جامعة محمد الصديق بن يحي –جيجل–
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام و الاتصال

عنوان المذكرة

أثر البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين

– دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجيجل–

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص :سمعي بصري

إعداد الطالبتين :

- إكرام قندوزي
- آمال كروم

إشراف الأستاذة :

- سامية قرابلي

السنة الجامعية: 2019/2018

شكر وعرفان

بدأنا بأكثر من يد وقاسينا أكثر من هم وعانينا الكثيرمن الصعوبات

وها نحن اليوم والحمد لله نطوي سهر الليالي

وتعب الأيام وخلاصة مشوارنا بين دفتي هذا العمل المتواضع.

إلى من بلغ الأمانة وأدى الأمانة ونصح الأمة

إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد عليه الصلاة وأفضل السلام.

أما بعد نتوجه بخالص الشكر والعرفان إلى

الأستاذة : "سامية قرابلي"

على تفضلها بالإشراف على هذه المذكرة وعلى كل ما تقدمه لنا من نصائح وتوجيهات

.

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أعاننا على إنجاز هذا العمل

من الأهل والأصدقاء سواء من قريب أومن بعيد.

فشكرا جزيلا

إكرام ** آمال

فهرس

المحتويات

المحتوى	الصفحة
شكر وعرفان	
إهداء	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
مقدمة	أ–ب
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
1-1 موضوع الدراسة	**5–4**
1-1-1 إشكالية الدراسة	**5–4**
1-1-2 أهمية الدراسة	**5**
1-1-3 أسباب اختيار الموضوع	**6**
1-1-4 أهداف الدراسة	**7–6**
1-1-5 مفاهيم الدراسة	**14–7**
1-1-6 الدراسات السابقة	**20–14**
1-2الإجراءات المنهجية للدراسة	**21**
1-2-1 منهج الدراسة	**21**
1-2-2أدوات جمع البيانات	**24–22**
1-2-3مجالات الدراسة	**25–24**
1-2-4مجتمع البحث وعينة الدراسة	**27–25**
1-3 المقاربة النظرية	**27**
1-3-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات	**27**

1-3-2 نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات	**28**
1-3-3 فروض النظرية	**29**
الفصل الثاني: الإطار النظري	
2-1 البرامج الحوارية	**31**
2-1-1تعريف البرامج الحوارية	**31**
2-1-2 نشأة البرامج الحوارية	**31**
2-1-3 خصائص البرامج الحوارية	**33-32**
2-1-4 وظائف البرامج الحوارية	**33**
2-1-5شروط نجاح البرامج الحوارية	**35-34**
2-1-6 إيجابيات وسلبيات البرامج الحوارية	**36-35**
خلاصة	**36**
2-2 الفضائيات الجزائرية الخاصة	**37**
2-2-1تعريف الفضائيات الخاصة	**37**
2-2-2 نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة	**38-37**
2-2-3 أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة	**39-38**
2-2-4 إيجابيات وسلبيات الفضائيات الجزائرية الخاصة	**41-39**
2-2-5 واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة	**41**
خلاصة	**42**
2-3الوعي السياسي	**43**
2-3-1 تعريف الوعي السياسي	**43**
2-3-2 نشأة الوعي السياسي	**45-44**

2-3-3 أهمية الوعي السياسي.	**46-45**
2-3-4 أنواع الوعي السياسي وأنماطه.	**50-47**
2-3-5 خصائص الوعي السياسي ووظائفه	**51-50**
2-3-6 أركان الوعي السياسي ومستوياته	**53-51**
2-3-7مصادر الوعي السياسي	**56-53**
خلاصة	**56**
الفصل الثالث: الإطار الميداني	
3-1 المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الأولية	**80-58**
3-2 نتائج الدراسة	**82-81**
3-3 توصيات الدراسة	**83**
خاتمة	**85**
قائمة المراجع	**87**
الملاحق	

قائمة

الجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	**63**
02	توزيع المبحوثينحسب متغير السن	**64**
03	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي .	**64**
04	توزيع المبحوثينحسب متابعة البرامج الحوارية	**65**
05	الفترات التي يشاهد فيها المبحوثين البرامج الحوارية	**66**
06	مدّة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية يوميا	**67**
07	تفضيلات المشاهدة	**67**
08	الوسيلة التي يستعملها المبحوثين في متابعة البرامج الحوارية.	**68**
09	القنوات الفضائية الخاصة التي يفضل المبحوثين متابعة برامجها الحوارية.	**69**
10	البرنامج الحواري المفضل للمبحوثين.	**70**
11	دوافع متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية	**71**
12	مدى تحقيق البرامج الحوارية إشباعات لدى المبحوثين	**72**
13	نوع الإشباعات المحققة لدى المبحوثين	**72**
14	أسباب عدم تحقيق البرامج الحوارية لإشباعات لدى المبحوثين	**73**
15	يبين الإشباعات السياسية التي تحققها البرامج الحوارية	**74**
16	يبين مدى وثوق المبحوثين في المعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية	**75**
17	يبين تفاعل الطلبة مع القضايا التي تعرضها البرامج الحوارية.	**76**
18	يبين طرق وأشكال تفاعل المبحوثين مع موضوعات البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة (في حالة الإجابة بأحيانا أو دائما)	**76**
19	يبين مساهمة البرامج الحوارية في تنمية معارف الطلبة سياسيا	**77**
20	يبين معنى الوعي السياسي حسب نظر المبحوثين	**78**
21	يبين مدى مسايرة مضامين البرامج الحوارية للتطورات الحاصلة على الساحة السياسية.	**78**

22	يبين مساهمة البرامج الحوارية ذات المضامين السياسية فيميل المبحوثين إلى حزب سياسي.	**79**
23	يبين دور البرامج الحوارية في مساعدة المبحوثين في التعرف على شخصيات سياسية معينة.	**80**
24	يبين تأثير البرامج الحوارية على التوجهات السياسية للطلبة.	**81**
25	يبينمساعدة متابعة البرامج الحوارية في زيادة المعرفة بالأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والخارجي لدى المبحوثين.	**81**
26	يبين مساهمة البرامج الحوارية في ترتيب اهتمامات المبحوثين بالقضايا السياسية الوطنية.	**82**
27	يبين مساهمة البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة في ترسيخ مبدأ التعددية السياسية والمعارضة السياسية.	**83**
28	يبين مدى تأثير البرامج الحوارية السياسية على معلومات المبحوثين وقراراتهم اتجاه السياسة.	**83**
29	يبين رأي المبحوثين في مدى مساهمة البرامج الحوارية في تكوين موقف من الانتخابات	**84**
30	موقف الطلبة من الانتخابات الرئاسية المقبلة في 04 جويلية 2019.	**84**

مقدمة

يعدّ التطور التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث،وفي ظل هذا التقدم تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الرقمية وأصبحت بمثابة أداة مهمة للتأثير في الرأي العام العالمي، إذ أصبحت الرسائل المصورة التي يتم بثها عبر الفضائيات تصل إلى كل أنحاء العالم حاملة الأخبار من موقع الأحداث وبكافة اللغات العالمية وتحقق الربط بين مختلف أرجاء الكرة الأرضية محققة نبوءة ماكلوهان حول القرية الكونية.

رغم كل هذه التطورات ظل المشاهد الجزائري لعقود طويلة رهينا للتلفزيون الحكومي ما دفعه للجوء إلى قنوات فضائية أجنبية مثل قناة الجزيرة وقناة BBC وقناة france24لمتابعة المستجدات حول ما يحدث داخل وطنه، وتزايدت الحاجة تدريجيا إلى ضرورة الانعتاق من السيطرة الحكومية على هذا القطاع وفتح المجال أمامه لمسايرة مختلف التحولات والتطورات التي يعيشها العالم، وقدكانت البداية بالمشروع العضوي لقانون الإعلام الجديد الذي صدر في سنة 2012 الذي كان بمثابة شهادة الميلاد للقنوات التلفزيونية الخاصة وكذلك إصدار القانون الخاص بالنشاط السمعي البصري سنة 2014 الذي عزز قطاع الإعلام في الجزائر وأحدث تغييرات في وظيفة السمعي البصري من خلال محاولة تقديم الخدمة في أرقى صورها.

وفي ظل ما تشهده الساحة السياسية في الجزائر من حراك شعبي غير مسبوق وزحم في تعاقب الأحداث السياسية التي زلزلت الشارع الجزائري، كانت الفضائيات الجزائرية الخاصة سباقة لإعلام المتلقي بكل مستجدات الساحة السياسية من خلال النقل الفوري للأحداث وطرح كل جوانب القضايا السياسية وإحاطته بما يجري من حولهبأشكال برامجية متنوعة ترقى إلى تطلعات جمهور المشاهدين وتروي عطشهم ، محاولة كل جهدها أن تكون في مستوى المنافسة داخليا وخارجيا ، ولعل من بين هذه القوالب والأشكال نجد البرامج الحوارية التي أصبحت تحجز موقعا على الشبكة البرامجية للقنوات الفضائيات الجزائرية الخاصة باعتبارها نافذة عامة تتناول مختلف القضايا والأحداث مدعمة بالتحليل والتفسير وعرض مختلف وجهات النظر، وقد وجد الطلبة الجامعيون أنفسهم يميلون إلى متابعة هذه النوعية من البرامج باعتبارهم الفئة الناشطة والحساسة من كان لها حضورها وبصمتها

في الأحداث الأخيرة ، ولمعرفة طبيعة العلاقة بين مضمون البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة كرسالة والطلبة الجامعيين كمتلقي.

تأتي دراستنا هذه الموسومة " **بتأثير البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين**" لترصد تأثيرات البرامج الحوارية على الوعي السياسي للطلبة واقتضت طبيعة الدراسة بتقسيمها إلى ثلاث فصول : ضم الفصل الأول الإطار المنهجي اندرجت تحته العناصر الآتية: الاشكالية، التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، مفاهيم الدراسة، ثم الإجراءات المنهجية للدراسة والمتمثلة في نوع الدراسة ومنهجها ومجتمعها وأدوات جمع البيانات وكذا حدود الدراسة والدراسات السابقة إضافة إلى النظرية المعتمدة في الدراسة.

أما الفصل الثاني فكان الفصل النظري للدراسة ، وتضمن ثلاث مباحث المبحث الأول بعنوان البرامج الحوارية والذي تطرقنا فيه إلى مفهوم البرامج الحوارية، نشأتها ، خصائصها، وظائفها، شروط نجاحها إيجابياتها، وسلبياتها، وجاء المبحث الثاني بعنوان الفضائيات الجزائرية الخاصة والذي يضم تعريف الفضائيات الخاصة، وكذانشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة، أسباب ودوافع ظهورها، إيجابياتها وسلبياتها.

أما المبحث الثالث فجاء بعنوان ماهية الوعي السياسي وتضمنت تعريف له ، نشأته، أهميته، أنواعه، خصائصه، وظائفه، أنماطه، مستوياته، أركانه ومصادره.

أما الجانب الميداني فخصص للمعالجة الكيفية والكمية للبيانات الميدانية من خلال تحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية لنتحصل على النتائج النهائية للدراسة وتقدم بناءا عليها جملة من الاقتراحات والتوصيات .

وخلال سيرورة إنجاز هذه الدراسة واجهتنا بعض الصعوبات والتي يمكن إيجازها :

-فيضيق الوقت المخصص للدراسة، نقص المراجع المتعلقة بالوعي السياسي.

ورغم ذلك فقد حاولنا تقديم عمل متكامل الأركان منهجيا ونظريا وتطبيقيا، في حدود استطاعتنا، والله الموفق.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1-1 موضوع الدراسة

1-1-1 إشكالية الدراسة

1-1-2 أهمية الدراسة

1-1-3 أسباباختيار الموضوع

1-1-4 أهداف الدراسة

1-1-5 مفاهيم الدراسة

1-2 الإجراءات المنهجية للدراسة

1-2- 1 الدراسات السابقة

1-2-2 منهج الدراسة

1-2-3 أدوات جمع البيانات

1-2-4 مجالات الدراسة

1-2-5 مجتمع البحث وعينة الدراسة

1-3 المقاربة النظرية

1-3-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات

1-3-2 نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات

1-3-3 فروض النظرية

1-1موضوع الدراسة:

1-1-1إشكالية الدراسة :

أتاحت التطورات التكنولوجية في مجال قطاع الإعلام والاتصال بث الأحداث والأخبار والمعلومات بالصورة والصوت لمستوى عال من الدقة والسرعة، فكسرت كل الحواجز الجغرافية والإثنية (العرقية) واللغوية والثقافية وحولت العالم إلى قرية كونية على حد تعبير **ماكلوهان**، ورغم بروز وسائل إعلام جديدة كثيرة متنوعة ومتطورة كما يسمى بوسائط الإعلام المتعددة إلا أن التلفزيون يبقى من بين أهم وسائل الإعلام في وقتنا الحالي بقدرته على جدب الانتباه والإبهار وشدة التأثير فهو يجمع بين مزايا الإذاعة من حيث الصوت ومزايا السينما من حيث الصورة ومزايا المسرح من حيث الحركة إضافة إلى مزاياه في تقريب البعيد وتكبير الصغير وغيرها، مما يتيحه ذلك المزيج السحري من الصور والأصوات والحركة والألوان، الذي كان سببا في تسميته بـ "صندوق العجب" الذي نجح بفضلها في استقطاب قطاع واسع من الجماهير لمتابعة ومشاهدة زخم منوع من القضايا والمواضيع والمشاكل التي يعايشها الفرد والمجتمع على اختلافها بين سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية ضمن قوالب وأنماطويعرف بالبرامج التلفزيونية ، ومن هذه البرامج نجد البرامج التلفزيونية الحوارية وهي واحدة من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم وتشغل مساحة كبيرة من خريطة الشبكة البرامجية لمختلف القنوات، كما أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين إلى حد يصل إلى الإدمان عن بعضهم ومن بين أسباب هذا الاهتمام بمثل هذه البرامج حاجة الإنسان الدائمة إلى التفاعل وزيادة معرفته لمختلف التغيرات التي تحدث من حوله.

وفي وقت أصبحت فيه البرامج الحوارية مادة مفضلة للكثير من المشاهدين يتعرفون من خلالها على جديد الأحداث والرؤى المختلفة حول القضايا المثارة في المجتمع، كان طبيعيا أن يلتف الباحثون إلى أهميتها كنوعية برامجية تستحق الدراسة لفهم تأثيراتها فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية والسياسية المختلفة .

واستكمالا لهذه الجهود تأتي دراستنا هذهلترصد تأثير البرامج الحوارية على الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي في ظل زخم الأحداث السياسية الحالية التي يعايشها بشكل يومي والتي تتطلب مشاركة سياسية فعالة .

منطلقة من التساؤل الرئيسي الآتي:

❖ **كيف تؤثر البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟**

والذي تتفرع عنه التساؤلات الآتية:

1. ماهي عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية ؟
2. ماهي دوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة؟
3. ما هي الإشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيون من مشاهدة البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة؟
4. ماهي الانعكاسات التي تخلفها البرامج الحوارية على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين ؟

1-1-2 أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة قيمة علمية تجعلها محل اهتمام الباحث وهذه القيمة تدفع الباحث إلى القيام بالبحث والتوصل إلى نتائج معينة تكمن أهمية هذه الدراسة فيما يلي :

- الاطلاع على مواضيع ذات أهمية كبيرة في مجال الإعلام والاتصال
- الحصول على حجم كبير من المعلومات النظرية والميدانية حول هذا الموضوع.
- تسليط الضوء على واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة.
- لفت انتباه طلبة الإعلام لأهمية البرامج الحوارية.
- تشخيص واقع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ومستوى أدائها.

1-1-3 أسباب اختيار الموضوع:

أ- أسباب ذاتية :

- الميول الشخصي لمتابعة مثل هذه البرامج.
- الرغبة الشخصية والميل اتجاه دراسة هذا الموضوع ومحاولة معرفة أبعاده المختلفة .
- تزايد عدد البرامج الحوارية في الآونة الأخيرة تزامنا مع الأوضاع السياسية في الوطن.

ب- الأسباب الموضوعية:

- علاقة الموضوع بمجال تخصصنا.
- قلة الدراسات العلمية التي تناولت هذا الموضوع.
- توفر الشروط العلمية التي تجعل الموضوع قابلا للدراسة من الناحية النظرية والتطبيقية.
- حداثة الموضوع وتزامنه مع الوضع السياسي الراهن في البلد.

1-1-4 أهداف الدراسة :

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعدد معطياته و يهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي لديه وكذا ازالة الغموض عن بعض القضايا

فمن خلال هذه الدراسة نسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي كالتالي :

1- تحديد عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة.

2- الوقوف على دوافع متابعة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية .

3- معرفة الإشباعات والرغبات المحققة من طرف الطلبة الجامعيين من خلال متابعة البرامج الحوارية.

4- محاولة حصر تأثيرات مشاهدة الطلبة الجامعيين لبرامج الحوار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مستوى الوعي السياسي لديهم

5- التعرف على تقييم الطلبة الجامعيين للمواضيع والقضايا التي تعالجها البرامج الحوارية ومستوى المعالجة .

6- الوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية التي ترسخها البرامج الحوارية في ذهن الطالب الجامعي نحو القضايا السياسية الوطنية.

7- التعرف على القيم السياسية التي اكتسبها الطالب الجامعي نتيجة تعرضه للبرامج الحوارية.

1-1-5 مفاهيم الدراسة:

أ- التأثير:

لغة:«أثر في:ترك أثر ظاهرا أحدث أثر في الأجسام في الصحة، أثر التعب في العين، أعطى نتيجة حسنة،دواء أثر في المريض ترك أثر نفسي (أثرت فيه القراءة) أثر فيه ممثل حرك عواطف وأثار الشعور أحدث انطباعا في فلان في النفس».[1]

اصطلاحا: أثر: هو ماتحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي وكلما استجاب المتلقي للرسالة تعد الرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال، فنحن نتصل لنأثر و إذا لم يتحقق ذلك تكون العملية الاتصالية معالمها اختفت وليس ضروري أن يكون الهدف من الاتصال فكري أو نفساني وتربوي وسياسي فقد نقصد الترويج وهنا فإن التأثير أي الاستجابة المستقبل للعمل يجب أن تتحقق[2].

- هو إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي تجعله عند تحركه مدفوعا بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه،ولهذه الحالة النفسية دور كبير بل أساسي في تغيير سلوك إنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين[3].

[1] - انطوان نعمة، المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، د.ط، دار المشرق، لبنان، 2000، ص7.

[2] - المرجع نفسه، ص 8.

[3] - محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993 ، ص7.

– هو التغيير الذي يطرأ على المتلقي عند استقباله للرسالة الإعلامية فقد تلفت انتباهه ويدركها وقد تضيف له معلومات جديدة أو مايعدل عنه اتجاهاته القديمة وقد يتصرف بطريقة جديدة ويعدل سلوكه السابق[1].

إجرائيا: نقصد بالتأثير: كل تغيير يطرأ على سلوكيات الأفراد وقيمهم التي تعد أهم معيار لتوجيه السلوكيات والاتجاهات.

ب– البرامج الحوارية:

اصطلاحا: هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو مجموعة أشخاص للتحدث إلى المشاهدين مباشرة في موضوع معين سواء كان سياسي أو اجتماعي أواقتصادي ويتوقف نجاح البرنامج الحواري مع المقدم وحسن العرض للمشاهدين ونوعية اللغة[2].

– هي قوالب برامجية تقوم على حوار متنوع الموضوع،سياسي،ديني،رياضي،اقتصادي أو موضوع محدد وهكذا تقدم لفئة معينة بهدف تقديم وجهات نظر وتعتمد علو مفهوم المشاركة الجماهيرية وتجمع في تقديمها بين الأحاديث المباشرة والحوارات والمناقشات والمناظرات والتقارير المصورة وتتجاوب مع الأحداث الجارية في المجتمع وتعالج قضايا بنوع من الجرأة والجاذبية[3].

