67	يوضح اسباب الاجابة بموضوعية الطرح	25
68	يوضح نسبة الاطلاع على برامج الاحزاب السياسية من خلال القنوات الجزائرية	26
69	يوضح المشاركة في الانتخابات	27
70	يوضح الانتماء الحزبي لدى افراد العينة	28
71	يوضح الاطلاع على برامج الاحزاب من خلال الجرائد	29

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
50	تكرارات عدد الأجهزة	01
53	تكرارات مشاهدة القنوات الجزائرية	02
54	تكرارات كيفية المشاهدة	03
65	تكرارات المشاركة في البرامج التلفزيونية	04



مقدمة

المقدمة:

إن البرامج التلفزيونية مهما كان شكلها سواء كان ذلك روبرتاجا أو حديثا صحفيا أو حوارا لهما مكانتهما في برامج التلفاز في الخانة المخصصة للإعلام، بالمقابل بقية البرامج الأخرى المتمثلة في التحقيقات الصحفية والأفلام، لا يجب أن تكون بأية حال من الأحوال مناسبة أو ذريعة للجدل والدعاية السياسية، الأمر واضح للتذكير فقط: يجب وضع السياسي في المكان الذي ننتظره فيه ولا يجب تركه في المكان الذي يفاجئ فيه ويعتبر الإعلام ذو أهمية بالغة بحيث يساهم في ترسيخ عملية صنع الخطط من جهة.


فالإنسان هو المستهدف من خلال عملية التنشئة وبذلك يخلص إلى التنمية وتكريس القيم الاجتماعية والتي تحوي في طياتها مختلف الجوانب الثقافية والعملية والسياسية. وفي المقابل يمكن استخدامها في تخليص القيم السلبية، فالإعلام والاتصال الجماهيري ذو دور مهم في تشكيل الاتجاهات والآراء حول مختلف الجوانب الحياتية من ثقافة اجتماعية واقتصادية وسياسية، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال يمكن أن تكون عاملا للرقابة على السلطة بما له من أهمية في تكريس النظم السياسية والاجتماعية أو كما تمثل عاملا أساسيا في هدم القيم والنظم تعمل وسائل الاتصال الجماهيري على دعم نشر المعلومات على مختلف أنواعها لتشكل فيما بعد المعارف والاتجاهات كما يمكن أن تكون عاملا لعرقلة التطور الديمقراطي وذلك يتوقف على الأهداف المبتغاة من وراء عملية إنتاج ونشر المعلومات ومن خلال دراستنا حاولنا تناول القنوات الجزائرية الثلاث، "الشروق، النهار الجزائرية" وقد يكون إصدار الأحكام في العلوم الاجتماعية أمر غير مقبول إلا أن هذا التصور نابع من مختلف الآراء تعرض حقيقة الطرح لدى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري من خلال مختلف الوسائط، فالتلفزيون الجزائري بقنواته الثلاث يلبي حاجات الفرد ويساهم في تحقيق ميوله ورغباته وصنع قراراته، فالباطن هو هذه الفروق والتفاوت في الطرح الإعلامي وسنكون أكثر دقة في طرح حيث نتناوله بشكل خاص في القنوات الثلاث "الشروق، النهار، الجزائرية" ونستهدف من خلال الدراسة التي التحق من الفرضيات نكون مجبرين لطرحها بعد تساؤلنا التي تبرز من خلال تحليلنا هذه الظاهرة الاتصالية، إضافة إلى الرغبة في معرفة مدى تأثير القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاث على تشكيل الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع ومدى تأثير التعددية الإعلامية على الطرح التلفزيوني وكوننا باحثين مبتدئين لا ينبغي أن نأخذ بالظاهر في كون الإعلام في التلفزيون الجزائري عبر القنوات الثلاث يشكل الوعي السياسي فحتمية الإعلام السياسي لا تستدعي بالضرورة تشكيل الوعي السياسي إذن هل القنوات التلفزيونية الجزائرية "الشروق، النهار، الجزائرية الثالثة" دور في تشكيل الوعي السياسي؟ وتشكل مصدر للتنشئة السياسية؟ وما دوافع متابعة هذه القنوات؟ حتى نجيب على هذه التساؤلات انطلاقا من عدة فروض وهي

بمناوبة إجابة مؤقتة وللوصول إلى النتائج سنقوم بتطبيق هذه المنهجية بمختلف تقنياتها على عينة مقصودة من خلال ثلاث فصول:

الفصل الأول: وهو تقديم الدراسة.

الفصل الثاني: الاجراءات المنهجية.

الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج.



الفصل الأول

تمهيد:

إن نجاح الباحث في بحثه العلمي حيث يحوز على أهميته النظرية في زيادة المعلومات الأكاديمية لاختصاص معين، أو لفائدة علمية، في تشخيص مشكلة يعيشها المجتمع لا يمكن أن يتأتى دون اتخاذ قرارات موضوعية مهمة، تجاه ما يمكن دراسته خلال فترة زمنية معينة، وتحت ظروف أكاديمية محددة بحيث يحدد الإشكالية التي ينوي دراستها وتحليلها وفهم أبعادها، فمن أصعب المهام التي يقوم بها الباحث فصل موضوعه عن المواضيع الأخرى المحيطة به، وهذا لن يتحقق إلا في إطار تطبيق خطوات منهجية علمية، عن طريق تحديد المفاهيم واختبار الفروض، والتي تكون كإجابة عن الإشكالية التي يدرسها وهذا استنادا إلى دراسات السابقة، بحيث تكون الإطار الفكري الذي يوجه الباحث.

أسباب اختيار الموضوع:

تختلف أسباب اختيار الموضوع من باحث لآخر وقد تم اختيار موضوعنا للبحث بناء على أسباب تتمثل فيما يلي:

الأسباب الذاتية:

الاهتمام الخاص بالإعلام والاتصال السياسي والتنشئة السياسية بصفة خاصة.

الرغبة العلمية في البحث في موضوع يستلزم جهدا أكاديميا ومحكما يكون في مستوى الشهادة المحضرة.

الاهتمام والميل الشخصي النابع من اقتراب الموضوع من الحياة اليومية وما يلعبه الإعلام في حياة المجتمع.

الرغبة في مواصلة البحث العلمي في هذا المجال واعتبار هذا البحث كقاعدة البداية.

الأسباب الموضوعية:

1. الانفتاح العلمي وتطور وظائف الإعلام من الوظيفة الإخبارية إلى وظيفة أخرى، كوظيفة ديمقراطية، وتكوين الرأي العام، ووظيفة دبلوماسية، وهذا يساهم في التنشئة والتعبئة السياسية وبلورة اتجاه وميول المجتمع من القضايا السياسية.

2. دخول الموضوع في مجال تخصص علم الاجتماع والاتصال.

3. تخضع العلاقة بين المرسل كونه مؤسسة معقدة لها خصائصها للعوامل التكنولوجية بطريقة غير مباشرة، وتكون غير شخصية، حيث توجه الرسالة للمستقبل "عبارة عن جهود واسع متفرق غير متجانس وغير معروف" بحيث تستطيع تحقيق لاتصال مع

جمهورية عريض في الوقت نفسه وهذه خاصة ينفرد بها التلفزيون، إضافة إلى تركيبة ثلاثية (صورة صوت، نص) فدفعنا هذا إلى معرفة مدى إسهام قنوات في تشكيل وعي السياسي لدى النخبة.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من القيمة للموضوع المعالج، والموسوم بدور القنوات التلفزيونية الجزائرية في تشكيل الوعي السياسي، حيث أن هذه الوسيلة من بين وسائل الاتصال الحديثة والتي حافظت على وجودها إلى اليوم، بل أحرزت تطور بما يتماشى مع وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، وشهدت أنتشار واسع في المجتمع الجزائري، فلا يخلو بيت من التلفاز إذ يفضله البعض على الغسالة والمكيف الهوائي، كما أشار إلى ذلك "فوضيل دوليو" في مؤلفه "مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري" ومن هذا المنطلق نسعى من خلال دراستنا إلى التعرض إلى التلفزيون الجزائري بقنواته الثلاث "الرسمية الوطنية، الثالثة" والقنوات الخاصة "الشروق والنهار" بغرض معرفة معنى تأثير المنظومة الإعلامية على تشكيل الوعي السياسي من خلال الشكل والمحتوى .

أهداف الدراسة:

تختلف الأهداف في مجال البحث العلمي وتعدد معطياته من بحث إلى آخر، فإذا كان الهدف الرئيسي لكل باحث هو سد الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض عن الموضوع الذي يدرسه فإنه من الأهداف الرئيسية للدراسة:

1. إبراز الدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية الجزائرية في تشكيل الوعي السياسي لدى الأساتذة الجامعيين.
2. التعرف على مدى إقبال الجمهور الجزائري على القنوات الجزائرية الثلاث.
3. معرفة طبيعة العلاقة بين الأساتذة الجامعيين والتلفزيون الجزائري.
4. التعرف على مدى إسهام التلفزيون الجزائري في التنشئة السياسية، وتوعيته بمختلف القضايا سواء كانت محلية أو إقليمية.
5. التعرف على مختلف البرامج التي تساهم في نشر الوعي السياسي والتنشئة السياسية.

الإشكالية:

يعتبر التلفزيون وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري والتي لم تعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار المصورة سواء كانت مسجلة أو مباشرة، بل أصبحت تتميز بالقدرة الخارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة، فقد أصبحت رمز للسلطة، فالإعلام سلطة رابعة في البلاد ورمز لعصر الاتصال " فالثورات والانقلابات تقوم بالاستلاء على مقدرات التلفزيونية بدلا من القصور الرئاسية"¹.

وذلك لأنها تمكن ببساطة من تشكيل خيال الفرد والجماعة في الرأي العام فالتصورات الخاصة بالأفراد داخل الجماعة ناتجة عن التلفزيون وأن كان ذلك بشكل جزئي إلى درجة أن أحدهم اعتبر التلفزيون كأداة أهم من مضمونة، كما أشار إلى ذلك مارشال ماكلوهان فالتلفزيون سيتأثر بأهمية خاصة بين وسائل الإعلام الجماهيري بنقل الكلمة، الصورة المسموعة والمرئية، فضلا على أنه يخاطب الأميين والمتعلمين الكبار والصغار على اختلاف مستوياتهم التعليمية، إذ يقوم على مخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السياسية على الحوار والمناقشة والإقناع بالأمانة والموضوعية، حتى وأن كانت نسبة، لا يخفي مدى الدور الذي تلعبه عملية الاتصال الجماهيري في تغيير والتطوير الاجتماعي، إذ تعمل على تعبئة الجماهير، وإقناعها بتوجهات والرؤى السياسية والتنظيم وما ينعكس على استقرار التنظيم وتوسعه الناجم على الالتفاف الشعبي حوله.

التلفزيون بصفة خاصة ووسائل الإعلام بصفة عامة، يقدم مساهمة كبيرة في إحداث التغيير في المجتمع، إذ يلم شؤون المجتمع والمجتمعات الأخرى من حيث فنونه عاداته وسياسته، ويجعل الحوار فيما يتعلق بسياسية الدولة ميسورا على نطاق واسع أي على مستوى كل الوطن، وبالنظر إلى كل التطورات التي عرفها التلفزيون منذ ظهوره سواء كان ذلك من حيث الجانب التقني أو محتوى والبرامج المقدمة، ها هو اليوم كل مشاهد يجد معرفته للواقع وللآخرين تتزايد بصورة مذهلة، وسعت التلفزة مجال رؤانا إلى حدود العالم البشري ومنحت كل واحد استعراض للجميع وهي بهذا تسعى إلى هدم الحواجز: حواجز الخوف والتفكير والحذر، حواجز اللغة والتاريخ والجغرافيا.²

إن إمكانية تطور وسائل الإعلام واتصال وظهور وسائل إعلام تفاعلي لا يحتمل بضرورة إلغاء دور التلفزيون كوسيلة إعلامية حتى وأن تقلص هذا الدور، إلا أنه يحتفظا

¹ فوضيل دوليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، 1928، ص 148.
² جونماري بيام ترجمة نصر الدين العياضي. التلفزيون كما نتحدث عنه دار التمثيل للطباعة والنشر طبعة 1، 1993، ص 23.

بالحق في الوجود الكامل، فكما قال أحدهم (أن أثار رسالتها الإعلامية تتضاعف لأن الذي يظهر على شاشة التلفزة صديق أو أنه ببساطة شخص اعتدنا رؤيته في الحياة العادية

وستتوالى أمام المشاهد المحلي صورة الأطباء، إلى رجال القانون فيه وهم يقدمون الفحص والاستشارة الأولين...)، فكل واحد يتكلم عن قطاعه بالطريقة الأسهل ليكون مفهوما وواضحا لدى المستمع، فالشاشة الصغيرة هي مساحة عمومية في القرية يأتي إليها كل واحد يخاطب الفرد الجميع في أن واحد.¹

إذ بإمكاننا القول أن التلفزيون يملك الدور الأكبر في إحداث التغيير، وذلك من خلال تشكيل الوعي الاجتماعي إذ يحصل المشاهد على الرسالة الإعلامية بشكل المرغوب فيه، ويستطيع تكوين آراء حول مختلف الأشياء والتعبير عنها للآخرين، وفي ظل هذه البيئة زاد إدراك الوعي والذي نعني به (لحظة الاستلهام والنشوة التي ترجع الإنسان إلى نفسه وإلى ظروفه منتقلا من الظلام إلى النور وبهذا الانتقال تؤدي وسيلة الاتصال دور المولد).²

حيث أن بفضلها تم بعث الوعي البشري ودفع المجتمع إلى التغيير، إضافة إلى كونه يساهم في تشكيل الثقافة المحلية، حيث يساعد المشاهد على تكوين آرائه حول مختلف المواضيع للإدلاء بها كما يمنحه القدرة على التحليل والنقد، إذ يفترض أن يؤدي التلفاز وظيفة سياسية هامة تتمثل في الرفع من قيمة الإنسان وتعزيز قدراته في حكم نفسه والتصرف فيما يخص الصعوبات التي تعترضه.

من خلال بحثنا هذا نقوم بالتركيز على مدى تأثير القنوات التلفزيونية الجزائرية على درجة الوعي السياسي لدى نخبة المجتمع الجزائري، ونقصد بذلك الطبقة المثقفة الأساتذة الجامعيين في محاولة جادة لمعرفة القنوات التلفزيونية، ودورها في التنشئة السياسية وتشكيل الوعي السياسي باعتبار أنه من المقومات الأساسية لقيادة نخبة وهو بذلك سيقود المجتمع، ومن خلال هذا البحث انطلقنا من تساؤل الإشكالية التالية:

- هل للقنوات التلفزيونية الجزائرية " الثالثة، الشروق، النهار " دور في تشكيل الوعي السياسي؟

وقد اخترنا في دراستنا ثلاث قنوات إحداها عمومية أما الأخرى فهي خاصة " الشروق والنهار " لنتمكن من الوقوف على كل أبعاد الوعي السياسي، من خلال البرامج المقدمة وحجم المشاهدات.

¹ جونماري بيام، المرجع السابق، ص 15.

² المرجع نفسه، ص 15.

تندرج تحت السؤال الجوهرى للإشكالية مجموعة من الأسئلة الثانوية وهي كالآتي:

- هل تشكل القنوات الثلاث مصدر للتنشئة السياسية؟
- هل للمشاهدة التلفزيونية للقنوات الثلاث تأثير على تشكيل الآراء والاتجاهات السياسية للأساتذة؟
- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الأساتذة الجامعي للتلفزيون الجزائري بقنواته الثلاث وما أثر هذه المشاهدة على هذه النخبة؟

فرضيات الدراسة:

من أبرز عناصر البحث العلمي بناء الفروض، لأنها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي أثارها مشكلة البحث وتساؤلاته، فهي تساعد الباحث على اقتصاد الجهد والوقت والتوجه نحو الاتجاه الصحيح في البحث.

باعتبار أن موضوع الإعلام التلفزيوني تتجه شيئاً فشيئاً نحو الاحترافية، وبما أن الموضوع الإعلام له علاقة مباشرة بالوعي السياسي وتوجيه الرأي العام، إذ يعتبر من أكثر المواضيع تتاولا في الوقت الراهن، وذلك راجع إلى ثورة تكنولوجيا الاتصال التي أفرزت الثورة المعلوماتية كحرب المعلومة كما يقال، وتعد وسائل الاتصال وتطورها منح الفرصة لتعبير عن الآراء ومختلف وجهات النظر وردود الأفعال حول مختلف القضايا السياسية، فالتلفزيون أصبح اليوم مصدر لنقل المعلومة " الحدث " بالصورة والصوت إذ يتميز بالأنية ويتعداها إلى حصرية في بعض الأحيان، وهذا ما يميزه عن باقي وسائل التكنولوجيا الحديثة من خلال الإشكالية الرئيسية (الأسئلة الفرعية وكإجابة) وهذا ما يجعل الدول العربية تسعى إلى تطوير المنظومة الإعلامية، وإحداث التغيير الجذري والجزائر بدورها حاولت خلق تعددية إعلامية وتحديث الشكل والمضمون، وقد ركزنا في دراستنا على ثلاث قنوات جزائرية " الثالثة، الشروق، النهار " من خلال الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية وكإجابة أولية لهذه التساؤلات انطلقنا من الفرضية العامة التالية:

تلعب قنوات التلفزيون الجزائري " الثالثة، الشروق، النهار " دور في تشكيل الوعي السياسي.

الفرضيات الفرعية:

- تعدد القنوات التلفزيونية وظهور قنوات خاصة يؤدي إلى التوجه نحو الموضوعية في الطرح.

– تساهم المشاهدة التلفزيونية للقنوات في التأثير على الآراء والاتجاهات السياسية للأفراد.

– تشكل القنوات التلفزيونية الجزائر مصدر من مصادر التنشئة السياسية.

المفاهيم الأساسية:

تعريف الاعلام لغة:

مصدر الفعل الرباعي المزيد (أعلم) ومجرد الفعل الثلاثي (علم) هو أصل صحيح واحد يدل على أثر بالشيء، يتميز به عن غيره ومن ذلك العلامة، وهي معروفة من مشتقاتها الإعلام.¹

بمجملا تشير إلى نقل المعلومة لشخص أو مجموعة أشخاص.²

تعريف الاعلام اصطلاحا:

يعرفه الدكتور سمير حسين على أنه كافة أوجه النشاط الاتصالية، التي تستهدف تزويد الناس بكافة الأخبار والحقائق الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمواضيع والمشكلات ومجريات الامور بموضوعية، وبدون تعريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الاعلامية لكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة، بما يسهم في تطوير الرأي الصائب لدى الجمهور في الواقع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة.³

كما أن الاعلام عملية ديناميكية تهدف إلى توعية وتنقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل المواد المختلفة وتتابع فقراته وبرامجه.⁴

تعريف الاتصال:

هو دراسة لقضية من يقول؟ ماذا؟ وفي أي قناة؟، ولمن يقول؟ وبأي نتيجة؟

1 فارس خليل، وسائط الاعلام بين الكبت والحرية، دار اسامة للنشر، 2015 ص16.

2 المرجع نفسه، ص17.

3 المرجع نفسه، ص 18.

4 فارس خليل، المرجع السابق، ص 19.

مفهوم الدور:

عرفت الدكتورة "نادية جمال الدين" "الدور" بأنه: "مجموعة من الصفات والتوقعات المحددة اجتماعيا والمرتبطة بمكانة معينة، والدور له أهمية اجتماعية لأنه يوضح أن أنشطة الافراد محكومة اجتماعيا وتتبع نماذج سلوكية محددة".¹

يعرفه رالف لينتون:

بأنه الجانب السلوكي أو الذي يتعلق بالفعل الاجتماعي، فشاغل مركز أو وضع اجتماعي معين يطالب بأداء افعال معينة أو يتوقع منه أداء دور معين، فالدور ليس مجرد فعل ولكنه في نفس الوقت توقع الفعل، ويستخدم أيضا في علم الاجتماع للدلالة على النماذج السلوكية التي يقوم بها شاغل مركز معين.

وهو أيضا السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، وهو العلاقة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي.²

التعريف الاجرائي:

الدور ينتج من بروز المؤسسة أحرزت تقدما لتسهيل التكرار في الممارسة الاجتماعية الصامدة.

