

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: الاتصال و العلاقات العامة

إشراف الأستاذة:

- سليمانى ليلى

إعداد الطالبتين:

- بن حمدون كوثر

- زغواني أنفال السعدية

الموسم الجامعي:

1439 - 1440 هـ / 2018 - 2019

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على أشرف الانبياء المرسلين، سيدنا محمد و على آله و أصحابه و من تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

يسعدنا بعد حمد الله و شكره و الثناء لما خصنا به من امتنان و توفيق لنا في إنجاز هذا العمل، نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة سليمان ليلى التي رافقتنا في مختلف مراحل هذه الدراسة بالتوجيه و النصح و الإرشاد.

كما نتقدم بجزيل الشكر لكل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل، من قريب أو من بعيد جزاكم الله كل خير.

إهداء

إلى روح والدي، أختي و جدتي تغمدهم الله بواسع رحمته و أسكنهم فسيح جناته.

إلى والدتي الغالية مع طلب الرضا.

إلى إخواني و أخواتي.

إلى كل أفراد عائلتي.

إلى صديقتي و رفيقة دربي زغواني أنفال السعدية

و إلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد.

أهدي هذا العمل.

إهداء

إلى حبيبتي الغالية و قدوتي في الحياة والديتي "بوزيد مليكة" حفظها الله ورعاها وأدامها تاجا
فوق رؤوسنا.

إلى سندي في الحياة والدي "زغواني عبد الرزاق" حفظه الله و أطال في عمره.

إلى أخوايا العزيزين، وسنديا في هذه الحياة "حسام الدين" و "معتز بالله" حفظهما الله.

إلى من ساهما في تربيتي والسهر على راحتي بعد والداي، جدي و جدي أطال الله في عمرهما .

إلى صديقتي العزيزة وزميلة مشواري الجامعي "بن حمدون كوثر".

إلى كل من وقف جانبي في هذه الحياة من أهل و أحباب.

زغواني أنفال السعدية

الملخص

تهدف الدراسة إلى معرفة أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات الطلبة الجامعيين من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية شملت طلبة كليتي العلوم الاجتماعية و الإنسانية و كذا كلية الحقوق و العلوم السياسية، و قد انطلقت هذه الدراسة من إشكالية التالية: هل تؤثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية؟،

تلتها تساؤلات فرعية تم اختبارها في استمارة الاستبيان و التي احتوت على ثلاث محاور:

- مدى اهتمام طلبة جامعة غرداية بمشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية

- تقييم طلبة جامعة غرداية للبرامج السياسية كمصدر لمعلوماتهم السياسية

- مدى ثقة طلبة جامعة غرداية في مضامين البرامج السياسية

- بالإضافة إلى عنصر البيانات الشخصية.

و قد تم الاعتماد على العينة القصدية في اختيار عينة الدراسة و اتبعنا المنهج الوصفي، و بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 50 استمارة على أفراد العينة من الكليتين، و تم استرجاع 49 استمارة صالحة لأغراض الدراسة.

و قد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- أن طلبة الجامعة يهتمون بمشاهدة البرامج السياسية بدرجة متوسطة.

- أن مضامين البرامج السياسية أحيانا ما تؤثر على آراء و اتجاهات أفراد العينة.

- أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة البرامج السياسية الإخبارية و البرامج السياسية الحوارية، كما أن أكثر القضايا التي تشد اهتمامهم هي القضايا الوطنية.

- البرامج السياسية تزودهم بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية بدرجة متوسطة، كما أن أفراد العينة يعتمدون بشكل متوسط على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة.

- مستوى ثقة أفراد العينة في مضامين البرامج السياسية كان متوسط.

Abstract

This study aimed to identify the impact of watching political tv programs in the attitudes of the university students, through conducting a field study on a sample of students of Univeristy of Ghardaia including two faculties which are Faculty of Social and Human Sciences and Faculty of Law and Political Sciences.

The problem of the study was as follows : How the viewing of political programs affect the attitudes of the students of Ghardaia University ? Followed by sub-questions that were tested in the questionnaire which included : (The extent of interest of students of Ghardaia's University in watching the political TV programs, The evaluation of the students of Ghardaia's University for the political TV programs as a source of their political information, The degree of confidence of the students of Ghardaia's University in the contents of political programs and the personal data element.

A purposive sample of 50 students was selected, we used the descriptive approach which helps to achieve the objectives of the study, We questioned 50 students from the two Faculties, 49 were retrieved and one was not valid for study.

The study has reached the following results:

- University students are interested in watching political TV programs to a medium degree.
- The contents of political TV programs sometimes affect the opinions and attitudes of the sample members.

- Most respondents prefer to watch political news programs and political dialogue programs, and the most issues which attract their attention are the national ones.
- Political TV programs provide them with sufficient information on political topics to a medium degree, and They rely moderately on political programs in forming their own views on public issues on the formation of their own opinions on public issues.
- The level of confidence of respondents in the contents of political TV programs was average.

الكلمات الدالة: الأثر، البرامج السياسية ، الاتجاهات، الطلبة.

The impact, The political TV programs, Attitudes, Students.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
17	1- إشكالية الدراسة
18	2- تساؤلات الدراسة
18	3- أهداف الدراسة
18	4- أهمية الدراسة
18	5- أسباب اختيار موضوع الدراسة
19	6- حدود الدراسة
19	7- منهج الدراسة
20	8- أدوات الدراسة
21	9- مجتمع و عينة الدراسة
22	10- مفاهيم الدراسة
25	11- الدراسات السابقة
29	12- التعقيب على الدراسات السابقة
الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية و الإعلام السياسي و ماهية الاتجاهات	

33	تمهيد
34	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للبرامج التلفزيونية
34	المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية
36	المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية ... قوالبها و مكوناتها
42	المطلب الثالث: أهداف البرامج التلفزيونية و مقومات نجاحها
48	المبحث الثاني: ماهية الإعلام السياسي
48	المطلب الأول: مفهوم و بدايات الإعلام السياسي
50	المطلب الثاني: خصائص الإعلام السياسي
51	المطلب الثالث: وظائف و أهداف الإعلام السياسي
55	المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات
55	المطلب الأول: تعريف الاتجاهات و المفاهيم المشابهة لها
61	المطلب الثاني: خصائص و أنواع الاتجاهات
63	المطلب الثالث: المراحل و العوامل المؤثرة تكوين الاتجاهات
66	المطلب الرابع: دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات
68	خلاصة
الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية	
70	1- نبذة تاريخية عن جامعة غرداية
71	2- الهيكل التنظيمي لجامعة غرداية