إجرائيا: هي برامج تتخذ أشكال مختلفة منها المناظرات والندوات والمناقشات والمقابلات تبث على الهواء مباشرة وتستهدف تسليط الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين سياسية ،اقتصادية و اجتماعية باستضافة المختصين والمسؤولين والجمهور.

[1]– محمد حجاب، الإعلام، د.ط، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2004، ص 286.

[2]– طه عبد الفتاح، الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون، د.ط، مكتبة الشباب، القاهرة، 1975 ، ص9.

[3]– رامي أمون، دور البرامج الحوارية والإخبارية على القنوات الفضائية السورية في التربية والمواطنة في ظل الحرب على سوريا، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 38، العد 6، 2016 ، ص292.

ج- مفهوم الفضائيات:

لغة:الفضائيات بالمد هي المكان الواسع و (فضاء المكان فضو) من باب فقد إذا اتسع فهو (فضاء) (فضو) و(فضا المكان فضاء وفضوا) كملوا (اتسع) فهو فاض وأنشد الأزهري برؤية أفرح فيضيئهاالمناقض عندكم كراما بالمقام القاض (كأفضى) وهو مفض[1].

اصطلاحا:عرض تلفزيوني مرئي يبث على شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض من مدارات متعددة معروفة تحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها[2].

هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال،حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي[3].

وتعرف أيضا بأنها كافة القنوات التلفزيونية التي يمكن استقبالها عن طريق أجهزة خاصة من الأقمار الصناعية دون الحاجة إلى محطات إرسال أرضية[4].

د- القنوات الفضائية الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو لمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة يتم استئجارها على قمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال

[1]- أحمد أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة، ط2، دار الجبل، بيروت، 1990، ص85.

[2]- محمد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، الأكاديمية العربية، الدنمارك، 2007، ص75.

[3]- نعيمة موكس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية، رسالة ماجستير، جامعةالجزائر3، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2014 ، ص56.

[4]- سليمان شلال حميد، قنوات البث الفضائي وتأثيراتها المحتملة على منظومة الفكر الاجتماعي، جامعة الموصل، مجلة دراسات وصلية، العدد 33، 2009، ص58.

الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسلة تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة[1].

هـ- الوعي:

لغة:

يقصد بالوعي المعرفة أو الإدراك والاحتواء فوعى الشيء وعيا أي جمعه وحواه ووعى الحديث فهمه وقبله وحفظه، ووعت الأذن أي سمعت ووعى (الحديث فهمه) فلان أي استيقظ من نومه أو من غفلته ووعى الشيء أخده كله وواعى اليتيم أي حافظه والوعي أي الشعور الظاهر في فقدان الوعي فوعى أي حفظ وفهم.

ويرجع أصل كلمة الوعي إلى كلمة(conscienta) اللاتينية وهي كلمة مركبة من (con)و(scienta) وهذا المصطلح لايعني معرفة الموضوع من طرف التفاعل فقط بل أن هذا الموضوع يعد مرجعا للفاعل نفسه ويقابل نفس الكلمة أي الوعي بالفرنسية كلمة(conscience)[2].

اصطلاحا:

يشير معجم علم الاجتماع الوعي بأنه اتجاه عقلي يمكن افرد من الوعي بذاته وبالبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد ويتضمن ذلك وعي الفرد بالوظائف العقلية والجسمية ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي وإدراكه لذاته فرديا وكعضو في الجماعة[3].

[1]- مسعد مشطر عبد الصاحب، المضامين والأشكال الفنية لبرامج التلفزيون في تلفزيون العراق، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2005، ص38.

[2]- عبد الله بوجلال، مجلة إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي،الجزائرية للاتصال،العدد4،الجزائر،1990،ص107.

[3]- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع،د.ط،دار المعرفية الجامعية،الإسكندرية،1997،ص88.

في حين يعرفه ابن منظور في لسان العرب بأنه العقيدة والعقل والوجدان فهو حفظ القلب للشيء وفهمه واستيعابه وقبوله والتمسك به والعمل من أجله،فالوعي موقف نفسي وفكري يقفه العالم أو العقل المفكر من العالم بكل مايشمله من جوانب الحياة المتعددة[1].

ويعرّف **وليام جيمس W.James** الوعي بأنه ينكون من التصورات الحسية والعقلية والتفكير والرغبات والاختيارات والعواطف وكذلك الخبرات التي يمر بها الإنسان في أي وقت.[2]

من ناحية أخرى يعرف **اوسيوفOSiyov**الوعي الاجتماعي بأنه مجموعة الآراء والتصورات والمبادئ والمميزات النفسية وظواهر الثقافة الروحية والمميزة لأعضاء المجتمع وطبقاته وأنه مجموعة الآراء والأفكار والنظريات الاجتماعية التي تعكس شروط الحياة المادية للتشكيلة الاجتماعية المعينة أي تعكس الوجود الاجتماعي القائم[3].

ولقد عرّف قاموس المصطلحات السياسية الوعي بأن الشعور الطبيعي لدى الإنسان بوجود وبقدراته وبأعماله أنه معرفة الإنسان المباشرة لذاته وهو الشعور الداخلي الذي يساعد الإنسان في الحكم على أخلاقية سلوكه وأعماله الشخصية [4].

إجرائيا:

هو الإدراك القائم على الإحساس والمعرفة الذييساعد الفرد على اتخاذ قرارات معينة اتجاه قضية معينة.

– وهو الذي يمكن الإنسان من الإحاطة بالقواعد التي تضعه على الطرق الصحيحة التي تؤدي إلى بلوغ مراده وغاياته من أقرب السبل الممكنة.

[1]– عبد المنعم حفني،موسوعة علم النفس والتحليل النفسي،مكتبة مدبولي،القاهرة،المجلد2، 1978، ص166.

[2]-Welwoodj.the meeting of the ways explorations in est psychologyschoolen books, New york, 1971, p3.

[3]–أوسيوف،أصول علم الاجتماع،ترجمة سليم توما،دار التقدم،موسكو،1990ص32.

[4]DhubyanS.Dictionnary of politicaleconomic and sociologicale.terms unitedkingdomco ,london ,1990 ,p476.

و- مفهوم السياسة:

لغة:

القيام على الشيء بما يجعله والسياسة فعل السائس ويقال هو يسوس الدواب، إذا قام عليها وراضها والوالي يسوس رعيته، يسوس فلان لفلان أمرا فركبه كما يقول سول له وزين وقال غيره: سوس له[1].

ورد في الصحيحين،مسلم وصحيح البخاري، عن رسول الله صلى الله عليه وسلم من قوله: فكانت بنو إسرائيل تسوسهم الأنبياء كلما مات نبي جاء نبي آخر،أما أنا فلا نبي بعدي، فمن أطاعني فقد أطاع الله ومن عصاني فقد عصى الله، فمن هذا الحديث يتبين لنا أن كلمة سياسة تعني الحكم والتوجيه ومباشرة السلطة[2].

اصطلاحا:

السياسة هي كل مايتعلق برأي أو اتجاه معين فيمايتعلق بمواجهة المشاكل العامة أو يناقش هذه المسائل أو ينتمي إلى حزب أو تنظيم سياسي أو يمارس دورا من الأدوار في شؤون الحكم[3].

ز- الوعي السياسي:

اصطلاحا:

يعتبر الوعي السياسي من أكثر أنواع الوعي الاجتماعي أهمية وتأثيرا في الفرد والجماعة والوعي السياسي هو خبرة يحتاجها الأفراد من أجل تنظيم شؤون المجتمع المحلي ولكي يتم ذلك الوعي يجب أن تتوافر الدراية والعلم عن ذواتناوذوات الآخرين.

[1]- نضال حميد الموسوي، ملامح الوعي الاجتماعي عند المرأة الخليجية، ط1، دار سعاد الصباح، الكويت،1993 ، ص ص 51 -52.

[2]- يوسف عبد علي حسين، الإعلام السياسي، ط1، دار مجلة ناشرون وموزعون، عمان ، 2016، ص6.

[3]- المرجع نفسه، ص5.

ويشير مفهوم الوعي السياسي إلى معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله[1].

الوعي السياسي هو إدراك الفرد لواقع مجتمعه الإقليمي والدولي ومعرفة مشكلات العصر المختلفة والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا ومعرفة الواقع ورصد الجوانب والقوى المؤثرة فيه ورصد الأحداث وتحليلها واستكشاف خلفياتها وأبعادها وأثارها[2].

إجرائيا:

هو كل ما الذى الأفراد من معارف سياسية على المستوى المحلي أو العالمي نتيجة الثقافة السياسية التي يحصل عليها المواطنون داخل المجتمع والتي تعد مؤشرا جيدا على التقدم والتخلف السياسي من حيث إدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار ومدى ظهور فكرة المواطنة.

ك- الطالب الجامعي:

هو جماعة أو شريحة من المثقفين من المجتمع بصفة عامة إذ تتركز المئات والآلاف من الشباب في نطاق مؤسسات التعليمية مما يضعف أو يحقق إلى حد ما من ارتباطهم الطبيعي والعائلي،والطلاب ليسوا طبقة لكنهم حال وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم لذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون[3].

الطالب كما عرفه **فضيل دليو**:بأنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلميةبالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك[4].

[1]- عبد الباسط عبد المعطي، الإعلام وتزيف الوعي، د.ط، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 1979 ، ص1.

[2]- ناصر زين العابدين، أحمد ليلى عيسى أبو القاسم، مفهوم وأهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع،مجلة تكريت للعلوم السياسية، ص152.

[3]- سحر محمد وهبي،دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجزائري،ط1،دار الخبر للنشر والتوزيع،1996،ص23.

[4]- فضيل دليووآخرون،الجامعة وتنظيمها وهيكلها،ط1،دار البحث،الجزائر،1995،ص13.

كما يعرف بأنه من أنهى المرحلة الثانوية بنجاح ثم التحق بالجامعة وبدأ احتكاكه بالمناخ الجامعي حيث الحرية في مقابل المسؤولية والالتزام نحو نمط ونوع الحياة والتعليم،إضافة إلى إمكانية بناء الذات قيميا وديمقراطيا[1].

إجرائيا:

وبناء على ماسبق يمكننا صياغة تعريف إجرائي لمفهوم الطالب الجامعي إذ هو الشخص الذي تمكن من إكمال تعلمه في الجامعة والرفع من مستواه العلمي تبعا للتخصص الذي يرغب فيه.

1-1-6 الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن الاعتماد عليها في الدراسات فهي نقطة انطلاق بالنسبة للعديد من الأبحاث التي تليها، وعلى هذا قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة سواء كانت هذه الدراسات تناولت المتغيرين معا أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى.

- الدراسة الأولى:

دراسة بعنوان البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي[2]:

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول بيان الدور الذي تلعبه البرامج السياسية في تنمية وتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة من خلال محاولة معرفة العلاقة القائمة بين هذه البرامج وتنمية الوعي السياسي في الوسط الطلابي.

وقد خلص الباحث إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل فيمايلي:

[1]- مختار عبد الجواد السيد، قضايا المجتمع في عصر المعلومات،دط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر،2001، ص162.

[2]- منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي،مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال،جامعة محمد خيضر،بسكرة،2015/2014.

– هل يعتمد طلبة الجامعة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية؟

– هل يمكن اعتبار البرامج السياسية إحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي السياسي؟

كيف تؤثر البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغير الاتجاهات السياسة؟

وإن أهمية هذه الدراسة تكمن في إعطاء تصور واضح عن مفهوم تنمية الوعي السياسي بدأ من تشكيله وصولا إلى توجيهه

وفقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات حول الظاهرة ووصفها و جدولتها وتبويبها باستخدام أسلوب الاستبيان كأداة أساسية في جمع البيانات والتي توصل من خلالها إلى النتائج التالية:

– يعتمد الطلبة الجامعيين على البرامج السياسية كمصدر معلومات سياسية وتبين هذا من خلال أن مشاهدة الطلبة للفضائيات الجزائرية الخاصة كانت كبيرة خاصة المشهورة منها إذ بلغت نسبة مشاهدة قناة الشروق 77،5% وتلتها قناة النهار بنسبة مشاهدة بلغت 70% وهذا يرجع إلى الأسبقية والأقدمية وقوة الطرح للمواضيع في برامج مختلفة.

– إن البرامج السياسية في الفضائيات الخاصة تعد عامل مهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة بلغت 80% من مفردات العينة أن هذه البرامج بمختلف أنواعها تؤدي الدور المنوط بها في التوعية والتثقيف السياسي .

– البرامج السياسية لها تأثير على ثقافة الطالب السياسية ولم يتكون لديهم اتجاه سياسي بعد متابعتهم البرامج السياسية رغم تأثر ثقافتهم السياسية من خلال هذه البرامج.

الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان" **دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين**"[1] :

تدور إشكالية هذه الدراسة حول الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين من خلال التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي وكذا الكشف عن مدى مشاركة الطلبة الوعي السياسي ومعرفة الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي .

وعلى ضوء ما ذكرا لانطلقت هذه الدراسة من التساؤلات الفرعية الآتية:

– ما هي عادات وأنماط استخدام موقع فيسبوك من قبل طلبة جامعة أم البواقي ؟

– ما هي الدوافع والحاجات التي تمكن رواء استخدام طلبة جامعة أم البواقي لموقع فيسبوك ؟

– هل يشارك طلبة جامعة أم البواقي في نشر الوعي السياسي عبر موقع فيسبوك ؟

– ما هي رؤى طلبة جامعة أم البواقي دور موقع فيسبوك فيما يخص المواضيع والقضايا السياسية؟

وقد اعتمدت الباحثتين في هذه الدراسة مع المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الشامل واستعمال استمارة الاستبيان كأداة أساسية في جمع البيانات والمعلومات للوصول إلى نتائج.

وتوصلت الباحثتين في نهاية الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

– أن نصف المبحوثين حقق لهم موقع فيسبوك إشباعات سياسية متنوعة كان أبرزها زيادة رصيدهم المعرفي المتعلق بالسياسة .

[1]–زينة بوشارب،وفاء جباري ،دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي ، 2014 /2015

– أغلب أفراد العينة لديهم أصدقاء لهم اهتمامات سياسية عبر موقع فيسبوك حيث يشاركون هذه الاهتمامات من خلال التعليقات والصور والفيديوهات وكذا مناقشة الأحداث.

– أن أغلبية الطلبة الجامعيين لا يشاركون في الأنشطة و الأحداث السياسية التي يدعو لها فيسبوك.

– يرى أغلب أفراد العينة أن موقع فيسبوك كان له دور في الحراك السياسي الذي حدث في البلاد العربية.

– أن نصف المبحوثين لا يتابعون الصفحات السياسية الجزائرية .

– أن أكثر من نصف المبحوثين لا يساهمون في نشر المواضيع السياسية عبر موقع فيسبوك .

– أكثر من نصف المبحوثين يرون بأن ماينشره فيسبوك بخصوص القضايا الجزائرية ذات الطابع السياسي ليس كله صحيح.

الدراسة الثالثة:

دراسة بعنوان **"تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة"**[1]:

إذ تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول دور البرامج ذات الطابع السياسي التي تعرضها قناة الجزائرية الثالثة في تنمية الوعي السياسي للطلبة، ومساهمتها في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية"

وحدد الباحث مجموعة من الأسئلة الفرعية في :

– ما مدى اهتمام الطالب الجامعي بالبرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة؟

– هل المضامين السياسية التي تقدمها قناة الجزائرية الثالثة تلقى اهتمام من طرف الطالب ؟

[1] – إبراهيم اسماعيلي ، عبد الحكيم غناي ، تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة ، مذكرة ماستر ، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة،أم البواقي ، 2018/2017.

– ما هو تقييم الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة؟

– هل هناك علاقة بين تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج السياسية بقناة الجزائرية الثالثة وتشكيل الوعي السياسي لديهم ؟

وتكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة طبيعة البرامج السياسية التي تقدمها قناة الجزائرية الثالثة ومعرفة دور هذه البرامج في تنمية الوعي السياسي وتكوين ثقافة سياسية لديهم واعتمد الباحث على المنهج الوصفي واستعمل كل من الاستبيان والملاحظة كأداة لجمع المعلومات وفي الأخير خلص غلى النتائج التالية:

– البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة تعد عامل مهم في تنمية الوعي السياسي لبعض الطلبة الجامعيين والتي قدرت بـ 50%.

– الطلبة الجامعيون أحيانا مايتابعون البرامج السياسية بنسبة 52% أي أنهم يعتمدون عليها كمصدر للمعلومات السياسية وهذا بنسبة 86%.

– يحرص الطلبة على متابعة الشأن السياسي وقدر بـ 52%.

– تتعدد وتتنوع البرامج السياسية التي يتابعها الطلبة الجامعيون.

– المضامين السياسية التي تقدمها قناة الجزائرية الثالثة لا ترقى إلى المستوى المطلوب مقارنة بما تقدمه القنوات الفضائية الخاصة وهذا بنسبة 66%.

الدراسة الرابعة:

دراسة بعنوان "**دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي**": [1]

إذ تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول معرفة مدى اهتمام الطلبة بوسائل الإعلام واعتمادهم عليها للحصول على المعلومات حول كل ما هو جار حولهم محليا وإقليميا ودوليا.

[1] حيرة رقيق ، خداوي فائزة ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، قسم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، 2017-2018.

وحدد الباحث مجموعة من الأسئلة الفرعية تمثلت في:

– هل يعتمد الطالب الجامعي على وسائل الإعلام في استيقاء المعلومات السياسية؟

– كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بتوجيه الرؤى السياسية لدى الطالب الجامعي؟

– هل يرتبط الوعي السياسي للطلبة بقدرتهم على اختيار المضامين السياسية لوسائل الإعلام ؟

وتمكن أهمية هذه الدراسة في إلقاء الضوء على مجالات جديدة للاهتمام بأفراد المجتمع وبالطالب الجامعي على وجه الخصوص كما أنها تعتبر من الدراسات التي تدرس ظاهرة مستجدة في أوساط الجامعة.

ولقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي في رصد ومتابعة مشكلة البحث واستعمل كلا من الاستبيان والملاحظة كأداة لجمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها، وخلص الباحث إلى جملة من النتائج أهمها:

– أكثر وسيلة إعلامية يعتمد عليها الطالب الجامعي تمثلت في الانترنت بنسبة 45.89 %وهي نسبة جد متقاربة مع التلفزيون وأكدت الدراسة على أن النسبة لأعلى من أفراد العينة والتي قدرت نسبتها 25.83 %لا يزيد معدل تعرضها لهذه الوسيلة أكثر من 3 ساعات.

– يفضل الطالب الجامعي متابعة الحصص السياسية بنسبة 47.5%.

– الطالب الجامعي يعتمد على وسائل الإعلام لمعرفة الأحداث الحاصلة في محيطه بنسبة 48.33% بصفة دائمة ومنتظمة .

– أشارت نتائج الدراسة إلى أنه رغم تعدد الحوامل المستخدمة لمتابعة وسائل الإعلام فقد تصدر الوسائل الحديثة المركز الرئيسي بنسبة 75% نظرا لانتشار الهواتف النقالة الذكية .

– البرامج الإخبارية من أكثر المضامين المفضلة لدى الطالب الجامعي على مستوى الوسائل الإعلامية بنسبة 5, 47 %ثم تليها بعد ذلك النقاشات وصولا إلى الحوارات بنسبة قليلة.

-التعقيب على الدراسات السابقة:

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ونقاط التقاطع:

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة لدراستنا الحالية وذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك وتتفق معها على حد كبير في متغير أساسي ألا وهو الوعي السياسي وفي أمور أخرى مثل مجتمع البحث والمنهج المتبع وغيرها من الإجراءات المنهجية، اعتمادها على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان ، وتشترك جل الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع الإعلام والسياسة والعلاقة الجدلية بينهما، وكذا الوعي السياسي وكيفية تنميته وتنشئته من خلال الوسائل الإعلامية انطلاقا مما تقوم به هاته الوسائل من تقديم لخدمات ورسائل إعلامية .