التلفزيون:

تعريف 1: لغة يعني الرؤيا عن بعد.³

تعريف 2:

هو وسيلة اعلامية حديثة ذات خصوصية تكنولوجية متميزة شقت طريقها بسرعة اعتمدت في البداية على الصحافة والسينما والاذاعة والمسرح وأخذت الكثير من أدوات وأنواع وتقنيات وربما خصائص ووسائل تغيير هذه الوسائل الإعلامية، ولكنها بسريرة أيضاً واعتمادا على الدراسات النظرية وعلى الخبرة العلمية استطاعت أن تكشف عن هويتها وأن توجه لغتها الخاصة، وبالتالي أن تمتلك وسائلها التعبيرية الخاصة وأنواعها الخاصة وقيمها الجمالية والفنية الخاصة.⁴

1 زينب حبيب منصور، الاعلام وقضايا المرأة. دار اسامة للنشر والتوزيع 2011، ص37.
2 احسان محمد الحسن، مبادئ علم الاجتماع دار وائل للنشر، ط 2، 2009، ص 37.
3 محمد سلطان، وسائل الاعلام والاتصال، دار المسيرة، (د.ط) 2012، ص57.
4 غسان عبد الوهاب، الصحافة التلفزيونية، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 20.

تعريف 3:

وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الانطباعات وإثارة الأفكار عند الناس.¹

تعريف 4:

وسيلة اتصالية أكثر جذباً للجمهور وتؤثر في تشكيل الرأي العام فهو وسيلة أكثر فعالية وله قوة التأثير على المتلقي.²

الوعي السياسي:

التعريف 1:

"أن كل موقف سياسي جزئي في أن واحد رد على وضع معين ظهر في الحياة الاجتماعية، وثمره نظرة كلية إلى السلطة وعلاقتها بالمواطنين والنزاعات التي تقوم حولها، وانعكس ذلك على التخطيط الإعلامي وهذه النظرة هي بعينها الوعي السياسي".³

تعريف 2:

تلك الأنماط من المعارف والاتجاهات والقيم التي تشكل الثقافة السياسية للأفراد من حيث ارتباطها بالسلطة السياسية.⁴

تعريف 3:

يقصد بالوعي السياسي ما لدى الأفراد من معرفة سياسية على المستوى المحلي أو العالمي نتيجة الثقافة السياسية التي حصل عليها المواطنين داخل المجتمع، والتي تعد مؤشراً جيداً على التخلف أو التقدم السياسي، من حيث إدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار ومدى ظهور فكرة المواطنة المسؤولة "responsible citizenship".⁵

إنّ الوعي السياسي هو نوع من أنواع المعرفة أو المعلومات التي يمتلكها الفرد من معارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستوى المحلي والقومي والدولي.

1 جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار عنابة، 2003، ص 62.

2 زينب حبيب منصور، المرجع السابق، ص 102.

3 محمد نصر مها، الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، مركز الاسكندرية للكتاب طبعة الثانية، 2007، ص 22.

4 د. ختام العتاني، التربية والتنشئة السياسية، ط 1، 2007، ص 312.

5 د. ختام العتاني، المرجع السابق، ص 312.

تعريف 4:

الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي وما يحصل فيه من أحداث وتطورات أو هو المعرفة الحقيقية لغايات وأهداف القوى المؤثرة في مجتمعنا وفي العالم المحيط بنا، ومعرفة خلفيات هذه القوى أي خلفيات مواقفها وتحركاتها ومشاريعها وتأثير ذلك على أمتنا.¹

تعريف الوعي السياسي إجرائياً:

"نقصد بالوعي السياسي لدى المواطنين تعميق معرفتهم ومدرجاتهم لمكونات النظام السياسي الذي يحكمهم، وللمشكلات السياسية المحيطة بهم على المستوى الداخلي والخارجي ولحقوقهم والتزاماتهم...".²

مفاهيم ثانوية:

الثقافة السياسية: تتضمن مجموعة القيم والأفكار المرتبطة بظاهرة السلطة وبالسلوك السياسي للمواطنين.³

الثقافة لغة:

من المصدر ثقف يحمل معاني التحويل والإصلاح والتهديب والعقل.⁴

الثقافة السياسية:

مفهوم يدور حول القيم والمعتمدات والاتجاهات ذات العلاقة بالممارسة السياسية فهي البيئة السيكولوجية المحيطة بالنظام السياسي، والتي تتكون بصفة خاصة من اتجاهات الافراد ووجهات نظرهم المتعلقة بالغايات السياسية.⁵

مفهوم التنشئة السياسية:

يرى "هارنت هايمان" تعني تعلم الفرد أنماط اجتماعية عن طريق مختلف نظم ومؤسسات المجتمع، بما يساعد هذا الفرد على أن يتعايش سلوكيا مع هذا المجتمع.⁶

1 مذكرة لنيل شهادة ماجستير بعنوان التعبئة السياسية في الدساتير الجزائرية 2003-2004، ص 71.
2 مجلة فصلية لحوار الافكار والثقافات، منبر الحوار، السنة التاسعة، دار الكوثر للنشر 34 خريف، 1994، ص 126.
3 المرجع نفسه، ص 126.
4 المرجع نفسه، ص 132.
5 مجلة فصلية لحوار الافكار والثقافات، المرجع السابق، ص 134.
6 سعد ابراهيم جمعة، الشباب والمشاركة السياسية، سلسلة علم الاجتماع المعاصر، دار الثقافة 1984، ص 81.

يعرفها فاكُن:

عملية غرس المعلومات والقيم والمهارات الثورية سواء كانت رسمية وبأسلوب مخطط أو غير مخطط، لخلق المواطنين الصالحين الذين يحتاجهم المجتمع.¹

مفهوم الاتصال السياسي:

في أوسع معانيه عبارة عن الطريقة أو الطرق التي يتم بموجبها انتقال البيانات والمعلومات من خلال المجتمع ومن خلال الهياكل المختلفة وشبكات الاتصال الموجودة في أقطار النظام السياسي.²

الاقتدار السياسي:

هو القدرة على التأثير في مجريات الحياة السياسية، وذلك عن طريق النقد وإبداء الرأي في مختلف القضايا التي تواجه المجتمع المدني، مع الاقتناع بأن هذا الرأي قيمة ويمكن أن ينصب إليه.³

ويعرف على أنه: الإيمان بضرورة وجدوى المشاركة والتسامح المتبادل وتوفير روح المبادرة ولا شخصانية السلطة والشعور بالثقة السياسية.⁴

مفهوم المشاركة السياسية:

المشاركة السياسية من وجهة نظر علم الاجتماع:

هي العملية التي يمكن من خلالها أن يقوم الفرد بدور في الحياة السياسية المجتمعية بهدف تحقيق أهداف التنمية لاجتماعية والاقتصادية على أن تتاح الفرص لكل مواطن بأن يسهم في وضع هذه الأهداف وتحديدها والتعرف على أفضل الوسائل والأساليب لتحقيقها، وعلى أن يكون اشتراك المواطنين في تلك الجهود على أساس الدافع الذاتي والعمل التطوعي، الذي يترجم شعور المواطنين بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه أهدافهم والمشكلات المشتركة لمجتمعهم.⁵

1 احسان محمد احسان، موسوعة علم الاجتماع، ط1، 1999، ص 102.

2 مصطفى عبد الله خيشم، موسوعة العلوم السياسية ط1، دار الجماهيرية، ص22.

3 شافعي عبد الغاني، التعددية الحزبية وعلاقتها بالأسرة، مذكرة لشهادة ليسانس 2000، علم الاجتماع السياسي، ص23.

4 مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الثقافة السياسية وازمة الديمقراطية، 2000، ص65.

5 د. سعد جمعة إبراهيم، المرجع السابق، ص 32.

الثقافة السياسية:

نوع من الخيال السياسي وهذا معناه قدرة الباحث على الالمام بالإطار المرجعي الثقافي السياسي في شموليته وكليته، فيتناول المعايير والمعتقدات وأنماط السلوك التي تكمن وراء القرارات والعملية السياسية، ونعني بذلك مجموعة القيم السائدة في المجتمع، والتي تتميز عن غيرها من المجتمعات، يحددها "محمد علي محمد" على أنها البيئة أو ذلك المناخ العاطفي والسيكولوجي والقيم الذي يعمل داخله النظام والأنساق السياسية.¹

الأبعاد النظرية للدراسة:

أولاً: الإعلام (الوظائف والأهداف):

الإعلام جزء من الاتصال الجماهيري فالإتصال الجماهيري عام وشامل والإعلام عام وليس شاملاً، فالإعلام ينحصر في وسائل الإعلام أو أدوات الإتصال المقروءة والمرئية والمسموعة بينما وسائل الإتصال الجماهيري أشمل من ذلك، فهي تقيم اللقاءات والندوات والمؤتمرات والبريد الإلكتروني والأنترنت وأجهزة الإتصال السلكية واللاسلكية والهاتف وغير ذلك.²

فالإعلام عملية تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية أي معلومات جديدة بالنشر والنقل ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها والتعاطي معها وتحريرها ثم نشرها وإطلاقها وإرسالها عبر صحيفة أو وكالة أنباء أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف المعني بها ومهتم بوقائعها.³

فوسائل الإعلام تتأثر إلى حد ما بما تعتقد أن الجمهور يريده، وإلى ما تعتقد أن الجمهور يجب أن يحصل عليه.⁴

إذن فالإعلام الجماهيري يمثل تلك السيرورة الاجتماعية أو البناء الاجتماعي الذي يتحقق بواسطة تدخل وسائل الإعلام ويتفاعل عناصر مرتبطة بها كحجم الجمهور المتلقى للمعلومات والقائمين على الفعل الإعلامي، وطبيعة الممارسة الإعلامية ومن هنا فالإعلام الجماهيري يمثل تلك السيرورة الاجتماعية أو البناء الاجتماعي، الذي يتحقق بواسطة تدخل وسائل الإعلام، أو يتفاعل عناصر مرتبطة بها، كحجم الجمهور المتلقى للمعلومات والقائمين على الممارسة الإعلامية ومن هنا فالإعلام الجماهيري يركز على الجانب

1 محمد علي محمد، أصول علم الاجتماع السياسي، الجزء الثاني، الدار الجامعية، 1983، ص 131.

2 سعاد جبر سعيد، سيكولوجية والاتصال الجماهيري، دار لجدار للكتاب العالمي، ط1، 2008، ص 20.

3 سعاد جبر سعيد، المرجع السابق، ص 14.

4 منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 49.

الاجتماعي في أدائه أكثر من الجانب التقني وذلك لارتباطه من جهة بجميع مناحي الحياة الاجتماعية، ومن جهة أخرى تحتل وسائل الإعلام الجماهيري مكانة أساسية في الحوار والتخاطب الإنساني، ولكل هذه الاعتبارات فإن تحليل هذا الحقل يستدعي بشكل حتمي تدخل السييسولوجيا وهو ما أفرز " سييسولوجيا الإعلام "1.

إن وسائل الإعلام الجماهيري بفعل طبيعتها الاجتماعية موجهة إلى أوسع الجماهير في مجتمعنا، فهي لا تناقض وسائل الإعلام الأخرى العاملة في المجتمع مثل: التربية والتعليم بل تكملها وتتفاعل معها.

تعتبر المنافسة الموجودة بين وسائل الإعلام الجماهيري منافسة إبداعية، فوسائل الإعلام الجماهيري لا تقتلع الجمهور من وسطه الاجتماعي كما يحدث في المجتمع الغربي حيث وسائل الإعلام غالباً ما تبتعد عن الواقع الحقيقي تجر وسائل الإعلام الجماهيري في مختلف بيئات الحياة، الاقتصادية، السياسية، الثقافية، العلمية وغيرها، التي تعتبر مهمة وممتعة وممكنة بالنسبة لأوسع شرائح السكان.2

إن دور وسائل الإعلام في استثارة وبناء المداخلات يرتبط بالقرار الديمقراطي، حيث تمارس دوراً مزدوجاً فهي تنقل مواقف الحاكم إلى المحكوم والمحكوم إلى الحاكم، أي أنها تدعم حكم الأغلبية، وهكذا تساهم وسائل الإعلام بدورها في صنع القرارات، فمحتوى وسائل الإعلام يعد مصدر من مصادر المعلومات التي تساهم في تقديم البدائل المتعلقة بالقرارات ذاتها، كما يمكن لوسائل الإعلام أن تنقل مواقف الجماهير إلى صانعي القرار كالأمر الذي يساعد على تزايد التفاعل بين صانعي القرارات والجماهير.3

ويرى "دينس ماكويل" d.macquial أن الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام توجد حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل، تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام وهذه الوظائف هي:

وظيفة الإعلام: وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.

وظيفة تحديد الهوية: وتتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية والتوحد مع الآخرين في قيمهم.

وظيفة التفاعل الاجتماعي: وترتكز هذه الوظيفة في حاجة الفرد إلى الانتماء والحوار والتواصل مع الآخرين.

1 مجلة الأبحاث في الفعل الاحتجاجي في المغرب، مقارنة أنساق وسلوكات القيم، ع 61-62، 2015، ص 96.

2 منذر صالح جاسم الزبيدي، المرجع السابق، ص 51.

3 منذر صالح جاسم الزبيدي، المرجع السابق، ص 189.

وظيفة الترفيه: وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات والخلود إلى الراحة وملاً الفراغ.

وعلى هذا يمكن فهم العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور حيث لا يعملان منفصلين ولا غنى لأحدهما عن الآخر، فكيف يمكن النظر إلى مجتمع متقدم دون وسائل إعلام جماهيرية.¹

فقد أصبحت وسائل الإعلام مصدر مهم من مصادر المعلومات، وموجه قوي لسلوك كثير من أفراد الجمهور وأصبحت أكثر شيوعاً بين أفراد المجتمع إلا القليل منهم.

ثانياً-الاتصال الجماهيري:

إن الاتصال الجماهيري بشكله العصري يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الاجتماعي وجهاً لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية كالإذاعة والتلفزيون والسينما، فضلاً عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الصناعية وشبكة الأنترنت، فهو عملية اتصال تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل لجمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات.²

إذن يمكن اعتبار الاتصال الجماهيري وفقاً لتعدد أطراف العملية الاتصالية، أنه يحدث بين مؤسسة وعدة جماعات متفرقة لا تتصل ببعضها، أما وفق العلاقة بين أطراف العملية الاتصالية يعد اتصال غير مباشر وذلك بتدخل عنصر وسيط بين المرسل والمستقبل، يكمن في وسيلة اتصالية معنية ذات تنظيم معقد، بحيث لا يعرفهم معرفة شخصية، إضافة إلى أنه يمكن أن ترفض الرسالة نموذجاً وتتوجه إليه، من خلال توزيع وانتشار لا حدود له للرسالة الاتصالية، دون أن تتنوع الرسالة باستخدام وسائل مطابقة، فمن خلال مقومات الاتصال قد تمكنا من حصر أنواع عديدة للاتصال، وهناك نوع آخر يكمن في التنسيق حسب المادة الاتصالية في حد ذاتها، حيث يمكننا من التمييز بين الاتصال الاجتماعي والاتصال الاقتصادي والسياسي، حيث يتيح الفرصة لخلق درجة من درجات التداخل بين هذه الصور المختلفة للاتصال، من تمييز بين الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي ثم الاتصال الجمعي ثم الاتصال الجماهيري، ذلك الاتصال من التلفزيون إلى الجمهور المتسع الذي يمثل جمهور محلي وقومي والعالمي.³

¹ هيثم هني، الاعلام السياسي والاعباري، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 128-129.

² سعاد جبر سعيد، المرجع السابق، ص 18.

³ محمد نصر مها، المرجع السابق، ص 70-72.

ويتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال حراس البوابة الإعلامية التي ينقلها وسائل الأفلام ويكون رجع الصدى متأخراً، هذا النوع من الاتصال مقارنة بالأنواع الأخرى سواء كان رجع الصدى ناقصاً أم بطيئاً، فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل، فالجهود المبذولة في الاتصال الجماهيري لا تعمل في فراغ بل يعتمد على بث الرسائل عن طريق وسائل اتصال، كصحف والراديو والتلفاز وغيرها لانعدام الصلة المباشرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى يؤثر نزوع الجماهير وقابليته في عملية الإعلام وكذلك تؤثر فيه لميول وعادات المتابعة سواء كانت الرسالة الإعلامية مطبوعة أو مسموعة أو مرئية أو كليهما معاً، فالعملية الاتصالية في أبسط صورها تتكون من مرسل ورسالة ومستقبل.¹

بالنظر إلى الظاهرة الاتصالية ذات الطبيعة المعقدة فقد تعدد التقسيمات، فقد ارتبطت قيم مستويات الاتصال بعدد الأفراد المشاركين فيها من جانب، مثلما ذهب "تسالز رايت" Wright 1975، بينما ذهب آخرون إلى تقييم هذه المستويات حسب اتجاه الرسالة الاتصالية وموقع أطراف العملية الاتصالية في البناء الإداري أو السياسي.

كما ذهب آخرون إلى تصنيفها حسب درجة الرسمية التي تحظى بها، ومثل هذه التصنيفات بصرف النظر عن محتواها، فإنه يمكن تطبيق على الاتصال السياسي.²

والذي يعتبر أحد أنواع الاتصال، إذ ما تناولنا ذلك في إطار التصنيف حسب المادة الإعلامية، بحيث يمثل الاتصال الجماهيري أهمية خاصة بالنسبة للاتصال السياسي، فقد أدت وسائل الإعلام دور بالغ في تطوير الأنشطة السياسية في العصر الحديث بحيث أصبحت هذه الوسائل هي كجهاز عصبي للدولة الحديثة كما يقول "كارل دويتش" ويربط الكثير من الباحثين بين النشاط السياسي والنمو في وسائل الإعلام، وقد ارتبطت كثيراً وسائل الاتصال الجماهيري بمختلف أنواع النشاط السياسي، فهي تعمل على نشر المعرفة السياسية كما أنها تنقل وجهة نظر السياسيين وتمنح أفراد الجمهور فرصة التعبير عن آرائهم السياسية وغير السياسية وتفسرها عبر وسائلها.³

إن مختلف مستويات الاتصال تؤدي وظائف مختلفة ومستويات متباينة من الكفاءة وهذا ما يستدعي التكامل فيها، حتى تحقق الفعالية في النظام الاتصالي وفي الوقت ذاته تتعدد تصنيفات الاتصال الجماهيري وذلك وفق الوظائف والأدوار التي تسعى إلى تحقيقها من خلال العملية الاتصالية، حسب تعدد الوظائف من الوظيفة الإخبارية ومراقبة البيئة

¹ سعاد جبر سعيد، المرجع السابق، ص 24.

² دكتور سعد ال سعود، الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، 2010، ص 31.

³ المرجع نفسه، ص 35-36.

ووظيفة العمل على ترابط أجزاء المجتمع " التماسك الاجتماعي " وصولاً إلى وظيفة نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر، وهذا حسب طرح لازويل إضافة إلى وظائف أخرى كوظيفة السياسة ووظيفة التنشئة للأفراد وامتدادهم بالمهارات حسب وجهة نظر "شرام"¹.

فالوظيفة الاخبارية للاتصال الجماهيري عبر التلفزيون تتطلب قيم اخبارية "كالشهرة الايجابية، والميل والقرب السياسي" حيث تهتم بنشر اخبار الدول لها علاقات سياسية متميزة معها بصرف النظر عن عوامل أخرى.²

القنوات التلفزيونية:

إذا ما أردنا أن نلقي نظرة عن تاريخ التلفزيون منذ أن كان حلماً في عقول بعض العلماء إلى أن صار حقيقة نجد أن هذا التقدم كان يسير ببطيء، فهي رحلة طويلة تلك التي قدمها التلفزيون لكي يصل إلى ما وصل اليه، وبتضافر جهود علماء بريطانيين أمريكيين، ألمانيين وإيطاليين في هذا المجال منذ 1600م وصولاً إلى 1875م حين حاول العالم الأمريكي "ج.كاري" أن ينفذ الفكرة وقد تواصلت الجهود من طرف العلماء، حيث قام الألماني "بارلنبيكوف" Parl.Nipkov بخطوات ساهمت في بناء تلفزيون من طرف العالم البريطاني "جون لوجي بيرد" والذي تمكن من اخراج الفكر من حيز نظري إلى التجربة.