72	3- التحليل الكمي و الكيفي للبيانات
134	4- نتائج الدراسة
139	خاتمة
140	قائمة المراجع
148	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	الجدول رقم (01): يمثل تقسيم الكليات و الأقسام في جامعة غرداية	72
02	الجدول رقم (02): يمثل معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان	73
03	الجدول رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الجنس	73
04	الجدول رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب السن	74
05	الجدول رقم (05): يوضح توزيع العينة حسب الكلية	75
06	الجدول رقم (06): يوضح توزيع العينة حسب التخصص	76
07	الجدول رقم (07): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية	78
08	الجدول رقم (08): يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية	79
09	الجدول رقم (09): يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها	80
10	الجدول رقم (10): يمثل نوع القضايا التي تشد اهتمام الطلبة	81
11	الجدول رقم (11): يمثل القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها	82
12	الجدول رقم (12): يمثل سبب انجذاب الطلبة لمتابعة البرامج السياسية	83

84	الجدول رقم (13): يمثل مناقشة الطلبة مضامين البرامج السياسية مع الآخرين	13
85	الجدول رقم (14): يوضح تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية	14
86	الجدول رقم (15): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة	15
87	الجدول رقم (16): يمثل تأثير البرامج السياسية في صناعة الرأي العام	16
88	الجدول رقم (17): يمثل تمتع البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية	17
89	الجدول رقم (18): يمثل تمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة	18
90	الجدول رقم (19): يمثل اهتمام البرامج السياسية بتغطية القضايا السياسية الراهنة	19
91	الجدول رقم (20): يمثل تقييم الطلبة لأسلوب طرح و مناقشة هذه البرامج	20
92	الجدول رقم (21): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية حسب متغير الجنس	21
93	الجدول رقم (22): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية حسب متغير الجنس	22

94	الجدول رقم (23): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية حسب متغير التخصص	23
95	الجدول رقم (24): يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية حسب متغير الجنس	24
96	الجدول رقم (25): يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية حسب متغير السن	25
97	الجدول رقم (26): يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية حسب متغير التخصص	26
99	الجدول رقم (27): يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها حسب متغير الجنس	27
100	الجدول رقم (28): يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها حسب متغير السن	28
101	الجدول رقم (29): يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها حسب متغير التخصص	29
103	الجدول رقم (30): يمثل نوع القضايا/البرامج السياسية التي تشد اهتمام الطلبة حسب متغير الجنس	30
104	الجدول رقم (31): يمثل نوع القضايا/البرامج السياسية التي تشد اهتمام الطلبة حسب متغير السن	31
106	الجدول رقم (32): يمثل نوع القضايا/البرامج السياسية التي تشد اهتمام الطلبة حسب متغير التخصص	32

107	الجدول رقم (33): يمثل نوع القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها حسب متغير الجنس	33
108	الجدول رقم (34): يمثل نوع القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها حسب متغير السن	34
109	الجدول رقم (35): يمثل نوع القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها حسب متغير التخصص	35
110	الجدول رقم (36): يمثل سبب انجذاب الطلبة للبرامج السياسية حسب متغير الجنس	36
111	الجدول رقم (37): يمثل سبب انجذاب الطلبة للبرامج السياسية حسب متغير السن	37
112	الجدول رقم (38): يمثل سبب انجذاب الطلبة للبرامج السياسية حسب متغير التخصص	38
114	الجدول رقم (39): يمثل مناقشة الطلبة لمضامين البرامج السياسية مع الآخرين حسب متغير الجنس	39
115	الجدول رقم (40): يمثل مناقشة الطلبة لمضامين البرامج السياسية مع الآخرين حسب متغير السن	40
116	الجدول رقم (41): يمثل مناقشة الطلبة لمضامين البرامج السياسية مع الآخرين حسب متغير التخصص	41
117	الجدول رقم (42): يمثل تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية حسب متغير الجنس	42

118	الجدول رقم (43): يمثل تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية حسب متغير السن	43
119	الجدول رقم (44): يمثل تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية حسب متغير التخصص	44
120	الجدول رقم (45): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة حسب متغير الجنس	45
121	الجدول رقم (46): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة حسب متغير السن	46
123	الجدول رقم (47): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة حسب متغير التخصص	47
124	الجدول رقم (48): يمثل تأثير البرامج السياسية في صناعة الرأي العام حسب متغير الجنس	48
125	الجدول رقم (49): يمثل تمتع البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية حسب متغير الجنس	49
126	الجدول رقم (50): يمثل تمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة حسب متغير الجنس	50
127	الجدول رقم (51): يمثل تغطية البرامج السياسية للأحداث الراهنة حسب متغير الجنس	51
128	الجدول رقم (52): يمثل تقييم الطلبة لأسلوب طرح و مناقشة هذه البرامج حسب متغير الجنس	52

129	الجدول رقم (53): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة أهتم بالمناقشات التي تدور بين الضيوف في البرامج السياسية	53
130	الجدول رقم (54): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة دفعني البرامج السياسية إلى الرغبة في التفاعل و المشاركة السياسية في المجتمع الذي أعيش فيه	54
130	الجدول رقم (55): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة ساهمت البرامج السياسية في إعادة تشكيل اتجاهاتي نحو قضية معينة أو شخصية سياسية معينة	55
131	الجدول رقم (56): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة تؤثر أفكار و آراء ضيوف البرامج السياسية على ثقافتني السياسية	56
132	الجدول رقم (57): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة تعدل البرامج السياسية من أفكاري و اتجاهاتي السياسية	57
132	الجدول رقم (58): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة تتوافق آرائني في كثير من الأحيان مع مضامين البرامج السياسية التلفزيونية	58
133	الجدول رقم (59): يمثل اتجاه المبحوثين نحو عبارة أثق بمضامين ما تقدمه هذه البرامج السياسية	59

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
74	الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
75	الشكل رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب السن	02
76	الشكل رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الكلية	03
77	الشكل رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب التخصص	04