كما تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة لتركيزها على الإعلام بمختلف وسائله وإقرارها بدوره وتأثيره البالغ في بلورة ونشر الوعي السياسي وتنميته لدى مختلف الأفراد.

والدراسات السابقة تتقاطع مع الدراسة الحالية من حيث تركيزها وتأكيدها على قدرة وسائل الإعلام ودورها في تنمية الوعي السياسي في المجتمع وأغلبها ركزت خصيصا على فئة الشباب خصوصا الطلبة الجامعيين.

1-2 الإجراءات المنهجية للدراسة:

1-2-1منهج الدراسة :

كلمة منهج مترجمة من الانجليزية (Methode) أو بالفرنسية (Méthode) وهي مأخوذة من اللاتينية (Methodu) المأخوذة بدورها من اللغة اليونانية، فقد عرفت كلمة منهج العديد من المفاهيم عبر التاريخ فقد عرفها أفلاطون على أنها الكلمة المكتسبة من تعامل الناس مع الواقع، وعرفه "**أرسطو**" بأنه البحث نفسه أما "**ابن خلدون** " فعرف المنهج على انه عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو موضوع الدراسة.[1]

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عليها.[2]

المنهج الوصفي هو دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معنية وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر[3].

المنهج الوصفي هو محاولة جمع لبيانات والمعلومات الوافية عن مجتمع محدد، أو مجموعة من الأفراد أو ظاهرة من الظواهر أو نشاط من الأنشطة في المؤسسات المعنية بالبحث .[4]

ويعد المنهج الوصفيأكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته[5].

[1]- احمد عظيمي ، منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه، في علوم الأعلام و الاتصال ، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2009، ص ص 11- 12.

[2]- سمير محمد حسن، دراسات في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام ، ط1، عالم الكتب ، القاهرة ، 1999، ص 191.

[3]- محمد ريان عمر ، البحث العلمي مناهجه وتقنياته ، ط1، دار الشرق ، 1983 ، ص 117.

[4]إيمان السامرائي ، عامر قنديلجي ، البحث العلمي الكمي والنوعي ، د.ط، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،الأردن، 2008 ، ص188.

[5] محمدمحمدقاسم ، المدخل على مناهج البحث العلمي ، ط1، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1999، ص 6.

1-2-2 أدوات جمع البيانات :

نجاح أي بحث يقوم أساسا على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعل هذا يتطلب من الباحث تحكم أكثر فيها الأدوات المسخرة بجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها وأنسبها ،فتعتبر الوسيلة الأداة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوثين التي تمكنه من جمع المعلومات عنهم[1].

وقد رأينا أن طبيعة دراستنا تستلزم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات الميدانية كأداة رئيسية والملاحظة كأداة ثانوية.

أ- الاستبيان:

هو أحد طرق استطلاع الرأي والتعرف على الأفكار والتوجهات لدى مجموعة من الأفراد حول موضوع البحث ومن ذلك معرفة درجة الرضا والقبول العام لدى الناس[2].

ويعرف كذلك بأنه مجموعة من الأسئلة المتنوعة التي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه.

هو قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبنايات المطلوبة[3].

تستهدف هذه الأداة استثارة المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين[4].

وقد اختارت الطالبتان استمارة الاستبيان نظرا لطبيعة الدراسة التي هنّ بصدد القيام بها إذ أنها تتناسب مع طبيعة الموضوع .

[1]- طه حميد حسن العنبكي ، نرجس حسين زاير العقابي ، أصول البحث العلمي في العلوم السياسية ، ط1، دار الأمان بيروت 2015،ص39.

[2]- عزيز داود ، مناهج البحث العلمي ،ط1 ، أسامة المنشر الثقافي ، عمان ،2006،ص 18.

[3]- أحمد بن مرسلي ،مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ،ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 2006،ص288.

[4]- أحمد مصطفى عمر ، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه ، د.ط، فلاح للنشر والتوزيع ، الشارقة ،ص303.

وقد استعملتا لجمع البيانات فيما يخص الجانب التطبيقي للدراسة حيث تصميمها بالمراحل الآتية:

– تصميم الاستمارة في صورتها الأولية حيث تم وضعها بناء على التساؤلات الفرعية وذلك بعد تقسيمها إلى 4 محاور وقد احتوت على 24 سؤال.

– تصحيح الاستمارة من طرف الأستاذة المشرفة **الأستاذة سامية قرابلي** والتي بدورها أعطت ملاحظاتها من ثم تعديلها ذلك وفقا لمشورتها ، ثم عرضها على مجموعة من الأستاذة من أجل تحكيمها وهم: **الأستاذ عبد الوهاب بوبعة، الأستاذ أيدير شيلاني، الأستاذ الحكيم ألحامدي،الأستاذة زرطال لطيفة** الذين تفضلوابتقديم بعض الملاحظات تلخصت في الآتي:

- تغيير بعض اقتراحات الأسئلة مثلا : نعم ولا بـ : دائما ، أحيانا ، نادرا .
- إعادة ترتيب بعض الأسئلة .
- إزالة الغموض عن بعض الأسئلة.
- تحديد الأسئلة بدقة و الابتعاد عن العموميات.
- تغيير صياغة بعض الأسئلة لتسهيل الفهم على المبحوثين.

وبعد استرجاع الاستمارة وأخذ الملاحظات بعين الاعتبار تم تصميمها وإخراجها في شكلها النهائي على النحو التالي:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية والذي احتوى على 3اسئلة استهدفت معرفة الجنس، السن، المستوى التعليمي.

المحور الثاني: محور عادات وأنماط مشاهدة البرامج الحوارية والذي احتوى على 07 أسئلة يهدف هذا المحور إلى معرفة خبرة المبحوثيين الزمنية والانتقائية عند تعرضهم للبرامج الحوراية من خلال معرفة مدّة مشاهدتهم لها والفترات المفضلة لذلك .

المحور الثالث: محور دوافع مشاهدة البرامج الحوارية والاشباعات المحققة والذي تضمن 6 أسئلة ويهدف إلى معرفة الأسباب والدوافع الحقيقة وراء متابعة الطابة للبرامج الحوارية وكذا أهم الاشباعات التي تحققها لهم هذه الأخيرة .

المحور الرابع: محور تأثير البرامج الحوارية على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين تتضمن 10 أسئلة يهدف إلى معرفة الثقافة السياسية التي يكتسبها الطالب الجامعي من خلال متابعته للبرامج الحوارية ودور هذه الأخيرة في إنضاج مواقفه السياسية .

ب- الملاحظة :

كما اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة التي تعرف بأنها علمية مراقبة أو مشاهدة سلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية ، ومتابعة سيرها و اتجاهاتها وعلاقتها ، أسلوب علمي منظم ومخطط وهادف ، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته[1].

كما تعرف بأنها عبارة عن نشاط يقوم به الباحث خلال المراحل المتعددة التييمربهابحثه ، فهو يجمع الحقائق المتعلقة بالبحث التي تساعده في تحديد المشكلة وذلك عن طريق ما يراه بعينه أو ما يسمعه بأذنه وبكافة حواسه الأخرى.[2]

فالملاحظة بمعناها العام هي توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين وتسجيل ذلك السلوك أو خصائصه [3].

1-2-3 مجالات الدراسة :

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي العلمي كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان وهي كالأتي: المجال الجغرافي، المجال الزمني ، المجال البشري .

[1]- محمد عثمان غنيم ، مناهج وأساليب البحث العلمي ،ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان ،2000، ص 112.

[2]- عامر مصباح ، معجم العلوم السياسية والعلاقات الدولية ، ط1، دار الكتاب الحديث ،ط1،القاهرة، 2009 ، ص 160 .

[3]-أحمد بن مرسلي،منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال،ط2،ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر،2005 ،ص 214.

أ-المجال الجغرافي:

ويشمل جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل وبالتحديد قسم الإعلام والاتصال الكائن بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالقطب الجامعي تاسوست.

ب- المجال الزمني :

امتد المجال الزمني لدراستنا بداية من سنة 2019 حيث شرعنا في إعداد الجانب المنهجي والنظري أولا تم الانتقال إلى الجانب الميداني الذي قمنا فيه إعداد الاستمارة وتحكيمها وتوزيعها على الطلبة وأخيرا تحليل البيانات وتفسيرها واستنباط نتائج الدراسة .

ج- المجال البشري :

ويتمثل في طلبة الإعلام لسنوات الماستر الأولى والثانية تخصص سمعي بصري.

1-2-5 مجتمع البحث وعينة الدراسة :

أ- مجتمع البحث :

يقصد به جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ويعرفه الباحثون بأنه مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات المحددةمسبقا [1].

مجتمع الدراسة هو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة[2].

ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصالبجامعة محمد الصديق بن يحي بجيجل.

[1]- عمار إبراهيم فنذيلجي، البحث العلمي ،د.ط، دار اليازوري العلمية، عمان ،1999، ص 136.

[2]- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة،2000، ص 130.

ب– عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي جزء من الكل بمعنى أنهتؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة[1].

العينة هي ذلك الجزء من المجتمع التي يجرى اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحثية تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا[2].

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية والتي هي من العينات التي يتم انتقاء مفرداتها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم وتكون تلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة [3].

وتعرف أيضا على أنها "تلك العينة التي يقوم الباحث باختيارها اختيارا حرا على أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها ، فالباحث يقدر حاجته إلى المعلومات ويختار عينة بما يحقق له غرضه .[4]

ولعل أهم استخدامات هذا النوع تتمثل فيما يلي:[5]

–في بحوث الرأي العام حيث يعتقد القائمون على الاستفتاءات أن بعض المناطق تعطي نتائج مفيدة وذلك بحكم تجاربهم وخبرتهم السابقة.

–عندما يريد الباحث دراسة المواقف السياسية لجمهور في حالة مظاهرة فإنه يتعذر عليه الحصول على قائمة بأسمائهم وسحب عينة منها، وعليه يمكنه الاتجاه إلى قادة المظاهرة واعتبارهم عينة عمدية يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات.

–قد يعمد الباحث اختيار قرية تمثل المجتمع الريفي الجزائري على اعتبار أن هذه القرية تتضمن خصائص مختلف القرى الجزائرية.

---

[1]– رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2008، ص 267.

[2]–كامل محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي في علوم الإنسانية والاجتماعية ، د. ط، درا الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ،2009، ص139، 140 .

[3]– محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات ،ط2، دار وائل للطباعة والنشر ،عمان ،1999،ص96

[4]– رحيم يونس كروالعزاوي ،منهج البحث العلمي ، ط1، دار دجلة ،عمان ،2008،ص 173.

[5]–رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في البحوث الاجتماعية، ص197.

ومن هنا كان اختيارنا لطلبة الماستر تخصص سمعي بصري – سنة أولى وثانية- اعتقادا منا أن لهم الخصائص نفسها التي نجدها لدى الطالب الجامعي هذا من جهة، ومن جهة أخرى فكونه من حيث التخصص أكثر فهما لموضوع دراستنا والقدرة على استيعاب متغيراتها، إضافة إلى عامل الوقت والإمكانات المتاحة والتي لا تسمح لنا بإجراء دراسة موسعة.

- **حجم العينة:**

أظهرت خلاصة الخبرات والتجارب أن حجم العينة يقع في حدود 10 إلى 15% من حجم المجتمع الأصلي وذلك في المجتمع الذي يقدر ببعض المئات من العناصر، أما في المجتمع الذي يقدر بعشرات المئات أو عشرات الآلاف من العناصر، فإن 1% من مجتمع البحث يكون كافيا وبالتالي كلما كان المجتمع كبيرا كلما قلت نسبيا حاجتنا إلى نسبة عالية من العناصر لبناء العينة.[1]

وبناء على هذا المعطيات فقد حددنا حجم عينة دراستنا ب 100 طالبمن المجتمع الأصلي لدراستنا المتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال المقدر عددهم الإجمالي بـ 954 طالب .

وبعد مرونا بهذه المراحل المنهجية قمنا كخطوة أخيرة بتوزيع استمارة الاستبيان عمديا على الطلبة الذين يتوفر فيها الشرطان:

1- أن يكون طالبا مسجلا بقسم علوم الإعلام والاتصال يتابع دراسته للحصول على شهادة الماستر تخصص سمعي بصري.

2- أن يكون ممن يشاهدون البرامج الحوارية التي تبث عبر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

1-3 المقاربة النظرية:

1-3-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

هي عبارة عن محاولة النظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد

[1]-موريس أنجرس، مرجع سابق، ص320.

للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها ، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام. [1]

1-3-2 نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نجد أنّ بدايات البحوث الأولى لهاته النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف، حيث افترضت عالمة الاتصال "هيرتا – هيرزج" وجود خمس احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي (تنافسية ، تربوية، التقدير الذاتي، رياضية، إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة، النصح، ...).

ومن ناحية ثانية، استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى الجادة والراديو و "لازارسفيلد" و "وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة، بينما لاحظ "بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار والشؤون العامة كأداة من أدوات الحياة، والراحة، الاعتبار والاتصال الاجتماعي.

ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا-هيرزج" عام 1944 والتي هدفت للكشف عن إشباعات الجمهور والرأي، وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية. [2]

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" ، تأليف " كاتز" و "بلومر"، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر. [3]

[1] – إيمان نوي، استخدام الإنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية لرسالة ماجيستير ،كلية الإعلام والاتصال، بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص ص 22-23.

[2] – بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص23.

[3] – محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 253.

1-3-3 فروض النظرية:

1- جمهور وسائل الإعلام مشارك فعال في العملية الاتصالية، واستخدام لتلك الوسائل يستهدف تحقيق أهداف محدّدة توفي بتوقعاته.

2- التعرض لوسيلة اتصال ما ، ما هو إلا تعبير الواقع السيكولوجي أو احتياجات جمهور.

3- يعبّر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.

4- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، والأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.

5- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

6- يمكن الاستدلال على الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال المحتوى فقط.

7- إنّ أعضاء الجمهور فاعلون في عمليات الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحدّد لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم. [1]

[1] عبد الحفيظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية ، مصر، 1433 هـ، ص 109.

2-1 البرامج الحوارية :

تعد البرامج الحوارية شكلا برامجيا مؤثرا وبارز الحضور على مختلف القنوات TVعلى اختلاف مضامينه، ترفيهية كانت أم سياسية أم اجتماعية أم تثقيفية وسنحاول في هذا الجزء تسليط الضوء البرامج الحوارية من حيث نشأتها وخصائصها ووظائفها وشروط نجاحها.

2-1-1تعريف البرامج الحوارية:

تعرف إيمان عزالدين محمد البرامج الحوارية بأنها البرامج التي يلتقي فيها شخصين أو أكثر لبحث موضوع معين وتناوله من جميع الجوانب،سواء اتفقت أراء المشاركين أو اختلفت ويمكن أن لاتنتهي إلى حل أو استنتاج أخير ويترك الموضوع مفتوح للمشاهدين فتنتهي أراءهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة[1].

2-1-2نشأة البرامج الحوارية:[2]

تطورت البرامج الحوارية في المجتمع الأمريكي باعتبار أن أمريكا أولى دول العالم التي اهتمت بهذه النوعية من البرامج حيث ظهرت البرامج الحوارية في أمريكا عام 1930 بالراديو ثم انتقلت إلى التلفزيون عام 1950.فبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية حدثت تغيرات في المجتمع الأمريكي ساعدت على نمو التلفزيون التجاري فأخذ يستقي التلفزيون من الراديو،الدراما،الكوميديا والبرامج الحوارية،وفي هذه الفترة أنشأت شبكتي **NBCCBS** وخدمة إخبارية تلفزيونية تتضمن برنامج حواري إخباري وأيضا ظهرت البرامج الترفيهية التي تتضمن حوار من خلال مقابلات غير رسمية مع الجمهور في البرنامج استمر هذا الدمج للبرنامج الحوارية في البرامج الترفيهية وبرامج الأطفال والمسابقات مع تطور التلفزيون ثم أصبحت البرامج الحوارية خلال هذه الفترة لها شكلين هما : أ- البرامج الحوارية الإخبارية.

[1]-إيمان عزالدين محمد دوابة،دور البرامج الحوارية في التلفزيون،رسالة دكتوراه،جامعة الزقازيق،1993،ص133.

[2]-ريبورتيلبرد ترجمه مؤيد محسن فوزي،الكتابة،التلفزيونيةو الإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة،ط1،دار الكتاب الجامعي،الإمارات،2003،صص251-253.

– البرامج الإخبارية المنوعة.

وكان أول برنامج في هذه الفترة قام بتقديمه الأمريكي إدوارد آرمور أحد أشهر الصحفيين السياسيين بتقديم برنامج عالم صغير كل يوم أحد وكان يقدم من خلاله التحاليل الإخبارية والسياسية ويستضيف العدد من الباحثين السياسيين لمناقشة نتائج الحرب العالمية الثانية وقتها ونجح البرنامج بشدة حتى صار يوم الأحد اليوم الأساسي والملائم لإذاعة أغلب البرامج الحوارية السياسية التي تلخص الأحداث التي حدثت خلال الأسبوع.

وفي نهاية الستينات زادت البرامج الإخبارية في توثيق الأحداث الجارية كإطلاق النار على مارثن لوثر والحملة الانتخابية لريتشارد نيكسون وأصبحت هذه البرامج مصدر للحصول على الأخبار وتحليلاتها لدى المواطنين في أمريكا وأصبح الجمهور يتابع البرامج الحوارية أكثر من قراءة الصحف وفي السبعينات أصبح شكل ومحتوى البرنامج الحوارية أكثر واقعية واعتمدت على القضايا والمشكلات الاجتماعية وظهرت نوعية جديدة من البرامج الحوارية أطلق عليها البرامج الشهية واعتمدت هذه النوعية من البرامج على كسر الطابوهات والحديث المألوف وخاضت في كل الأمور الحياتية.

2-1-3خصائص البرامج الحوارية:

يشترط في البرامج الحوارية أن تتميز بالخصائص الآتية:

1- **المصداقية:** وتعد لمصداقية قيمة أساسية تجعل الحوار بموضوعاته وأساليبه ووسائل تقديمه موضع ثقة من الجماهير.

2- **الإثارة والجاذبية:** وتعد هذه الميزة من الخصائص التي تجدب المشاهدين إلى الوسيلة،لأنها تجعل من الحوار أفضل برنامج ترفيهي وتثقيفي في آن واحد.

3- **الأهمية**:حيث أن الأهمية تفعل من الحوار وتحقق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية وخاصة إذا ماتعلق موضوع المقابلة باهتمامات الجماهير ومصالحهم واحتياجاتهم الضرورية بصورة مباشرة أو غير مباشرة[1].

4- **الحالية**

5- **ارتفاع نسبة المشاهدة**

6- **التفاعل مع المشاهد**[2].

2-1-4 وظائف البرامج الحوارية:

حدد سعيد ليب مجموعة من الوظائف تقوم بها البرامج الحوارية وهي [3]:

- **وظيفةالإعلام والإخبار**:وتعني شرح وتفسير كل مايجري من أحداث يومية في جوانب الحياة المختلفة.

-**وظيفة التعليم**: يعني تقديم معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات جديدة للمشاهدين.

- **وظيفة التثقيف**: وتعني تثقيف المشاهدين عن طريق الحوار مع قادة الفكر والأدباء ووظيفة خدمة المجتمع التي تعني توعية وتنمية المشاهدين في مجال تخصصهم.

[1]- فايزة طه عبد الحميد،البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية،ط1،المكتب العربي للمعار،القاهرة، 2014، ص34.