تم اختراع التلفزيون حيث أسس شركة "بيرد للتلفزيون" ومنذ عام 1926 إلى غاية 1929 بدأ بتطويرها إلى التلفزيون الملون وظهرت أول تمثيلية تلفزيونية، بعدها بسنة كانت مقتبسة من قصة "الرجل ذو الوردة في قمة الجبل" هكذا بدأ التلفزيون في الانتشار في بريطانيا وتواصلت البحوث في هذا المجال في مختلف دول العالم ليتطور البث التلفزيوني ويدخل الأسواق وتظهر الأنظمة للتدخل بين المنافسة فكان تلفزيون BBC الخدمة الأولى التي يصل للجمهور بشكل منتظم إلى أن أوقفت الحرب العالمية الثانية تطوره في كل دول أوروبا وأمريكا، ليعود فيما بعد الحرب في أمريكا ونمو سريعاً مثله مثل باقي وسائل الاتصال الجماهيري فاصبح الوسيلة التي يتجه اليها المعلنون لتعزيز سمعتهم، فمنذ أن اخذ مكانه بين هذه الوسائل بدأ كمنافس للراديو والصحافة فلا يمكن ارجاع التلفزيون إلى أبحاث شخص واحد والدولة الواحدة بل هو نتيجة تطور أبحاث عديدة، أما ظهور التلفزة في الوطن العربي فكان بين 1956-1973.

فالتلفزيون وسيلة لنقل المرئيات وأدوات تعتمد على الصورة بشكل أساسي فهو يقوم بوظيفة تعليم وتنشيط و تثقيف ... الخ³

¹ سعاد جبر سعيد، المرجع السابق، ص 22.

² هيثم هني، المرجع نفسه، ص 67.

³ د. عمر عبد الدايم القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحيث، 2008، ص 70-75.

تعد الجزائر من أوائل الدول التي ظهر بها التلفزيون حيث كان ذلك عام 1956 في شهر ديسمبر خلال الفترة الاستعمارية، ويعد استحداثه بالجالية الفرنسية بحيث كانت في البداية مصلحة بث محدودة في الإرسال تعمل ضمن المقاييس الفرنسية ما اقتصر البث على المدن الكبرى للجزائر وأنشئت مخططات إرسال ضعيفة تقدر ب 819 خطا على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز "قسنطينة، العاصمة، وهران" إلا أن الاعلام ظل بعيدا عن الفرد الجزائري موجهة إلى المستوطن إلى غاية اندلاع الثورة في 28 أكتوبر 1962.

قام المختصون التقنيون بالتركيز على التكوين لضمان السير الحسن للتلفزيون، في السنة الموالية تأسس التلفزيون الجزائري وقد قامت الجزائر بتجهيز هذا القطاع خلال العشر سنوات التي تلتها حيث خصصت أكثر من 310 ملايين دينار لتجهيز التلفزيون والإذاعة.

تأسست المؤسسة الوطنية للتلفزة بناء على المرسوم الوزاري الصادر في 1987 حيث تم تقسيمها إلى أربع مؤسسات رئيسية هي: OTA بعد إعادة هيكلته:

- المؤسسة الوطنية للتلفزة.
- المؤسسة الوطنية للإذاعة.
- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني.
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

فهي تحمل الشخصية المعنوية تابعة لوزارة الثقافة والاتصال، فبناء على هذا المرسوم فإن المؤسسة الوطنية للتلفزة هي مؤسسة ذات طبعة اقتصادية، وهدف اجتماعي وثقافي تضمن الخدمة العمومية.¹

وتتكون المؤسسة تلفزيونية من مدير عام مدعم بمجلس استشاري متكون من ممثلين عن الهيئات المختلفة للدولة بمجموع يقارب 25 عضو، وتسير المؤسسة التلفزيونية وفقا للمرسوم الوزاري الذي صدر في: 24-01-1987، وتم فيه تحديد النظام الداخلي والبناء الهيكلي بحيث تم تقسيم المؤسسة إلى ستة مديريات اساسية هي:

- مديرية الأخبار.
- مديرية الإنتاج
- مديرية البرمجة.
- مديرية الخدمات والتقنيات والتجهيز.

¹ محمد صاحب السلطان، وسائل الاعلام والاتصال دار المسيرة، ط1، 2012، ص 253-255.

- مديرية الادارة العامة.
- مديرية العلاقات الخارجية.
- إضافة إلى مركز الارشيف للمحطات الجهوية.¹

لقد شهدت التلفزة الوطنية تحولات منذ 1986 كما واكبت التحولات السياسية التي عرفتھا البلاد لكن "اهم تحول كان في 1991 بحيث جاء فيه:

1. المؤسسة الوطنية للتلفزة العمومية ذات طابع تجاري.

2. وظائف الخدمة العمومية للمؤسسة يحددها نظام المهام والذي يحدد واجبات المؤسسة وأهمها التعبير عن كل وجهات النظر في ظل احترام مبدأ العدالة في الطرح والشفافية والحرية واحترام توجيهات المجلس الأعلى للإعلام، أما النظام الباقي فهو مبین الهوية العامة للقناة المحددة الثلاثة (الاخبار، التربية، التوجيه)، كما يحدد حصص بث البرامج الوطنية²

هذا إضافة إلى تحولات أخرى، وقد أصبحت المؤسسة العمومية للتلفزة أهم جهاز إعلامي في الجزائر وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام يحددها نظام مشروط بموجب تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبت وفق ما يقتضيه المصالح العام للبلاد يضمن التلفزيون الجزائري التغطية عبر كامل التراب الوطني وهذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية والثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة حيث تركز اهتمامات التلفزيون الجزائري على مواكب التقنيات الجديدة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال توسيع حركة الرقمية داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة تركز اهتمامات التلفزيون الجزائري على برامج المنوعة ذات البعد الوطني في الدرجة الأولى وكذا المجتمع الدولي بمختلف قضاياها الراهنة، تسهر على سير المؤسسة العمومية للتلفزة الجزائرية 19 مديريةية ويتكون الهيكل الإداري والتنظيمي³ لمؤسسة التلفزيون من المديریات التالية:

- مديريةية الأخبار
- مديريةية البرمجة
- مديريةية أنتاج البرامج
- المصالح التقنية

¹ محمد صاحب السلطان، المرجع السابق، ص 255.

² المرجع نفسه، ص 56.

³ محمد صاحب السلطان، المرجع السابق، ص 57.

- الدراسات والتجهيز
- مديرية الموارد البشرية
- الإدارة والمالية
- العلاقات الخارجية
- المديرية التجارية
- مديرية الأرشيف والتوثيق
- الأمن والوقاية
- مديرية قناة الجزائر
- مديرية القناة الجزائرية الثالثة
- مديرية القناة الجزائرية الرابعة الأمازيغية
- مديرية القناة القرآن الكريم الخامسة
- مديرية المحطة الجهوية بشار
- مديرية المحطة الجهوية لوهران
- مديرية المحطة الجهوية لقسنطينة
- مديرية المحطة الجهوية لورقلة¹

بعد التعديل الدستوري 1989 والذي كلف التعددية الحزبية وقد نتج من هذا التعديل تحولات عنيفة مما أدى إلى إلغاء نتائج الانتخابات التشريعية 1992 حيث أنجز عن هذا الإلغاء انعكاسات على كل المستويات حتى الإعلامية حيث تم إلغاء المحلية الأعلى للإعلام بقرار من رئيس الحكومة، وهذا ما أدى إلى مضايقات من عدة جهات للصحافة وغياب ضمانات سياسية ومؤسسية كفيلة بحمايتها. وهذا ما حرمها من لعب دور الوسيط في الاتصال السياسي.

أما من ناحية التشريع للصحافة فيمكن حصرها في النصوص التالية:

قانون الإعلام 1990 إذ يعد ناتج عن التغييرات التي فرضتها حوادث أكتوبر 1988 والتعددية السياسية.

رغم فتح مجال واسع للممارسة الإعلامية في الجزائر ونقلها من الممارسة السياسية في إطار الحزب الواحد التي تعدد العمل الصحفي في إطار إعلام إلا أنها لم تعكس طموحات التي كان ينتظرها الإعلاميون.²

¹ المرجع نفسه، ص 58.

² يوسف تمار، الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، 2012، ص 58-64.

قناة الجزائرية الثالثة:

هي قناة جزائرية عمومية حكومية تم أنشاؤها 1998 وهي عبارة عن قناة فضائية مفتوحة بدون تشفير ناطقة باللغة العربية، تذيع مجموعة من الحصص والبرامج التلفزيونية المختلفة الموجهة بخصوص الجالية المقيمة في الخارج، والمقيمة عبر مختلف أرجاء الوطن العربي، شرعت في البث الرسمي منذ تاريخ 2001/07/05.

- تردد قناة الجزائرية الثالثة على النايل سات: 27500 M680
- تردد قناة الجزائرية الثالثة على البدر: 12308
- تردد قناة الجزائرية الثالثة على هوليود: 11240
- تردد قناة الجزائرية الثالثة على استرا: 11597
- تردد قناة الجزائرية الثالثة على أتلانتيك بارد: 11059
- تردد قناة الجزائرية الثالثة على HD الجديد على باقة القنوات TDA¹

قناة الشروق:

شبكة تلفزيون خاصة. في البداية بدأت بثها كقناة فضائية عامة منذ 2011، ثم توسعت الشبكة لتصنع قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية. تمتلك الشبكة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى.

وهناك قنوات أخرى فرعية تابعة لها منها الشروق الإخبارية، والشروق بنة، والشروق العامة، تقوم بالبث المباشر والمسجل بالإضافة إلى المسلسلات والحصص، تبث البرامج التالية:

وافعلوا الخير، زدني، حرودي، خليها في بالك، المنشار، الصحة للجميع، موعد الأساطير، خط احمر... الخ.²

¹ www.startimes.com/f.aspx بتاريخ 27 أبريل 2016.

² Sqrch.engine.optimization.by.VBSEO, 2011, Crawlility, inc. بتاريخ 27 أبريل 2016.

بث الشروق قناتها على عدة أقمار وبعده ترددات.¹

القمر الصناعي	التردد Frequency	الاستقطاب Polarization	معدل الرمز Symbol Rate	الإرسال transmission	التصحيح ح FEC	التضمين Modulation	القناة
نايل سات (7° غربا)	12418	أفقي	27500	-	3/4	-	الشروق الإخبارية
نايل سات (7° غربا)	11958	أفقي	27500	-	5/6	-	الشروق TV
عرب سات (26° شرقا)	12303	أفقي	27500	-	3/4	-	الشروق TV
هوت بيرد (13° شرقا)	11623	عمودي	27500	-	3/4	-	الشروق الإخبارية
أتلانتيك بيرد (12,5° غربا)	12505	عمودي	1555	-	2/3	-	الشروق الإخبارية

قناة النهار:

قناة النهار الاخبارية هي قناة متخصصة بالأخبار الجزائرية سواء المحلية والوطنية وكذا الدولية، أنطلق البث التجريبي لها يوم 2012/03/06 حيث اتخذت مقرها الرئيسي بالعاصمة الاردنية عمان، ليبدأ البث من هناك على قمر النايل سات لينتقل البث بعدها إلى البحرين، تم اعتمادها من طرف وزارة الاتصال في 2013/04/01 كقناة جزائرية ليتهاج لها العمل بكل سهولة مع كل القنوات الوطنية.²

تعتبر أول قناة إخبارية تابعة للقطاع الخاص في الجزائر فهي تهتم بالشأن الخاص الاقتصادي والسياسي، بالإضافة لكونها جريدة جزائرية واسعة الانتشار تتابع أول الاخبار أولا بأول، وترصد المشاكل التي يعانيتها الشعب الجزائري، حيث تمكن من الحصول على الاخبار الإقليمية العالمية والعربية. ولقد اظهرت دراسة استقصائية اعدتها وكالة "ميديا

¹ ويكيبيديا الموسوعة الحرة، <https://ar.wikipedia.org/wiki> بتاريخ 27 أبريل 2016.

² مجموعة من الطلبة، قناة النهار الاخبارية الجزائرية والشباب العاصمي دراسة في الاستخدامات الاشباعات، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص 64-66.

سيرفي" للإعلام والتسويق، بتحديد الفضائيات الأكثر مشاهدة في الجزائر أن هذه القناة تحتل المرتبة الأولى من مجموع القنوات الإخبارية الأكثر مشاهدة من طرف الجزائريين حيث استطاعت أن تحقق نجاحات كبيرة في جلب الجمهور الجزائري، واكتساح الساحة الاعلامية وذلك لجراتها وصراحتها في تقديم الأخبار التي تهتم الجزائريين.

برامج قناة النهار:

تتميز الشبكة البرمجية لقناة النهار بالطابع الاخباري، إلا أن هناك برامج وحصص أخرى ثقافية، ورياضية، وسياسية، منها: برنامج صريح جدا، برنامج دلال الخير، برنامج عين وحدث، وبرنامج الحدث الرياضي، وبرنامج بكل موضوعية... الخ.¹

رابعا: الوعي السياسي:

يمكن أن يتحقق الوعي السياسي من خلال التوجه السياسي المباشر من خلال قنوات رسمية وغير رسمية، عن طريق بيانات سياسية وعمليات توجيه وارشاد سياسي مباشر، يقوم به المفكرون والقادة السياسيون، وكذلك بالنسبة للخبرة السياسية المكتسبة من خلال المشاركة السياسية.

إن الوعي هو حالة اليقظة تقتضي فهم الأشياء ومداولتها وتجميع عناصرها السابقة وربطها في محاولة لإدراك الكل، فالوعي السياسي هو إدراك لمجريات الواقع السياسي وما يحصل به من أحداث وتطورات، فإعمال الفكر للوصول إلى قناعات ثابتة وليس مجرد تجاوب مع دعوة أو خطاب مؤثر أو موقف رجولي.

إن الدور الفعال للوعي السياسي لا يأتي إلا من خلال خمس عناصر تستطيع من خلالها تقييم مدى الوعي السياسي لدى الفرد والمجتمع:

1-الشعور بالاقترار السياسي:

بحيث يشعر الفرد أو غالبية افراد المجتمع بالقدرة على تأثير السياسي في مجريات الحياة السياسية، وذلك عن طريق النقد وإبداء الرأي في مختلف القضايا التي تواجه المجتمع، مع الاقتناع بأن لهذا الرأي قيمة يمكن أن ينسب إليه هذا الشعور، يعتبر العلماء السياسيون ركيزة لأي نشاط سياسي، فالشعور بالثقة السياسية² والإيمان بجدوى المشاركة يساهم في حدوث الوعي لدى الأفراد.

¹ المرجع نفسه، ص18

² كمال المنوفي وآخرون، الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية 2000، ص 65.

2- الاستعداد للمشاركة السياسية:

إذا أنس الفرد من نفسه قوة وقدرة من الناحية الشعورية فعليه أن ينتقل إلى المرحلة التالية وهي مديدة إلى غيره من أفراد المجتمع، بغية المشاركة في صياغة السياسات العامة والقرارات واختيار الحكام وأعضاء مجالس النيابة.¹

3- التسامح الفكري المتبادل:

يقصد به مرونة النظام السياسي بحيث يسمح لكافة التوجهات السياسية بالتعبير عن نفسها من خلال قنوات مشروعة على مستوى الرسمي والشعبي، ولا يقتضي أن يوطر ذلك التسامح بأطر قانونية، بل لا بد من أن تتوفر فيه قدر من الاقتناع بجدوى التسامح لدى الشرائح الاجتماعية، أي لا بد أن يسود الاقتناع بأن الاختلاف والاجتهاد في متغيرات الحياة ظاهرة صحية في إطار الثوابت التي يقوم عليها النظام الاجتماعي.

4- توفر روح المبادرة:

ينبغي على كل فرد أن يشعر شعور الفرد بأهمية المبادرة في صياغة السياسة العامة في البلاد يعتبر عنصرا هاما من عناصر الوعي.

5- الاحترام للمبادئ من قبل الأشخاص:

من عوامل المساعدة على ثبات الوعي وازدهاره، توافر القناعة لدى الأفراد بأن السلطة السياسية مودعة في المؤسسات فهي مستقرها، وأن المؤسسات تقوم على فلسفة الضمير السياسي للجماعة أيا كانت هذه المؤسسة سواء السياسية أو الإعلامية أو الثقافية أو غيرها.

يمر الوعي السياسي بثلاث مراحل أساسية حتى يكتمل ويتشكل:

المرحلة الأولى خلق الوعي السياسي:

هي مرحلة يعلم فيها الجمهور عن قضية ما ويصبح واعيا بوجودها، وبمعناها كالحديث عن الاغتراب السياسي وما تشكله من سلبيات، وبالتالي يرتفع وعي الإنسان لا من حيث الادراك فحسب بل من حيث الاهتمام والاستعداد للتصرف.

¹ سعيد صابرينة، التعبة السياسية في الدساتير الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون 2003-2004، ص 71.

المرحلة الثانية مرحلة شق الطريق:

حين يتم خلق الوعي بالفرد عليه أن يواجه الحاجة إلى التغيير وإن كان بسيطاً أو كبيراً فال مواطن الذي ازداد وعيه حول ظاهرة الاغتراب السياسي قد يواجه تغييرات كبرى كالانضمام إلى حزب سياسي أو التصويت في الانتخاب.

إن نجاح عملية شق الطريق يعتمد إلى حد كبير على الطريقة التي تم بها خلق الوعي.

المرحلة الثالثة: مرحلة التصميم:

وهي نتيجة خلق الوعي والمضي قدماً، وحتى ينجح شق الطريق بنجاح فإن الجمهور يجب أن يحدد أين يقف اخلاقياً، وعقلياً، وعاطفياً وهذه الأوجه المختلفة للوصول إلى التصميم متشابكة مع بعضها ولكن الكل يتطلب جهداً موجهاً إليها وحدها.¹

وبخصوص التصميم الاخلاقي فإن الجمهور الذي أتاحت لهم الفرصة والوقت الكافي للتفكير، حول الخيارات المقدمة امامهم، فإن البعد الاخلاقي يظهر واضحا ويصارع الناس من اجل أن يفعلوا الشيء الذي يوافق اخلاقهم المستمدة من هويتهم، هذا إضافة إلى التصميم العقلاني والعاطفي.²

مقومات الوعي السياسي:

1. المعرفة بطبيعة العصر.
2. القدرة على الفرز والتمييز اي تصنيف الظواهر والتمييز بينها.
3. توافر الادلة والبيانات: أن الإنسان الواعي دائماً ما يبحث عن الاستدلال.
4. الربط بين المقدمات والنتائج وكل نتيجة لها مقدمات وهي بمثابة الظاهرة السياسية.
5. وجود المعيار: نقصد به القيمة المسطرة في قياس الأشياء، ولا بد من معيار مقياس الوعي ويكون هذا المعيار من منهج.
6. الحرية والاستقلال: لا بد للإنسان الواعي أن يكون حراً وأن خضع الإنسان أو سلبت حريته فهو اما أن يموت وتموت معه بصيرته، أو يكون غير مدرك يساير الناس في كل ما يقولون.

إضافة إلى مقومات اخرى كالاختبار والتمحيص وقراءة ما بين السطور.

¹ سعيد صابرينة، المرجع السابق، ص 73.

² المرجع نفسه، ص 74.

أنواع الوعي السياسي:

الوعي المشارك: فهو يساعد في تشكيل الاتجاهات والموضوعات أو المسألة السياسية وبالتالي فالوعي حين يكون مساهما ومشاركا يعتبر ايجابيا.

الوعي التابع: وهو اما أن يكون تابع لراي أو جماعة بشكل متعصب ومستسلم دون اللجوء إلى طرح تساؤل، أو حتى المساهمة وهذا الوعي سلبي، ويدفع إلى اتجاهات سلبية.

الوعي المحدود: وهو الذي لا يشكل اي تغيير أو مشاركة وهو محدود بنطاق الفرد وشخصيته فقط.¹

العوامل المؤثرة على الوعي السياسي: ويقصد بها ما يؤثر على وعي الفرد السياسي وهي:

الاسرة: من خلالها يبدأ الاطفال باكتساب الهوية الحزبية في فترة مبكرة، بسبب مكانة خاصة للطفل في الاسرة.

الرفاق: للرفاق دور رئيسي في تكوين وعي الفرد وقيمه وتوجهاته وآراءه السياسية.

المدرسة: تقوم بأهم دور وهو التعليم تتقف الفرد سياسيا من خلال الأنشطة المدرسية، ومن خلال تدريسه مواد لها علاقة بالسياسة، وكذلك دور المعلم ووعيه وثقافته السياسية.

وسائل الإعلام: فهي تلعب دورا هاما في تزويد الفرد بالمعلومات السياسية، وتشارك في ترسيخ القيم السياسية فقد اعتبر الإعلام سلطة رابعة نتيجة لما له من تأثير واضح وأكد على حياة سلوكيات الأفراد والجماعات، فاننتقال الفرد من التواصل عبر الحكاية والقصة إلى الالتفاف حول القنوات التلفزيونية كوسيلة اعلامية، والتي لها الأثر الكبير اليومي في حياة افراد المجتمع.

دوائر الوعي السياسي: ونقصد بالدوائر هنا دوائر من الوعي بأمور أخرى تشكل الوعي السياسي وتدخل كعوامل مؤثرة.