مقدمة

يشهد العالم في عصرنا الحالي العديد من التطورات و التغيرات السياسية، و قد أبرز هذا مكانة و سرعة وسائل الإعلام في نقل هذه الأحداث و الوقائع بين شعوب العالم و الاطلاع عليها بشكل متواصل، وعلى غرار هذه الدول تشهد الجزائر هي الأخرى مسارا سياسيا جديدا، وقد أدى هذا على تحفيز وسائل الإعلام الوطنية كانت أو العربية أو حتى الغربية في تغطية الأحداث من كافة جوانبها دون انقطاع لضمان مصداقية وحداثة الأخبار ، بحيث احتل التلفزيون مرتبة عالية في المتابعة و نقل كل ما تبثه الفضائيات الوطنية من برامج سياسية، والتي تعددت مضامينها و أهدافها و كثر عددها و اختلفت في توصيل رسائلها للأحداث و الوقائع ، مما نتج عنه من اختلاف وتنوع في التوجهات و الآراء بين الأفراد والجماعات وبالأخص الطلبة الجامعيين الذين ظهر نشاطهم و حراكهم السياسي كبادرة و ردة فعل غير مسبوقه منهم ، فالإنسان بطبعه يتأثر ببيئته الاجتماعية و السياسية و الثقافية و يتفاعل معها و التي تساهم في بناء قيمه و سلوكاته و اتجاهاته، و مع زيادة وعي الفرد و توسع مناطق إدراكه و تأثره بالمثيرات المختلفة المحيطة به تتغير و تتطور اتجاهاته و آرائه تجاه المسائل و القضايا الموجودة في مجتمعه، و بظهور وسائل الاعلام خاصة التلفزيون و تطورها و تعدد وظائفها و خدماتها فقد أخذت دوراً هاماً في بناء و تشكيل الاتجاهات السياسية و الاجتماعية للأفراد. لذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر مشاهدة البرامج السياسية في تشكيل الاتجاهات السياسية للطلبة الجامعيين و قيمهم و سلوكياتهم خاصة في ظل الأحداث السياسية التي تعيشها الجزائر و العالم و التغيرات الحاصلة في المجتمعات، و من هذا المنظور قسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول ، تمثلت في الإطار المنهجي ، الإطار النظري ، و الإطار الميداني، وقد جاءت على النحو التالي: الفصل الأول وهو الإطار المنهجي للدراسة و الذي تضمن العناصر التالية: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها ثم أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار موضوع هذه الدراسة عنها، كذلك تحديد مفاهيم ومصطلحات هذه الدراسة ، بالإضافة إلى تحديد منهج و أداة الدراسة، تحديد مجتمع وعينة الدراسة ، معرفة حدود الدراسة مع توظيف الدراسات السابقة وكذا التعقيب على الدراسات السابقة.

أما من ناحية الإطار النظري فقد تضمن على ثلاثة مباحث ، حيث جاء المبحث الأول تحت عنوان مدخل مفاهيمي للبرامج التلفزيونية و احتوى على ثلاثة عناصر الأول تمثل في تعريف البرامج

التلفزيونية و الثاني في أنواع البرامج التلفزيونية ... قوالها و مكوناتها و العنصر الثالث تمثل في أهداف ومقومات نجاح البرامج التلفزيونية ، أما بالنسبة للمبحث الثاني ف جاء تحت مسمى ماهية الإعلام السياسي وقد احتوى على: العنصر الأول مفهوم وبدائيات الإعلام السياسي أما العنصر الثاني فهو الإعلام السياسي خصائصه، و العنصر الثالث وظائفه و أهدافه.

أما المبحث الثالث ف جاء تحت عنوان ماهية الإتجاهات ، حيث تضمن أربعة عناصر تمثلت في : تعريف الإتجاهات و المفاهيم المشابهة لها ، ثانيا خصائص و أنواع الإتجاهات ، ثالثا المراحل و العوامل المؤثرة في تكوين الإتجاهات ، وأخيرا دور وسائل الإعلام في تكوين الإتجاهات.

أما بالنسبة للفصل الثالث و الذي جاء كإطار ميداني للدراسة ، تناولنا في هذا الفصل أداة الدراسة و عينتها والتحليل الكمي و الكيفي لبيانات نتائج الإستمارة بإستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS وأخيرا نتائج الدراسة وخاتمة و قائمة المراجع و الملاحق.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

أسباب اختيار موضوع الدراسة

حدود الدراسة

منهج وأداة الدراسة

أدوات الدراسة

مجتمع وعينة الدراسة

مفاهيم الدراسة

الدراسات السابقة

التعقيب على الدراسات السابقة

اشكالية الدراسة:

يعبر التلفزيون وسيلة إعلامية هامة فيما يتعلق بالحقل السياسي، ففي الآونة الأخيرة و مع التطورات السياسية الحاصلة في العالم أصبح له سلطة سياسية تجعل المجتمعات مطلعة على واقع مختلف المسائل و القضايا السياسية. و قد اكتسبت البرامج السياسية مكانة بارزة في نقل الخطاب السياسي و توفير منصة حوار للجمهور بين مختلف أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى، و نظراً لأهمية البرامج السياسية أصبح الساسة و صناع القرار يتسابقون على هذه البرامج لتسويق و نشر رسائلهم و آرائهم و اتجاهاتهم لمختلف شرائح المجتمع، هذا ما عزز من أهمية هذا النوع من البرامج و ما دفع بالباحثين في مجالات الاعلام و الاتصال بالحرص على دراسة التأثيرات السياسية و الاجتماعية لهذه البرامج.

و بشكل عام، القضايا السياسية التي تم الجمهور عادة ما تكون موضوعاً للمناقشة في البرامج السياسية، و ما يميز هذه البرامج القائمة على المناقشة عن التغطية الإخبارية و التقارير و النشرات طريقة اتصالاتها، فخلافاً للتقارير الإخبارية تقدم هذه البرامج المعلومات بطريقة تفاعلية تضمن للمشاهدين التفاعل مع مضمون البرنامج، و هذا ما يُمكن جمهور المشاهدين من فهم جوانب عديدة من القضايا المطروحة ما ينمي فيهم الوعي السياسي و إدراك ما يحصل من حولهم و هذا ما يعزز دور و تأثير البرامج السياسية في بناء الآراء و عملية تكوين الاتجاهات هذه الأخيرة التي تعتبر من أهم المسائل التي اهتم بدراستها الباحثين العلميين في مختلف المجالات، لمعرفة الأسباب و العوامل التي تجعل الناس تطرح رأي معين أو تبدي اتجاه محدد نحو العديد من القضايا التي تحصل في المجتمع، و عملت هذه الدراسة على معرفة ما اذا كانت البرامج السياسية فعالة في بناء الاتجاهات و تغييرها و مدى تأثير الطلبة بالمسائل و القضايا و مختلف الآراء المطروحة، و من هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف تؤثر مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية؟

تساؤلات الدراسة:

- ما مدى اهتمام طلبة جامعة غرداية بمشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية؟
- كيف يقيم طلبة جامعة غرداية البرامج السياسية كمصدر لمعلوماتهم السياسية؟
- ما مدى ثقة طلبة جامعة غرداية في مضامين البرامج السياسية؟

أهداف الدراسة:

- الكشف عن مدى حرص الطلبة الجامعيين على متابعة آخر الأحداث و المستجدات في الساحة السياسية.
- معرفة مدى تأثر الطلبة بالقضايا و المسائل السياسية التي تطرحها البرامج السياسية.
- معرفة الدور الذي تلعبه البرامج السياسية في عملية بناء و تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

أهمية الدراسة:

- إلقاء الضوء على أهمية الاعلام السياسي و الدور الذي يلعبه في التأثير على الاتجاهات من البرامج التلفزيونية السياسية، و لكون البرامج ذات الطابع السياسي أصبحت تشغل حيزاً كبيراً في ساعات البث اليومية للقنوات التلفزيونية نظراً للمتغيرات و التحولات التي تشهدها الساحة السياسية الجزائرية و العالمية.