[2]- ريبورتيلبرد ترجمة مؤيد محسن فوزي، مرجع سابق، ص253.

[3]- أديب خضور، الحديث التلفزيوني، ط1، المكتبة الإعلامية، دم، 2002، ص252.

2-1-5 شروط نجاح البرامج الحوارية: وتتمثل فيما يلي: [1]

- **طرافة الموضوع وأهميته:**

ولعل برامج الحوار التي لا يتوافر بداخلها هذا الشرط الأساسي تصبح منذ البداية عديمة النفع بالنسبة للمشاهد التلفزيوني بصفة عامة،وعلى اختلاف الفئة التي ينتمي إليها المشاهد،فالأحداث خاصة في العصر الحديث أصبحت أحداثا متتابعة ومتغيرة و متنوعة،يقع إذا على عاتق المعد أن يختار من بين تلك الموضوعات الهامة،ويضاف إلى ذلك طرافة الموضوع،أي تميز بعناصر إضافية تهم الجمهور المشاهد من حيث القوالب الفنية والفكرية.

- **شخصية المحاور أو الكاتب أو المعد التلفزيوني:**

- يجب أن يكون واسع الاطلاع والثقافة.

- متعدد المصادر للحصول على المعلومات.

- أن يكون ملما بتلك الشخصيات اللامعة والمرموقة والمتخصصة في المجالات المتعددة من حيث قدراتها وإمكانياتها الفكرية والذهنية والثقافية والفنية.

- يجب أن يتمتع المعد والكاتب التلفزيوني لهذا النوع من البرامج بلباقة وقدرات في الحديث.

- أن يعد الأسئلة المرتبطة بموضوع الحوار إعدادا جيدا.

- **القوالب الفنية والفكرية:**

إن البرامج الحوارية قد تستغرق مدة طويلة تصل إلى الساعة وقد يصاب المشاهد والضيف أيضا بالإرهاق والملل،فيلجأ المعد في العديد من المواقف حتى يتجنب هذه الحالة إلى إدخال مادة وقوالب فنية وفكرية في البرامج الحوارية.

[1] فايزة طه عبد الحميد، مرجع سابق، ص 37-38.

- **نوع الحوار:**

وهو محرك أساسي للبرامج الحوارية،بطبيعة الشخصية المتحاورة أو ضيف البرنامج.

2-1-6إيجابيات وسلبيات البرامج الحوارية:

أ- إيجابيات البرامج الحوارية:يمكن إجمالها في النقاط الآتية:[1]

- إمداد الفرد بالمعلومات عن الأحداث الجارية ومختلف القضايا كما أن البرامج الحوارية لاتقف عند حد الإخبار ولكنها تقوم أيضا بالتحليل والتفسير لجوانب القضية أو الحدث.

- طرح مختلف الآراء ووجهات النظر اتجاه مختلف القضايا والأحداث وذلك من خلال الخبراء والمتخصصين في الموضوع محور النقاش مما يساعد في تكوين رأي صائب اتجاهها وبالتالي تشكيل الرأي العام في المجتمع.

- تعد البرامج الحوارية منبرا يقوم من خلالها الأفراد بالتعبير عن أراءهم ومشكلاتهم وإيصال صوتهم للمسئولين مما يساهم في إيجاد حلول لها.

- إثراء النقاش الاجتماعي حول الأحداث والقضايا والمشكلات التي توجد داخل المجتمع مما يساهم في الحراك المجتمعي واستشارة الرأي العام.

ب- سلبيات البرامج الحوارية: ولعلّ من أبرزها:[2]

- إبراز بعض القضايا في مكان الصدارة وإعطائها قدرا كبيرا من الأهمية على حساب قضايا أخرى ذات أهمية أكثر وذلك بهدف الإثارة.

[1]- وائل حديفة، المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية، مجلة دمشق، المجلد 32، العدد الثاني، 2016، ص ص 153-154.

[2]- عبد المعطي محمود الحلاحلة، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية،مذكرة ماجستير في الإعلام،جامعة الشرق الأوسط،الأردن،2011-2012، ص51.

– الاعتماد في بعض البرامج الحوارية على مقدمي برامج غير مؤهلين إعلاميا بدرجة تمكنهم من التعامل مع هذه النوعية م البرامج.

– اتجاه بعض البرامج إلى إلهاء الجمهور في خلافات شخصية وأشياء عبثية تماما لاتفيده.

– المساهمة في تكوين صورة ذهنية سلبية لدى الأفراد عن أنفسهم وحكوماتهم ومشكلاتهم.

– عدم التزام الضيوف بآداب وقواعد الحوار أحيانا وتدني في مستوى الحوار وتحول البرنامج إلى ساحة للعراك الكلامي فيما بين الضيوف مما يؤدي إلى إصابة المشاهد بالحيرة وفي النهاية إلى عدم متابعة البرنامج.

خلاصة :

نستخلص مما سبق أن البرامج الحوارية واحدة من الأنماط البرامجية التي لا يجب أن تخلوا منها الشبكة البرامجية لأي قناة عامة كانت أو متخصصة، عمومية أو خاصة، بالنظر إلى الدور الذي تلعبه في نشر وتشجيع وإنضاج التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي بين أفراد المجتمع عن طريق تنمية قدراتهم على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال على اعتبار أنّ الحوار واحد من الأنشطة التي تحرر الإنسان من الانغلاق والانعزالية وتفتح له قنوات للتواصل ويكتسب من خلالها مزيدا من المعرفة والوعي .

2-2 الفضائيات الجزائرية الخاصة:

تعتبر القنوات الفضائية اليوم ضرورة من ضروريات الحياة اليومية للفرد فهي وسيلة الإعلامية ذات أهمية كبيرة للتأثير على الجماهير، وقد ظهرت القنوات الجزائرية الخاصة في الساحة إثر قانون الإعلام الجديد وقانون السمعي البصري، فأصبحت تلعب دورا مهما في حياة الفرد المشاهد الجزائري بل أصبحت تشكل محورا مهما من محاور حياته وتساهم في تغيير أرائه وتوعيته وتجعله طرفا فعالا في العملية التنموية، وسنحاول في هذا المبحث الحديث عن ماهية الفضائيات الخاص، نشأتها تطورها وواقعها.

2-2-1 مفهوم القنوات الفضائية الخاصة:

"هي القنوات التي رأسمالها كليا أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب"[1].

هي عكس القناة الجامعة أو الشمولية وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد لتخصص في مجال برامجي منفرد أو لتوجيهها إلى الجمهور المنفرد[2].

2-2-2 نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة:

كانت أول التجارب لجريدة النهار الجديد التي أطلقت قناتها تي في في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق والبلاد والأجواء ووقت دزايرتيفي والخبر KBCوالمستقبل وغيرها من الصحف التي تسعى للتحول إلى قنوات فضائية حيث لم يعد الأمر يحتاج إلى إجراءات كثيرة ومعقدة أو إلى ميزانيات طائلة كما في السابق فالمدن الإعلامية العربية كماهو مثلا المدينة الإعلامية الأردنية البحرينية وكذلك مدينة دبي للإعلام توفر خدمة مميزة بتكاليف معقولة ودون إجراءات إدارية معقدة

[1]- محمد قارش،سعيدمراح،الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات،مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017، ص371.

[2]- محمود أبو بكر، القنوات التلفزيونية الخاصة: عندما تتحول الصحف إلى علب فضاء، جريدة الحياة الإلكترونية، عدد 1103، 24 سبتمبر 2014.

وطويلة حيث تضمن البث الإضافي على كل الأقمار ARABSAT،BADR، والقمر NILESAT 103،بمعدل نقل بيانات عال وذلك مقابل مبلغ لايتجاوز 30 ألف دولار شهريا بالإضافة إلى تكاليف إيجار مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم والمتابعة ليبق الأمر الآخر هو توفير مقربا الجزائر كأستوديو لتسجيل بعض الحصص ونشرات الأخبار لتتحول إلى مؤسسة صحفية أو مجموعة صحفيين إلى قناة فضائية تخاطب العالم[1].

2-2-3 أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة:

سمحت الدولة الجزائرية بتجربة التعددية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور الذي تم عام 1991،خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ماشهدته الجزائر من أزمات قوية عام 1988 . مما ولد الوعي السياسي والوطني وبهذا أصبح التوجه والتعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش أنداك وهناك من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر لابد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرتبط بجميع المجتمعات البشرية.

فإن خنق الحريات الفردية والعامة مع التضييق إلى ذلك درجة إلغاء التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء. يضاف إلى التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين كل من الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها وبهذا انفجرت أزمة 1980 بالرغم من أن معظم التحليلات التي قدمت لإبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة[2].

[1]- مقالة بجريدة الحياة الإلكترونية لمحمود أبو بكر بعنوان القنوات التلفزيونية الخاصة عندما تتحول الصحف إلى علب فضاء،العدد 1103 بتاريخ 24 سبتمبر 2014.

[2]- سليمان الرياشي وآخرون، الأزمة الجزائرية،الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية،مركز دراسات الوحدة العربية، ط2 ،1999، ص57.

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي، وعرفت ثورة عنيفة كما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية، والذي لم يكن عن قناعة سياسية. وانطلاق من هذه التحليلات يمكن القول أن الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تنشر في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي. فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام المسيس والمؤدلج (إعلام الدول)، الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب واستدعت التطورات الاجتماعية والتكنولوجية والسياسية بداية القرن 21 ضرورة الإسراع في تطبيق مبدأ حرية الإعلام والاتصال من خلال السماح بإنشاء الفضائيات الخاصة التي يأمل المشاهد الجزائري أن يجد في جملة البرامج التي تبثها الأخبار والحلول الرمزية للصراعات بنوعيها الداخلية والخارجية وذلك من خلال منطلق الفضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي[1].

2-2-4 إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الخاصة:

أ- إيجابيات القنوات الفضائية الخاصة:

للقنوات الفضائية ايجابيات عديدة منها:[2]

- نشر قيم التسامح الثقافي بين الأمم والشعوب

- الانفتاح على الحضارات المختلفة والاطلاع على نوافذ علمية جديدة.

- إمكانية التأثير التراكمي لرسائل الفضائيات المبنية على أسس علمية وأخلاقيات مهنية في توجيه البلدان النامية إلى التغيير.

[1]- سامية رزيق،دراسة تحليلية للبرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة،رسالةماجستير،جامعة العربي التبسي،تبسة،2016،ص ص74-75. بتصرف

[2]- محمد المفسر،تأثيرات الفضائيات العربية على الشباب العربي،مجلةالمفكر،العدد 3،كلية العلوم السياسية،جامعة محمد خيضر،بسكرة،الجزائر،2008،ص12.

– إحداث النقلة المطلوبة في كافة المجالات الحياتية والاجتماعية والعلمية والإبداعية من أجل ترقية حياة الناس وتجاوز ظروفهم المعيشية.

– انكشاف القهر السياسي والاجتماعي أو التطهير العرفي الذي حصل داخل المجتمعات المغلقة وراء أسوار العزلة أمام الرأي العام مايسمح إمكانية الحساب والتغيير[1].

– تسمح بالتعرف على مختلف فروع الثقافات العالمية كما تنقل المعارف والمعلومات والأفكار والخبرات وإحداث الاتجاهات التي تساهم في رفع مستواهم الفكري والثقافي[2].

ب– سلبيات القنوات الفضائية الخاصة:

لاشك أنه وعلى الرغم مما تحمله القنوات الفضائية من إبهار في الصورة والصوت معا وما تملكه من ذيع وانتشار، لها أخطار وسلبيات على المستوى الثقافي والاجتماعي،والتي نذكر منها:[3]

– حمل هذه القنوات العديد من الرسائل الدعائية والتي من الممكن أن تؤثر على الأمن والاستقرار.

– نقل الأنماط الاستهلاكية في العالم المتقدم للدول النامية مما يحط من نفسية المواطن في هذه الدول وذلك من خلال مقارنة الواقع المعاش مع المرئي،مما يولد الشعور بالنقص وذلك من خلال انبهار المتلقي بثقافة الغير مما يجعله يشعر بعدم القدرة على المواكبة.

– نقل الأنماط الثقافية الغربية التي تختلف عن الأنماط القيمية التي يعيشها الشباب داخل البلاد والمجتمعات.

– إسهام البث الفضائي في إبراز قضايا اقتصادية وسياسية على حساب قضايا أخرى قد تكون أهم منها.

[1]– رحمية الطيب عيساني،مرجع سابق،ص67.

[2]–إبراهيميحياوي،نورالدينجبالي،تأثير فضائيات الطفل على قيمهم الاجتماعية،دار الأيام للنشر والتوزيع،الأردن،2014،ص53.

[3]– فريد محمود عزت،وسائل الإعلام السعودية والعالمية،النشأةوالتطور،دط،دار مكتبة الهلال،بيروت،2008،ص433.

– للقنوات الفضائية دور في نشر العنف والرعب والإباحية من خلال برامج المرأة وعروض الأزياء،فهي تعمل على محاربة الدين الإسلامي وزعزعة العادات والتقاليد ونشر الخمول والكسل.

– التعود على رؤية المنكرات وعدم إنكارها وتعويد الناس على اختلاط الجنسين بلا حدود وشرعية[1].

– انشغال الفرد والأمة على أداء واجباتهم فإدمان مشاهدة الفضائيات التلفزيونية أشد خطر خاصة على من يعتمد سياسة قتل الوقت وإضاعة العمر[2].

2-2-5 واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة:

وعن واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة،قالت الإعلامية نايلة من الإذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية العربي الجديد، أن بعد مرور بضع سنوات علىانطلاق الفضائيات الجزائرية الخاصة ظهر تباين في عملية نقل الخبر وتغطيته وكيفية عرضه للمشاهد،والتباين بين هاته القنوات يكمن في نوعية الصورة المقدمة من الناحية الجمالية،وهناك فضائيات هدفها نشر أفكار معينة موجهة إلى فئة محددة من المجتمع تستخدم لغة عامية ومواضيع مبسطة ,و أخرى على العكس تبحث عن النخبة وتتميز بتنوع القضايا واللغة السليمة، والقنوات التي مدراءها من الإعلام يظهر في محتواها العمل الإعلامي الجيد،أما القنوات التي يملكها أصحاب المال فتبدو تجارية أكثر ويرى الإعلامي محمد يزيد أن تجربة الإعلام الخاص السمعي البصري لاتزال فتية وبحاجة إلى التطور،سواء تعلق الأمر بالجانب التقني وبجماليات الصورة أو من ناحية الكفاءات والطاقات المعتمدة في المجال الصحفي والتقديم وكان بالإمكان الاعتماد على خبرات الإذاعة والتلفزيون الرسمي في تأطير الشباب الملتحقين بهذا الفضاء السمعي البصري الخاص الذي يقترب أكثر من أسلوب الصحافة المكتوبة في مايخص الموارد المقدمة وللأسف فإن بعض هذه القنوات الخاصة تعمل على إثارة قضايا دون المستوى مع غياب اعتمادها على مصادر ومراجع ثابتة،مما يثير التساؤلات حول جدية هذه القنوات[3].

[1]– محمد حميد كاظم الطائي،القنواتالتلفزيونية وفلسفة الإقناع،ط1،دار الوفاء للنشر والتوزيع،الإسكندرية،2007،ص91.

[2]– رحيمة الطيب عيساني، الفضائيات العربية، الإيجابيات والسلبيات، مجلة دراسات، العدد 74، الجزائر، 2008، ص74.

[3]– سعيد مراح، محمد قارش، "الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات"، مجلة الحقيقة، العدد 39 ، الجزائر،2017 ، ص356.

خلاصة:

وفي الأخير يمكن القول أن القنوات الفضائية الخاصة أصبحت وسيلة من وسائل الاتصال الأكثر انتشارا والأوسع مدى والأكثر جذبا وإغراء خاصة بعد تحررها من قيود وهيمنة التلفزيون الحكومي، لتدخل في مرحلة من التطور والمساهمة في البناء والتشديد في مختلف القطاعات سواءالاجتماعيةوالاقتصادية وحتى الثقافية، فأصبحت تتكيف مع ما يشهدهالوطن والعام من أحداث وتطورات وتعرضها بكل حرية واستقلالية.

2- 3الوعي السياسي:

يعدّ الوعي السياسي الحالة التي يتمثل فيها أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسة بأبعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في آن واحد، ويعتبر الوعي السياسي أحد مفاهيم الشائعة المتداولة بين الأفراد المجتمع، ومنه العوامل التي تساعد على انتشاره هو التفاعل اليومي مع الأحداث الجارية الخاصة على مستوى السياسي من خلال ما يقوم به وسائل الإعلام المختلفةمن نشرات إخبارية وتعليقات وبرامج حوارية تخصص جل اهتمامها بقضايا بالمجتمع وسلطته السياسة.

2-3-1تعريف الوعي السياسي:

اصطلاحا:

هو مجموع الأفكار والمعلومات التي لدى الفرد،والتي تتعلق بمجتمعه أو بالمجتمع الخارجي،وتدور حول الموضوعات السياسية المختلفة وهذه المعلومات والمعارف تكتسب من خلال الثقافة السياسية التي تنتقل للفرد عبر التنشئة السياسية بواسطة المؤسسات الاجتماعيةالمختلفة[1].

- الوعي السياسي هو الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من أحداث وتطورات وبعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف المستمرة وراء موقفها وتحركاتها ومشاريعها[2].

- ويرى أيضا نظام محمود بركات الوعي السياسي بأنه ذلك البنيان الفكري المرتبط بتصوير وتفسير الوجود السياسي وحياته العامة كما هي أو كما يجب أن تكون وبذلك تكون الأفكار السياسية كما يتخيلها الإنسان في مختلف الأزمنة[3].

[1]- صبري بديع عبد المطلب الحسيني، المركز الديمقراطي العربي، برلين،2017، ص7.

[2]- عمار حمادة،الوعي والتحليل السياسي،د ط،دار الهادي للنشر والطباعة والتوزيع،بيروت،2005،ص20.

[3]- نظام محمود بركات،مقدمة في الفكر السياسي،د ط،دار عالم الكتب،الرياض،1985،ص24.

2-3-2 نشأة الوعي السياسي:

تعد نشأة الوعي السياسي عند الإنسان الاجتماعي ولهذا فهو ثمرة من ثمار التطور الاجتماعي ففي عملية إنتاج بالذات وفي عملية إعداد أدوات الإنتاج وأثناء التفاعل مع الطبيعة يستطيع الإنسان أن يعي وأن يكتشف خصائص الأشياء ويفرق بين ماهو جوهري وبين ما هو غير جوهري وأن يظهر الترابط الحتمي والسببي بين الظواهر،وأن يعي العلاقة بينه وبين الوسط الذي يعيش فيه،ويرتبط نشوء الوعي السياسي بشكل عام عند الإنسان بظهور اللغة فقد تكون اللغة تأثيرا بالغا في تكوين الوعي وتطوره،إذ عن طريق اللغة بدأ الحوار بين الإنسان مند القنوات التاريخية[1].

فالرومان كانت لديهم إسهامات واضحة وجلية على معرفة الفرد بحقوقه السياسية والقانونية،فضلا عن دورهم في تحليل الأحداث السياسية التي مرت بها إمبراطوريتهم،أما اليونانيين فيعود لهم الفضل في نشر الكثير من المفاهيم السياسية التي أصبحت بمثابة قواعد فكرية والتي أصبحت فيما بعد إلى قواعد للانطلاق الديمقراطي خاصة في أوربا ففي مجال الوعي السياسي نبدأ بالتاريخ الأوربي والظروف التي ساعدت على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الأوربي عبر الزمن وكانت تلك الفترة رد فعل على الاستبداد الذي فرضته الكنيسة[2].