1-الوعي بالمسألة السياسية: أي الممارسة السياسية والعمل السياسي، الذي يلبي للأشخاص المسألة السياسية (دول، منظمات، أفراد).

¹ مركز موارد التنمية (الهيئة القطبية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية مركز التنمية RDC) الوعي السياسي ما بين الواقع والمأمول، ص 75.

2- الوعي الاقتصادي: معرفة حركة الاقتصاد من حيث الطلب على السلع أو عرفها وإدراك تأثير الاقتصاد على المسألة السياسية، إضافة إلى معرفة المؤسسات الدولية المالية.

3- الوعي بالجماعات: ويقصد بها الأحزاب وجماعات المصالح والضغط والنقابات.

4- الوعي الإعلامي: هذا الجانب يتطلب معرفة بالمرحلة الثلاث للعملية الإعلام، وهي الجهة الإعلامية، المضمون الإعلامي، المستقبل للمضمون الإعلاميين والشريحة المستهدفة من قبل الجهة الإعلامية.¹

الإعلام والوعي السياسي:

إن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تساهم في ترسيخ عملية صنع المخطط والبرامج الإنمائية من جهة، وفي تنفيذها بمزيد من الفاعلية من جهة ثانية، فالإنسان هو المستهدف بعملية التنمية وهو أداتها الرئيسية، بحيث تقوم تكنولوجيا المعلومات بدور هام في تطوير وترتيب القوة البشرية، من خلال العمل على تغيير بعض القيم والسلوكيات التي تعرقل التنمية وتكريس بعض القيم الإيجابية التي تساعد على تحقيق هذا الهدف، وبالمقابل يمكن استخدامها لتقليص المعوقات الثقافية للتنمية، والمتمثلة في منظومة القيم والأفكار السلبية وفي هذا السياق يمكن التركيز على دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتطوير دور المؤسسات التنشيطية، مثل المدرسة والأسرة، التنظيمات السياسية، والنقابية والمؤسسات الاجتماعية... الخ

وفي هذا الإطار يمكن أن يكون لتكنولوجيا المعلومات دور هام في خلق وتدعيم ثقافة سياسية حديثة لدى المواطنين.

إنه من المؤكد تزايد الوعي السياسي للمواطنين يمثل مطلباً هاماً لتعميق الديمقراطية ومن بين الركائز الأساسية للديمقراطية المشاركة السياسية والرقابة السياسية فلا مشاركة حقيقية ولا رقابة فعالة بدون معرفة.

وهذه المسألة وثيقة الارتباط بتكنولوجيا المعلومات، فالمشاركة السياسية تتضمن معنى حرية الاختيار بين بدائل عديدة برامج، وسياسات أحزاب، كما أن الرقابة السياسية الشعبية تتطلب معرفة إنجازات النظم وممارستها في مختلف المجالات، وهكذا تكنولوجيا الإعلام والمعلومات تمثل عاملاً هاماً في تعميم المشاركة السياسية، والرقابة السياسية في الديمقراطية.

¹ مركز موارد التنمية (الهيئة القطبية الإنجليزية للخدمات الاجتماعية مركز التنمية RDC) الوعي السياسي ما بين الواقع والمأمول، ص 76.

إن تكنولوجيا الإعلام والمعلومات يكمن أن تكون عاملا لمعرفة التطور الديمقراطي أيضا وذلك يتوقف على الأهداف المبتغاة من وراء عملية أنتاج ونشر المعلومات، والاستعانة ببعض الأساليب الحديثة كخلق الشرعية الزائفة للنظم الحاكمة من خلال تضخيم إنجازات النظم والتغني بها.¹

وخلق التبريرات لبعض نواحي القصور والتشهير بالقوى المعارضة، هذا من جهة ومن جهة اخرى تعبئة المواطنين خلق نظم خاصة في الأزمات، ولكن دون أن يعني ذلك تعميما لوعيهم السياسي، فبعض النظم تحرص على أن يبقى قطاع كبير من مواطنين على هامش الحياة السياسية، ألا يشارك بالشكل الذي يمثل قيودا للسلطة، إذ أن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تستخدم لتعميق التطور الديمقراطي، أو لعرقلته ويتوقف ذلك على عدة متغيرات كنظام السياسي القوى السياسية الاجتماعية ودرجة اندماجها وطبيعة الضغوط الخارجية على النظام السياسي من أجل ذلك بحيث يمكن أن تمارس هذه الضغوط من خلال وسائل الإعلام، فالتشهير الإعلامي بالنظم السياسية يدفع بها إلى التغيير ولو بشكل جزئي.

يمكن القول بأن وسائل الإعلام تساهم في تدعيم الوعي السياسي والمشاركة السياسية ... الخ وقد مكن الإعلام الجماهيري من ديمقراطية الحياة السياسية بشكل تدريجي وسلمي وهذا لا يعني احداث تحول جذري أو شامل بل تعني تحسين أساليب الحكم والإدارة وتوسيع دائرة المشاركة في صنع القرارات والسياسات، ولا يمكن أن تأتي التنمية الحقيقية الا من خلال تطوير وسائل الإعلام ونظم المعلومات في مختلف المجالات، ولتحقيق ذلك لابد من خلق الإطار السياسي الاجتماعي الذي يفتح مجال للاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والمعلومات كتوفير الضمانات القانونية والفعلية لحرية الإعلام وحرية الرأي وحق الاتصال، فالوعي السياسي أحد أهم عناصر الديمقراطية والتي تعتبر اطارا سياسيا أكثر ملائمة لاستيعاب المعلومات، والمساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية من جهة أخرى.²

إن أهمية الوعي السياسي تكمن في الغوص في المسألة السياسية وعدم الوقوف عند السطح وهذه هي طبيعة المسألة السياسية، وايضا معرفة الواجبات والحقوق التي تمنحها الدولة للفرد والجماعة، كما أن الوعي السياسي يساعدنا في الرقي من خلال العلاقات الداخلة والمتمثلة في علاقة أفراد المجتمع في عملهم وداخل أسرهم ومع أصدقائهم، إذ لابد للإنسان أن يرفع مستوى الوعي من خلال متابعة أهم وسائل الإعلام السياسية، واعتماد الحوار كوسيلة للوعي السياسي والاحتكاك بأصحاب الخبرة في هذا المجال، وهنا يمكن الإشارة إلى أن تشكيل هذا الإدراك لم يعد ذو أهمية بالغة، سواء كانت هذه الإدراكات

¹ مجلة فصلية لحوار الافكار والثقافات، ص 126-128.

² مجلة فصلية لحوار الافكار والثقافات، ص 122.

تضليلية أو دعائية أو حتى مناهضة، لذلك فكل هذه الجوانب تدخل ضمن متطلبات الوعي السياسي.

النظريات المعتمدة في الدراسة:

البنوية الوظيفية:

اعتبرت النظرية الوظيفية المجتمع النسق العام الذي يشمل مجموعة من النظم الاجتماعية والثقافية وترتبط هذه النظم بطبيعة الافعال الاجتماعية التي تتركس من اجل خدمة الإنسان وقضاء حاجته الاساسية كما أنها تقوم بإتمام عملية الخدمات للإنسان تتطلب درجة عالية لترابط المشاعر والقيم والاخلاقيات المشتركة التي تحدث نوع من التضامن الاجتماعي علاوة على ذلك ركز علماء البنيوية الوظيفية على ضرورة الاهتمام بالثقافة باعتبارها المادة الروحية والعقلية التي تربط بالنظم ارتباطا شديدا.¹

نظرا لأن البنيوية الوظيفية تنطلق من النسق العام لفهم وتحليل الأنساق الجزئية وتبين أن المجتمع هو جملة من الاجزاء المترابطة فيما بينها لتكوين البناء الاجتماعي العام محاولة من خلال هذا التوضيح أن النسق الجزئي يعبر عن نفسه من خلال المجتمع الكلي وقد قمنا باعتمادها كمنظريية في طرحنا الذي يركز على أن مفهوم الدور هو مفهوم أساسي في الدراسة حيث حاولنا التعرف على دور القنوات التلفزيونية الجزائرية الثالثة، الشروق والنهار والتي تمثل القنوات الأساسية الناطقة باسم المجتمع الجزائري بحكم أنه يشمل النسق الكلي والوسائل الاعلامية هي الوسيط الذي ينقل مختلف تصوراته ليصل فيما بعد إلى البحث في إشباع حاجيات الأنساق الجزئية التي تساهم في توضيح الغموض الذي يواجه الجمهور حول الواقع الاجتماعي المعاش محاولة منها مختلف المعارف التي تساهم في تشكيل وعيهم السياسي وترسيخ القيم السياسية عبر هذه القنوات الثلاث التي تناولناها من خلال الدراسة.

نظرية الاستخدامات والاشباع:

نظرا لتباين أفراد المجتمع ووجود طبقات المثقفة والامية النخبة، قادة الرأي العام، والتابعين، تقوم وسائل الاعلام بعرض برامج موجهة إلى الجمهور إلا أن هذا الجمهور أثناء إدراكه يكون هناك اختلاف فالتباين الطبقي يعكس درجة التفاوت ووسائل الاعلام تزيد من هذه الفجوة المعرفية الإدراكية هذا من جهة ومن جهة أخرى يمكن أن يخلف هذا الادراك ويكون معارف جديدة وتعميقها هذه المعارف التي تمثل في مختلف الاحداث

¹ Mis.la socio. Yoo7.com/t7tipic بتاريخ 16 ماي 2016.

والتطورات وكل المستويات من خلال طرحنا اعتمادنا مفهوم الدور أو الوظيفة وهذا الطرح نابع من الاهتمام بمواصفات الجمهور المستخدم لوسائل الاعلام والتأثير المحدود حيث اهتمت بتفاعل الجمهور واسهامه في أنتاج الخطاب الاعلامي ومعانيه إذ أن فك الرموز يرتبط بمشاركة الافراد في عملية الاتصال وترتبط المشاركة ذاتها بالطريقة التي تبني بها مختلف الثقافات ودور المتلقي وهذه النظرية وليدة الوظيفة السوسولوجية في السبعينات من القرن الماضي من أبرز ممثليها اليهوداكتز Haktz وجاي بلومر ومن أبرز فروض:

1. جمهور وسائل الاعلام جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه.
2. يختار الجمهور وسائل الاعلام التي يتوقع منها اشباع رغباته وحاجاته.
3. الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرفه لوسائل الإعلام.¹
4. تتنافس وسائل الاعلام مع الوسائل الاخرى لإشباع حاجيات الجمهور.
5. تجنب اصدار الاحكام حول اهمية الثقافة بالنسبة للوسائل وعدم الخوض فيها، الاهتمام بدراسة خلفيات ومواصفات الجمهور² لمعرفة الاختلافات الشائعة والعلاقات بين الاستخدامات الاشباعية، وهذا الاستخدام استخدام اختياري لمصدر المعلومات الذي يلبي رغباته ويتفق مع طريقة تفكيره، وهذا الشرح ينظر إلى العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور بنظرة مختلفة على الاطروحات الاخرى.

إن الاعلام هو الذي يحدد للجمهور نوع الوسائل الاعلامية التي يتلقاها وأن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لا شباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الاعلامية التي يعترضها الاعلام.³

فالتركيز على وسائل الاعلام في طرحنا من خلال القنوات الجزائرية الثلاث الشروق والنهار والجزائرية من خلال المضامين والمعاني المقدمة من خلال برامجها فالقناة الجزائرية تعد من القنوات العامة الحكومية وهذا ما يؤكد أن الطرح من خلالها يكون مختلفا على الطرح الاعلامي في القنوات الخاصة التي تناولناها في الدراسة الشروق والنهار فاخترنا لهذه القنوات كان على اساس الرغبة في معرفة ماهي اهتمامات الجمهور

1 مجلة الأبحاث في الفعل الاحتجاجي في المغرب، ص 102.

2 د. أحمد العيسوي، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث، 2014، ص 146.

3 محمد عارف محمد عبد الله، دور قناة الجزيرة الفضائية في احداث التغيير السياسي في الوطن لعربي، رسالة ماجستير 2012، ص

من خلال هذه القنوات ولماذا تم اختيارها دون غيرها فالرسائل الموجهة للجمهور تتنوع وتختلف حسب الجمهور المتلقي فعناصر العملية الاتصالية بداية من إلى المرسل.

وتعتمد بذلك القنوات الجزائرية وصولاً إلى المستقبل ويمثل في دراستنا الجمهور وهذا لا يتأثر إلا من خلال الوسيلة التي تمثل القناة ونقصد بذلك كمضمون حيث أن هذه المضامين لا يمكن أن تتحدث عنها دون الرجوع إلى الوسيلة في حد ذاتها وهذا ما يؤدي بالجمهور إلى تشكيل الأفكار والتصورات والتوجيهات وهو ما يسمى بـرجع الصدى فمن خلال طرحنا حاولنا التعرف بالقنوات الجزائرية الثلاث الشروق والنهار والجزائرية من خلال مدى استخدام وتشكيل المضامين والمعارف والادراكات لمكونات النظام السياسي كأحد النظم الاجتماعية التي تحكم المجتمع من خلال تشكيل وعيهم السياسي.

الدراسات السابقة:

يوظف الباحث الاجتماعي بعض العناوين ونتائجها والتي كانت قد عالجت الموضوع الذي هو تصور دراسة والتطرق إلى جانب منه أو ما يصطلح عليه علمياً بمصطلح الدراسات السابقة هذه الأخيرة كثير ما يرجع إليها الباحث بغرض الاستفادة منها وخدمة بحثه بطريقة غير مباشرة بمدلول آخر ابتزاز كيف يبحث عما يريد وفي نفس الوقت تجنب الأخطاء التي وقع فيها صاحب الدراسة، تمثل قاعدة معرفية أولية بالنسبة للإشكالية المطروحة تساهم في إثراء البعد النظري لبناء الإشكالية وتفسير النتائج.

1-الدراسات العربية:

الدراسة الأولى : أجريت هذه الدراسة من طرف موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي بجامعة الأزهر – غزة من 2010/02/03 إلى غاية 2010/07/14 بعنوان دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني بقسم الاجتماع كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الأزهر، حاولت الدراسة الوقوف على وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني بحيث استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات من خلال استخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 219 طالب بعد التحليل تم التوصل إلى مدى دور وسائل الإعلام في بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعة من خلال النتائج التالية :

1. بلغت نسبة التعرض لدى الشباب لوسائل الإعلام نسبة 92,7 بالمئة مما يؤكد الفرضية.
2. أكد الباحثين على دور وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي بشكل متوسط وكبير حيث بلغت 87,2 بالمئة من خلال المتابعة انعكاساً لخصوصية المجتمع الفلسطيني وبأبعاد مختلفة وخاصة السياسية منها.

3. تأثر وسائل الإعلام على مدى إدراك الفرد للقضايا الأساسية الخاصة به وبالمجتمع حيث بلغت نسبة 86,3 بالمئة من عدد المبحوثين.

4. تعتبر الأسرة من بين أهم الوسائل المساندة لوسائل الإعلام في نشر الوعي الاجتماعي.

5. أبرزت الدراسات وعياً لدى الشباب بمختلف أنواعه الاجتماعية، السياسية والاقتصادية من خلال المحور الخاص بالبرامج التي يقبل على مشاهدتها الشباب.

6. تعتبر الأسرة من أهم الوسائل المساندة لوسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي.

7. ساهمت وسائل الإعلام في إضافة معارف جديدة لدى عينة الدراسات نسبة 80,8 بالمئة وخاصة الدراسة إلى توجيهات أهمها اعتبار وسائل الإعلام من أهم المصادر التي تلعب دوراً هاماً في إثارة اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية.

دراسة قام بها عبد الحليم عبد الله مكارم حيث حاول التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي باستخدام منهج المسح والتطبيق على عينة من الشباب الجامعي اليمني بحيث ركز على علاقة المعرفة السياسية بالإدراك السياسي والسلوك السياسي وتوصل إلى نتائج التالية:

– المثقف الجامعي يهتم بمتابعة القضايا السياسية عربياً ومحلياً ودولياً وجاء التلفزيون في مقدمة هذه الوسائل.

– أشارت الدراسة إلى تقدم القضايا السياسية العربية عن غيرها من القضايا.

الدراسة الثانية:

قام بهذه الدراسة أ. د العجيلي عصمان سرگز حاول من خلالها التطرق إلى البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الليبية (مقاربة تربوية نفسية) بجامعة الزاوية بقسم التربية وعلم النفس – كلية الآداب بليبيا خلال العام الجامعي 2013-2014 بحيث تم استطلاع عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة تجاه البرامج الحوارية السياسية التي تبثها القنوات الفضائية الليبية (الرسمية-الوطنية-العاصمة-ليبيا أولا-ليبيا الحرة) باعتبارها تقدم هذه البرامج لتحقيق الهدف المشار إليه وهو معرفة مدى انعكاسات وتأثيرات البرامج الحوارية السياسية على المشاهد الليبي، من خلالها توصل الباحث إلى النتائج التالية : من خلال استخدامه لتقنية الاستمارة تم توزيعها على عينة الدراسة المكونة من 83 أستاذ تم اختبارهم بطريقة عشوائية من مختلف التخصصات تم الخلاص إلى أن:

1. ينبغي على البرامج الحوارية السياسية عن إثارة السلوك الانفعالي لدى متبوعي هذه البرامج.
2. البرنامج الحوارية لها تأثير سلبي على سيكولوجية المشاهد وهذا راجع إلى كونها برامج محبطة ومثيرة للسلوك الانفعالي قد يؤدي إلى تضارب في الاتجاهات وتعبئة الرأي العام وتؤثر على الهوية الوطنية إلخ
3. إن نجاح فعالية الاتصال من وراء البرامج الحوارية السياسية يتوقف على حيادية المحاور ونزاهته وشفافيته وتقبل وجهات النظر.

2-الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى: أجريت هذه الدراسة من قبل دكتور محمد شطاح حول الإعلام التلفزيوني " نشرات الأخبار-المحتوى-الجمهور " لدى المشاهدين والتابعين لنشرة الأخبار بمدينة عنابة - الجزائر - اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل المحتوى سعى الباحث إلى معرفة اتجاهات الجمهور نحو النشرة وباعتباره أداة لدراسة مضمون وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة وقد عمد الباحث إلى حصر عينة لنشرات الأخبار التلفزيونية الجزائرية في فترة تستبعد فيها المناسبات الوطنية والدولية التي تأثر عادة على بنية النشرة.

ومن خلال عينة بلغت 400 مفردة تتوفر فيها خاصيتا النوع والنشاط وقد ركز الباحث على مدى اهتمام النشرة الإخبارية الرئيسية بمقومات نشرة الأخبار من حيث عدة جوانب وأهم ما خصت من خلال المسح والتحليل إلى التحليل التالية:

1. نسبة مشاهدة نشرة الخبار الواحدة على رأي المشاهدات بنسبة 34,36 بالمئة ثم نشرة الأخبار الناطقة بالفرنسية بنسبة 30,20 بالمئة لتأكد حضور هذه اللغة بالجزائر وبالأمازغية المرتبة الأخيرة 10,76 بالمئة وذلك راجع إلى مكان الدراسة.
2. رضا جمهور نشرة الأخبار على التوقيت بنسبة 91,75 بالمئة.
3. تقبل التغطية الوطنية والدولية معاينة 47 بالمئة تلتها الموضوعات الوطنية بنسبة 38,25 بالمئة وهذا مرتبط بطبيعة النشر وطبيعة المؤسسة.
4. متابعة النشرة راجع إلى الرغبة في الحصول على المعلومة حيث أتت في المرتبة الأولى 54,60 بالمئة ثم تثقيف بنسبة 17 بالمئة والترفيه 2,8 بالمئة لأفراد عينة.
5. أحرزت النشرات التلفزيونية تطور كبير في جانب تكنولوجي صورة وصوت.
6. نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري تميل إلى الطويلة.

7. طغيان أخبار وموضوعات سياسية وبالتالي طغيان أخبار رسمية حيث بلغت 85,47 بالمئة مقابل 14,60 بالمئة بالنسبة للموضوعات الدولية.