و تكمن أهمية دراستنا هذه في أنها تدرس قضية من قضايا الإعلام و هي تشكيل الاتجاهات السياسية لدى فئة مهمة من المجتمع و هي فئة الطلبة الجامعيين و معرفة مدى اقتناعهم بما تقدمه مضامين البرامج السياسية و مدى فعاليتها في التأثير على آرائهم و معتقداتهم و اتجاهاتهم.

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

أسباب موضوعية:

- الأحداث و التغيرات التي تشهدها الساحة السياسية الجزائرية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- معرفة مدى الأثر الذي تحدثه مضامين البرامج السياسية على اتجاهات الطلبة الجامعيين.

الأسباب الذاتية:

- الاهتمام و البحث في المواضيع ذات الأبعاد السياسية.

- الرغبة في معرفة مدى اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا و المواضيع السياسية.

حدود الدراسة:

الحدود البشرية: أي الأفراد الذين شملتهم هذه الدراسة و هم طلبة كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية و طلبة كلية الحقوق و العلوم السياسية.

الحدود المكانية: جامعة غرداية.

الحدود الزمانية: طُبقت هذه الدراسة في الفصل الثاني من الموسم الجامعي 2018 / 2019 م.

منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه مجموعة من الإجراءات الذهنية التي يتمثلها الباحث مقدماً للوصول إلى المعرفة التي سيحصل عليها من أجل التوصل إلى حقيقة مادة البحث. (1)

و يعرفه ابن خلدون بأنه عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة العلمية موضوع الدراسة و التحليل. (2)

و من خلال التعريفات السابقة يتضح لنا بأن المنهج هو عبارة عن خطوات و إجراءات علمية منظمة يعتمد عليها الباحث من أجل الوصول إلى الحقيقة.

(1) محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2011، ص 29.

(2) أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009، ص 12.

و في بحثنا هذا اعتمدنا على المنهج الوصفي، حيث يعد أكثر مناهج البحث ملاءمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره و استخلاص سماته⁽¹⁾، و يتضمن جمع البيانات من أجل فحص النظريات أو الإجابة على أسئلة تهتم بالوضع الحالي للفئات المدروسة.⁽²⁾

و تعرف البحوث الوصفية بأنها الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها في بيئتها و المجال العلمي الذي تنتمي إليه، و تصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث.⁽³⁾

أدوات الدراسة:

الإستبيان:

اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع المعلومات عن آراء أفراد العينة حول مشاهدة البرامج السياسية و تأثيراتها على الطلبة و مواقفهم و اتجاهاتهم.

و يعرف الإستبيان أو الإستبانة بأنها تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة.

و يأخذ الإستبيان عدة أسماء منها: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبار و يقابلها في اللغة الفرنسية مصطلحي Sondage أو Questionnaire.⁽⁴⁾

(1)عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار التميز، دمشق، ط2، 2004، ص 06.

(2)منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2007، ص 133.

(3)منال هلال المزاخرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة، ط1، عمان، 2014، ص 309.

(4)أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010، ص

و تكونت استمارة الاستبيان من ثلاث محاور بين أسئلة مغلقة و أخرى مفتوحة، حيث أعطي للطالب الحرية للاختيار بين عدة خيارات و كذا إعطاء آرائهم فيما يخص الأسئلة المفتوحة. تم عرض الاستمارة على خمسة من المحكمين من دكاترة و أستاذة الإعلام و الاتصال هم: الأستاذة فريجات نسبية، دكتورة قلاعة كريمة، دكتور قشار بكير، دكتور كانون جمال و الأستاذ طواليبة محمد. بالكلية من أجل التأكد من صياغة الأسئلة و مدى دقتها و ملائمتها لموضوع الدراسة، و تم تعديل الاستمارة في ضوء الملاحظات المقدمة من طرف الأستاذة المحكمين و كذا الأستاذة المشرفة ليتم تصميمها بشكل نهائي و توزيعها على عينة الدراسة و تم التوزيع النهائي للاستبيان في شكله النهائي وفقاً لعينة البحث المقدرة بـ 50 مفردة، حيث تم استرجاع 49 و إلغاء استمارة واحدة بسبب عدم إجابة المبحوث عن بعض الأسئلة و بالتالي لم تفي بغرض الدراسة. و تكونت محاور الاستبيان على:

المحور الأول: مدى اهتمام الطلبة بمشاهدة البرامج السياسية

المحور الثاني: تقييم الطلبة للبرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية

المحور الثالث: مدى ثقة الطلبة في مضامين البرامج السياسية

مجتمع و عينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يُعرف بأنه جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.⁽¹⁾ و يضم المجتمع الأصلي للبحث طلبة كلية الاجتماعية و الإنسانية و طلبة كلية الحقوق و العلوم السياسية في الموسم الجامعي 2018 / 2019.

(1)نادية عاشور و آخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر و التوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 226.

العينة:

هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختياراً عشوائياً أو منتظماً، بأسلوب العدد العشوائي أو تحكيمياً قصدياً ليشكل الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة.⁽¹⁾

وقد اخترنا نوع العينة على حسب الظروف و الإمكانيات المتوفرة .وعلى حسب ظروف الوقت و الجهد ،وقد إعتدنا على العينة القصدية في إختيار أفراد العينة .

حيث شملت العينة 50 طالبا وطالبة ، لكل من كليتين : كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، وكلية الحقوق والعلوم السياسية، موزعين على كل من التخصصات التالية:تخصص إتصال وعلاقات عامة، تخصص تنظيم إداري وسياسي، تخصص الحقوق، علم النفس المدرسي و علم الاجتماع. وقد اختيروا من هذه الفئة الدراسية نظرا لتوافقهم مع موضوع الدراسة و كذا لكونهم في هذه المرحلة العمرية التي تمثل النضج لدى الشباب بشكل عام ولدى الطلبة بشكل خاص من خلال وعيهم واطلاعهم ودراساتهم وثقافتهم السياسية والاجتماعية.

و العينة القصدية هي التي تتضمن أفراداً أو عناصر مختارين على أساس خصائص و صفات محددة، و لا تتعامل مع أولئك الذين لا تنطبق عليهم تلك المعايير.⁽²⁾

مفاهيم الدراسة:

1. الأثر:

لغة: جاء تعريفه في المعجم الوسيط أثر فيه: بمعنى ترك فيه أثراً، تأثر بالشيء: ظهر فيه الأثر، و بالشيء: تطبع به، و الشيء: تتبّع أثره. و الأثر: العلامة، و أثر الشيء: بقيته.⁽³⁾

(1) أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص ص 169-170.

(2) روجر وجر، جوزيف دومينيك: ت : صالح أبو أصعب، فاروق أبو منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2013، ص ص 177-178.

(3) إبراهيم أنيس و آخرون: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية، 2004، ص 05.