وكان هدف عصر النهضة هو إحداث التغيير والابتكار وحدثت بدايات التغيير في أوربا وخاصة إيطاليا فقد دفعت أوربا استثنائيا في طريق مشروع مثمر محصور في الزمان وذي مردود تاريخي كبير فالأحداث التاريخية تشير إلى نمو الوعي القومي في إيطاليا وتأسيس الجمهوريات في مدنها،إذن العامل السياسي ومحاولة القضاء على التوترات التي كانت موجودة بين مدن إيطاليا ساعد على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الغربي[3].

[1]- عبد المسلم الماجد، مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع،ط1،المكتبة المصرية،بيروت،1995،ص129.

[2]- موسى إبراهيم، معاجم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر،بيروت،1994،ص13،

[3]- المرجع نفسه،ص13.

أما في الشرق فكان العكس مما هو الحال عليه في أوربا خاصة في العصور الوسطى،فقد عرف الشرق الاستقرار السياسي وذلك نتيجة لظهور الإسلام وقيام الحضارة الإسلامية وماجاءت به تلك الحضارة وعلى مبادئ وأفكار على عكس ماكانت موجودة في الجزيرة العربية قبل ظهور الإسلام ومثلت الحضارة الإسلامية حلقة غنية ربطت بين الحضارات القديمة الشرقية والإغريقية وبين حضارة العصور الحديثة أي أن الإسلام لم يرى ذلك الفصل بين ماهو ديني وما هو دنيوي الأمر الذي أدى إلى الاهتمام بالسياسة ضمن الشريعة الإسلامية[1].

إن الوعي السياسي بصورة عامة في منتصف الأربعينيات وحتى بداية التسعينات من القرن العشرين تأثرت إلى حد كبير بالمسألة الدولية والصراع الدولي والعلاقات بين القطبين العملاقين في العالم،حيث كان هناك صراع إيديولوجي بين الولايات المتحدة الأمريكية التي مثلت القطب الغربي والاتحاد السوفياتي والذي مثل القطب الشرقي،فالبيئة الدولية كانت تعكس تجليات على البيئة الداخلية وخاصة الفكرية،وإن ظروف الحرب الباردة التي استمرت من 1945-1992،شكلت نظاما دوليا مرتبكا إلى حد كبير وأعطى للحكومات خاصة في الشرق الأوسط الحجة في إعلان حالة الطوارئ واستحالة إمكانية التغيير الديمقراطي بحجة الظروف التي تمر بها الدول وتهديد التغيير على الأمن القومي، كل ذلك أدى إلى بقاء المجتمعات العربية تحت الاستبداد السياسي وبذلك أصبح الوعي السياسي قاصرا على مفاهيم الثورة ومصطلحات القائد الكاريزما ، وحتى وقتنا الحاضر ماتزال بعض البلدان تعيش حالة الطوارئ ولانرى أي مبرر لها سوى استخدامها للحفاظ على كراسي الحكم التي لا تتغير إلا بالجلطة الدماغية[2].

2-3-3 أهمية الوعي السياسي:

يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد ولرؤيته لقضايا وطنه وأمته،وكذلك رؤيته للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية،فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة

[1]- هشام جعيط، أزمة الثقافة الإسلامية،ط1،دار الحقيقة،بيروت،1980،ص138.

[2]- صلاح محمد عبد الحميد،منير محمود الشامي،الإعلام السياسي،د ط،مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة،2011 ، ص ص12-13.

الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية،يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروف اعتيادية وغير اعتيادية في الداخل فضلا عن البيئة الدولية ودراستهما وتحليلها ومايجري عليها من تغيرات وتأثير تلك التغيرات والتطورات في الواقع المحلي للمجتمع والشعب[1].

ويمكننا تلخيص أهمية الوعي السياسي في النقاط التالية:

– يساعد على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات كل هذا يكون بمثابة سبيل إلى الوعي السياسي لاتجاه تطور المجتمع ونهضته[2].

إن الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة والمبالغة في رصد عوامل التخلف،وكذلك رصد الإيجابيات، حيث يساعد الوعي السياسي للمحيط الذي يعيش فيه الإنسان على تحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة بحيث يعطي الواقع مشهدا علميا وأكاديميا يخدم الدارسين في هذا المجال[3].

– إن الوعي السياسي يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل وأخطر الأزمات التي يمر بها أي بلد[4].

[1]– شدان يعقوب خليل أبو يعقوب،أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية،أطروحة ماجستير،فلسطين،2015،ص20.

[2]– صلاح محمد عبد الحميد،منير ممدوح الشامي،الإعلام السياسي،دط،مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع،القاهرة،2011،ص12-13.

[3]– محمد جابر الأنصاري،العرب والسياسة أين الخلل،ط1،دار الساقي،بيروت،1988،ص41.

[4]– صلاح محمد عبد الحميد،منير ممدوح الشامي،مرجع سابق،ص20.

2-3-4 أنواع الوعي السياسي وأنماطه:

أ- أنواع الوعي السياسي:

تعددت أنواع الوعي السياسي بتعدد المجالات المطروح فيها ويمكن أن نذكر منها:

- **الوعي الديني:**

يتضمن هذا الوعي بمفهومه مجموعة من المدارك القيمية،والتي تتعلق بعلاقات الفرد مع مايعتبر إلاها ،ومن هذا المنطلق بعلاقاته مع الآخر في المجتمع الإنساني،فالوعي الديني هو إدراك نفسي وتصور إيديولوجي للدين من حيث أبعاده ومكوناته التي تشمل المعاملات والعبادات والأوامر والنواهي،ومن ثمة التواب والعقاب.

وتبدو أهمية الدين جلية في الحياة الاجتماعية كونه يدخل في مكونات النظم الحاكمة والتي تستغله لإضفاء مساحة روحانية مع مقاصد سياستها ويشكل ذلك مبررا شرعيا أمام المجتمعات التي غالبا ما تساق لمضامين التعاليم الدينية.

- **الوعي الإعلامي:**

الوعي الإعلامي من أهم أنواع الوعي نظرا لارتباطه بالوسائل التي تستخدم في صناعة الرأي العام وكذا السيطرة على العقول العامة في المجتمع ومن أسس الوعي الإعلامي عناصر ثلاثة يتوجب علة كل من يتابع وسائل الإعلام الدراية بها وهي:

- الوعي بالجهة الإعلامية المسوقة.

- الوعي بالمضمون الإعلامي كما يبث.

- الوعي بالمستهدف بهذه الوسائل الإعلامية.

وفي حالة عدم تمكن الفرد من إدراك النقاط السابقة فنسبة تعرضه للتظليل هي أكبر مقارنة بمن يعي تلك النقاط،ويمكن للفرد أن يستفيد من الرسائل الإعلامية بصفة إيجابية بالرغم من سلبياتها.

– الوعي القانوني:

يتعلق ذلك بالقواعد والنصوص التي تحدد الأشكال التي يجب أن تكون عليها سلوكيات وتصرفات أفراد المجتمع[1].

وتتمتع تلك القواعد بكونها مستمدة في الغالب من قيم اجتماعية وعرفية عليا،توجه الأفراد في صورة أوامر وتكاليف ملزمة وعلى هذا الأساس يجب على الفرد لذي ينتمي للمجتمع أن يتمتع بالوعي القانوني الذي يؤدي إلى تفادي حدوث جرائم وتفادي الانتهاك المتعارف عليه من القواعد القانونية السائدة.

– الوعي الثقافي:

يعني الوعي الثقافي بالمعارف التي يملكها الفرد وإدراكه لمصادر تلك المعرفة ومصداقيتها وفي السياق نفسه لايمكن إطلاق صفة المثقف على كل من يتقن الكتابة والقراءة أو على من يحوز شهادات أكاديمية لكن يمكن اعتبار المتأخر مما تم ذكره من الوسائل التي تدعو لاكتساب الثقافة فالمثقف هو الذي يتمتع برؤية شمولية للأوضاع التي يعنى بها والذي يأخذ على عاتقه نشر المعرفة الحقيقية وكذا اهتمامه بالمسار المستقبلي لمجتمعه[2].

ب– أنماط الوعي السياسي:

يرى أولدوف**OLDOLVE** أنه ما دام المجتمع يتصف بالتباين والتنوع ومادام الوعي السياسي لم يوجد من فراغ،وإنما ينشأ من خلال الممارسة الواقعية للحياة الاجتماعية،فإن الوعي السياسي لابد أن يتصف بالتنوع أيضا ومنه يرى أنه يمكن أن نجد تنوعا في أنماط الوعي السياسي ومنها:

[1]– عبد الحق يحياوي،نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع الإسرائيلي،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع،تخصص علم اجتماع واتصال في المنظمات،دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة،2010-2011،ص52.

[2]– عبد الحق يحياوي،مرجع سابق،ص ص53-54.

– الوعي الفردي والوعي الجماهيري:

▪ **الوعي الفردي:** هو العالم الروحي للفرد،يتحدد بالخصائص الفردية في وعي الإنسان مثل المشاعر والعواطف،الأفكار والعادات الشخصية[1].

كما لا يمكن عزله عن الوعي الجماعي الذي يوجه سلوك الأفراد والذي تزداد معه شدة أو ضعف ذلك الوعي الفردي[2].

▪ **الوعي الجماهيري:** هو الوعي الذي يعبر عن فكر الجماهير،ويشكل في إطار الممارسة العلمية،ويرتبط بالواقع القائم وموجود على شكل أذكار وتوجيهات،مشاعر ورغبات تتميز بها مجموعة من الناس ويعبر عن المصلحة المشتركة لها[3].

– الوعي الاعتيادي والوعي النظري:

▪ **الوعي الاعتيادي:**

يعد الوعي الاعتيادي أحد أنماط الوعي السياسي الذي يتشكل لدى الناس من خلال ممارستهم لنشاطاتهم اليومية وكذا حالتهم الطبيعية في الواقع الاجتماعي والسياسي المميز لمكان عيشهم، ويشمل هذا الوعي المعايير والتطورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية وعن أوضاعهم وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم،سواء كانت تصورات واقعية حقيقية أو تصورات ساذجة،وتنبثق تلك التصورات عن الظروف المباشرة لحياة الناس وأخرى عن الواقع المحيط بهم[4].

[1]– عبد الحق يحياوي،مرجع سابق،ص629.

[2]– عبد الله بن علي الفردي، الوعي السياسي في الإسلام،ط1، دار طريق للنشر، السعودية، 2010، ص71.

[3]– المرجع نفسه،ص72.

[4]– المرجع نفسه،ص63.

- **الوعي النظري:**

غالبا مايرتبط بالنخب لأنه يعني محاولات تحديد القوانين والقواعد التي تحكم الواقع المعاش وكذا تحديد الكيفيات التي يتم بها التعبير،أو تحقيق التبات لجماعة ما،وتساهم النخب العالمية في صياغة هذا الوعي النظري ليشكل منظومة معرفية تخص الجماعة التي ينتمون إليها[1].

2-3-5 خصائص الوعي السياسي ووظائفه:

أ-خصائص الوعي السياسي:

للوعي السياسي خصائص عدة نجملها فيمايلي:[2]

- الوعي السياسي إدراك قائم على الإحساس بالمجتمع.

- يهتم الوعي السياسي بمعرفة المشكلات والأسبابوالآثار المترتبة عليها.

- يتكون الوعي السياسي ويتبلور أثناء مراحل نمو الفرد ومسيرة حياته.

- الوعي السياسي هو خطوة مهمة في تكوين الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي.

- يتوقف الوعي السياسي للفرد على ثقافة السياسة،حيث يتكون نتيجة مايتوافر وفهم الأمور.

- ينمو ويتطور هذا الوعي خلال سنين عمر الفرد المختلفة ليصبح محصلة للمؤثرات الثقافية التي يتعرض لها الفرد.

ب-وظائف الوعي السياسي:

يقوم الوعي السياسي بوظائف عديدة ومختلفة ومهمة للغاية منها:[3]

- تعميقالانتماء والولاء السياسي.

---

[1]- عبد الحق يحياوي،مرجع سابق،ص68.

[2]- إحسان محمد الحسن،علم الاجتماع السياسي،د ط،عمان،الأردن،دار وائل للنشر،2005،ص151.

[3]- ختام العناني،محمد عصام طربية،التربية الوطنية والتنشئة السياسية،د ط،دار حامد للنشر والتوزيع،عمان،2007،ص308.

- يساعد على احترام العمل الجماعي والتعاون والإحساس المشترك بالمسؤولية

- تتجسد مهمة الوعي السياسي في الحفاظ على أمن البلد واستقراره وديمومته واستمراره

- توسيع المشاركة السياسية بتعميق روح العمل الجماعي من خلال بناء المؤسسات وتطوير قنوات للتعبير السياسي وتنمية دوافع الفرد للمشاركة في الحياة السياسية ووضع مناهج تقلل من ظاهرة الاتجاهاتالانعزالية والسلبية في الحياة السياسية.

2-3-6 أركان الوعي السياسي ومستوياته:

أ- أركان الوعي السياسي:

الوعي السياسي الذي يجعلنا نتعاطى مع الواقع كما هو بعيدا عن الأوهام والمخاوف الساذجة،له أركان هي بمثابة المقدمات التي تشير في حال تحققها إلى تحقيق الوعي السياسي وهي كالتالي:

- التشخيص الدقيق للأصدقاء والأعداء في كل ساحة وفي كل مرحلة وتحديد نسبة الصداقة والعداوة وحدودها وأسبابها،فالإنسان إذا كان جاهلا بعدوه وبصديقه فسوف يشكل عبئا على قيادته،لأنه لايفهم حقيقة توجيهاته،وبالتالي لن يوفق لتطبيقها كما ينبغي،هذه عدا عن إمكانية شق الصف الداخلي في حال تمسكه بخطته ووافق آخرون على ذلك مما يشكل ظاهرة داخلية مخالفة للمسار العام للأمة.

- التعرف على استراتيجيات وأهداف وأساليب عمل الاستكبار العالمي،فإن لهذه المعرفة دور مهم في تشكيل وعي عام وبالتالي حالة انسجام في الرؤى فيما بينهم مما لايسمح بنفاد خطط الاستكبار الذي يسعى دائما لبث الفرقة على قاعدة"فرق تسد" التي سنها الاستعمار البريطاني،ومشى عليها الاستعمار الأمريكي إلى وقتنا الحالي، وهذا الأمر أصبح متيسرا في هذا العصر من خلال:[1]

1- قراءة التاريخ بوعي والوقوف عند مخا صله المهمة كيف كان مستكبر.

[1]- عمار حمادة، الوعي السياسي والتحليل السياسي،ط1،دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع،2005،ص ص41-42.

2- متابعة الدراسات التي تنشر الآن في مراكز الأبحاث وفي المجلات المتخصصة والاضطلاع على النشريات التفصيلية للجامعات والوزارات المختصة،التي نستطيع أن نقول أنها تورد مقدارا كبيرا من الحقيقة وإن كانت تخفي ما تخفيه.

3- الاستماع إلى القيادة التي أصبحت تشاهد القضايا قبل الظواهر نتيجة النظرة الثاقبة والمعطيات الدقيقة والخبرة التي أوصلتها إلى القيادة،وهي تقوم بعرض الحقائق بإخلاص على الناس جميعا.

- التعرف على القدرات الذاتية وموقعها في حركة الصراع وبالتالي معرفة كيفية الاستفادة منها، فنحن ما لم نتعرف على عوامل القوة الكامنة في أمتنا ولم نتحسس نقاط التقدم على أعدائنا التي نملكها،فإننا لن نستطيع القيام بدورنا وسيكون تشخيصا لقدراتنا ناقصا.

ب- مستويات الوعي السياسي: وتضم:

- المستوى النظري: ويقصد به مستوى الأفكار والإيديولوجيات كالتي يحتويها موضوع الوعي من ثقافة ومعايير وعواطف،ويمر هذا المستوى بمراحل ثلاثة وهي[1]:

- **مرحلة المعرفة والإدراك**: وهي المرحلة التي أطلقعليها"هيجل" مرحلة الاستكشاف ويكون الفرد فيها على مستوى الإدراك المباشر كما تعتبر هذه المرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقائها.
- **مرحلةالاهتمام السياسي**: أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ذلك الارتباط الذي يخالف الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها،وبلوغها أهدافها.
- **مرحلة الانضمام السياسي**: حيث يحتاج الوعي إلى مؤسسة لتكوينه فكريا،قد تكون مؤسسة تربوية أو سياسية أو دينية والانضمام إلى هذه المؤسسات قد يوجهه وعلى الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد[2].

[1]- عبد الحق يحياوي، مرجع سابق، ص63.

[2]- المرجع نفسه، ص64.

– مستوى الممارسات:

وهي مرحلة يصبح فيها وعي الفرد قادرا على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة أو بعضها مما يتناسب مع دورها في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنها،أو القيام بحركات سياسية تبين حقيقة رفضه اتجاه الموافقة في حال تجاهل السلطة،وتعتبر الحركات السياسية والطلابية من أهم مظاهر الوعي السياسي والتي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطالب ورغبات الطلبة،وإذا كان الوعي السياسي عاملا مساعدا على الممارسة السياسية فإن دورها لايأتي إلا بتوفر :

- **الشعور بالاقتدار السياسي:** إذ هو حالة ذهنية يشعر فيها الفرد بأنه يمتلك القدرة على فهم مواطن الصواب في النظام الاجتماعي،فيؤازرها ويسعى إلى تثبيتها وتنميتها وفهم مواطن الخلل فيسعى إلى التنديد بها وكشف عواقبه السلبية على الفرد والجماعة ثم يبدي رأيه الصائب دون خوف من لوم أو عقاب[1].

2–3–7 مصادر الوعي السياسي:

أ– الأسرة:

يتفق الجميع أن الأسرة من أهم وسائل الوعي السياسي مما يعطينا افتراض هو أن جذور الحياة السياسية للفرد البالغ توجد في حياة الطفولة،وتقوم الوسائل الأخرى للوعي بتعميقها أو صقلها أو تهذيبها وعلى هذا الأساس فإن الأسرة إحدى وسائل الوعي السياسية والاجتماعية إذ تكن أهم العوامل على الإطلاق وتلعب العائلة أو الأسرة دورا أساسيا في تعليم الطفل الروابط الاجتماعية وقيم المجتمع وتساهم في تطوير شخصيات الأفراد أثناء مراحل تطورهم الأولى بالإضافة إلى ماتلعبه الأسرة من تأكيد الهوية الشخصية المميزة فالأسرة بالنسبة للإنسان الفرد أهم من الدولة والأسرة هي مهده ومنشأه ومظلته الاجتماعية فالمجتمع المزدهر هو الذي ينمو في الفرد في الأسرة نموا طبيعيا والأسرة هي أولى المؤسسات البنيوية التي تؤثر في أفكار ومواقف وسلوكيات وأخلاقيات الفرد فهي تهتم بتنشئة

[1]– عبد الحق يحياوي، مرجع سابق، ص66.

الطفل أخلاقيا واجتماعيا ووطنيا وتتناول مرحلة من مراحل التنشئة تقوم بها الأسرة أو جماعة الأقرباء ومن هذه المرحلة يبدأ الطفل في تعلم اللغة وبعض أنماط السلوك ومن خلل هذه العملية الأولية تأخذ التنشئة السياسية مكانها في سلوك الطفل بل أن ما يتعلمه الطفل في تلك الفترة قد يتحول إلى ماهو سياسي أو قد يندمج فيه على الأقل[1].

ب– الجامعة:

إن الجامعة هي أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر والأفكار وتطويرها وكذلك توليدها،فللجامعة دور حيوي وبارز في حياة المجتمعات البشرية وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركتها في صنع القرار السياسي للمجتمع فهي بمثابة قوة ضغط على الحكومة من خلال تقييد بعض ممارستها السياسية، فتعد الجامعات من أهم المؤسسات التربوية التي تلعب دور في نقل وتبادل المعلومات،وتؤثر تأثيرا عميقا على اتجاهات الفرد والمجتمع، وعلى الهياكل السياسية والحالة النفسية للمجتمع بأكمله، كما أنها تلعب دورا مؤثرا في عملية صنع القرار السياسي،ويمتد دورها ليشمل عملية التنمية السياسية،فهي مصدر للخبرة السياسية ونشر الثقافة السياسية، وتكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي[2].