الدراسة الثانية : أجريت هذه الدراسة من طرف الطالبة سامية قرابلي تحت إشراف أستاذ فوضيل دولبوا بولاية قسنطينة بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسم دعوة وإعلام واتصال تخصص إعلام ثقافي بعنوان البرامج الثقافية في القناة الجزائرية الثالثة – دراسة تحليلية مكمل لدراسات عليا في علوم إعلام واتصال حاولت الوقوف على واقع البرامج الثقافية في القناة الفضائية الثالثة من خلال الإجابة على التساؤلات التي انبثقت من الإشكالية تمحورت حول الدور التنقيفي الذي يمكن أن تلعبه البرامج الثقافية في القناة الفضائية وقد توصلت إلى النتائج التالية :

1. الشكل يكمل المضمون وأن الاحتفاء بالمضمون على حساب الشكل قد يؤدي إلى صرف المشاهدين المستهدفين لأنه أحيانا يكون عامل للجذب أكثر من المضمون.
2. القائم بالاتصال في البرامج بمقدوره أن يشكل عامل جذب ونفور للجمهور.
3. ضرورة الاستفادة من كافة الإمكانيات الفنية المتاحة من قبل التلفزيون لضمان بلوغ الحد الأدنى من الأهداف المسطرة في أجنده البرامج الثقافية كما سجلت صاحبة الدراسة مجموعة من الملاحظات تلخص في الآتي:

– ضرورة رد الاعتبار للغة العربية الفصحى خلال الإلزام والتشجيع على اعتمادها لغة رسمية في البرامج الثقافية وغيرها.

– تكوين القائمين بالاتصال ففي القنوات والبرامج الثقافية من خلال فنون تقديم وإخراج وغيرها.

الدراسة الثالثة: أجريت هذه الدراسة من طرف إلياس طلحة تحت إشراف أستاذ فوضيل دولبوا بجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة بعنوان دور قناة الجزيرة في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، دراسة بجامعة منتوري والأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية وهي دراسة مكمل أنيل شهادة ماجستير حولت إلقاء الضوء على فئة من شباب جامعي بهدف معرفة أسباب إقباله على قناة الجزيرة ومدى تزوده بالمعارف السياسية منها التي تلعب دور شرفي في زيادة الوعي والدراية بما يجري في العالم من أحداث وقد توصلت إلى نتائج التالية:

1. زيادة المعارف السياسية من أهم دوافع إقبال الشباب الجامعي على قناة الجزيرة.

2. المعارف السياسية لا تتوقف على خلق الوعي السياسي بل تتعداه إلى تبني بعض الأفكار والآراء السياسية والعمل عليها ومحاولة إقناع الآخرين بها.

3. محاولة فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية حول القضايا والموضوعات التي تهتم بواقع إقبال الشباب على قناة الجزيرة.

الدراسة الرابعة: أجريت هذه الدراسة من قبل مجموعة من الطلبة بجامعة الجزائر 3 بقسم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة 2012-2013 حول موضوع قناة النهار الإخبارية الجزائرية والسباب العاصمي، دراسة في استخدامات وإشاعات للشباب العاصمي تناولت إشكالية أسباب ودوافع تعرض الشباب العاصمي لنشرات قناة النهار ومجمل الإشاعات والرغبات المخففة وتوصلت إلى النتائج التالية:

1. يشاهد الشباب العاصمي برامج قناة النهار مع أفراد الأسرة دليل على تلقي البرامج دون أي إحراج.

2. يشاهد الشباب العاصمي شتى أنواع البرامج دليل على اختلاف الأذواق.

3. إقبال الشباب العاصمي على قناة النهار مع كونها قناة إخبارية تطلعهم على أخبار محلية ووطنية.

4. تميز قناة النهار بخاصية السرعة والأنية في نقل الأخبار من أهم أسباب المشاهدة والمداومة على هذه القناة.

5. وظيفة إعلام والاستكشاف الواقع من أهم وظائف قناة النهار الإخبارية بشكل جيد.

6. منذ ظهور قناة النهار في 2012 استطاعت أن تلبي حاجات الشباب مما جعلها تحتل مكانة هامة في هذه الأوساط تستقطب أسماع الكثير منهم.

7. نجحت قناة النهار في تصوير مختلف نواحي الواقع الاجتماعي لمختلف أطراف المجتمع.

الدراسة الخامسة: أجريت هذه الدراسة من قبل الطالبتين يوسف بهوطي، حذيفة بودخيلي تحت إشراف موفق طيب شريف بجامعة الإفريقية أحمد الدرارية بولاية أدرار كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية قسم علوم إنسانية LMD تخصص إعلام واتصال حول موضوع التلفزيون الجزائري دراسة ميدانية تحليلية 2008-2009 مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال بحيث توصلت الطالبتين إلى نتائج تالية:

1. الهيمنة الكاملة في الرسوم المتحركة على برامج الأطفال المقدمة في التلفزيون.

2. حجم البرامج المعروضة ضعيفة جدا وكلها مستوردة.
3. أغلب البرامج المقدمة تقوم بالوظيفة الترفيهية مع وجود استثناءات.
4. جل البرامج خالية من القيم الوطنية والفنية والقيم الاجتماعية الخاصة بالمجتمع الجزائري مما يجعلها غريبة عن المحيط الثقافي كالطفل الجزائري
5. العلاقة بين برامج الأطفال والتلفزيون الجزائري وحق الطفل في الإعلام علاقة تسلية.
6. برامج الأطفال في التلفزيون لا تحقق للطفل حقه في الإعلام.



الفصل الثاني

الإجراءات المنهجية للدراسة:

مجالات الدراسة:

المجال المكاني:

تمت هذه الدراسة في الجانب الميداني بجامعة ابن خلدون بالكليات الثلاث العلوم الانسانية والاجتماعية، وكلية الحقوق والعلوم السياسية، وكلية اللغات، والتي انشأت بعد اصدار المرسوم التنفيذي رقم 01-271 المؤرخ في 30 جمادى الثانية 1422 الموافق لسبتمبر 2001، وقد دخلت ولاية تيارت عالم التعليم العالي سنة 1980 لفتح مركز جامعي تحول سنة 1984، الى معهدين وطنيين للتعليم العالي (INES) سنة 1992 إعادة إنشاء مركز جامعي سنة 2001، تطور عدد الشعب من شعبتين الى 50 شعبة في مرحلتي التدرج وما بعد التدرج في الدخول.

وبلغ عدد الطلبة بها خلال هذه الفترة 24.250 طالب.

تتضمن جامعة ابن خلدون 08 كليات وتتربع على 08 مواقع جغرافية متباعدة نسبة للكليات الثمانية.

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية: تحتوي على قسم العلوم الاجتماعية

كلية الحقوق والعلوم السياسية: تحتوي على قسم الحقوق والعلوم السياسية

كلية علوم الطبيعية والحياة، كلية العلوم التطبيقية، كلية الاعلام الالي والرياضيات، كلية علوم المادة، كلية العلوم التجارية، كلية علوم الادب واللغات.

المجال الزمني:

امتدت الدراسة الميدانية ما بين 14 ابريل الى غاية 28 ابريل وفق مرحلتين:

1. المرحلة الزمنية الاولى من 14 ابريل الى غاية 18 ابريل اتصال بالمؤسسة الجامعية عمداء الكليات وذلك بطلب تسهيل المهمة والتعرف على مجموع عينة البحث.

2. المرحلة الزمنية الثانية من 18 ابريل الى غاية 28 ابريل تم خلالها توزيع الاستمارة خلال هذه الفترة إضافة الى التواجد مع مجتمع البحث حيث قمنا بتواجد ضمن الندوة

الدولية للعلوم السياسية وهناك حاولنا التقرب من عينة البحث في قسم العلوم السياسية وكلية الحقوق وقد قمنا بتوزيع استمارة بالمقابلة مع المبحوثين.

المجال البشري: قمنا بتوزيع استمارة بالمقابلة مع المبحوثين وقد تمثلت العينة في الاساتذة الجامعيين بالتخصصات التالية: علم الاجتماع، تاريخ، آداب ولغات، العلوم السياسية والحقوق.

منهج الدراسة: لكل موضوع منهج خاص يلائم طبيعته ويخدم أغراضه العلمية، فالمنهج في معناه الضيق ينحصر في الإجابة على التساؤل، مؤداه على من من البشر ستجرى الدراسة، فإذا كانت تجرى على ظل البشر بقصد اصلاح يسمى هذا بالمسح الاجيماعي، أما إذا كانت ستجرى على مجموعة منهم بقصد الوصف وتحقيق هدف علمي فإنه يكون منهج وصفي،¹ وموضوع الدراسة دور القنوات التلفزيونية الجزائرية " الشروق، النهار، الجزائرية" يركز على دور الذي تلعبه وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي وهذا من خلال جمهور وسائل الاعلام حيث قمنا بتحليل هذا الدور باستخدام المنهج الوصفي المناسب لهذه الدراسة نظرا لكونه سيساعد الباحث في الحصول على معلومات وافية ودقيقة عن الظاهرة قيد الدراسة فالمنهج الوصفي لوصف الوعي السياسي ومظاهرة من خلال القنوات الجزائرية وقد عملنا لهذا المنهج لكونه سيساعد الباحث في الحصول على المعلومات والحقائق عن واقع الظاهرة الحالية ويوضح العلاقة بين الاسباب والنتائج فهو يقدم لنا تفسيراً للعوامل والظواهر الاخرى التي تؤثر فيه مما يساعد على فهم الظاهرة ذاتها.²

أدوات جمع البيانات:

الملاحظة:

هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما أو هي المراقبة لظاهرة ما بطريقة مهنية أو علمية. اعتمدناها في دراستنا لأنها تعتبر من الأساسيات في البحث في علم الاجتماع فهي الركيزة التي يرتكز عليها البحث السوسولوجي، لأنها اداة معتمدة في تسجيل سلوكيات الافراد وممارستهم دون سواهم.³

¹ محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 87.

² احسان محمد احسان، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، ط1، 2005، ص 137.

³ عبد الله محمد عبد الرحمان وآخرون، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2002، ص 369.

الاستمارة:

هي وعاء يضم مجموعة أسئلة بهدف الحصول على معلومات تدور حول موضوع أو تشكيلة معينة أو موقف معين.¹

تم اختبارنا لهذه التقنية لجمع البيانات، وذلك يسهل علينا الحصول على معلومات بطريقة صحيحة.

لقد كان الدليل المنهجي بمثابة الدليل الذي اعتمدهنا في دراستنا هذه، كما ساعدنا على جمع البيانات وملاحظة عينتنا وتحديد الموضوع دراسيا وهذا ما يسهل علينا الحصول على المعلومات بطريقة منهجية.

العينة وكيفية اختيارها:

إن أسلوب اختيار العينة يعتبر ذو أهمية في تحديد مدى تمثيل العينة لمجتمع البحث والأسلوب المتبع في هذه الدراسة وتحتاج العينات الى اطر كاملة وموثوق بها وأمنة تحتوي على جميع وحدات البحث، وقد انتهجنا عينة مقصودة ممثلة لمجتمع البحث الأساتذة الجامعيين بجامعة ابن خلدون نظرا لكونها تمثل النخبة وقادة الرأي العام وذلك لكونها تساعدنا في تحقيق أهداف مضافة لكونها تمثل مجتمع البحث الاصيلي للدراسة هذا من جهة ومن جهة أخرى لقناعتنا بفكرة دافيد ايسطون وجابريال الموند مفادها " أن الجانب الطبيعي والمكاني يلعب دورا كبيرا في الوعي " وهذه العينة مكونة من 70 مبحوث من أصل مجتمع البحث الذي يتكون من 288 أستاذ جامعي بالكليات الثلاث العلوم الاجتماعية والانسانية حيث مثلت تخصص التاريخ 78 أستاذ وتخصص العلوم الاجتماعية 79 أستاذ وبالنسبة لتخصص الحقوق 68 أستاذ، تخصص العلوم السياسية 13 أستاذ، تخصص اللغات 58 أستاذ مثلت 24% من مجتمع البحث وكان الاختيار عشوائي للتمكن من الحصول على نموذج يحتوي على مختلف الخصائص داخل مجتمع البحث.

ولقد لاحظنا تباين كبير وعدم التجانس بين افراد العينة من ناحية السن والجنس والدرجة الاكاديمية والأصل الجغرافي.

¹ د. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، أساليب البحث الاجتماعي والتحليل الاحصائي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 الإصدار الثالث، 2007، ص 23-27.

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
33%	23	33 -28
33%	23	39 -34
17%	12	44 -40
17%	12	أكثر من 45

يتضح لنا من خلال الجدول طغيان العنصر الشباني داخل مجتمع البحث حيث مثلت نسبة 66% من المجتمع ككل وذلك بناء على الفئات العمرية الأولى والثانية أما بالنسبة لفئة الكهول تمثل 34% حيث يوجد حوالي 07 أساتذة يتجاوز أعمارهم 60 سنة.

فالقوة البشرية كمحرك لأي مجتمع هي عنصر الشباب وهذا ما يعني الأساتذة الجامعيين في حراك واستقطاب العنصر الشباني.

جدول رقم (02): يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
71%	50	ذكر
29%	20	انثى
100%	70	المجموع

يتضح لنا من خلال الجول أعلاه أن نسبة الذكور أكثر من الإناث حيث مثلت 71% في حين تقدر نسبة الإناث بـ 29% من العينة وعليه يمكن القول أن النسبة عالية للإناث على حساب الذكور وهذا قد يكون راجع لطبيعة العمل.

جدول رقم (03): يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الأكاديمي

النسبة	التكرار	الدرجة الاكاديمية
20%	14	استاذ مساعد ب
60%	42	استاذ مساعد ا
3%	2	استاذ محاضر ب
16%	11	استاذ محاضر ا
1%	1	استاذ تعليم عالي
100%	70	المجموع

إن النسب الموضحة أعلاه والمتعلقة بالمستوى الأكاديمي متفاوتة حيث أن الدرجة الأكاديمية أستاذ مساعد صنف أ وهذا نظرا لأن مجتمع البحث مجتمع شباني ويقدر ب 60 تليها درجة أستاذ مساعد ب حيث مثلت 20% ثم تليها درجة أستاذ محاضر أ حيث مثلت 16% أما درجة أستاذ محاضر ب مثلت نسبة 03% أما بالنسبة للدرجة العلمية أستاذ تعليم العالي فتعد أقل من باقي المستويات حيث مثلت 01% فهي ضعيفة مقارنة مع النسب الأخرى.

جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الأصل الجغرافي


النسبة المئوية	التكرار	الأصل الجغرافي
37%	26	المدينة
63%	44	القرية
100%	70	المجموع

بلغت نسبة القاطنين بالقرى أكثر من نسبة القاطنين بالأرياف حيث بلغت نسبة 63% من عملية البحث مقارنة بالقاطنين بالمدن حيث بلغت 37%، وهذا ما يجعلنا نستنتج أن المجتمع البحث يغلب عليه الطابع القروي، وذلك ما يؤكد أن نسبة الوعي السياسي لدى الأساتذة الجامعيين القاطنين بالقرى وانخفاض لدى الفئة القاطنة بالمدن وذلك راجع للبيئة الاجتماعية، فالمجال الجغرافي له دور أساسي في تشكيل الوعي السياسي، وهذا ما أكد عليه دافيد ايستون وجابريال الموند حيث أن هذه البيئة تفضل التركيز على الوسائل العلمية البسيطة، إضافة إلى التنمية الاجتماعية داخل القرى والتي تدفع بالفرد إلى ضرورة الالمام الشامل والادراك الواعي لما يحيط به من خلال الوسائل الاعلامية كأفراد العينة القاطنين بالقرى تسعى إلى تكريس مبدأ تعدد الاهتمامات في ذلك السياسة كونها تمثل النخبة المثقفة.

جدول رقم (05): يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص:

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
%23	16	علم اجتماع
%9	6	علوم سياسية
%23	16	لغات
%23	16	تاريخ
%23	16	حقوق
%100	70	المجموع

يمثل الجدول ان افراد العينة الموزعة حسب التخصصات متساوية بنبة قدرت ب %23 في كل التخصصات "علم الاجتماع، لغات، تاريخ، حقوق"، أما بالنسبة للعلوم السياسية فقدرت نسبتهم ب %9 وهذا راجع لقلّة افراد العينة في هذا التخصص، حيث بلغ عددهم 13 أستاذ.



الفصل الثالث

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

المحور الأول:

جدول رقم (06): يوضح توزيع العينة حسب الاصل الجغرافي ومتغير الجنس:

المجموع	الاصل الجغرافي				
	القرية	المدينة			
50	27	33	التكرار	ذكر	الجنس
%100	%54	%45	النسبة المئوية		
20	16	4	التكرار	انثى	
%100	%80	%20	النسبة المئوية		
70	43	26	التكرار	المجموع	
%100	%61	%37	النسبة المئوية		

يتضح من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الذكور المقيمين في القرية هم أكثر نسبة حيث قدرت ب 54%، في حين ان سكان المدن قدرت ب 44%، وكذلك الامر بالنسبة لجنس الاناث، حيث قدرت نسبة الاناث المقيمين بالقرية ب 80% اما بالنسبة للقاطنات بالمدينة فقدرت ب 20% وهذا ما يوضح لنا ان اغلب افراد العينة هم من القرى.

جدول رقم (07): يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الفضاء السكني

النسبة المئوية	التكرار	الفضاء السكني
50%	34	عمارة
31%	22	سكن ارضي حضري دار عرب
7%	6	سكن ارضي ريفي حوش
12%	8	سكن راقي فيلا
100%	70	المجموع

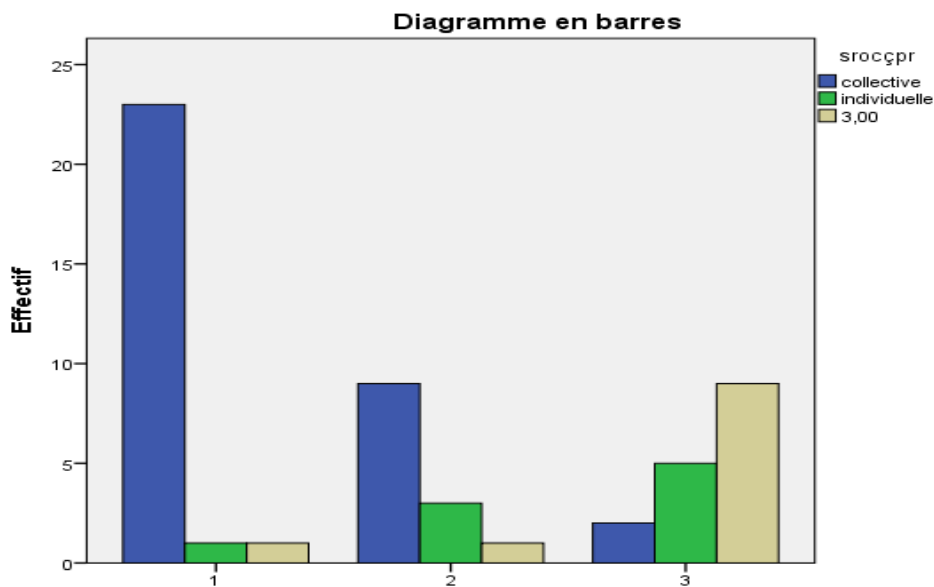
نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة 50% من عينة البحث قاطنون بالعمارات، اما نسبة 31% فهم يقطنون بالسكنات ارضية حضرية، وهذا يؤثر على كيفية المشاهدة ونوعيتها لدى الافراد، وهذا ما يؤكد "دافيد استون" في طرحه ان المجال الجغرافي يلعب الدور الاكبر في تشكيل الوعي والادراك، اما نسبة 12% فتمثل افراد العينة المقيمين بسكنات راقية، وهذا راجع الى خصوصية العينة، اما النسبة المتبقية فهي تمثل افراد العينة المقيمين بالأرياف بنسبة قدرت ب 7%.

المحور الثاني:

جدول رقم (08): يوضح عدد الاجهزة التلفزيونية لدى العينة:

عدد الاجهزة التلفزيونية	التكرار	النسبة المئوية
واحد	25	%36
اثنان	23	%33
ثلاثة	22	%31
المجموع	70	%100

يوضح الجدول اعلاه عدد الاجهزة التلفزيونية لدى عينة البحث حيث مثلت نسبة %36 جهاز واحد، ونسبة %33 مثلت امتلاك العينة لجهازين، أما نسبة %31 فتمثل أقل نسبة مقارنة مع النسب الاخرى من الذين يمتلكون ثلاث اجهزة. وهذا ما يفسر بان امتلاك أكبر عدد من الاجهزة التلفزيونية يمنح خصوصية في المشاهدة.