اصطلاحاً: حسب سعيد بومعيزة فالأثر " هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور و وسائل الإعلام، و تتميز العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، و ليس بالضرورة التأثير عليهم، و من جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام و يتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية و النفسية و الاقتصادية و الثقافية و هذا وفقاً للقيمة التي تحملها هذه المحتويات." (1)

لا يخرج استعمال الأثر على المعاني اللغوية للدلالة على بقية الشيء أو ما يترتب على الشيء والتأثير فيه، فهو تغير الآراء والاتجاهات من خلال حدوث أثر واستجابة مستهدفة من عملية الاتصال، والتي تتفق مع الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال وعادة ما يكون الهدف من الوعي المرسل أو القائم بالاتصال بتوقع تحقيقه من طرف المستقبل المتلقي، (2) و قد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي، و يتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار و المعلومات و الترفيه و الاقناع و تحسين الصورة الذهنية. (3)

التعريف الإجرائي: هو الاستجابة و رد الفعل الذي تحدثه البرامج السياسية على طلبة جامعة غرداية و يظهر ذلك من خلال سلوكياتهم و مواقفهم و آرائهم المتبناة.

2. البرامج التلفزيونية السياسية:

(1) سعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006، ص 29-30.

(2) سلامي خولة و آخرون: أثر الإشهار التلفزيوني على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2017، ص 09.

(3) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998، ص 52.

هي البرامج التي تتناول المواضيع المتخصصة و المتعلقة بالسياسة و تتناول مشكلات و قضايا و اهتمامات قطاع جماهيري أو فئة اجتماعية أو طبقات سياسية نخوية و غيرها، من أجل الحوار و طرح النقاشات و تحليل المواضيع و القضايا من مختلف الزوايا المحلية منها و العربية و الدولية. (1)

التعريف الإجرائي: و يقصد بالبرامج السياسية في هذه الدراسة هي التي تعنى بمختلف القضايا و المسائل السياسية التي تتضمنها و تتناولها بالتحليل و المناقشة.

3. الاتجاه:

جاء تعريفه في المعجم الإعلامي لمحمد منير حجاب " بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي و العصبي تولد تأثيراً دينامياً على استجابة الفرد تساعده على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف و مشكلات، و يتأثر بالخبرات التي مر بها الفرد من ناحية و بالسلمات المزاجية من ناحية أخرى. " (2)

التعريف الإجرائي: يقصد بالاتجاه في هذه الدراسة الموقف السياسي أو السلوك السياسي الذي يتخذه أو يتبناه طلبة جامعة غرداية و الذي ينجم عن مشاهدته للبرامج السياسية.

4. الطالب الجامعي:

يعرف عبد الله مُجَّد عبد الرحمان الطلاب " بأنهم مدخلات و مخرجات العملية التعليمية، و هم الحاصلون على ثقافة أكاديمية من الجامعة تؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظيفي في المجتمع يستطيعون من خلاله تحمل مسؤولية القيادة و البناء و التنمية حيث يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب. " (3)

يعرف الطالب الجامعي على أنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية للانتقال من الدرجة الثانوية إلى الجامعة تبعاً لتخصصه ليتحصل في الأخير على شهادة معترف بها. (1)

(1) منصور بن كادي: البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري و دوره في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة، 2015، ص 09.

(2) مُجَّد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص 33.

(3) بن خليفة نوفل، بكار أمينة: دور مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد السادس، فبراير 2019، ص 356.

التعريف الإجرائي: يقصد بالطالب الجامعي في دراستنا هذه مجموع الطالبات و الطلبة الذين يزاولون دراستهم بجامعة غرداية، و الذي ينتمون إلى كليتي العلوم الاجتماعية و الإنسانية و الحقوق و العلوم السياسية

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص و دورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي.⁽²⁾

هدفت الدراسة إلى إبراز الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام من خلال البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي، ومعرفة العلاقة القائمة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص و تنمية الوعي السياسي في الوسط الطلابي الجامعي، و تمثلت الإشكالية العامة للدراسة فيما يلي:

- كيف تساهم البرامج السياسية للإعلام الخاص في تشكيل الوعي السياسي و تنميته لدى الطلبة الجامعيين ؟

أبرز نتائج الدراسة:

- أن نسبة مشاهدة الطلبة للفضائيات الجزائرية الخاصة كانت كبيرة، فقد احتلت قناة الشروق المكانة الأولى بنسبة 77.5%، و جاءت قناة النهار في المركز الثاني بنسبة 70%، و تلتها قناة الجزائرية بنسبة 60%، ما يدل على اعتماد الطلبة الجامعيين على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية و ذلك لتعدد و تنوع هذه البرامج فقد صنفت البرامج السياسية الحوارية كأكثر البرامج جذبا بنسبة 55%، و نسبة 25% للبرامج السياسية المعرفية. كما أن نسبة 80% من أفراد العينة تستقي معلوماتها من برامج الفضائيات الخاصة و يرجع سبب اعتمادها كمصدر لهم لأسلوب الطرح البسيط و التقديم يقرب المفهوم أكثر للعامي.

(1) بخوش وليد، نصيب أسماء: تأثير الفايستوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية و العلوم التربوية، العدد 6 سبتمبر 2017، جامعة العربي بن مهيدي، أبو البواقي، ص 163.

(2) منصور بن كادي: البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري و دوره في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة،

- ترى نسبة 80% من المبحوثين أن للبرامج السياسية للفضائيات الخاصة دور في التوعية و التثقيف السياسي من خلال القضايا و المواضيع ذات الصلة بالواقع السياسي و التي تؤدي الى تشكيل ثقافتهم السياسية، أما نسبة 20% من المبحوثين ترى غير ذلك.
- أن البرامج السياسية لها تأثير على ثقافة الطالب السياسية، لكن يختلف هذا التأثير من طالب لآخر.

الدراسة الثانية: صيفية موسى، أثر مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية على الاتجاهات السياسية للطالب الجامعي.⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية على الاتجاهات الطالب الجامعي، و معرفة أنماط و عادات مشاهدة الطلبة لهذا النوع من البرامج، و دوافع التعرض لها و الاشباعات المحققة من ذلك.

و تناولت الدراسة الإشكالية التالية:

ما هو أثر مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية على الاتجاهات السياسية لطلبة علوم الإعلام و الاتصال؟
و أبرز ما توصلت له الدراسة:

- أن افراد العينة يشاهدون برامج الرأي التلفزيونية بدرجة أكثر من متوسط، حيث بلغت نسبة مشاهدي برامج الرأي من العينة 60% ، و نسبة 10% من يشاهدون برامج الرأي إلا نادراً.
- و ترجع الأسباب الجوهرية للمبحوثين لمتابعة برامج الرأي التلفزيونية إلى أسباب معرفية للإلمام بما يحدث في العالم و البحث عن معلومات و أخبار سياسية عالمية.
- كشفت الدراسة نصف أفراد العينة تساهم برامج الرأي في ترسيخ قيمهم السياسية، بينما نسبة 37% من المبحوثين ترى بأن برامج الرأي تساهم بقدر ضعيف في ترسيخ قيمهم.

(1) صيفية موسى: أثر مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية على الاتجاهات السياسية للطالب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة غرداية، 2017.