وكذلك تعمل الجامعة على زيادة الوعي السياسي لطلابها من خلال إتاحة مجالات واسعة لمشاركة الشباب ومنها المشاركة في الاتحاد الطلابي،والمشاركة في الأسر الطلابية بما يتوافق مع قدراته ومهارته،والمشاركة في انتخاباتالاتحادات الطلابية سواء بالترشيح أو الانتخابات،بالإضافة إلى المشاركة في تنظيم دورات ندوات ثقافية وسياسية،اجتماعية، واقتصادية.

[1]– عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي،للقاهرة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع،2005 ، ص187.

[2]–إبراهيم اسماعيلي،عبد الحكيم غناي،تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة،مذكرة ماستر،جامعة العربي بن مهيدي،أم البواقي،2017–2018،ص52.

ج- وسائل الإعلام والاتصال:

تلعب وسائل الإعلام والاتصال في العصر الحديث دورا مهما في البناء ومصدر أساسي للوعي السياسي،وفي تغيير اتجاهات الرأي العام، من وسائل مقروءة كالصحف والمجلات والصور والرسومات، وكذلك المسموعة والمرئية،أما الاتصال بنوعيه الشخصي والجماهيري فله دور فعال في تكوين الاتجاهات الايجابية الهادفة والبناءة وغير الايجابية أي السلبية المظللة والهدامة،وهنا يتبين أن وسائل الإعلام الموجهة تؤثر في التوجهات السياسية وفي المعلومات اليومية عن السياسة المنقولة عن المؤسسات الرسمية للدولة إلى المواطن،ومدى تواصلها ونشاطها المساير لأداء الدولة ومؤسساتها،وهذا يؤثر في انغماس الفرد بوعيه وتفاعله مع العملية السياسية نتيجة للتقدم اتقني في وسائل الإعلام والاتصال،فقد أصبحت هذه الوسائل مهمة في نقل المجتمعات نحو الحداثة والاندماج السياسي وبناء الوعي السياسي لكل الفئات العمرية في المجتمع وبناء التوافق السياسي وتنميته عندما لايكون موجود، ففي السابق كانت وسائل الإعلام أدوات ناقلة غير موجهة أما في العصر الراهن فهي موجهة ومؤثرة[1].

د-الأحزاب السياسية:

إن الحزب السياسي هو تنظيم دائم قائم على مبادئ وأهداف مشتركة بهدف الوصول إلى السلطة أو المشاركة فيها أو التأثير عليها ويضم مجموعة بشرية متجانسة في أفكارها ويمارس مختلف النشاطات السياسية وفقا لبرنامج عام لتحقيق أهدافه وتوسيع قاعدته الشعبية على المستويات المحلية والوطنية[2].

وتقوم الأحزاب السياسية بدورها في الوعي السياسي عن طريق:

[1]- ناصر زين العابدين أحمد،ليلى عيسى أبو القاسم،مفهوم وأهمية الوعي السياسي اتجاه الدولة والمجتمع،مجلة تكريت للعلوم السياسية،المجلد 3،العدد9،سنة2005،ص121.

[2]- قحطان أحمد الحمداني،المدخل إلى العلوم السياسية،دار الثقافة،عمان،2012،ص263.

– التثقيف السياسي وذلك عن طريق الاجتماعات والمؤتمرات والحفلات وتنظيم برامج التدريب السياسي وتعليم التاريخ القومي ونشر البرامج والآراء السياسية في منشوراته فالأحزاب تعتبر مؤسسة تعليمية تقدم للشعب معلومات سياسية واقتصادية واجتماعية متنوعة وبطريقة مبسطة تنمي فيه الوعي السياسي كما أنها تعمل على تعبئة الشعب خلف آراء سياسية وأهداف وبرامج معينة عن طريق التوعية السياسية والسلوكات داخل المجتمع[1].

– إتاحة فرصة للمشاركة السياسية المنظمة وبصورة أكثر دواما فهي تقدم الأكثر أهمية وملائمة لتحقيق المشاركة السياسية وتؤدي هذه المشاركة إما إلى تعزيز القيم السائدة وإما إلى غرس قيم جديدة ويمكن أن ينمي ظهور الأحزاب لدى الأفراد الرغبة في الممارسة السياسية والمشاركة فيها إذ توفر لديهم التوقيع أو الطموح بأن تلك المشاركة سوف تكون منوطة بقدرتهم ومهارتهم[2].

خلاصة:

نستخلص مما سبق أن الوعي السياسي مرتبط بالفهم العام للمناخ السياسي السائد محليا ودوليا وما يحركه من تجادبات ومخططات من الفاعلين السياسيين، وأن نشره وتنميته لدى المشاهد تتطلب من القائمين على البرامج الحوارية فهما دقيقا لأركانه ومستوياته وأنماطه ومصادره ووظائفه وخصائصه.

[1]– ختام الغناي، محمد عصام طربية، التربية الوطنية والتنشئة السياسية،د ط،دار حامد للنشر والتوزيع،عمان،2007،ص325.

[2]–المرجع نفسه، ص 326.

الفصل الثالث: الإطار الميداني

3-1 المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الأولية

3-2 نتائج الدراسة

3-3 توصيات الدراسة

3-1 المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الأولية:

يتناول الفصل الأخير من الدراسة عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها بعد تفريغ البيانات في جداول تضم تكرارات ونسب مئوية لكل سؤال، حيث تم توزيع 100 استمارة على عينة قصدية من طلبة سمعي بصري ماستر1 و ماستر2 بجامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، وقد تم استرجاع كل الاستمارات وبعد تتريب وتصنيف الاستمارات تحصلنا على المعلومات الآتية مصنفة في جداول.

3-1-1 البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	9	9
أنثى	91	91
المجموع	100	100

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه نلاحظ أن توزيع الطلبة حسب متغير الجنس نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور إذ بلغت نسبة الإناث 91 % بينما بلغت نسبة الذكور 9 %.

وهذا راجع إلى عينة الدراسة "طلبة قسم الإعلام ماستر سمعي بصري" بجامعة محمد الصديق بن يحي قطب تاسوست جيجل ، إذ حسب الإحصائيات المقدمة من طرف كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية فإنّ عدد الإناث يفوق عدد الذكور في مختلف الأطوار الدراسية.

فعلى مستوى قسم الإعلام والاتصال وتحديدا طلبة الماستر تخصص سمعي بصري قدر عدد الطالبات (الإناث) بـ 125 طالبة في مقابل 16 طالبا فقط. [1]

[1] مصلحة التدريس والتقييم، إحصائيات عدد طلبة الكلية للموسم الجامعي 2018-2019.

الجدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية %
من 21 سنة إلى 25 سنة	83	83
من 26 سنة إلى 30 سنة	15	15
أكثر من 30 سنة	2	2
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة تتراوح أعمارهم ما بين 21 سنة إلى 25 سنة وهذا بنسبة 83 % ، تليها الفئة العمرية متا بين 26 سنة إلى 30 سنة بنسبة 15 % ، فيما كانت أقل نسبة لفئة أكثر من 30 سنة بنسبة 2 %.

ويرجع هذا إلى أنّ معظم المبحوثين الذين توجهنا إليهم يدرسون في مرحلة الماستر لهذا فإن سنهم كان يتراوح بين 21 سنة و 25 سنة، فسيكون من المنطقي أن تتراوح أعمارهم في هذه الفئة فإذا افترضنا أنهم زاولوا دراستهم في الأطوار والمراحل السابقة بشكل عادي وبدون انقطاع فسيكون العمر الافتتاحي للدراسة في مرحلة الماستر هو 21 سنة.

الجدول رقم 03: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي .

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية %
ماستر 1	58	58
ماستر 2	42	42
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الطلبة يدرسون في طور ماستر 1 بنسبة 58 %، فيما كانت نسبة ماستر 42% .

وهذا راجع إلى أنّ طلبة الماستر 2 لا يتواجدون بصفة دائمة في الكلية لانشغالهم بإعداد مذكرة التخرج أما طلبة الماستر 1 فهم يدرسون يوميا بصفة منتظمة ويتواجدون في الكلية طيلة أيام الأسبوع.

3-1-2 عادات وأنماط مشاهدة البرامج الحوارية

الجدول رقم 04: يبين توزيع المبحوثين حسب متابعة البرامج الحوارية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
دائما	10	10
أحيانا	83	83
ناذرا	7	7
المجموع	100	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب الطلبة يتابعون البرامج الحوارية أحيانا بنسبة 83 % تليها نسبة 10 % للطلبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية دائما، والبقية كانت مشاهدتهم البرامج الحوارية بنسبة قدرت بـ 7%بصفة نادرة.

وهذا يرجع إلى أن الطلبة ملزمون بالالتحاق بمقاعدهم البيداغوجية طيلة النهار وعند العودة مساءا وهي الفترة التي تعرض فيها معظم البرامج الحوارية، قد ينشغلون بأعمال أخرى تجعل متابعتهم للبرامج الحوارية متذبذبة وغير دائمة.

الجدول رقم 05 : يبين الفترات التي يشاهد فيها المبحوثين البرامج الحوارية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
الفترة الصباحية	–	–
الظهيرة	3	3
الفترة المسائية	25	25
السهرة	47	47
لا يوجد وقت معين	25	25
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم الطلبة يفضلون متابعة البرامج الحوارية في فترة السهرة بنسبة 47% فيما كانت نسبة 25 % تمثل الفترة المسائية وفترة لا يوجد وقت معين بنسبتين متساويتين تليها فترة الظهيرة بنسبة 3% أما الفترة الصباحية فلم تكن مناسبة لمشاهدة البرامج الحوارية ويرجع ذلك إلى كونها الفترة التي يلتحقون فيها بالجامعة لمتابعة دروسهم، هذا من جهة ومن جهة أخرى فإنّ هذه الفترة غالبا ما تخصصها القنوات الخاصة لما يصطلح عليه بالبرامج المنزلية الموجهة أساسا إلى كبار السن والنساء اللواتي لا يمارسن عملا خارج المنزل. [1]

وينذر إن لم نقل ينعدم بث البرامج الحوارية خلالها.

أما كون فترة السهرة التي هي عمليا وقت الذروة وهي أكثر الفترات التي يقبل فيها الطلبة على مشاهدة البرامج الحوارية فيمكن رده لسببين أولهما أن معظم هذه البرامج تعرض في وقت الذروة (20:00 – 22:00 تقريبا) وثانيهما أنها الفترة التي يتفرغ فيها الطلبة عادة لمشاهدة التلفاز بعد يوم حافل وشاق من متابعة الدروس والمحاضرات.

[1] نصر الدين العياضي،فن البرمجة وإعداد الخارطة البرامجية للقنوات التلفزيونية العربية: جدلية التصور والممارسة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (59)، تونس ، 2007، ص 55.

الجدول رقم 06 : يبين مدّة مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية يوميا

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ساعة	65	65
من ساعة إلى ثلاث ساعات	33	3
أكثر من ثلاث ساعات	2	2
المجموع	100	100

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة لمدة مشاهدة الطلبة للبرامج الحوارية يوميا هي أقل من ساعة بنسبة 65 %، تليها نسبة 33 % بالنسبة للطلبة الذين يشاهدون هذه البرامج من ساعة إلى ثلاث ساعات، أما نسبة 2 % فكانت للفترة التي تقدر بأكثر من ثلاث ساعات.

ويرجع ذلك إلى انشغالات الطلبة المتعددة ومتابعتهم للبرامج الحوارية حسب وقت فراغهم.

الجدول رقم 07: يبين مع من يتابع المبحوثين البرامج الحوارية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
بمفردك	40	40
مع الأصدقاء	17	17
مع العائلة	43	43
المجموع	100	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب الطلبة يشاهدون البرامج الحوارية مع العائلة بنسبة 43 %،في حين هناك من يشاهد هذه البرامج بمفرده بنسبة 40 %، فيما أجاب البقية أنهم يتابعونها مع الأصدقاء بنسبة 17 %.

ترجع متابعة الطلبة للبرامج الحوارية مع العائلة لتواجدهم في المنزل مع أفراد العائلة حيث يناقشون ويحللون مع عائلاتهم القضايا التي تتناولها البرامج الحوارية ومحاولة الاستفادة من المعلومات التي تقدمها لهم.

أما ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يشاهدون هذه البرامج بمفردهم فيمكن ردّه إلى استغناء معظم العائلات الجزائرية عن فكرة التلفاز الواحد في المنزل، حيث صار التوجه إلى الانفرادية في المشاهدة والعزلة بعد توفر خيار تلفزيون لكل غرفة.

الجدول رقم 08: يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثين في متابعة البرامج الحوارية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
التلفاز	**81**	**81**
مواقع التواصل الاجتماعي	**19**	**19**
المجموع	**100**	**100**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الوسيلة التي يستعملها المبحوث ونفي متابعة البرامج الحوارية هي التلفاز بنسبة قدرت بـ 81 %، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 19%.

ويرجع هذا إلى الخصائص التي يتميز بها التلفاز عن غيره من الوسائل الأخرى من مزج للصوت والصورة وأن القنوات التلفزيونية مجانية ومتوفرة في كل بيت.

الجدول رقم 09: يبين القنوات الفضائية الخاصة التي يفضل المبحوثين متابعة برامجها الحوارية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
البلاد	43	33.07
النهار TV	12	9.23
الشروق News	63	48.46
دزايرNews	5	3.85
Beur Tv	4	3.08
أخرى تذكر	3	2.30
المجموع *	130	100

* المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن القناة الفضائية الخاصة التي يفضل الطلبة متابعة برامجها الحوارية هي قناة الشروق News بنسبة48.46% تليها قناة البلاد بنسبة 33.07% ، أما قناة النهار فكانت نسبتها تقدر بـ 9.23% ثم تليها قناة دزاير نيوز بنسبة 3.85% واخيرا قناة beur tv بنسبة 3.08%، وأخيرا قنوات أخرى بنسبة 3 % وتصم كل من الجزيرة والمغاربية .

نلاحظ أهمية قناة الشروق News على المشهد الفضائي الجزائري ويرجع هذا إلى ما تتميز به من تغطية شاملة للأحداث الواقعة على الساحة الوطنية وميولها إلى الموضوعية في معالجة القضايا المثارة، وكذا احترافية وخبرة الصحفيين العاملين بها القائمين مع نقل الأحداث ودقة تحليلها وتفسيرها، وكذلك الشعبية التي يحظى بها بعضهم أمثال ليلى بوزيدي وقادة بن عمار اللذان يعدّان من عوامل الجذب الرئيسية نحو هذه القناة.

وعلى نفس المسار، تسير قناة البلاد في حشد جماهرية متزايدة على عكس قناة النهار التي فقدت شعبيتها بعد انفضاح علاقاتها المشبوهة مع بعض الأسماء المرفوضة شعبيا، إضافة إلى تماطلها في تغطية حراك الشعب الجزائري وانحيازها المفضوح إلى النظام القائم وقتها

الجدول رقم 10: يبين البرنامج الحواري المفضل للمبحوثين.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
الحدث (البلاد tv)	**42**	**34.71**
قضية ونقاش (النهار tv)	**10**	**8.26**
الجزائر هذا المساء (الشروق News).	**56**	**46.30**
قراءات (دزايرNews)	**4**	**3.30**
نقاط على الحروف	**2**	**1.65**
أخرى تذكر	**7**	**5.78**
المجموع*	**121**	**100**

*المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن البرنامج الحواري المفضل لدى الطلبة هو برنامج الجزائر هذا المساء بنسبة 46.30% يليه برنامج الحدث بقناة البلاد بنسبة تقدر بـ 34.71 % يليها برنامج قضية ونقاش بنسبة 8.26 % ثم تليها برامج أخرى بنسبة 5.78 % وبرنامج قراءات بنسبة 3.30 % وأخيرا برنامج نقاط على الحروف بنسبة 1.65% .

ويمكن رد احتلال البرنامج الحواري (الجزائر هذا المساء) الذي تبثه قناة الشروق News إلى الكم الهائل من الموضوعات والقضايا التي يعالجها خاصة في الآونة الأخيرة إذ يلبي رغبات وحاجات المبحوثين من خلال تسليط الضوء على كل مستجدات الساحة السياسية الوطنية واحترافية مقدمي هذا البرنامج مما مكنه من اكتساب قاعدة جماهرية كبيرة.

3-1-3 دوافع مشاهدة البرامج الحوارية والإشباعات المحققة

الجدول رقم 11: يبين دوافع متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
التسلية وملء الفراغ	10	7.57
اكتساب معلومات سياسية	27	20.45
متابعة المستجدات على الساحة الوطنية	75	56.82
تنمية قدرات الحوار مع الآخرين	18	13.64
أخرى تذكر	2	1.52
المجموع *	132	100

* المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه نلاحظ أن دوافع متابعة الطلبة للبرامج الحوارية تمثلت في متابعة المستجدات بنسبة قدرت بـ 56.82% وبالمقابل بلغت فئة اكتساب معلومات سياسية نسبة 20.45 % ثم تليها فئة تنمية قدرات الحوار مع الآخرين بنسبة 13.64% ثم فئة التسلية وملأ الفراغ بنسبة قدرت بـ 7.57 % وأخيرا فئة أخرى تذكر بنسبة 1.51 %.

ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى الحركية غير المسبوقة التي شهدتها الجزائر في الآونة الأخيرة على الساحة السياسية والتي امتازت بتسارع رهيب للأحداث وتطورات غير متوقعة علقت قلوب وعقول الجزائريين اهتماماتهم في البحث عن تحليلات دقيقة وقراءات استشراقية تعينهم على معرفة ما يدور حولهم ، ويكسبهم ثقافة سياسية تعينهم على فهم ما آلات الأمور ونهاياتها.

الجدول رقم 12: يبين مدى تحقيق البرامج الحوارية إشباعات لدى المبحوثين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**87**	**87**
لا	**13**	**13**
المجموع*	**100**	**100**

*المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال المعطيات في الجدول أعلاه تبين لنا أن أغلب الطلبة تحقق لهم البرامج الحوارية إشباعات معينة بنسبة 87 % ما يجعلنا نقول أن البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة استطاعت أن تواكب الأحداث وتقدم خدمة إخبارية ترضي أذواق متابعيها وأنمت عن احترافية في الطرح والمعالجة ، أما القلة المتبقية بنسبة 13 % فيرون أن البرامج الحوارية لا تحقق لهم الإشباعات التي يتوقعونها ، وهذا ما يدفعهم للتوجه لمصادر معلومات أخرى كالصحف والإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 13: نوع الإشباعات المحققة لدى المبحوثين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
التثقيف والحصول على المعلومات السياسية	**35**	**27.77**
التفاعل مع الآخرين	**15**	**11.90**
متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث	**68**	**53.96**
تمضية الوقت	**4**	**3.17**
الاسترخاء والتخلص من التوتر	**4**	**3.17**
المجموع *	**126**	**100**

* المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول نلاحظ أن الطلبة يسعون بالدرجة الأولى نحو متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث بنسبة قدرت بـ 53.96 %، ثم تليها نسبة 27.77 % لفئة الطلبة التي تحقق لهم التثقيف والحصول على المعلومات ، ثم نسبة 11.90 % للطلبة الذين تحقق لهم التفاعل مع الآخرين ، ثم نجد نسبة 3.17 % لكل من الأفراد الذين أجابوا بتمضية الوقت والاسترخاء والتخلص من التوتر .

تبين النتائج أن البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة عموما قد تبحث في تقديم خدمة اخبارية متميزة للجمهور واستطاعت بمضامينها تأطيرهم سياسيا من خلال نشرها ثقافة سياسية تساعدهم في فهم الواقع .