الشكل رقم (01): تكرارات عدد الأجهزة

جدول رقم (09): يوضح موقع الاجهزة التلفزيونية

النسبة المئوية	التكرار	أين يوضع جهاز التلفاز
33%	32	غرفة الاستقبال
17%	12	غرفة الجلوس
37%	26	الغرفة الخاصة
87%	61	المجموع
13%	9	قيم مفقودة
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة 37% يضعون التلفاز في غرفهم الخاصة، اما نسبة 33% فيضعونه في غرفة الاستقبال، في حين ان نسبة 17% يضعون جهاز التلفزيون في غرفة الجلوس وهي تمثل اقل نسبة، وهذا ما يؤثر على كيفية المشاهدة لدى الافراد، على عكس الذين يضعون التلفاز في غرفهم الخاصة فهم يتحررون من قيود المشاهدة مع بقية افراد الاسرة.

جدول رقم (10): يوضح كيفية المشاهدة حسب عدد الاجهزة لدى العينة:

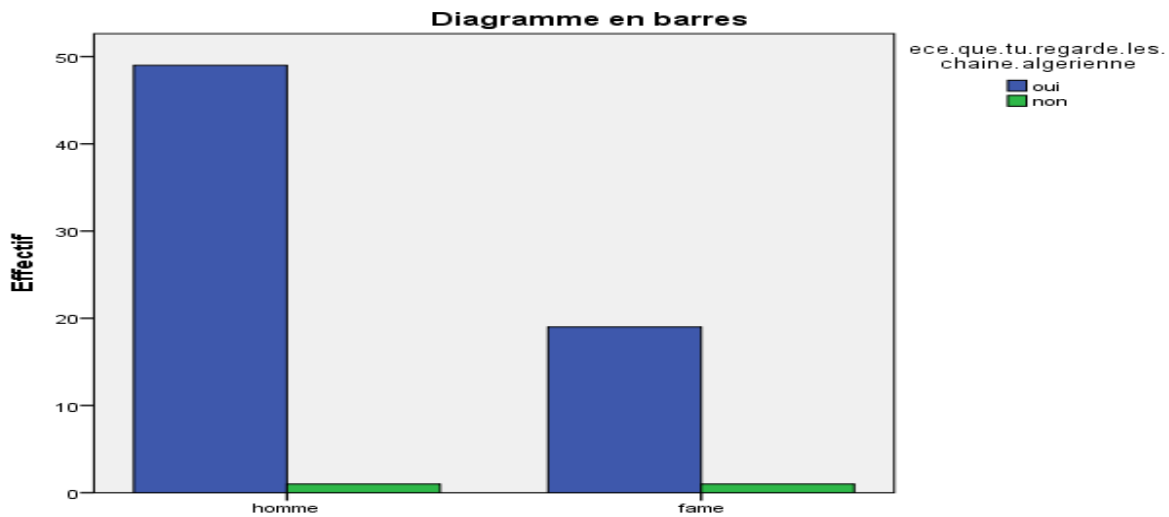
المجموع	اذ كانت			كيفية المشاهدة الاجهزة	عدد	عدد الاجهزة
	3	فردية	جماعية			
25	1	1	23	التكرار	1	عدد الاجهزة
% 100	%4	%4	%92	النسبة		
13	1	3	9	التكرار	2	
% 100	%8	%23	%69	النسبة		
16	9	5	2	التكرار	3	
% 100	56,2 %	%32	%13	النسبة		
54	11	9	34	التكرار	المجموع	
% 100	20,4 %	%17	%63	% النسبة		

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه أن المشاهدات الجماعية بلغت 92% لدى الافراد الذين يمتلكون جهاز واحد، اما نسبة المشاهدة لدى عينة البحث الذين يمتلكون جهازين قدرت ب 69% من مجموع المشاهدات الجماعية، اما نسبة 13% فمثلت كيفية المشاهدة لدى افراد العينة الذين يمتلكون ثلاث اجهزة، وهذا ما يفسر بان عدد الاجهزة التلفزيونية يزيد من نسبة المشاهدات الخاصة ويقلل من المشاهدات الجماعية، وفي المقابل تراوحت المشاهدات الفردية ما بين 04% الى 32%، وهذا راجع الى نقص في عدد الاجهزة لدى العينة.

جدول رقم (11): يوضح نسبة المشاهدة للقنوات الجزائرية الثلاث لدى الذكور والاناث:

المجموع	هل تشاهد القنوات الجزائرية الثلاث				
	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
50	1	49			
%100	%2	%98	النسبة المئوية		
20	1	19	التكرار	انثى	
%100	%5	%95	النسبة المئوية		
70	2	68	التكرار		المجموع
%100	%3	%97	النسبة المئوية		

يتضح لنا من خلال الجدول ان نسبة الذكور المشاهدين للقنوات الجزائرية الثلاث هي 98% من أصل 100%، اما نسبة الاناث فقدت ب 95% من أصل 100% وبالرجوع الى مجموع افراد العينة ككل سواء ذكور او اناث قدرت ب 97% من نسب المشاهدة، وهذا ما يفسر بانه لا يوجد تفاوت بين الجنسين من حيث المشاهدة، ويرجع ذلك لأننا تقصينا الاخذ بالعينة القصدية المشاهدين للقنوات الجزائرية ككل، وتناولنا من خلال طرحنا القنوات الجزائرية الثلاث.



الشكل رقم (02): تكرارات مشاهدة القنوات الجزائرية

جدول رقم (12): يوضح مدة المشاهدة لدى العينة:

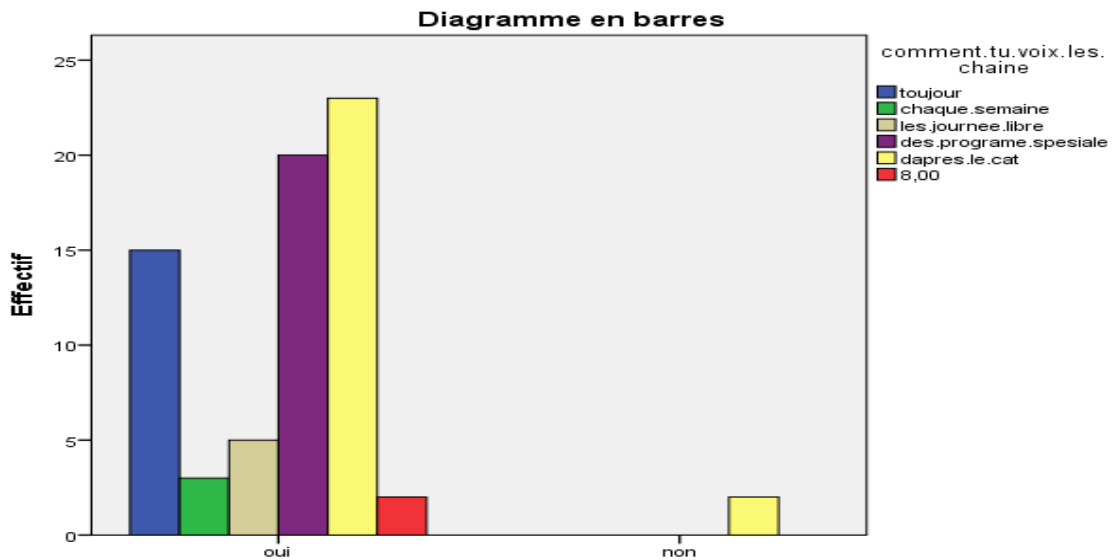
المجموع	منذ متى وانت تشاهد القنوات الثلاث						
	أكثر من ثلاث سنوات	سنتين	سنة	أقل من سنة			
50	28	14	5	2	التكرار	ذكر	الجنس
% 100	%56	%28	% 10	%4	النسبة المئوية		
20	12	4	3	1	التكرار	انثى	
% 100	%60	%20	% 15	%5	النسبة المئوية		
70	40	18	8	3	التكرار	المجموع	
% 100	%57	%26	% 11	%4	النسبة المئوية		

تحظى القنوات الجزائرية بنسبة مشاهدة كبيرة، وما يوضح ذلك مدة المشاهدة المتمثلة في أكثر نسبة قدرت ب 56% لدى الذكور، و60% لدى الإناث من أصل 100% حيث تجاوزت الثلاث سنوات، اما بالنسبة للأفراد الذين يشاهدون القنوات الجزائرية منذ سنتين قدرت نسبة الذكور 28% من المجموع، و20% بالنسبة للإناث، أما باقي النسبة فتمثلت نسبة المشاهدة الأقل من سنة وهذا ما يؤكد اهتمام الجمهور بالبرامج التلفزيونية، ويوضح كذلك مدى مساهمة القنوات الثلاث في اكتساب جمهور في اكتساح الساحة الاعلامية.

جدول رقم (13): يوضح فترة المشاهدة لدى العينة

النسبة المئوية	التكرار	كيف تتم المشاهدة
21%	15	بشكل يومي
4%	3	بشكل اسبوعي
7%	5	ايام العطل
28%	20	عند برامج معينة
38%	25	حسب الظروف
2%	2	قيم مفقودة
100%	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول اعلاه ان فترة المشاهدة الغالبة تكون حسب الظروف وقدرت بنسبة 36% اما الفترة الصباحية والمسائية فقدرت بنسبة 12% وهذا ما يوضح لنا انه اثناء السهرة هي الفترة الملائمة للمشاهدة وذلك لكون الجمهور يتواجد داخل البيت، اما الفترات المسائية والصباحية يكون الجمهور منشغل بالعمل، والقيام بأدواره الاجتماعية، اما بالنسبة لباقي النسب فوزعت بين عند برامج معينة وحسب الظروف بنسبة قدرت ب 66% وهذا ما يفسر بان المشاهدات للقنوات الجزائرية تكون عند برامج معينة.



الشكل رقم (03): تكرارات كيفية المشاهدة

جدول رقم (14): يوضح الايام المفضلة للمشاهدة

النسبة المئوية	التكرار	الايام المفضلة
17%	12	السبت
3%	2	الاحد
3%	2	الاثنين
5%	3	الثلاثاء
1%	1	الاربعاء
7%	5	الخميس
64%	45	ليس لدي يوم محدد
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة ليس لديهم يوم محدد وقدرت نسبة تهتم ب 64% من مجموع العينة، بينما قدرت اجابة 17% من باقي افراد العينة، بان المشاهدة تكون بايام العطلة الاسبوعية، وسجلنا من خلال البحث اقل نسبة خلال سائر ايام الاسبوع وهذ راجع الى خصوصية مجتمع البحث.

جدول رقم (15): يوضح كيفية المشاهدة

النسبة المئوية	التكرار	كيفية المشاهدة
14%	10	لوحدهم
48%	33	مع العائلة
2%	2	مع الاصدقاء
36%	25	حسب الحالة
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان كيفية المشاهدة لدى افراد العينة مع العائلة اخذت أكبر نسبة حيث قدرت ب 48%، في حين ان الذين يشاهدون البرامج حسب الحالة قدرت ب 36% وهي تعتبر نسبة متقاربة مع الذين يشاهدون مع العائلة، في حين ان الذين يشاهدون مع الاصدقاء ولوحدهم تراوحت نسبتهم ما بين 2% إلى 14% وهي تعتبر أقل نسبة، هذا ما يفسر ان المجتمع الجزائري مجتمع تقليدي بالدرجة الاولى، ولا يزال متمسك بفكرة الرباط الاجتماعي واللحمة الاجتماعية.

المحور الثالث: أسباب الاقبال على القنوات الجزائرية

جدول رقم (16): يوضح الاسباب التي تجعلك تشاهد البرامج التلفزيونية الجزائرية

النسبة المئوية	التكرار	اسباب الاقبال
17%	12	الفضول
17%	11	الميول الشخصي
4%	4	لان اصدقائي يشاهدونها
37%	26	من اجل المعارف السياسية
19%	13	الالمام بالأحداث الوطنية والدولية
6%	4	ملئ وقت الفراغ
100%	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن سبب المشاهدة التلفزيون الجزائري تختلف من أجل المعارف السياسية وقدرت ب 37%، في حين سبب الإلمام بالأحداث الوطنية والدولية قدرت ب 19%، أما الميول الشخصي فقدر ب 17% مع الفضول، أما من أجل ملأ وقت الفراغ قدرت ب 6%، وهذا ما يؤدي بنا إلى استنتاج مفاده أن البرنامج جملة من المعاني والشفرات والرموز تستخدمها لأجل إشباع رغبات الجمهور والمتمثلة في تشكيل وعيهم وتوضيح الأمور الغامضة وزيادة معارفهم السياسية.

جدول رقم (17): يوضح العوامل التي تجذب للمشاهدة:

العوامل	التكرار	النسبة المئوية
منشط	17	24%
الإخراج والديكور	2	3%
استخدام أسلوب حوارى مفهوم	24	34%
تتفق مع ميولي	13	19%
المجموع	56	80%
قيم مفقودة	14	20%
المجموع	70	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن العوامل التي تجذب للمشاهدة تدخل في استخدام أسلوب الحوار المفهوم، وقدرت ب 34% في حين أن المنشط قدرت ب 24% أما الإخراج والديكور قدرت بنسبة 3% وكون العملية الاتصالية تركز على جملة من العناصر نستنتج أن للأسلوب دور كبير في جذب واستقطاب عنصر المشاهدة.

جدول رقم (18): متابعة البرامج والاحداث السياسية:

متابعة البرامج	التكرار	النسبة
نعم	55	79%
لا	15	21%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة الأساتذة الجامعيين المتتبعين للأحداث السياسية بلغت 79%، بينما مثلت نسبة 21% أفراد العينة الذين أجابوا بلا، وهذا ما يؤكد أن أفراد مجتمع البحث لديهم إقبال على مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية، من خلال البرامج السياسية وذلك يمكن أن نفسره بأنه راجع إلى الرغبة في الإلمام بالأحداث السياسية الوطنية.

جدول رقم (19): يوضح اهم المواضيع والاحداث المتتبعة من قبل افراد العينة

النسبة	التكرار	الاحداث
21%	15	قانون المالية
12%	8	لنظام السياسي الحاكم
17%	12	الفساد السياسي
14%	10	انخفاض اسعار البترول
10%	7	قانون الاسرة
26%	18	اجابة اخرى
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اهم الاحداث والمواضيع المتتبعة من خلال افراد العينة تفاوتت آراؤهم، واختلفت خياراتهم حيث ان نسبة 21% مثلت قانون المالية، وهذا راجع الى العامل الاقتصادي الذي يؤثر على كل فئات المجتمع، اما نسبة 17% فمثلت الفساد السياسي وهذا ما يمكن تفسيره بان هناك درجة من الادراك والوعي وما يحدث على الساحة السياسية والاعلامية، اما باقي الجوانب فكانت بنسبة ضئيلة ومتقاربة تراوحت بين 10% الى 14%.

جدول رقم(20): يوضح مدى التزود بمعلومات ومعارف سياسية

النسبة	التكرار	التزود بمعلومات ومعارف سياسية
34%	27	دائما
39%	24	احيانا
17%	13	أبدا
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 39% من أفراد العينة أجابوا بـ أحيانا، وهذا ما يفسر بأن المشاهدة لدى أفراد العينة نسبية أما الأفراد الذين أجابوا بـ دائما هي بنسبة 34% وهي تقترب من النسبة الأولى، وهذا ما يعبر بالرغبة في الإلمام بالأحداث السياسية والوطنية، أما باقي أفراد العينة فأجابوا بعدم تزويد القنوات التلفزيونية الجزائرية وهذا يفسر أن القنوات الجزائرية لا تمثل مصدر للإكساب معلومات سياسية وأخبار وطنية.

جدول رقم (21): يوضح مدى الاسهامات التي تقدمها القنوات التلفزيونية

النسبة	التكرار	الاسهامات التي تقدمها القنوات التلفزيونية
13%	9	التوعية السياسية والثقافية
16%	11	التزويد بمعلومات ومعارف سياسية
6%	4	العمل على تشكيل رأيك نحو القضايا السياسية
3%	2	المساهمة في تغيير ارائك السياسية
62%	44	اجابة اخرى
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بإجابة أخرى قدرت ب 62% وهي أعلى بنسبة حيث أجابوا بعض المبحوثين بأنهم بعد الحصول على المعلومات يقومون بتحليلها وهذا ما يفسر قدرة وكفاءة مجتمع البحث بأنهم يمثلون النخبة، أما باقي النسب فتتراوح ما بين 3% إلى 16% وهذا يفسر بأن مشاهدة البرامج السياسية راجع إلى الرغبة في التحليل وفهم ما يحدث من مجريات وطنية ودولية.

وقد تبين ذلك من خلال تحليل الأسئلة المفتوحة حين أجاب معظم المبحوثين أن متابعتهم للقنوات الجزائرية راجع إلى الرغبة في فهم وتحليل البرامج وهذا راجع إلى خصوصية العينة كونهم يمثلون النخبة.

جدول رقم (22): يوضح تبني الافكار من القنوات لدى العينة البحث من خلال القنوات

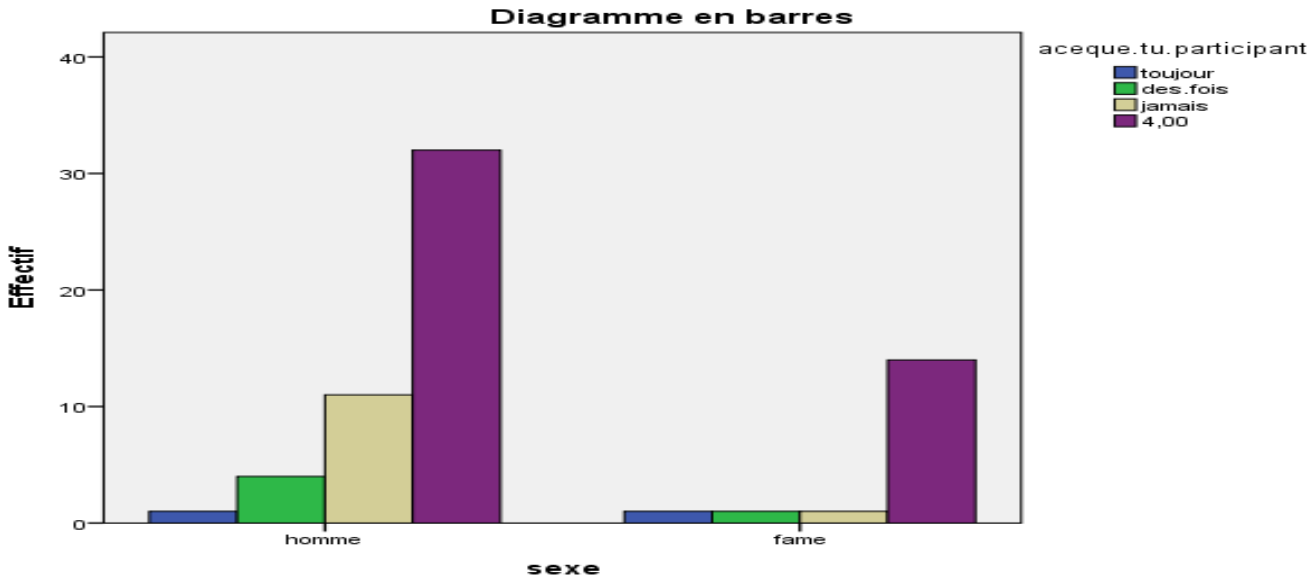
النسبة المئوية	التكرار	تشكيل الاتجاهات والمواقف
24%	17	نعم
65%	46	لا
11%	7	قيم مفقودة
100%	70	المجموع

من خلال النتائج نلاحظ أن نسبة 65 % أجابوا بلا وهذا ما يفسر بأن هذه القنوات لا تشكل لديهم اتجاهات ومواقف جديدة أما باقي النسبة فمثلت أفراد العينة الذين أجابوا بنعم حيث مثلت 24 % وهي نسبة ليست بالضيئلة في أنها تساهم في تشكيل اتجاهات ومواقف سياسية.

جدول رقم (23): يوضح الوسيلة المستخدمة للمشاركة في البرامج التلفزيونية

وسيلة المشاركة	التكرار	النسبة
الهاتف	5	7%
البريد الالكتروني	4	6%
الفيس بوك	3	4%
الحضور خلال الحصة	2	3%
القيمة المفقودة	56	80%
المجموعة	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة المشاركة خلال البرامج التلفزيونية ضئيلة جدا حيث تراوحت ما بين 3% الى 7% اما باقي النسب فقد عبرت عن قيم مفقودة تجاوزت نصف العينة حيث قدرت ب 80% وهذا ما يفسر بعدم الموضوعية في الطرح، ومتابعة افراد العينة للبرامج لفهم وتفسير الخطاب السياسي فقط لا لشيء اخر.