- يرى أكثر من 64% من أفراد العينة أن برامج الرأي ساهمت في تشكيل اتجاهاتهم السياسية بشكل متوسط، بينما نسبة 34% كانت بشكل ضعيف، و نسبة 3% لم تساهم في تشكيل اتجاهاتهم السياسية.

- أهم القضايا السياسية التي يناقشها المبحوثين عبر برامج الرأي التلفزيونية هي قضايا الفساد السياسي بنسبة 60% ، ثم قضايا النظم السياسية فقضايا حرية الرأي و التعبير كأقل نسبة بـ 13% من مجموع العينة.

الدراسة الثالثة: صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية.⁽¹⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في التأثير على آراء طلبة الجامعات الفلسطينية و مدى ثقتهم في برامج التلفزيون الفلسطيني كمصدر للمعلومات مقارنة بغيره من الوسائل الإعلامية الفلسطينية، و تناولت الدراسة الإشكالية التالية:

- إلى أي مدى استطاعت البرامج السياسية التي قدمها التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية؟

أهم نتائج الدراسة:

- إن مشاهدة أفراد عينة الدراسة للتلفزيون الفلسطيني تشكل ما نسبته 36.5%.

- يرجع سبب مشاهدة الأفراد للتلفزيون الفلسطيني من أجل الحصول على المعلومات السياسية ومعرفة الأخبار المحلية بنسبة 49.0% ، و يعود سبب عدم مشاهدة الأفراد للبرامج السياسية إلى أنها لا تلبي رغباتهم واهتماماتهم بنسبة 42.01%.

(1)صائب وليد حسن نصر الله: دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا، 2014.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- إن أكثر الأماكن التي يشاهد فيها أفراد عينة الدراسة البرامج السياسية تكون مع الأهل في المنزل بنسبة 86.5%.
- إن سبب اعتماد الأفراد على البرامج السياسية لكونها وسائل إعلامية متاحة لهم بنسبة 49%.
- تساهم البرامج السياسية التي يبثها التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية بدرجة متوسطة.
- إن سبب عدم قدرة البرامج السياسية على تعزيز الوحدة يعود لضعف الإعداد لهذه البرامج وضعف مقدمي هذه البرامج بنسبة 42.9%.
- يوافق الأفراد على قدرة البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني على تعزيز الوحدة الوطنية بنسبة 35% ، كما يفضل أفراد عينة الدراسة من الوسائل الإعلامية (الانترنت) في تعزيز الوحدة الوطنية بنسبة 62.8% .

الدراسة الرابعة: عبد الرزاق مُجَّد أبو جزر، دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة.⁽¹⁾

- هدفت الدراسة إلى قياس تأثير الطلبة الجامعيين في قطاع غزة بما تقدمه الفضائيتين فيما يخص القضايا السياسية و دورهما في تعزيز الوعي السياسي، و معرفة أهمية تأثير الوعي السياسي و انعكاساته على اتجاهاتهم السياسية، وتناولت الدراسة الإشكالية التالية:
- إلى أي مدى ساهمت الفضائيتان الفلسطينيتان في تنمية و تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات بقطاع غزة و تشكيل مواقفهم السياسية؟

و من أبرز نتائج الدراسة:

(1) عبد الرزاق مُجَّد أبو جزر: دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير ، جامعة الأزهر، غزة، 2011.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- كشفت الدراسة أن 62.9% من المبحوثين يحرصون على مشاهدة قناة الأقصى الفضائية، بينما 37.91% يشاهدون قناة فلسطين الفضائية.
- أن 82.32% من أفراد العينة يشاهدون القنوات بدافعية لمتابعة الأخبار و الأحداث الجارية في فلسطين.
- كشفت الدراسة أن 17.83% من أفراد العينة يحرصون على مشاهدة البرامج السياسية في الفضائيتين و كذلك نشرات الأخبار السياسية بنسبة 23.12%.
- يعتقد 59.56% من أفراد العينة ان القنوات الفضائيتين تشكلان عاملا رئيسيا و هاما في تشكيل وعيهم السياسي أحيانا، 25.82% نادرا، 17.58% دائما.
- كشفت الدراسة أن 67.58% من أفراد العينة تزداد معرفتهم بالقضايا الفلسطينية خلال مشاهدتهم للقناتين إلى حد ما، و 19.51% ترى ذلك إلى حد كبير و 13.91% لا تزداد معرفتها بالقضايا الفلسطينية من خلال مشاهدتها للفضائيتين.
- يرى أكثر من 17% من أفراد العينة أن الاهتمام بتغطية الأحداث الجارية في فلسطين تتصدر المرتبة العليا بينما أكثر من 3% من أفراد العينة تهتم بقضايا أخرى.
- كشفت الدراسة أن أكثر من نصف العينة تشاهد النشرات الإخبارية في كلتا الفضائيتين.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- من خلال تناولنا للدراسات السابقة و باعتبارها انطلاقة لموضوع دراستنا هذه، و في ضوء ما سبق عرضه اتضح لنا:
- معظم هذه الدراسات ركزت على وسيلة إعلامية واحدة و هي التلفزيون باعتبارها الوسيلة الأكثر انتشاراً و استعمالاً كما أنها الأقل تكلفة، و درست ما تحدثه من تأثير في الآراء و التوجهات من خلال مضامينها.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- معظم الدراسات السابقة اهتمت بدراسة شريحة الشباب و ركزت خاصة على فئة الطلبة الجامعيين باعتبارها من فئة النخبة في المجتمع و لما لها من قوة تأثير.
- تطرقت هذه الدراسات إلى مدى اهتمام الذي توليه فئة الشباب و الطلبة خاصة بمشاهدة البرامج السياسية
- اهتمت جميع الدراسات بدراسة دور وسيلة التلفزيون في المجال السياسي سواءً على الوعي السياسي، تأثيرها في الآراء و المواقف السياسية أو التغطية الإعلامية لمختلف القضايا السياسية.
- ركزت هذه الدراسات على نسب و دوافع مشاهدة البرامج السياسية بالنسبة للجمهور، و عن مضامينها التي تقوم بعرضها، و مدى قدرة هذه البرامج على تغطية القضايا و المسائل ذات الأبعاد السياسية و التي تمس الحياة الاجتماعية و الاقتصادية التي تثير اهتمامه بشكل عام.

و استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة:

- بلورة موضوع الدراسة و تحديد أهم متغيراتها.
- بناء الإطار المنهجي و النظري للدراسة.
- إعداد أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان.
- فهم العلاقة بين وسائل الإعلام و المجال السياسي و الدور الذي تلعبه في التأثير على الآراء و الاتجاهات.