الجدول رقم 14: أسباب عدم تحقيق البرامج الحوارية لإشباعات لدى المبحوثين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
حوارات جوفاء	**5**	**38.46**
موضوعات سطحية	**1**	**7.68**
ضيوف من غير ذوي الاختصاص	**2**	**15.38**
ضيوف مستهلكين إعلاميا	**4**	**30.76**
أخرى تذكر	**1**	**7.69**
المجموع*	**13**	**100**

*المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال المعطيات الإحصائية أعلاه نلاحظ أن البرامج الحوارية لا تحقق إشباعات لدى بعض الطلبة لأنها تقدم حوارات جوفاء بنسبة قدرت بـ 38.46 %،وأن ضيوفها مستهلكين إعلاميا بنسبة 30.76 %،تليها فئة ضيوف غير ذوي اختصاص بنسبة قدرت بـ 15.38 %، وأخيرا نسبة 7.69 %لكل من موضوعات سطحية وأخرى تذكر.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن قلة قليلة من البرامج الحوارية عجزت عن تقديم قراءة متكاملة للواقع السياسي في الجزائر وفشلت في مساعدة المشاهد على فهم تطورات ومآلات الأحداث بسبب اكتفائها في بعض أعدادها بفسح المجال لضيوف البرنامج ليحولوه إلى مسرح لتبادل الشتائم والتهم ، وهذا ما يخرجها عن سياقها ويبعدها عن أهدافها.

الجدول رقم 15: يبين الإشباعات السياسية التي تحققها البرامج الحوارية للمبحوثين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالسياسة	**38**	**23.60**
تنمية الوعي السياسي	**34**	**21.11**
اكتساب وعي بالقضايا السياسية الراهنة	**57**	**35.40**
تبني مواقف سياسية معينة	**11**	**6.83**
المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية	**19**	**11.80**
أخرى تذكر	**2**	**1.24**
المجموع*	**161**	**100**

*المجموع بدلالة عدد الإجابات.

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه نلاحظ أن الإشباعات السياسية التي تحققها البرامج الحوارية للطلبة متمثلة في اكتساب وعي بالقضايا السياسية الراهنة بنسبة 35.40 %، تليها نسبة 23.60 % لفئة زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالسياسة ثم فئة تنمية الوعي السياسية بنسبة 21.11 %، ثم تليها فئة المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية بنسبة 11.80 %، ثم نسبة 6.83 % لفئة تبني مواقف سياسية معينة وأخيرا فئة أخرى تذكر بنسبة 1.24 %.

ويمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن البرامج الحوارية في القنوات الخاصة استطاعت أن تشبع الحد الأدنى من احتياجات المشاهدين نظرا لاهتمامها بطرح الموضوعات الراهنة المستجدة على

الساحة السياسية وحرصها على استضافة الفاعلين المؤثرين من ذوي الصلة والاضطلاع بالموضوعات المطروحة، مما يوفر للمشاهد المعلومة والرأي ويحقق له احتياجات معرفية وعاطفية ويشبعها.

الجدول رقم 16: يبين مدى وثوق المبحوثين في المعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
أثق بها	9	9
لا أثق بها	6	6
حسب مصدر المعلومة	85	85
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الطلبة يثقون في المعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية حسب مصدر المعلومة بنسبة 85% في حين يثق بها البعض بنسبة 9 % ، وأخيرا لا يثق بها البعض الآخر بنسبة 6%.

ويرجع هذا إلى حرص الطلبة على أخذ المعلومات والأخبار من مصدرها الرسمي وعدم تبني أي معلومة يجهلون مصدرها، فهم يبحثون عن الصدق والمصداقية قبل تلقي المعلومة، وهذا إن دلّ على شيء إنما يدّل عن حالة من الوعي بدأت بالتشكل لدى الطالب الجامعي تجعله يغربل المدخلات المعرفية التي يتلقاها، خاصة في مثل هذه الأوضاع التي تضطرب فيها بوصلة الإعلام وتسطو البروباغندا (الدعاية) على المشهد الإعلامي والسياسي.

الجدول رقم 17: يبين تفاعل الطلبة مع القضايا التي تعرضها البرامج الحوارية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
دائما	08	8
أحيانا	73	73
ناذرا	19	19
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ "أحيانا" بنسبة قدرت بـ 73 % فيما كانت نسبة الإجابة ب " ناذرا" 19 % تليها نسبة 8 % لفئة دائما.

ويرجع هذا إلى طبيعة الموضوع و الطرح الذي تقدمه البرامج الحوارية والذي قد يكون مشوقا بحفز على التفاعل أحيانا ،ويمكن أن يكون سطحيا يفقد المشاهد الرغبة في مواصلة الحديث عنه.

الجدول رقم 18: يبين طرق وأشكال تفاعل المبحوثين مع موضوعات البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة (في حالة الإجابة بأحيانا أو دائما)

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
التعليق على صفحة البرنامج في الفيسبوك	24	27.27
مناقشة موضوع البرنامج مع الأصدقاء	49	55.68
قطع مشاهدة البرنامج	7	7.95
تنشر رأي في الموضوع على حسابات شخصية في مواقع التواصل الاجتماعي	8	9.09
المجموع*	88	100

*المجموع بدلالة عدد الإجابات.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة يفضلون مناقشة موضوع البرامج الحوارية مع الأصدقاء بنسبة 55.68 %، في حين يفضل البعض التعليق على صفحة البرنامج في الفيسبوك بنسبة 27.27 %،أما البعض فقد اختاروا التفاعل من خلال نشر رأي في الموضوع على حسابهم

الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 9.09 % أما البقية فقد اختاروا قطع مشاهدة البرنامج بنسبة 7.95 %.

يمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن الطلبة الجامعيين وجدوا في الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة مادة نقاش دسمة مع أصدقاء وزملاء الدراسة إذ لا يخفى على أحداث التطورات الأخيرة على الساحة السياسية الجزائرية جعلت من المواطن البسيط محللا سياسيا يفسر ويحلل ويستقرئ ويستنبط، فما بالك بالطالب الجامعي الذي كان عنصرا مؤثرا في الحراك الشعبي ، ضف إلى ذلك أنّ حرص القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة على فتح منصات تفاعلية مع المشاهدين قد كان له أثر إيجابي تعكسه نسبة المبحوثين الذين عبروا عن تفضيلهم التعليق على صفحة البرنامج على الفيسبوك كمظهر من مظاهر تفاعلهم مع موضوعات حلقاته.

الجدول رقم 19: يبين مساهمة البرامج الحوارية في تنمية معارف الطلبة سياسيا

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**87**	**87**
لا	**13**	**13**
المجموع	**100**	**100**

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه تبين لنا أن 87 % من الطلبة يرون بأن البرامج الحوارية تساهم في تنمية المعارف السياسية في حين نجد 13% يرون بأن البرامج الحوارية لا تساهم في تنمية المعارف السياسية لديهم.

ويمكن القول اعتمادا على هذه النتائج أن البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة نجحت إلى حدّ ما في تحقيق أهم أهدافها وجذب المشاهدين وتنمية معارفهم واكتساب ثقافة سياسية خاصة في هذه المرحلة الحرجة سياسيا ما يغنيهم عن البحث في قنوات أجنبية عن تحليل للأوضاع وقراءة لتداعياتها المستقبلية كما كانوا من قبل.

الجدول رقم 20: يبين معنى الوعي السياسي حسب نظر المبحوثين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الانخراط في الأحزاب السياسية	**11**	**10.67**
المشاركة السياسية	**77**	**74.75**
مناصرة حزب معين	**13**	**12.62**
أخرى تذكر	**2**	**1.94**
المجموع*	**103**	**100**

*المجموع بدلالة عدد الإجابات

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يرون أن معنى الوعي السياسي هو المشاركة السياسية وذلك بنسبة 74.75% وفي المرتبة الثانية نجد نسبة 12.62% من المبحوثين أجابوا على أن الوعي السياسي هو مناصرة حزب سياسي معين ، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن الوعي السياسي هو الانخراط في الأحزاب السياسية فكانت 10.67% وأخيرا إجابات أخرى بلغت 1.94 % .

ويرجع هذا إلى الخلفية المعرفية التي اكتسبها الطلبة حول هذا المفهوم.

الجدول رقم 21: يبين مدى مسايرة مضامين البرامج الحوارية مسايرة للتطورات الحاصلة على الساحة السياسية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**94**	**94**
لا	**6**	**6**
المجموع	**100**	**100**

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب الطلبة يرون أن مضامين البرامج الحوارية مسايرة للتطورات الحاصلة على الساحة السياسية بنسبة 94 % أما البقية فلا يوافقون ذلك وهذا بنسبة 6 %.

ويمكن تفسير هذه النتائج بتزامن الدراسة التطبيقية مع الحراك الشعبي الذي لقي اهتماما بالغا وتغطية مستمرة لأحداثه وتطوراته من مختلف القنوات الفضائية الجزائرية العمومية والخاصة سواءا عن طريق النقل المباشر أو البث الحي أو عن طريق بلاطوهات النقاش والحوار التي تستضيف المختصين وذوي الصلة بالأحداث الجارية ، وهذا إن دلّ على شيء فإنما يدّل على مستوى الانفتاح الإعلامي الذي عرفه قطاع السمعي البصري في الجزائر كنتيجة لقانون الإعلام 2012.

الجدول رقم 22: يبين مساهمة البرامج الحوارية ذات المضامين السياسية في ميل المبحوثين إلى حزب سياسي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**32**	**32**
لا	**68**	**68**
المجموع	**100**	**100**

من خلال المعطيات الإحصائية أعلاه نلاحظ أن نسبة 68 %، من أفراد العينة يرون أن البرامج الحوارية ذات المضامين السياسية لا تساعدهم في الميل إلى حزب سياسي معين، أما نسبة 32% فكانت للطلبة الذي يرون أن البرامج الحوارية ذات المضامين السياسية تساعدهم في الميل إلى حزب سياسي معين.

ويرجع هذا إلى أن البرامج الحوارية ذات المضامين السياسية تركز على أحزاب سياسية معينة دون أخرى والتي تخدم مصالحها وتوجهاتها الإيديولوجية ولا تسعى إلى تعريف المشاهد بكل الأحزاب السياسية ونشاطاتها على الساحة السياسية.

مما جعل ضيوفها سلعة مستهلكة ووجوها مألوفة تتقن لغة التي صارت عاجزة عن إقناع المشاهد الذي امتلك بعض مهارات الفلترة والانتقاء بالشكل الذي يؤهله لاتخاذ موقف التأييد أو الرفض لبعض التوجهات السياسية لأشخاص أو أحزاب.

الجدول رقم 23: يبين دور البرامج الحوارية في مساعدة المبحوثين في التعرف على شخصيات سياسية معينة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**97**	**97**
لا	**3**	**3**
المجموع	**100**	**100**

من خلال المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أنّ البرامج الحوارية تساعد الطلبة في التعرف على شخصيات سياسية معينة وهذا بنسبة 97%،أما نسبة 3 % تمثل الطلبة الذين يرون أن البرامج الحوارية لا تساعد في التعرف على شخصيات سياسية معينة.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن معظم البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة تستضيف نشطاء فاعلين على الساحة السياسية، سواء كانوا رؤساء أحزاب أو أشخاص لديهم طموحات سياسية في التعبير يجدون في مثل هذه البرامج فضاء لشرح أفكارهم وعرض تجاربهم ونضالاتهم وحشد التأييد لبرامجهم ومشاريعهم السياسية، مما يعطي للمشاهد انطباعا خاصا حول هذه الشخصيات يدفعه إلى تقلبها أو رفضها.

الجدول رقم 24: يبين تأثير البرامج الحوارية على التوجهات السياسية للطلبة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	65	65
لا	35	35
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن البرامج الحوارية تؤثر على توجهات الطلبة سياسيا وهذا بنسبة 65 % فيما نجد أن نسبة 35 % كانت للطلبة الذين كانت إجابتهم بلا ، إذ اعتبر أغلب الطلبة أن البرامج الحوارية تؤثر على توجهاتهم السياسية .

وهذا راجع إلى أن هذه الأخيرة مصدر لمعلوماتهم السياسية فهم يعتمدون عليها في تكوين معرفة سياسية حول الشأن السياسي فمن خلال متابعتهم لهذه البرامج يحصلون على معلومات ومعطيات سياسية جديدة تترسخ في أذهانهم كي يستعملوها في الوقت المناسب.

الجدول رقم 25: يبين مساعدة متابعة البرامج الحوارية في زيادة المعرفة بالأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والخارجي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	98	98
لا	2	2
المجموع	100	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم الطلبة يرون أن البرامج الحوارية تساعدهم في زيادة معرفتهم بالأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والخارجي وذلك بنسبة 98 % أما نسبة 2 % فكانت للطلبة الذين كانت إجابتهم بـ "لا" .

ويرجع هذا إلى أن البرامج الحوارية تزود المشاهد بمختلف المعلومات حول الأحداث السياسية والوقائع الحاصلة على الصعيد المحلي والخارجي، فهي تسعى إلى إعلام المشاهد بمختلف المستجدات السياسية وتنقل له الآراء، ووجهات النظر التي تكونت إزائها وتؤطره ليكون موقفا معينا اتجاه هذه القضايا.

الجدول رقم 26: يبين مساهمة البرامج الحوارية في ترتيب اهتمامات المبحوثين بالقضايا السياسية الوطنية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	**80**	**80**
لا	**20**	**20**
المجموع	**100**	**100**

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن البرامج الحوارية تساهم في ترتيب اهتمامات الطلبة بالقضايا السياسية الوطنية بنسبة 80 %،في حين يرى البقية عكس ذلك وتقدر نسبتهم بـ 20.%

ويرجع هذا إلى أن البرامج الحوارية لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه البرامج بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتماما في الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها.

الجدول رقم 27: يبين مساهمة البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة في ترسيخ مبدأ التعددية السياسية والمعارضة السياسية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	64	64
لا	33	33
المجموع	100	100

نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه أن البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة تساهم في ترسيخ مبدأ التعددية السياسية والمعارضة السياسية بنسبة 64%، فيما يرى البقية أنها لا تساهم وتقدر نسبتهم بـ 33 %.

ويرجع هذا إلى أن البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة تنقل وتبث مختلف التوجهات الحزبية سواءا كانت مؤيدة أو معارضة للسلطة وتكرس مبدأ التعددية السياسية وتفتح المجال أمام كل النشطاء السياسيين لطرح أفكارهم ورؤاهم السياسية.

الجدول رقم 28: يبين مدى تأثير البرامج الحوارية السياسية على معلومات البحوثين وقراراتهم اتجاه السياسة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
بدرجة كبيرة	4	4
بدرجة متوسطة	76	76
بدرجة ضئيلة	20	20
المجموع	100	100

من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه نلاحظ أن البرامج الحوارية السياسية تؤثر على معلومات الطالب وقراراته اتجاه السياسة بدرجة متوسطة ونسبة تقدر بـ 76 %،تليها نسبة 20 % التي تقابل درجة ضئيلة، أما نسبة 4 % فكانت لخيار بدرجة كبيرة.

وهذا راجع إلى نوع المعلومة التي تبثها البرامج الحوارية السياسية والطالب في حدّ ذاته، إذ أنه يختار ما يتلقى من معلومات وينتقي ما يراه أصح وأقرب للواقع السياسي المعاش.

الجدول رقم 29: يبين مرأي المبحوثين في مدى مساهمة البرامج الحوارية في تكوين موقف من الانتخابات

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	75	75
لا	25	25
المجموع	100	100

من خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن نسبة 75 % من الطلبة أكدوا أن البرامج الحوارية دفعتهم إلى اتخاذ موقف بخصوص الانتخابات الرئاسية المقبلة في جويلية 2019 في حين نفى

البقية والمقدرة بنسبتهم بـ 25 % أن تكون البرامج الحوارية تدفعهم إلى اتخاذ موقف بخصوص الانتخابات الرئاسية

الجدول رقم 30: يبين موقف الطلبة من الانتخابات الرئاسية المقبلة في 04 جويلية 2019

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
المشاركة	**15**	**20**
المقاطعة	**23**	**30.66**
لم أقرر بعد	**37**	**49.33**
المجموع	**75**	**100**

بخصوص الموقف الذي تكون لديهم اتجاه الأحداث السياسية القادمة أكدّ 37 %من المبحوثين أنهم لم يقرروا عد المشاركة من عدمها في انتخابات 04 جويلية المقبلة بينما أكدّ 15 % مشاركتهم أما 23 % فقد أعربوا عن مقاطعتهم لها.

ويمكن القول أن البرامج الحوارية قد تركت بصمتها في عقول المشاهدين ممثلين في عينة الدراسة والتي أظهرت إجاباتهم بتمتعهم بدرجة من الوعي مكنت من اتخاذ موقف واضح من الموعد الانتخابي المقبل.

3-2 نتائج الدراسة:

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- أغلب المبحوثين يشاهدون البرامج الحوارية أحيانا بنسبة 83%.
- أغلب المبحوثين يفضلون متابعة البرامج الحوارية في فترة السهرة وهذا بنسبة 47 %.
- كشفت الدراسة أن نسبة 65% من المبحوثين يشاهدون البرامج الحوارية أقل من ساعة يوميا.
- أوضحت النتائج أن القناة الفضائية الخاصة التي يفضل معظم المبحوثين متابعة برامجها هي قناة الشروق news وهذا بنسبة 44.05% ، تليها قناة البلاد بنسبة 33.07 %
- بينت الدراسة أن البرنامج الحواري المفضل لدى المبحوثين هو برنامج الجزائر هذا المساء الذي يبث على قناة الشروق news بنسبة 46.30 % الذي يقدمه الصحفي قادة بن عمار.
- أسفرت نتائج الدراسة أن أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة تتمثل في متابعة المستجدات على الساحة الوطنية وهذا بنسبة 56.81%.
- أغلب الطلبة أحيانا ما يتفاعلون مع القضايا التي تعرضها البرامج الحوارية وهذا بنسبة 83%.
- 94% من المبحوثين يرون أن مضامين البرامج الحوارية مسايرة للتطورات الحاصلة على الساحة السياسية.
- بينت النتائج أن 97% من المبحوثين يرون أن البرامج الحوارية تساعدهم في التعرف على شخصيات سياسية معينة.
- أوضحت النتائج أن البرامج الحوارية تساعد المبحوثين في زيادة المعرفة بالأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والخارجي وهذا بنسبة 98%.
- كشفت الدراسة بأن 80 % من المبحوثين أكدوا على مساهمة البرامج الحوارية في ترتيب اهتماماتهم بالقضايا السياسية الوطنية.
- أوضحت النتائج أن 76% من المبحوثين يرون أن البرامج الحوارية السياسية تؤثر على معلومات المبحوثين وقراراتهم اتجاه السياسة.

- بينت نتائج الدراسة أن 37% من المبحوثين لم يقرروا بعد مشاركتهم من عدمها في الانتخابات الرئاسية المقبلة.

3-3 توصيات الدراسة :

على ضوء النتائج المتحصل عليها نقدم بعض التوصيات والتي تتمثل فيما يلي:

- التنويع في طرح المواضيع التي تعالجها البرامج الحوارية بما يتناسب والواقع المعاش والتطورات الحاصلة على الساحة السياسية.
- العناية باختيار ضيوف البرامج الحوارية بما يتناسب وموضوع الحوار وتطلعات المشاهد لتحليل موضوعي ودقيق.
- احترام أساسيات الحوار بإتاحة الفرصة للضيوف للتفسير وإبداء الرأي.
- تخصيص برامج حوارية سياسية خاصة بالشباب النشط على الساحة السياسية ومنحه فرصة لطرح تطلعاته وقراءاته ومخططاته المستقبلية.
- إعادة النظر في المنظومة الإعلامية الجزائرية وجعلها تتماشى وتستجيب لمقتضيات العصر الذي يشهد تحولات جذرية على جميع الأصعدة في إطار الاستقلالية وخدمة إعلامية موضوعية.
- إشراك المواطنين في الفعاليات السياسية من خلال فتح قنوات للتعامل المباشر للبرامج الحوارية ذات المضامين السياسية وخاصة فئة الشباب كجيل صاعد تنتظره مسؤولية في بناء المجتمع وتطويره والنهوض به.
- استمرارية الخدمة الإعلامية الهادفة إلى تنمية الوعي السياسي والابتعاد عن كونها مرحلية مرتبطة بمناسبات سياسية أو فترة الانتخابات فقط.