الشكل رقم (04): تكرارات المشاركة في البرامج التلفزيونية

جدول رقم (24): يوضح الموضوعية في الطرح للقنوات الجزائرية لدى عينة البحث

الموضوعية في الطرح	التكرار	النسبة
نعم	20	%28
لا	50	%72
المجموع	70	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 72 % من عينة البحث أجابوا بأنه لا يوجد موضوعية في الطرح أما باقي أفراد العينة فأجابوا بنعم حيث قدرت بـ 28 % وهذا ما يفسر أن القنوات الجزائرية لا تراعي الموضوعية في الطرح وسنوضح ذلك من خلال الجدول الموالي.

جدول رقم (25): يوضح اسباب الاجابة بموضوعية الطرح

النسبة	التكرار	في حالة الاجابة بنعم لماذا
53%	37	تقدم الراي والراي الاخر
31%	21	غير متحيزة لجهة معينة
1%	1	استخدام اسلوب حوارى مفهوم
15%	10	تتفق مع ميولي
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين أجابوا أن الموضوعية راجعة إلى ترك المجال للحوار والمناقشة وهذا ما اتضح من خلال الجدول نسبة 53 %، أما الذين يرون بأن موضوعية الطرح ترجع إلى كونها غير متجزئة لجهة معينة، حيث مثلت 31 % من أفراد العينة يرون أنها تتفق مع ميولاتهم بنسبة 15%.

جدول رقم (26): يوضح نسبة الاطلاع على برامج الاحزاب السياسية من خلال القنوات الجزائرية

النسبة	التكرار	الاجابة
57%	40	نعم
43%	30	لا
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 57% من أفراد العينة مكنتهم القنوات التلفزيونية الجزائرية من الاطلاع على برامج الأحزاب السياسية كما أن نسبة 43% وهي نسبة ليست بالضئيلة مقرنة بالنسبة الأولى أجابوا بأن القنوات التلفزيونية الجزائرية لا تمكنهم من الاطلاع على برامج الأحزاب السياسية وهذا ما يمكن تفسيره بأن القنوات الجزائرية لا تخلوا من السياسي وهذا ما يشكل نوع من الإدراكات والمعارف.

جدول رقم(27): يوضح المشاركة في الانتخابات:

المشاركة في الانتخابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	55%
لا	31	45%
المجموع	70	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نسبة 55% من أفراد العينة يشاركون في الانتخابات وهذه المشاركة تعبر عن الوعي السياسي تعبر عن الوعي السياسي، أما نسبة 45% فمثلت المبحوثين الذين أجابوا بلا وهذا ما يمكن أن نفسره بالوعي السياسي فالانتخاب دعامة أساسية لنظم السياسة وهو وسيلة للممارسة السياسية التي تعتبر من أبعاد الوعي السياسي إضافة إلى كون الاقتدار السياسي أو الميل يمثل أحد مقومات أساسية للوعي السياسي.

جدول رقم (28): يوضح الانتماء الحزبي لدى أفراد العينة:

الانتماء الحزبي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	7	10%
لا	54	77%
قيم مفقودة	9	13%
المجموع	70	100%

يتضح من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين لا ينتمون إلى أي حزب بنسبة قدرت بـ 77%، وهي تمثل أقل نسبة هذا راجع إلى أن أفراد العينة لا يؤمنون بفاعليات الأثراء لدى الأحزاب السياسية، والتي تمثل قوى اجتماعية خامدة في نظر المبحوثين.

جدول رقم (29): يوضح الاطلاع على برامج الاحزاب السياسية من خلال الجرائد

النسبة	التكرار	الاطلاع في البرامج
%13	9	جريدة الشروق
%10	7	جريدة النهار
%2	1	مجلة الشروق
%75	53	إجابة أخرى
%100	70	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 75% أجابوا بإجابة أخرى حيث تعدد الإجابات من خلال الاطلاع على جرائد ومجلات أخرى كاليومية أما باقي النسبة فتوزعت بين مجلة الشروق وجريدة النهار وجريدة من 02% و13% غالبية المبحوثين لا يؤمنون بفاعلية الآراء مدى الأحزاب السياسية وهذا له دلالة كبيرة على مجريات الواقع السياسية.

مناقشة وتحليل النتائج:

مناقشة النتائج في ظل الفرضيات:

الفرضية الاولى:

اقبال الاساتذة الجامعيين على متابعة القنوات التلفزيونية يعكس الرغبة في الالمام بالقضايا السياسية والوطنية.

إن امداد جمهور التلفزيون الجزائري بمختلف المعلومات والمعارف بمختلف أنواعها بما في ذلك المعارف السياسية التي تعد من وظائف المؤسسة الإعلامية، كالوظيفة الإخبارية وتعدد هذه الوظائف مرتبط بالقرار الديمقراطي، حيث تمارس دورا مزدوجا في نقل موقف الحاكم الى المحكوم والعكس، اي انها تدعم حكم الاغلبية.

فوسائل الاعلام لا تقتلع الجمهور من وسطه الاجتماعي، ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها لاحظنا ان اقبال افراد العينة على مشاهدة القنوات الجزائرية كان بشكل كبير حيث بلغت نسبته 97%، الا ان دوافع هذا الاقبال هو الرغبة في الالمام بالأحداث الوطنية والدولية، إضافة الى التعريف السياسية حيث بلغت نسبته 56% وهذا من خلال البحث في دوافع تتبع البرامج التلفزيونية الجزائرية، إضافة الى اسهامات القنوات الجزائرية بحيث ان اغلب المبحوثين نسبتهم 62% يتتبعون قنوات الجزائرية، وهذا لمعرفة الاحداث الوطنية والدولية لذا فقد ثبت صحة الفرضية الاولى.

الفرضية الثانية:

تعدد القنوات التلفزيونية وظهور قنوات خاصة يؤدي الى التوجه نحو الموضوعية في الطرح.

يمثل الاعلام الجماهيري تلك السيورة الاجتماعية او البناء الوظيفي الذي يتحقق بواسطة تدخل وسائل الاعلام وبتفاعل مترابطة، والتعددية في الاعلامية والانتقال من القنوات العامة الى القنوات الخاصة يستدعي بالضرورة التوجه نحو الموضوعية والتعدد في الطرح.

ومن خلال الدراسة الميدانية توصلنا الى ان نسبة 72% من المبحوثين فدوا موضوعية الطرح في القنوات الجزائرية، وهذا راجع الى البرمجة والفهم وتحليل ما يدور على الساحة الاعلامية والسياسية، بحيث تفاوتت نسبة المشاهدة لدى القنوات الثلاث. وتعتبر قناة الشروق الاكثر مشاهدة، اما قناة الجزائرية والنهار فهي اقل مشاهدة.

فمن خلال الوسيلة المستخدمة في التواصل مع البرامج توصلنا الى ان نسبة 80% من أفراد العينة لا يتواصلون مع هذه البرامج وهذا ما ينفي الفرضية الثانية.

تشكل القنوات التلفزيونية الجزائرية مصدر من مصادر التنشئة السياسية.

أصبحت وسائل الاعلام مصدر مهم من مصادر المعلومات فهي تمدهم بالمعلومات اللازمة، فالعلام سلطة رابعة كما طرح "ادموند بورك" حين توجه الى مقاعد الصحفيين وردد مقولته التاريخية أنتم السلطة الرابعة. بحيث يقوم بعدة ادوار، فوظيفة التنشئة من الوظائف الاعلامية ومن خلال دراستنا توصلنا الى ان القنوات التلفزيونية الجزائرية لا تشكل مصدر للتنشئة السياسية لدى الافراد، وإن كان ذلك بشكل نسبي حيث اجاب غالبية المبحوثين بعدم تبني اراء سياسية من خلال القنوات إضافة الى عدم المشاركة في البرامج، وعدم تقديم اي اسهامات للقنوات التلفزيونية لدى افراد العينة، وهذا ما يوضح لنا ان القنوات الجزائرية لا تشكل الوعي السياسي مثلما افترضنا سابقا.

الاستنتاج العام للدراسة:

انطلاقاً من المعطيات والجدول السابقة تتضح لنا نتائج الدراسة وعليه هذه النتائج لا تتوقف على الفرضية العامة للبحث المتضمنة: أن القنوات التلفزيونية الثلاث *الشروق- النهار- الجزائرية* تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الوعي السياسي فهذه القنوات لا تشكل الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وقد أثبتت نفيها.

أقبل الأساتذة الجامعيين على مشاهدة القنوات التلفزيونية بشكل كبير راجع إلى الألامم بالأحداث الوطنية والدولية، وما يحدث على الساحة السياسية، وهذا لا يستدعي بالضرورة التأثير على آرائهم واتجاهاتهم نحو مختلف القضايا.

في الوقت الذي تتجه فيه وسائل الاتصال الجماهيري، والمؤسسات الإعلامية الأخرى إلى الموضوعية في الطرح وذلك لتفعيل دور جمهورها، وتمير رسائلها، لا تزال قنوات التلفزيون الجزائري بعيدة عن الطرح الموضوعي، إضافة إلى ابتعادها عن الاحترافية رغم ظهور قنوات خاصة والتعديلات التي طرأت على قانون الإعلام؛ إلا أنه لا تزال المؤسسة الإعلامية الجزائرية بعيدة عن الهدف المنشود، حيث إن الدراسات السابقة في مجملها أثبتت أن الشكل يكمل المضمون فلا ينبغي الاحتفاء بأحدها على حساب الأخرى؛ إضافة إلى أن جل الدراسات التي أقيمت حول التلفزيون الجزائري باختلاف قنواته أكدت أن الجمهور له إقبال كبير على مشاهدتها، إلا أن ذلك راجع إلى الرغبة في استكشاف الواقع، بحيث إن هذه القنوات نجحت في تصوير مختلف مظاهر الواقع الاجتماعي، خاصة القنوات الخاصة منها إضافة إلى الرغبة في الألامم بالأحداث الوطنية والدولية نجاح الاتصال بفعالية ينبغي أن يكون نابع من الحيادية في الطرح ونزاهة وتقبل وجهات النظر، وهذا ما أثبتته دراسة العجيلي عصمان تركيز حول برامج الحوارية السياسية، فالقنوات الفضائية الليبية بجامعة الزاوية 2013، إضافة إلى أن تأثير وسائل الإعلام على مدى إدراك الفرد للقضايا الأساسية الخاصة به وبمجتمعه هو النتيجة المشتركة التي خلصت إليها الدراسات فهي تشكل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني لموسى عبد الرحيم حلس بجامعة الأزهر 2010، والتي أثبتت دور وسائل الإعلام للوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني وهذا لخصوصية المجتمع الفلسطيني والدراسة الثانية من طرف الياس طلحت وتحت إشراف الاستاذ فوضيل دوليوا موسومة بدور قناة الجزيرة في نشر الوعي السياسي الشباب الجامعي والتي أثبتت أن قناة الجزيرة تشكل مصدر من مصادر التنشئة السياسية فتنمية الأفكار والآراء السياسية والعمل على اقناع الآخرين بها هو من صنع هذه القناة، وهذا ما يؤكد أن الحيادية في الطرح وتقديم الراي والراي الآخر يزيد من الموضوعية والشفافية، وبالتالي يزيد من إقبال الجمهور على القنوات إضافة إلى الاحترافية في الأداء والتي تعد عامل جذب للجمهور، بحيث تمثل محفز للمشاهدة والموضوعية في

الطرح تستدعي بضرورة تبني افكار وأراء واتجاهات وبالتالي تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور ويتفاوت من قناة إلى أخرى فخصوصية الجمهور من جهة وكذلك الموضوعية في الطرح والشمولية عاملان اساسيان في زيادة نسبة المشاهدة وتشكيل اراء واتجاهات الجمهور.

خاتمة

خاتمة:

لم نحاول من خلال الدراسة الوصول إلى حقيقة وانما حاولنا فهم الوعي السياسي ودور القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاث الشروق النهار الجزائرية الثالثة في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور عبر البرامج المقدمة، وهذا من خلال الدراسة الوصفية التحليلية لمؤشرات وابعاد الوعي السياسي وذلك من خلال التلفزيون الجزائري من خلال قنواته الثلاث فتحول الحاصل خلال الفترة الراهنة والاتجاه نحو ظهور جديدة خاصة من جهة، من جهة أخرى تطور الطرح الإعلامي الجماهيري من خلال قنوات التلفزيونية الجزائرية كل هذا دفعنا الى التحقق من فعالية الأداء للوسائل الاعلامية ودورها في المجتمع الجزائري، ولقد عنيينا تكوين الوعي لدى دراستنا بتسليط الضوء على القنوات التلفزيونية الثلاث الشروق النهار والجزائرية من خلال الدور الذي تؤديه في تشكيل الوعي السياسي لدى الأساتذة الجامعيين كعينة من مجتمع البحث الكلي جامعة ابن خلدون، ولقد حاولنا دراسة الموضوع نظريا وميدانيا، بحيث تطرقنا إلى الجانب النظري في دراسة تفصيلية من مختلف الجوانب فالفصل الاول خصص للمتغيرين المستقل والمتمثل في القنوات التلفزيونية والتابع وهو الوعي السياسي، بينما ركزنا في بداية هذا الفصل على الاطار المفاهيمي للدراسة لهذه الدور الذي حوى طرح الإشكالية وفرضياتها واهمية الدراسة وتحديد المفاهيم، وفي الاخير الدراسات السابقة، وفي الجانب الميداني فقد اعتمدنا على عدة ادوات لجمع البيانات اختلفت حسب ظرف مكان الدراسة فاعتمدنا على الاستمارة بشكل أساسي ولكن دون إهمال الملاحظة غير المشاركة، وقد خلصت الدراسة إلى أن القنوات التلفزيونية لا تمثل مصدر لتشكيل توجهاته السياسية، كما كشفت الدراسة أن جمهور التلفزيون الجزائري جمهور وفي كما كشفت الدراسة أن الوظيفة الإعلامية للتلفزيون الجزائري هي وظيفة تضليلية دعائية بحيث تسعى لتشكيل القناعات ثابتة وإدراكات لمجريات الواقع السياسي وما يحصل به من أحداث وتطورات من خلال أعمال الفكر للوصول إلى المواقف. مما يدعو إلى ضرورة الاهتمام بهذه الظاهرة قصد فهمها، وأخيرا فان هذه الدراسة ليست سوى حلقة من سلسلة الدراسات التي أجريت وأخرى ستجرى بصدد هذا الموضوع، نأمل أن تشمله من زوايا مختلفة وبأساليب ومناهج أخرى قد يفرزها الطرح الاتصالي والإعلامي والتي نتطرق لها.



قائمة المراجع

أولا المراجع:

1. احسان محمد احسان:
- مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، ط1، 2005.
- موسوعة علم الاجتماع، ط1، 1999.
2. احسان محمد الحسن، مبادئ علم الاجتماع دار وائل للنشر، ط 2.
3. تمار يوسف، الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، 2012.
4. جاسم الزبيدي منذر صالح، دور وسائل الإعلام في صنع القرار، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2013
5. جونماري بيام ترجمة نصر الدين العياضي . التلفزيون كما نتحدث عنه دار التمثيل للطباعة والنشر طبعة1، 1993.
6. خيشم مصطفى عبد الله، موسوعة العلوم السياسية ط1، دار الجماهيرية.
7. الدايم عمر عبد القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، 2008.
8. سعد ابراهيم جمعة، الشباب والمشاركة السياسية، سلسلة علم الاجتماع المعاصر، دار الثقافة 198
9. سعد ال سعود، الاتصال والاعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، 2010.
10. سعيد سعاد جبر، سيكولوجية والاتصال الجماهيري، دار لجدار للكتاب العالمي، ط1، 2008.
11. سعيد صابرينة، التعب السياسية في الدساتير الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون 2003-2004.
12. سلطان محمد، وسائل الاعلام والاتصال، دار المسيرة، (د.ط) 2012.
13. شافعي عبد الغاني، التعددية الحزبية وعلاقتها بالأسرة، مذكرة لشهادة ليسانس 2000، علم الاجتماع السياسي

14. صاحب السلطان محمد، وسائل الاعلام والاتصال دار المسيرة، ط1، 2012.
15. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، أساليب البحث الاجتماعي والتحليل الاحصائي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 الإصدار الثالث، 2007.
16. عبد الله محمد عبد الرحمان وآخرون، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2002.
17. العتاني ختام، التربية والتنشئة السياسية، ط1، 2007.
18. العيساوي أحمد، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، دار الكتاب الحديث، 2014.
19. العيفة جمال، الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار عنابة، 2003.
20. غسان عبد الوهاب، الصحافة التلفزيونية، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
21. فارس خليل، وسائط الاعلام بين الكبت والحرية، دار اسامة للنشر، 2015.
22. فضيل دوليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري.
23. قندوز محمد خلال، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2015.
24. المنوفي كمال وآخرون، الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية 2000.
25. محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001.
26. محمد عارف محمد عبد الله، دور قناة الجزيرة الفضائية في احداث التغير السياسي في الوطن لعربي، رسالة ماجستير 2012.
27. محمد علي محمد، اصول علم الاجتماع السياسي، الجزء الثاني، الدار الجامعية، 1983.
28. مركز موارد التنمية (الهيئة القطبية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية مركز التنمية RDC) الوعي السياسي ما بين الواقع والمأمول.
29. منصور زينب حبيب، الاعلام وقضايا المرأة. دار اسامة للنشر والتوزيع 2011.

30. مها محمد نصر، الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، مركز الاسكندرية للكتاب طبعة الثانية،2007.

31. هني هيثم، الاعلام السياسي والاعباري، دار اسامة للنشر والتوزيع،2010.

ثانيا المجلات:

1. مجلة الأبحاث في الفعل الاحتجاجي في المغرب، مقارنة أنساق وسلوكات القيم، ع 61-62، 2015.

2. مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الثقافة السياسية وازمة الديمقراطية، 2000.

3. مجلة فصلية لحوار الافكار والثقافات، منبر الحوار، السنة التاسعة، دار الكوثر للنشر 34 خريف،1994.

4. مجموعة من الطلبة، قناة النهار الاخبارية الجزائرية والشباب العاصمي دراسة في الاستخدامات الاشباعات، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر،2012-2013.

المذكرات:

1. مذكرة لنيل شهادة ماجستير بعنوان التعبئة السياسية في الدساتير الجزائرية 2003-2004.

2. المواقع الإلكترونية:

3. ويكيبيديا الموسوعة الحرة، <https://ar.wikipedia.org/wiki>، بتاريخ 27 أبريل 2016.

4. Mis.la socio. Yoo7.com/t7tipic بتاريخ 16 ماي 2016.

5. Sqrch.ergine.optimization.by.VBSEO, 2011, Crawlility, inc ، بتاريخ 27 أبريل 2016.

6. www.startimes.com/f.aspx بتاريخ 27 أبريل 2016.

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns, framing the central text. The border is composed of four corner pieces and four side pieces, all rendered in black lines on a white background.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الاجتماعية

فرع علم اجتماع الاتصال

استمارة الاستبيان

في إطار تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال الموسومة بـ "دور القنوات التلفزيونية الجزائرية في تشكيل الوعي السياسي"، القناة الجزائرية الثالثة، الشروق، النهار كمنادج.

يقول أحد المفكرين "ان الامة لن تكون في موضعها الا اذا وضعت الكلمة في موضعها "

ولثقتنا بقدرتكم على المساهمة في ضمان المصادقية العلمية للبحث، فالرجاء منكم التعاون معنا بالاجابة على اسئلة الاستمارة ولكم منا جزيل الشكر سلفا على تعاونكم معنا.

تحت اشراف الاستاذ :

من اعداد الطالبة:

سعادة ياسين

ملاك سمية

إن هذه المعلومات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي وتحاط بالسرية التامة.
ضع علامة (+) في المربعات بالنسبة للأسئلة المغلقة.
حاول الاجابة عن الاسئلة المفتوحة ولكم منا جزيل الشكر.

السنة الجامعية

2016-2015

المحور الاول: البيانات الشخصية.

1.الجنس: ذكر انثى

2.السن:

من 28 الى 33

من 34 الى 38

من 39 الى 44

من 44 فما فوق

3.المستوى الأكاديمي:

استاذ مساعد (ب)

استاذ مساعد (أ)

استاذ محاضر (ب)

استاذ محاضرا (أ)

ستاذ التعليم العالي

4.التخصص

5.الفضاء السكني:

عمارة

سكن ارضي (حوش)

سكن راقي (فيلا)

6.الاصل الجغرافي:

القرية

المدينة

اجابة اخرى اذكرها.....

المحور الثاني: عادات وانماط المشاهدة.

7.كم جهاز تلفزيوني تملك في البيت؟

واحد اثنان ثلاثة فأكثر

إذا كانت الاجابة بجهاز واحد، فكيف تتم المشاهدة؟

كل الاسرة معا كل فرد لوحده

اجابة اخرى اذكرها.....