الفصل الثاني: : البرامج التلفزيونية و الإعلام السياسي و

ماهية الاتجاهات

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للبرامج التلفزيونية

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

تمهيد:

يعتبر التلفزيون من بين الوسائل الإعلامية المؤثرة و المنتشرة بشكل واسع، و مع التطور الذي يشهده العالم ازدادت أهميته كمصدر للمعلومات، من خلال تعدد أنواع و أشكال البرامج التلفزيونية التي تستهدف مختلف شرائح المجتمع و تقديم مضامين و معلومات مختلفة و متجددة و خلق آراء و توجهات لدى المتابعين عن مواضيع و قضايا تثير اهتمامهم.

و من بين البرامج شيوعاً على محطات التلفزيونية في العالم، تشغل البرامج السياسية حيزاً كبيراً في البث التلفزيوني و تجسد هذه البرامج نوعاً من الإعلام يطلق عليه مصطلح الإعلام السياسي حيث يهتم بمناقشة و تحليل القضايا و المسائل السياسية و مواكبة الأنشطة السياسية و تدفق المعلومات من السلطة و صنع القرار في النظام نحو الجمهور و كذلك مشاركة الأفراد في العملية السياسية من خلال التعبير عن آرائهم و وجهات نظرهم، و يهدف الإعلام السياسي بشكل أساسي إلى التأثير على الرأي العام و تشكيل اتجاهات الجمهور و بناء أفكاره وثقافته السياسية.

في هذا الفصل تطرقنا إلى مفاهيم البرامج التلفزيونية، الإعلام السياسي و الاتجاهات.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية:

لتوضيح ماهية البرامج وطبيعة مضامينها وضعت العديد من التعريفات التي تستند أحياناً إلى الوظيفة التي تقوم عليها و أحياناً أخرى تستند إلى القوالب الفنية التي تتخذها من حيث الشكل ومن حيث فئات المشاهدين المستهدفين، وقد تخضع هذه التقسيمات لتقسيمات فرعية أخرى.

قبل التطرق لمفهوم البرنامج التلفزيوني، قمنا بتعريف البرنامج:

يعرف البرنامج لغةً " بأنه الميزانية أو لائحة المنهاج أو خطة لما ستقوم بعمله." (1)

و في تعريفه الإصطلاحي يقصد به " بث مواد و مضامين متنوعة إلى مختلف فئات جماهير المستمعين و المشاهدين، كما تعني بث برامج محددة إلى جمهور محدد من قبل إذاعة محددة، و بمعنى آخر البث الإذاعي هو وحدة الأصوات و الصورة و تشمل مختلف الميادين و خصوصاً ميادين الإعلام." (2)

جاء تعريف البرنامج التلفزيوني في المعجم الإعلامي لمنير محمد حجاب " بأنه عبارة عن فكرة تجسد و تعالج تلفزيونياً باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، و تعتمد أساساً على الصورة المرئية، سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو شرائط VTR، بتكوين و تشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة، و تتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث نلاحظ ألواناً جديدة، و اشكالاً برامجية متميزة من آن لآخر و لا تقف عند حد معين." (3)

و عرفه فاروق ناجي محمود بأنه " رسالة من مرسل عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت)، إلى مستقبل (مشاهد)، تريد أن تحقق أهدافاً محددة عبر معلومات عقلية و

(1) محمد الجفيري: إعداد البرامج الإذاعية و التلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج و التوزيع، د.م.ط، د.ت.ط، ص 11.

(2) حسين دبي الزويني: القنوات الفضائية و الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 24.

(3) محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص 103.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

وجدانية. تناسب ميول و رغبات المستقبل و قدراته العقلية، ترسل بأساليب و طرق تبث الإمتاع و الترويح فيه. " (1)

هي سيل متدفق من المواد المرئية المتتابعة صوتاً و صورة و ذات الأنواع التلفزيونية المختلفة، و لا توجد أية مادة تلفزيونية خارج هذه الأشكال المتدفقة من المواد التلفزيونية. (2)

كما يقصد بالبرامج التلفزيونية مجموعة من الحصص الإخبارية التي يقدمها التلفزيون في فترة زمنية محددة بقصد تنمية المهارات في المجالات الشخصية و الاجتماعية، بهدف تحقيق قدر من الاستقلال و الاعتماد على النفس في المواقف الحياتية المختلفة و هي متنوعة موجهة للكبار و الصغار. (3)

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ أن كل تعريف قد جاء مختلف قليل عن غيره، فهناك من عرفه على أنه فكرة تجسد الواقع، و هناك من أشار له بأنه رسالة من مرسل إلى مستقبل، و هناك من ركز على كونه مادة مرئية تتميز بتتابع الصوت و الصورة و هو ما يميز التلفزيونية كوسيلة إعلامية، و رغم اختلاف هذه التعاريف في مضمونها إلا أنها تشترك في كون البرنامج التلفزيوني يسعى إلى تلبية رغبات الجمهور بطرق و أساليب مختلفة لتحقيق أهداف إخبارية تعليمية، تثقيفية و ترفيهية ...

و يمكن تعريف البرامج التلفزيونية على أنها مجموعة مضامين سمعية بصرية مدعمة بالمؤثرات الصوتية و البصرية تقدم لجمهور معين تلبية لإحتياجاته و إشباع لرغباته، و تتعدد أنواع هذه البرامج بتعدد و تنوع المجالات المختلفة سواء سياسية، اجتماعية، اقتصادية

(1) فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتابته و مقومات نجاحه، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، بغداد، 2008، ص 21-22.

(2) وحيدة بوفدح بديسي، القيم في برامج قناة mbc3 الموجهة للأطفال، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، عدد52، قسنطينة، جوان 2017، ص 505.

(3) كبير حنان: واقع البرامج التلفزيونية في معالجة العنف ضد المرأة، مذكرة ماستر، جامعة مولاي الطاهر، سعيده، 2016، ص 23.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية، قوالبها و مكوناتها:

1- أنواع البرامج التلفزيونية:

1-1 - الأخبار و البرامج السياسية:

تعتبر الأخبار بمثابة نافذة يطل من خلالها المشاهدون على العالم بأسره. و يرى ويلبر شرام " أن الأخبار من العناصر الأساسية لوسائل الإعلام." (1)

وهي البرامج التي تعرض فيه الأخبار بصورة نمطية عرضية، حيث يتم وضع الأخبار أمامه، وقرأها إما أمام الشاشة أو في الإذاعة، ويكون فيها نمط الصوت والهيئة شديدين. (2) و البرامج السياسية في عالم الإعلام الفضائي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وتأجج فيه مواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنها، إن ما يميز هذا النوع من البرامج هو أنها تدافع عن قضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء على ما تدور من أحداث سياسية للبلاد. (3)

1-2 - البرامج الحوارية:

و هي البرامج التلفزيونية التي يستضاف فيها شخص متخصص أو أكثر ليتحدث إلى الناس مباشرة في موضوع معين، و من ذلك الأحاديث السياسية و الاجتماعية ... الخ، و يتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث كما يتوقف على حسن عرض هذا الموضوع و طريقة التحدث إلى المستمعين و المشاهدين. (4)

(1) صباح زين: تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب: الدراما التركية أمودجًا، مذكرة ماستر، جامعة حمه لخضر، الوادي، 2015، ص 52.