خاتمة

هدفت دراستنا إلى معرفة تأثير البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين بجامعة جيجل تزامنا مع ما تشهده الساحة السياسية في الجزائر.

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي للوصول إلى نتائج ذات مصداقية تعكس الواقع.

وقد حاولنا في هذه الدراسة ربط البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة مع جمهور الطلبة من خلال معرفة دورها في تنمية وعيه السياسي وقد اثبتت الدراسة الميدانية أن البرامج الحوارية تساعد الطلبة في زيادة المعرفة بالأوضاع السياسية للمجتمع المحلي، إذ أصبحت القنوات الفضائية الخاصة تمارس دور جوهري في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا السياسية المطروحة فهي تمتلك الإمكانية الكبيرة في التأثير على الجماهير.

فمن خلال المنافسة الشديدة التي عرفتها الفضائيات الجزائرية الخاصة من خلال الطرح المتنوع للأحداث السياسية من اختلاف في الطرح والمعالجة أدى إلى زيادة إقبال الطلبة على مشاهدتها ومتابعتها وبالتالي لعب دور نهم في تأطيرهم سياسيا.

وفي الأخير يمكن القول أن هذا النوع من الدراسات فيما يخص البرامج الحوارية مازال في بدايته فيجب التوغل أكثر في حيثيات البرامج الحوارية السياسية وربطها بمجال الوعي والتوعية السياسية من أجل خدمة واقعنا ودعمها بدراسات تحليلية للمضامين التي تقدمها.

وعموما فإن هذه الدراسة عبارة عن جهد بشري لا يخلوا من الخطأ ونرجو من كل باحث اطلع عليه تقويم نقائصه وتقديم اقتراحاته.

P

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1– الكتب:

1. إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع السياسي، د ط، عمان، الأردن، دار وائل للنشر، 2005.
2. أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، د.ط، فلاح للنشر والتوزيع ، الشارقة.
3. الأنصاري محمد جابر ، العرب والسياسة أين الخلل، ط1، دار الساقي، بيروت،1988.
4. أوسيوف، أصول علم الاجتماع، ترجمة سليم توما، دار التقدم،موسكو،1990.
5. بركات نظام محمود، مقدمة في الفكر السياسي، د ط، دار عالم الكتب، الرياض، 1985.
6. بن مرسلي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ،ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2006.
7. بن مرسلي أحمد، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال،ط2، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر،2005 .
8. جعيط هشام ، أزمة الثقافة الإسلامية، ط1، دار الحقيقة، بيروت، 1980.
9. حجاب محمد، الإعلام، د.ط، دار الفكر للنشر والتوزيع، 2004.
10. الحسيني صبري بديع عبد المطلب، المركز الديمقراطي العربي، برلين،2017.
11. حفني عبد المنعم، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، مكتبة مدبولي،القاهرة،المجلد 2، 1978.
12. حمادة عمار ، الوعي السياسي والتحليل السياسي، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.
13. الحمداني قحطان أحمد ، المدخل إلى العلوم السياسية، دار الثقافة، عمان،2012.
14. ختام العناني، محمد عصام طربية، التربية الوطنية والتنشئة السياسية، د ط، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان،2007.
15. خضور أديب ، الحديث التلفزيوني، ط1، المكتبة الإعلامية، دم، 2002.

16. خور كمال رشيدي مراد ، الاتصال الجماهيري والإعلام: التطور، الخصائص، النظريات ،ط 1،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ،2011.

17. دليو فضيل وآخرون، الجامعة وتنظيمها وهيكلها،ط1،دار البحث،الجزائر،1995.

18. دوابة إيمان عز الدين محمد ،دور البرامج الحوارية في التلفزيون،رسالة دكتوراه،جامعة الزقازيق،1993.

19. الربيعي محمد، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، الأكاديمية العربية، الدنمارك، 2007.

20. زرواتي رشيد ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2008.

21. السامرائي إيمان،قنديلجي عامر، البحث العلمي الكمي والنوعي، د. ط، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،الأردن، 2008.

22. سمير محمد حسن، دراسات في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام ، ط1، عالم الكتب، القاهرة ، 1999.

23. السيد مختار عبد الجواد ،قضايا المجتمع في عصرالمعلومات،دط،دارالفكر العربي،القاهرة،مصر،2001.

24. صلاح محمد عبد الحميد، الشامي منير محمود، الإعلام السياسي، د ط، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

25. الطائي محمد حميد كاظم، القنوات التلفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1،دار الوفاء للنشر والتوزيع،الإسكندرية،2007.

26. طه عبد الحميد فايزة،البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية،ط1،المكتب العربي للمعار،القاهرة، 2014.

27. طه عبد الفتاح، الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون، د.ط، مكتبة الشباب، القاهرة، 1975.

28. عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي، للقاهرة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2005.

29. عبد المعطي عبد الباسط ، الإعلام وتزيف الوعي، د. ط، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 1979.

30. عبد الحفيظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية ، مصر، 1433 هـ.

31. عبيدات محمد وآخرون ، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات،ط2، دار وائل للطباعة والنشر ،عمان ، 1999.

32. عزت فريد محمود ، وسائل الإعلام السعودية والعالمية، النشأة والتطور، د ط، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2008.

33. عزيز داود، مناهج البحث العلمي،ط1 ، أسامة المنشر الثقافي، عمان ،2006.

34. علي عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، د.ط، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان ،2015.

35. العنابي ختام ، محمد عصام طربية، التربية الوطنية والتنشئة السياسية، د ط، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان،2007.

36. العنبكي طه حميد حسن ، نرجس حسين زاير العقابي ، أصول البحث العلمي في العلوم السياسية ، ط1، دار الأمان بيروت 2015.

37. العياض ينصر الدين ، فن البرمجة وإعداد الخارطة البرامجية للقنوات التلفزيونية العربية: جدلية التصور والممارسة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (59)، تونس ، 2007.

38. غنيم محمد عثمان ، مناهج وأساليب البحث العلمي،ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان،2000.

39. الفردي عبد الله بن علي ، الوعي السياسي في الإسلام، ط1، دار طريق للنشر، السعودية، 2010.

40. قنديلجي عمار إبراهيم، البحث العلمي ، د. ط، دار اليازوري العلمية، عمان ،1999.

41. كامل محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في علوم الإنسانية والاجتماعية، د. ط، درا الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2009.

42. كرو العزاوي رحيم يونس، منهج البحث العلمي ، ط1، دار دجلة ،عمان ،2008.

43. الماجد عبد المسلم، مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع، ط1، المكتبة المصرية، بيروت، 1995.

44. محمد ريان عمر ، البحث العلمي مناهجه وتقنياته ، ط1، دار الشرق ، 1983.

45. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة،2000.

46. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.

47. محمد محمد قاسم، المدخل على مناهج البحث العلمي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 1999.

48. محمد وهبي سحر، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجزائري،ط1،دار الخبر للنشر والتوزيع،1996.

49. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

50. المشاقبة بسام عبد الرحمن ، نظريات الإعلام، د. ط، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2014.

51. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

52. مصباح عامر ، معجم العلوم السياسية والعلاقات الدولية ، ط1، دار الكتاب الحديث،ط1،القاهرة، 2009.

53. المغربي كامل محمد ، أساليب البحث العلمي في علوم الإنسانية والاجتماعية ، د. ط، درا الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ،2009.

54. الموسوي نضال حميد، ملامح الوعي الاجتماعي عند المرأة الخليجية، ط1،دارسعاد الصباح، الكويت،1993.

55. موسى إبراهيم، معاجم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر ، بيروت، 1994.

56. نعمة أنطوان، المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، د. ط، دار المشرق، لبنان، 2000.

57. يوسف عبد علي حسين، الإعلام السياسي، ط1، دار مجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2016.

2- المذكرات والرسائل الجامعية:

58. أبو يعقوب شدان يعقوب خليل، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة ماجستير، فلسطين،2015.

59. اسماعيلي إبراهيم، غناي عبد الحكيم، تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، أم البواقي، 2018/2017.

60. إيمان نوي، استخدام الإنترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية لرسالة ماجستير ، كلية الإعلام والاتصال، بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

61. بن كادي منصور، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر،بسكرة،2015/2014.

62. بوشارب زينة، جباري وفاء ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، 2014 /2015

63. رقيق خيرة، خداوي فائزة، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2017-2018.

64. سليمان شلال حميد، قنوات البث الفضائي وتأثيراتها المحتملة على منظومة الفكر الاجتماعي، جامعة الموصل، مجلة دراسات وصلية، العدد 33، 2009.

65. عبد الرزاق رأفت مهند، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البتراء الأردنية ،الأردن، 2013.

66. عبد الصاحب مسعد مشطر، المضامين والأشكال الفنية البرامج التلفزيون في تلفزيون العراق، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2005.

67. عظيمي أحمد، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه، في علوم الأعلام والاتصال، د. ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.

68. موكس نعيمة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية، رسالة ماجستير، جامعةالجزائر3، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2014 .

69. يحياوي عبد الحق، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع الإسرائيلي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع واتصال في المنظمات، دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة،2010 -2011.

3- المجلات :

68.بوجلال عبد الله ، مجلة إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، الجزائرية للاتصال ، كلية الإعلام، العدد4،الجزائر،1990.

69.د. أمون رامي ، دور البرامج الحوارية والإخبارية على القنوات الفضائية السورية في التربية والمواطنة في ظل الحرب على سوريا، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 38، العدد 6، 2016 .

70.عيساني رحيمة الطيب، الفضائيات العربية، الإيجابيات والسلبيات، مجلة دراسات، العدد 74، الجزائر، 2008.

71. مراح سعيد ،قارش محمد ، "الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات"، مجلة الحقيقة، العدد 39، الجزائر،2017.

72. ناصر زين العابدين أحمد، أبو القاسم ليلى عيسى، مفهوم وأهمية الوعي السياسي اتجاه الدولة والمجتمع، مجلة تكريت للعلوم السياسية، المجلد 3،العدد9، سنة2005.

4- القواميس والمعاجم

73. أبو الحسنأحمد ، معجم مقاييس اللغة، ط2، دار الجبل، بيروت، 1990.

74. غيث محمد عاطف ، قاموس علم الاجتماع، د.ط، دار المعرفية الجامعية،الإسكندرية،1997.

75. مصباح عامر،معجمالعلوم السياسية والعلاقات الدولية ،ط1،دارالكتاب الحديث ،ط1،القاهرة، 2009.

5- الكتب الأجنبية:

76. DhubyanS .Dictionnary of politicaleconomic andsociologicale .term unitedkingdom ,co ,london ,1990.

77. Welwoodj.the meeting of the ways explorations in est psychologyschoolen books, New york, 1971.

.

.

الملاحق

الملحق رقم : 01

جامعة محمد الصديق بن يحي– جيجل

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

استمارة استبيان بعنوان:

تأثير البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر سمعي بصري بجامعة – جيجل –

ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر سمعي بصري

مكملة لنيل شهادة الماستر

نرجو منكم مساعدتنا بالإجابة على الأسئلة بكل دقة وموضوعية معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

ملاحظة : ضع علامة (X) في الخانة المناسبة

إعداد الطالبتين: إشراف الأستاذة:

إكرام قندوزي سامية قرابلي

أمال كروم

2019/2018

المحور الأول:البيانات الشخصية

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن 21- 25 ☐ 26- 30 ☐ أكثر من 30 ☐

3-المستوى التعليمي : أولى ماستر ☐ ثانية ماستر ☐

المحور الثاني : عادات وأنماط مشاهدة البرامج الحوارية.

4-هل تشاهد البرامج الحوارية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5-ماهي الفترات التي تشاهد فيها البرامج الحوارية؟

الفترة الصباحية ☐ الظهيرة ☐ الفترة المسائية ☐

السهرة ☐ لا يوجد وقت معين ☐

6-بكم تقدر مدة مشاهدتك للبرامج الحوارية يوميا؟

أقل من ساعة من ساعة ☐ ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات ☐

7-معمن تتابع البرامج الحوارية؟

بمفردك ☐ مع الأصدقاء ☐ العائلة ☐

8-أي وسيلة تستعمل في متابعتك للبرامج الحوارية؟

التلفاز مواقع التواصل تماعي

9-ما هي القناة الفضائية الخاصة التي تفضل متابعة برامجها الحوارية؟

البلاد tvالنهارv وقnews

دزاير news beur tv

أخرى تذكر.....

10- ماهو البرنامج الحواري المفضل لديك؟

الحدث(البلاد) قضية ونقاش(النها

الجزائر هذا المساء(الشروق news)قراءات (د new)

- إذا كان هناك برنامج آخر أذكره.....

المحور الثالث: دوافع مشاهدة البرامج الحوارية والإشباعات المحققة

11- ماالذي يدفعك لمشاهدة البرامج الحوارية(يمكن اختبار أكثر من إجابة)

التسلية وملء الفراغاكتساب مع سياسية

متابعة المستجدات على الساحة الوطنيةتنمية قد الحوار من الآخرين

أخرى تذكر: .....

12- هل حققت البرامج الحوارية إشباعات معينة لديك؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم فهل هذه الإشباعات (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

التدقيق والحصول على المعلومات السياسية ☐ التفاعل مع الآخرين ☐

متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث ☐ تمضية الوقت ☐ الاسترخاء والتخلص مع التوتر ☐

- إذا كانت الإجابة بـ "لا" فهل يرجع ذلك إلى (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

حوارات جوفاء ☐ موضوعات سطحية ☐

ضيوف غير ذوي اختصاص ☐ ضيوف مستهلكين إعلاميا ☐

أخرى تذكر: .....

13-حسب رأيك فيما تتمثل الإشباعات السياسية التي تحققها لك البرامج الحوارية (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالسياسة ☐ تنمية الوعي السياسي ☐

اكتساب وعي بالقضايا السياسية الراهنة ☐ تبني مواقف سياسية معينة ☐

المساهمة في معالجة طرح القضايا السياسية ☐

أخرى تذكر: .....

14- هل تثق في المعلومات التي تقدمها لك البرامج الحوارية ؟

أثق بها ☐ لا أثق بها ☐ حسب مصدر المعلومة ☐

15 هل تتفاعل مع القضايا التي تعرضها البرامج الحوارية ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بدائما أو أحيانا فهل يتم ذلك عبر (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

التعليق على صفحة البرنامج في الفايسبوك ☐ مناقشة موضوع البرنامج مع الأصدقاء ☐

قطع مشاهدة البرنامج ☐

تنشر رأي في الموضوع على حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي ☐

16- هل تعتقد أن البرامج الحوارية تساهم في تنمية معارف الطلبة سياسيا؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع: تأثير البرامج الحوارية على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين

17- ماذا يعني لك الوعي السياسي ؟

الانخراط في الأحزاب السياسية ☐ المشاركة السياسية ☐ مناصرة حزب معين ☐

أخرى تذكر: .....

18- هل ترى أن مضامين البرامج الحوارية مسايرة للتطورات الحاصلة على الساحة السياسية؟

نعم ☐ لا ☐

19- هل تساعدك البرامج الحوارية ذات المضامين السياسية في الميل إلى حزب سياسي معين؟

نعم ☐ لا ☐

20- هل ساعدتك البرامج الحوارية في التعرف على شخصيات سياسية معينة؟

نعم ☐ لا ☐

21- هل أثرت البرامج الحوارية على التوجهات السياسية لديك؟

نعم ☐ لا ☐

22- هل ساعدتك متابعة البرامج الحوارية في زيادة معرفتك بالأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والخارجي ؟

نعم ☐ لا ☐

23- هل تساهم البرامج الحوارية في ترتيب اهتمامك بالقضايا السياسية الوطنية؟

نعم ☐ لا ☐

24 - هل ترى أن البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة تساهم في ترسيخ مبدأ التعددية السياسية والمعارضة السياسية ؟

نعم ☐ لا ☐

25 - ما مدى تأثير البرامج الحوارية السياسية على معلوماتك وقراراتك اتجاه السياسة

بدرجة كبيرة بدرجة متوسطة بدرجة ضئيلة ☐

26- هل متابعتك للبرامج الحوارية السياسية دفعتك إلى اتخاذ موقف بخصوص الانتخابات الرئاسية المقبلة في 04 جويلية 2019؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كان الجواب بنعم فهل؟

بالمشاركة ☐ المقاطعة ☐ لم أقرر بعد ☐

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسةإلى إبراز تأثير البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، ولقد تمحور التساؤل الرئيسي لدراستنا حول:

❖ **كيف تؤثر البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟**

وقد اندرجت تحته مجموعة من الأسئلة الفرعية تمثلت في:

- ✓ ماهي عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية؟
- ✓ ما هي دوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية؟
- ✓ ما هي الإشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيون من مشاهدة البرامج الحوارية؟
- ✓ ما هي الانعكاسات التي تخلفها البرامج الحوارية على الوعي السياسي للطلبة؟

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث تقوم على وصف وتفسير الظاهرة محل الدراسة وذلك باستخدام المنهج الوصفي وبالاعتماد على أداة الاستبيان كأداة رئيسية على عينة قوامها 100 مفردة وهدفنا من خلال دراستنا إلى:

- ✓ تحديد عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية
- ✓ معرفة الإشباعات والرغبات المحققة من خلال متابعة البرامج الحوارية.
- ✓ محاولة حصر تأثيرات مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مستوى الوعي السياسي لديهم.

وتوصلنا في نهاية دراستنا إلى جملة من النتائج أهمها:

- ✓ أغلب الطلبة الجامعيين أحيانا ما يشاهدون البرامج الحوارية.
- ✓ أغلب الطلبة يفضلون متابعة البرامج الحوارية في فترة السهرة.
- ✓ أوضحت النتائج أن القناة الفضائية الخاصة التي يفضل الطلبة متابعة برامجها الحوارية هي قناة الشروق news بالدرجة الأولى تليها قناة البلاد بنسبة 33.07%
- ✓ البرنامج الحواري المفضل للطلبة هو الجزائر هذا المساء بقناة الشروق news.
- ✓ البرامج الحوارية تساهم في تنمية معارف الطلبة سياسيا.
- ✓ الأغلبية الساحقة من الطلبة يرون أن مضامين البرامج الحوارية مسايرة للتطورات الحاصلة على الساحة السياسية.

Resume

This study aims at highlighting the impact of talk shows broadcast by the Algerian private channels on the political awareness of Algerian students at the university of Jijel. The main question of the study is:

- **How do the talk shows of the Algerian private news channels impact the political awareness of the Algerian university students?**

The study also included a number of sub-questions:

- What watching habits and styles do the students adopt in watching talk shows?
- What are the students' motives behind watching talk shows?
- What do the university students benefit from watching talk shows?
- What are the outcomes of watching these talk shows on the awareness of the students?

The study provides a descriptions and interpretation of the phenomenon in question using a descriptive method. The data used in the study were collected by means of a questionnaire. The questionnaire was administered to sample of 100 students in order to achieve the following aims:

- To identify the different habits and styles adopted by the university students in watching talk shows.
- To find out the benefits the students get from watching these talk shows.
- To highlight the impact of these talk shows on the political awareness of the Algerian university students.

The findings of the study show that:

- ✓ Most of the university students sometimes watch talk shows on Algerian channels.
- ✓ Most of the university students prefer to watch these shows in the evening.
- ✓ The most popular Algerian private channel among the students is Echorouk News followed by El Bilad channel.
- ✓ The most popular talk show among the students is "Algeria this Evening" on Echorouk News.
- ✓ Most students believe that the contents of these talk shows keeps pace with the current developments in politics.