8. اين تضعونه؟

غرفة الاستقبال غرفتك الخاصة

غرفة الجلوس

اجابة اخرى اذكرها.....

9. هل تشاهد القنوات التلفزيونية الجزائرية؟

نعم لا

10. في حالة الاجابة بنعم، ما هي القنوات التي تشاهدها؟

الجزائرية الثالثة

الشروق

النهار

اجابة اخرى اذكرها.....

11. إذا كانت اجابتك بنعم، فهل تشاهدها؟

دائما

احيانا

نادرا

12. منذ متى وانت تشاهدها؟

اقل من سنة

سنة

سنتان

ثلاثة سنوات فأكثر

13. كيف تتم مشاهدتك للقنوات الجزائرية الثلاث؟

بشكل يومي

بشكل اسبوعي

ايام العطل

عند برامج معينة

حسب الظروف

اجابة اخرى اذكرها.....

14. إذا كانت اجابتك بعند برامج معينة، اذكر هذه البرامج؟

.....

15. ما هي الايام المفضلة لديك لمشاهدة القنوات الجزائرية الثلاث؟

السبت الاحد الاثنين الثلاثاء
 الاربعاء الخميس الجمعة

ليس لدي يوم محدد

16. ما هي الفترات التي تشاهد فيها القنوات الجزائرية الثلاث؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية
 خلال السهرة حسب الظروف

17. كم ساعة تقضيها في مشاهدة القنوات الثلاث؟

اقل من ساعة ساعة ساعتان فأكثر
 حسب الوقت المخصص للحصة حسب الظروف

18. كيف تشاهد القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاثة؟

لوحده مع العائلة مع الاصدقاء حسب الظروف
 19. ما هي البرامج التي تشاهدها عادة؟

20. هل توقيت هذه الحصص مناسب بالنسبة لك؟

21. ما هي الحصص التي تحرص على مشاهدتها أكثر من البرامج الاخرى؟

22. ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في التلفزيون؟

اخبارية فنية علمية مسلسلات وافلام
 سياسية رياضية اجتماعية

المحور الثالث: أسباب الاقبال على القنوات الثلاث، الجزائرية الشروق، النهار

23. ما رأيك في النجاحات التي حققتها القنوات الثلاث وبالأخص الشروق، النهار في ظرف قياسي؟

24. هل تعتبر الاعلام سلطة رابعة في البلاد؟

نعم لا

25. لماذا.....

26. هل تعتبر ان حرية الاعلام تمارس بكل شفافية في الجزائر؟

27. هل تعتقد ان حرية التعبير مجسدة على ارض الواقع في القنوات الثلاث؟

28. كم عدد قنوات التلفزيون الجزائري العامة والخاصة؟

29. ما هي الاسباب التي تجعلك تشاهد البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية؟

الفضول الميول الشخصي لان اصدقائي يشاهدونها
 من اجل المعارف السياسية الالمام بالأحداث الوطنية والدولية
 ملئ وقت الفراغ

اخرى اذكرها.....

30. ما هي العوامل التي تجذبك للمشاهدة؟

منشط الحصة مميز الاخراج والديكور الجيد
 استخدام اسلوب حوارى مفهوم تتفق مع ميولي

اجابة اخرى اذكرها.....

31. في رأيك ماهي الوظائف التي تؤديها القنوات التلفزيونية الجزائرية؟

وظيفة اعلامية وظيفة استكشاف الواقع
 التماسك الاجتماعي وظيفة التعبير عن القيم

اجابة اخرى اذكرها.....

32. ما رأيك في البرامج التي يقدمها التلفزيون الجزائري بقنواته الثلاث؟

33. ما هي اقتراحاتك من اجل جعل وسيلة التلفزيون الجزائري بقنواته أكثر تأثير؟

المحور الرابع: الوعي السياسي ومظاهره.

34. هل انت من متبعي البرامج والاحداث السياسية الوطنية عبر القنوات الجزائرية الثلاث؟

نعم لا

35. إذا كانت اجابتك بنعم ماهي هذه الاحداث؟

- مناقشة قانون المالية الجديد
- النظام السياسي الحاكم
- الفساد السياسي
- انخفاض اسعار البترول
- قانون الاسرة

اجابة اخرى اذكرها.....

36. هل متابعتك لهذه البرامج والاحداث يزودك بمعلومات ومعارف سياسية جديدة؟

- دائما غالبا احيانا ابدا

37. إذا كانت اجابتك ابدا لماذا؟

- لان مواضيعها سطحية
- لان مواضيعها قديمة
- تعتمد على الاثارة أكثر من الخبر

اجابة اخرى اذكرها.....

38. من خلال هذه القنوات الثلاث، هل انت من المستوعبين والمحللين للخطاب السياسي؟

- فهم كل الخطاب السياسي فهم جزء كل الخطاب السياسي
- غياب فهم كل الخطاب السياسي

اجابة اخرى اذكرها.....

39. هل تناقش ما تحصلت عليه من معلومات سياسية مع الاخرين؟

- دائما غالبا احيانا لا اناقش

40. اذا كان الجواب بالإيجاب: مع من تناقشها؟

- مع الاسرة مع الاصدقاء والجيران مع الزملاء في العمل

اجابة اخرى اذكرها.....

ها تعمل على نشر المعلومات السياسية التي تتلقاها من هذه البرامج؟

- دائما غالبا احيانا ابدا

41. في رأيك هل القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاث تساهم في تشكيل وتدعيم

اتجاهاتك ومواقفك السياسية؟

- نعم لا

42. إذا كانت اجابتك بنعم فيما تتمثل هذه الاسهامات؟

- التوعية السياسية والثقافية

- التزويد بالمعلومات السياسية
- العمل على تشكيل رأيك نحو القضايا السياسية
- المساهمة في تغيير ارائك السياسية
- اجابة اخرى اذكرها.....
43. هل سبق وان تبنيت موقفا او اتجاهات تحصلت عليها من هذه البرامج؟
 نعم لا
44. اذا كانت الاجابة نعم، ما مدى تأثير هذه القنوات على تشكيل اتجاهاتك؟
 جيد متوسط ضعيف منعدم
- اجابة اخرى اذكرها.....
- هل ترى بان هذه البرامج تعالج القضايا المطروحة للنقاش بموضوعية؟
 نعم لا
45. في حالة الاجابة بنعم لماذا؟
 تقدم الراي والراي الاخر
 غير متحيزة لجهة معينة
- اجابة اخرى اذكرها.....
46. هل سبق لك ان شاركت في هذه البرامج او احداها؟
 دائما غالبا احيانا ابدا
- إذا كانت الاجابة بنعم، ما هي الوسيلة التي تستخدمها؟
 الهاتف البريد الالكتروني التلفزيون
47. مواقع التواصل الاجتماعي
 اجابة اخرى اذكرها.....
48. هل مكنتك القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاث من الاطلاع على البرامج السياسية والمنظومة الوزارية؟
 نعم لا
49. هل انت من المشاركين في الانتخابات؟
 نعم لا
50. إذا كانت الاجابة بنعم كيف ذلك؟
 التصويت لصالح المترشحين
 الترشح في القوائم الانتخابية
 القيام بالحملات الانتخابية
51. هل تعرف وزراء زعماء سياسيين؟

52. كم عدد الاحزاب السياسية في الجزائر؟

53. هل تنتمي الى حزب سياسي؟

نعم لا

54. إذا كانت الاجابة بنعم كيف ذلك؟

متعاطف مع الحزب

منخرط بالحزب مهمة تنفيذية

منخرط بالحزب في اللجنة المركزية

منخرط بالحزب في المكاتب المحلية

اجابة اخر باذكرها.....

55. إذا كنت منخرط هل سبق وان مارست التجوال السياسي داخل الاحزاب؟

56. هل تطلع على برامج الاحزاب السياسية الاخرى؟

نعم لا

إذا كانت الاجابة بنعم في اي مجلة او جريدة؟

جريدة الشروق

جريدة النهار

مجلة الشروق

اجابة اخرى اذكرها.....

57. ما هي اهم قضايا الفساد التي شهدتها الجزائر مؤخرا؟

58. ماذا تمثل الديمقراطية بالنسبة لك؟

59. هل لديك فكرة عن الانقسامات التربوية في الأونة الاخيرة؟

60. هل لديك فكرة عن صاحب مقولة الاعلام سلطة رابعة في البلاد؟

نعم لا

61. إذا كانت الاجابة بنعم اذكرها.....

الملحق رقم (02): مفتاح تصحيح ال SPSS

sexe	الجنس
age	السن
nive.acadimice	الدرجة العلمية
specialite	الفضاء السكني
citvie	الاصل الجغرافي
larg	كم جهاز تلفزيوني تملك في البيت
nembre.des.aparaille	اذا كانت الاجابة بجهاز واحد، فكيف تتم المشاهدة
srocçpr	اين تضعونه
ou.le.pose	هل تشاهد القنوات التلفزيونية الجزائرية
ece.que.tu.regarde.les.chaine.algerienne	في حالة الاجابة بنعم، ما هي القنوات التي تشاهدها
A3	الشروق
alshorok	النهار
alnahar	الجزائرية
depuir.quant.tu.les.regarde	منذ متى وانت تشاهدها
comment.tu.voix.les.chaine	كيف تتم مشاهدتك للقنوات
les.jours.preferer	ما هي الايام المفضلة لديك لمشاهدة القنوات الجزائرية الثلاث
la.perieude.de.la.regarde	ما هي الفترات التي تشاهد فيها القنوات
la.duree	كم ساعة تقضيها في مشاهدة القنوات الثلاث
ctrlca	كيف تشاهد القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاثة
informatif	ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في التلفزيون
social	الوظائف التي تادبها القنوات الجزائرية
politique	اعلامية
scientifique	التماسك الاجتماعي
sportif	وظيفة استكشاف الواقع
artistique	وظيفة التعبير عن القيم
lesfilm	هل انت من متتبعي البرامج و الاحداث السياسية الوطنية عبر القنوات الجزائرية الثلاث
ecqtpqelqp	اذا كانت اجابتك بنعم ما هي هذه الاحداث
les.causse.de.regarde	هل متابعتك لهذه الحصص و الاحداث يزودك بمعلومات و معارف سياسية جديدة
clckvpplr	اذا كانت اجابتك ابدا لماذا
informelle	من خلال هذه القنوات الثلاث، هل انت من المستوعبين و المحللين للخطاب السياسي
liensocial	هل تناقش ما تحصلت عليه من معلومات

الملاحق

	سياسية مع الاخرين
larealite	في رايك هل القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاث تساهم في تشكيل و تدعيم اتجاهاتك و مواقفك السياسية
donnerdesvaleur	اذا كانت اجابتك بنعم فيما تتمثل هذه الاسهامات
ecqtrlevpaplca	هل ترى بان هذه البرامج تعالج القضايا المطروحة للنقاش بموضوعية؟
quelle.sont.les.evenement	هل سبق وان تبنيت موقفا تحصلت عليها من هذه البرامج
ecqlevddilcp	في حالة الاجابة بنعم لماذا
slropq	هل سبق لك ان شاركت في هذه البرامج او احداها
dlcaekvcoalpp	اذا كانت الاجابة بنعم، ما هي الوسيلة التي تستخدمها
ecqltvdoavd	هل مكنتك القنوات التلفزيونية الجزائرية الثلاث من الاطلاع على البرامج السياسية والمنظومة الوزارية
les.partisipant	هل انت من المشاركين في الانتخابات اذا كانت الاجابة بنعم كيف ذلك
poin.de.vue	كم عدد الاحزاب السياسية في الجزائر
objectivite	هل تنتمي الى حزب سياسي
pour.quoi	هل تطلع على برامج الاحزاب السياسية الاخرى
aceque.tu.participant	اذا كانت الاجابة بنعم في اي مجلة او جريدة
la.moiyenne.utulise	الجنس
ecarepm	السن
les.election	الدرجة العلمية
cestlarepenseouicoment	الفضاء السكني
eqtdpp	الاصل الجغرافي
dequellemaniere	كم جهاز تلفزيوني تملك في البيت
voire.les.programe.politice	اذا كانت الاجابة بجهاز واحد، فكيف تتم المشاهدة
aquelle.revue	

47	1	4	3	5	4	2	3	2	1	1	0	1	1	4	1	8	3	3	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1
48	1	3	4	5	2	1	3	3	3	1	1	1	1	4	3	8	4	5	3	0	0	1	1	1	0	0	2	4		0
49	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	0	0	4	5	7	3	1	2	1	0	0	1	1	0	0	2	4	4	1
50	1	2	4	5	4	2	3	3	3	1	0	1	1	3	3	1	3	5	2	1	0	1	0	0	0	0	1	4	3	1
51	1	4	4	5	1	1	2	3	3	1	1	1	0	4	1	1	4	2	2	1	0	1	1	0	0	0	1	2	3	1
52	1	2	2	5	1	1	1	1	2	1	0	1	0	4	4	8	3	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	3		1
53	1	4	4	5	1	2	3	2	2	1	0	1	0	4	5	8	4	2	2	1	0	1	0	0	0	0	1	4	1	1
54	1	3	3	5	1	2	1	1	1	1	0	0	1	3	4	1	4	1	4	1	0	0	0	0	0	0	1	5	3	1
55	2	2	2	4	3	2	3	3	3	1	1	1	1	4	5	8	3	5	2	1	0	1	0	0	0	1	1	4	3	1
56	1	1	2	4	1	1	1	3	1	1	1	0	4	5	8	4	2	2	2	1	0	1	0	0	0	0	2	1	3	1
57	2	3	2	4	1	2	2	2	1	1	1	0	0	4	4	2	4	3	2	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1
58	1	4	1	4	2	2	1	1	3	1	0	1	1	2	5	8	4	5	2	1	1	1	1	1	0	0	2	2	4	3
59	1	1	2	4	2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	5	8	4	5	2	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1
60	1	4	4	4	2	3	3	3	1	1	1	1	1	4	1	8	4	5	4	1	0	0	1	1	0	0	1	4	3	1
61	1	2	4	4	1	2	2	1		1	1	0	0	4	5	8	3	5	2	1	0	0	1	0	0	1	2	4	3	1
62	2	3	2	4	1	2	2	1	1	1		1	1	4	1	8	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1
63	1	3	2	4	2	2	2	1	3	1	0	1	1	3	4	6	3	5	4	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1
64	1	4	2	4	1	1	1	2	1	1	1	1	0	4	5	8	4	1	4	1	0	0	0	0	0	0	1	3	4	1
65	1	4	2	4	2	2	2	1	2	1	1	1	0	3	2	7	3	3	2	0	0	1	0	0	0	0	1	2	4	0
66	1	4	2	4	1	1	2	1	1	1	0	1	1	4	5	8	4	1	2	1	0	1	1	0	0	0	1	4	2	1
67	2	2	4	4	1	2	3	2	3	1	0	1	1	4	4	4	4	3	4	1	1	1	0	0	0	0	1	4	3	1
68	1	2	2	4	2	1	3	3	3	1	1	1	0	3	3	7	3	2	4	1	0	1	0	0	0	0	2	1	4	1
69	1	4	4	4	2	2	3	2	2	1	1	1	0	4	2	1	4	4	1	1	0	1	1	0	0	0	2	4	3	1
70	1	3	2	4	2	2	3	3	3	1	0	1	1	4	1	8	4	4	2	1	0	1	0	0	0	0	1	4	4	1

donnerdesv	ecqtrlevpap	quel.sont.	ecqlevddil	slropq	dlaekvcoalp	ecqltvdoavd	poin.de.v	objectivi	pour.qu	aceque.tu.par	les.electio	la.moyenn	ecarepr	les.electio	cestlarepe	eqtdpp	dequeller	voire.les.pr	aq.revue
0	0	0	1	1	2	2		2	2		4		2	2		2		1	2
0	0	0	1	4	1	2		2	2		4		1	1	1	2		2	
1	0	0	1	4	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2		1	1
0	0	0	2		2	2		2	2		3		2	2		2		2	
0	1	0	2			2		2	1	2	3		1	2		2		1	2
0	0	0	1	3	2	1	2	1	1	1	3		1	1	2	1	1	1	1
2	0	0	1		1	1	2	2	2		3		1	1	1	2		1	1
0	1	0	1	2	1	1	3	1	2		3		1	1	1	2		1	2
0	0	0	1	5	2	1	1	1	2		3		1	2		2		2	
0	1	0	1	5	2	2		2	1	1	4		1	1	1	1	1	2	
0	0	0	2		3	2		4	2		4		2	1	2			2	
0	0	0	2			2		2	2		3		2	2				2	
0	0	0	1	3	1	2		4	2		4		1	2	2		2	2	
0	0	0	1		2	2		1	2		4		2	1	1	2		1	
0	1	0	1	1	2	3	1	2	2	1	4		1	2		2		2	
0	0	0	1	2	2	1	1	1	1		4		1	1	1	1	2	1	
0	0	0	1	2	2	1	2	2	2		4		2	1	1	2		2	
0	0	0	1	4	2	1	2	2	1		4		2	1	1	2			
0	1	0	1	1	1	2		1	2		4		1	1	1	2	1	1	
0	0	0	1	4		2		2	2		4		1	2		2		2	
0	0	0	2								4		2	2		2		2	
0	0	0	1	3	1	2		2	2	4		1	1	2		2			
0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	4		2	1	1	2		2	
1	1	1	1	3	2	2		2	1		4		1	2		2		2	
1	0	0	1	2	2	1	3	1		1	4		2	1	1	2		2	
0	3	4	1	5	2	2		1	1	2	3	1	2	1	2	1	2	1	
0	0	0	2		2	2		2	2		4		2			2		2	
	1	0	1	2	2	1	2	1	1	1	3	4	1	1	1	1	1	1	1
1	0	0	2		2	2		2	2		4		2	2		2		2	
0	0	0	1	5	2	1	2	2	1	2	4	2	1	1	1	1	2		
2		4	1	3	3	2		2	2		4		2	2		2		2	
0	1	0	1		2	2		2	1	1	4		2	2		2		1	1
0	0	0	1	4	1	2		2	2		4		1	1	1	2		2	
0	0	0	2		2	2		2	2		4		2	2		2		2	
0	0	0	2		4	2		2	2	2		4	2	2		2	2		2
0	1	0	2		2	2		2	2		4		2	2		2		2	
0	0	0	1	4	2	3	1	2	2	2	4		1	1	2	2	1	1	1
0	0	0	1	3	3	2		2	1	1	4		1	1	1	2		2	
1	0	1	2		2	2		2	2		4		1	1	1	2		2	
1	0	0	1	4	1	2		2	1	1	4		1	1	1	2		2	
0	0	0	1	5	2	3	2		2	1	1	4		1	2	2		2	
0	0	0	2		2	2		2	2		4		2	2		2		2	
0	0	0	1	4	2	1	3	2		2	1	42	4		1	1	1	2	
0	0	0	1	5	2	2		2	2		4		1	1	1	2		2	

0	1	0	1	2	1	2	1	2		3	2	1	1	2	1	2		2
0	0	0	1	2	2	3	1	4	1	2	4		2	1	1	2		1
0	0	1	1	1	2	2		1	2		4		2	2		2		2
0	0	0	1	1	1	2		2	1	1	4		2	2		2		1
0	0	0	1	3	4	2		2		2	2		4		1	2		2
1	0	0	1	4	2	2		1	2		4		1	2		2		2
0	0	0	1	1	3	2		1	2		3	2	2	1	1	2		2
0	0	0	1	1	2	2		1	2		3		1	2		2		2
0	1	0	1	1	1	2		2	1	2	4		1	1	1	2		1
0	0	0	1	3	1	2		2	2		4		1	2		2		2
0	0	0	2		2	2		2	2		4		1	1	1	2		2
1	0	0	0	1	2		2	2		4		2	2		2		2	
0	0	0	1	1	2	2		2	2		4		2	1	1	2		1
0	0	0	1	1	1	2		2	1	1	4		1	2		2		2
0	1	0	1	3	2	2		4		2	2		2		2			
0	0	0	1		2		2	2		4		1	1	1	2		2	2
0	0	0	1	4	1	1	1	2	1	1	4		1	1	2	2		2
0	0	0	1	1	2	1	2	1	2		4		1	2		2		1
0	1	0	1	3	3	2		2	2		4		2	2		2		2
0	1	0	1	5	1	2		2	1	1	4		1	1	1	2		1
1	0	0	1	3	2	1	4	1	2	4		1	2		2		2	
0	0	1	1	3	2	2		2	2		4		1	2		2		2
0	0	0	2		1	2		2	2		4		2	2		2		1
0	0	1	1	2	2	1	3	1	2		4		1	1	1	2		1

الملحق رقم (04): أبعاد ومقومات الوعي السياسي