(2) مُجّد الجفيري: مرجع سبق ذكره، ص 16.

(3) لمياء سليمان: قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية: دراسة وصفية تحليلية لبرنامج قضايا و آراء على قناة الجزائرية، مذكرة ماستر، جامعة مُجّد خيضر، بسكرة، 2015، ص 40.

(4) عادل بن هداية الله الصمداني: اتجاهات النخبة الأكاديمية السعودية نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، مشروع بحثي ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، 2013، ص 16.

1-3- برامج الندوات و المناقشات:

هي البرامج التي تلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المتخصصين لبحث موضوع معين و تناوله من كافة جوانبه، سواء اتفقت آراء المشاركين و وجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم.⁽¹⁾

1-4- البرامج الوثائقية:

و هي برامج إخبارية في صورة عرض أخبار وثائقية يتم فيها استعراض موضوعات من الماضي أو موضوعات حالية مناسبة للخبر ما.⁽²⁾ و يعتمد البرنامج الوثائقي على حقيقة كاملة تعززها الأدلة الوثائقية و السجلات المكتوبة و المصادر الموثوقة و المقابلات المعاصرة.⁽³⁾ و هي تلعب دوراً في زيادة تفهم الجماهير عن طريق تفسير الماضي و تحليل و توقع المستقبل.⁽⁴⁾

1-5- البرامج الدينية:

هذه البرامج تقدم حلقات حوارية و تستضيف علماء دين، و منها ما يقدم أجوبة على أسئلة المتصلين عبر الهاتف أو الفاكس و منها برامج تسجيلية أو بث مباشر بين المذيع و ضيفه و المواطنين. و تساعد هذه البرامج على التوعية و التثقيف الجماهيري، كما أنها تحمل رسالة الدفاع عن الإسلام كدين تسامح و اعتدال.⁽⁵⁾

1-6- البرامج التعليمية:

-
- (1) أميرة الحسيني: فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، 2005، ص 187.
 - (2) فارس عطوان: الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، دار أسامة، ط1، عمان، 2009، ص 143.
 - (3) حسن علي مُجّد: مقدمة في الفنون الإذاعية و السمعية، الدار العربية للنشر و التوزيع، ط2، القاهرة، 2012، ص 116.
 - (4) روبرت هيلارد: الكتابة للتلفزيون و الإذاعة و وسائل الإعلام الحديثة، ت: مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2014، ص 233.
 - (5) فارس عطوان: المرجع سبق ذكره، ص 144.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

تقدم هذه البرامج على شكل مناهج دراسية سواء لمراحل محددة من التعليم الرسمي في الدولة، و كأنه مدرس خصوصي يساعد الطلبة على استيعاب ما فاتهم في الفصل الدراسي، أو يقدم مناهج تعليمية لإتقان حرفٍ معينة. (1)

1-7- برامج المرأة:

تكون برامج المرأة على شكل أخبار أو ندوات داخل الأستديو، و تحاول بطريقة أو بأخرى أن تغطي دور المرأة في مجالات الحياة المختلفة كالسياسة و الأدب و الصحافة و قضايا اجتماعية أخرى، تخصص هذه البرامج أيضا لأخبار الموضة و أدوات التجميل، التدابير المنزلية و غير ذلك. (2)

1-8- برامج المنوعات و الموسيقى:

هي برامج الحركة و التنوع ما بين فنون الموسيقى و الإكروبات و الإستعراضات و المشاهد الدرامية و المواقف الضاحكة، تهدف إلى تقديم الإمتاع و التسلية. (3) و تقوم هذه البرامج على مهارة المشتركين فيها، كما أن الأغاني و الموسيقى الراقصة يمكن أن تلقى اقبالاً كبيراً لدى المشاهدين إذا ما قدمت تقديماً جيداً، و يمكن أن توضع البرامج الموسيقية و برامج المنوعات ضمن البرامج الذي يقوم بتقديمها القائمون على الفضائيات بصفة منتظمة كالمسلسلات و البرامج الوثائقية ... (4)

1-9- برامج الأطفال:

(1) نبيل راغب: العمل الصحفي المقروء و المسموع و المرئي، الشركة المصرية العالمية للنشر- لونغمان، ط1، 1999، ص 503.

(2) صباح زين: مرجع سبق ذكره، ص 55.

(3) داليا كمال الدين عمر مالك، نهي حسب الرسول أحمد، الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية، مجلة العلوم

الإنسانية، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، مجلد 17، العدد 3، سبتمبر 2016، ص 134.

(4) فارس عطوان، مرجع سبق ذكره، ص 144.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

و هي البرامج التي تهتم بالأطفال، و كيفية توجيهك بكلامك إليهم، و من أمثلة ذلك أن تجعل الأطفال هم الذين يقدمون تلك البرامج⁽¹⁾، مثل برامج المسابقات و أفلام الرسوم المتحركة و أفلام الكارتون و برامج هدايا الأطفال و كل ما يبعث فيهم المتعة و الفرح.⁽²⁾

1-10- البرامج الثقافية:

وهي البرامج التي تهدف إلى تزويد المشاهدين بالمعارف والمعلومات و العلوم في مختلف مجالات الحياة، و تساعدهم على تكوين المواقف الفكرية والعاطفية اللازمة لحركة المجتمع و التلاؤم معه ، و تتميز هذه البرامج بالتجديد و التبسيط في تقديم ثمرات الفن و العلم على أوسع نطاق و في أرحب دائرة دون أن يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الإنتاج الثقافي، إلا دفعا لها إلى مزيد من التفوق و الإجابة.⁽³⁾

1-11- برامج الشباب و الرياضة:

و هي تقدم كل ما يهم الشباب من قضايا و مشكلات، من خلال استطلاع آراء الخبراء و أهل الاختصاص في علم النفس و الاجتماع و الطب و الرياضة و غيرها من المجالات.⁽⁴⁾

1-12- الدراما التلفزيونية:

المسلسل التلفزيوني هو سلسلة حلقات درامية متتابعة تذاع على التلفاز في معظم الأحيان مقسمة لحلقات وكل حلقة هي جزء من المسلسل، كل حلقة من المسلسل تقدم لنا أحداث معينة ثم تنقطع في نقطة معينة، وتكمل الأحداث في الحلقة التي تليها. والدراما نوع من النصوص الأدبية التي تؤدي تمثيلاً في المسرح أو السينما أو التلفزيون أو الإذاعة.⁽⁵⁾

(1) مُجد الجفيري: مرجع سبق ذكره، ص 17.

(2) وحيدة بوفدح بديسي: مرجع سبق ذكره، ص 505.

(3) صباح زين: مرجع سبق ذكره، ص 56.

(4) نبيل راغب: مرجع سبق ذكره، ص 514.

(5) لمياء سليمان: مرجع سبق ذكره، ص 42.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

و هناك العديد من الأنواع البرمجية الأخرى حيث تختلف حسب مضمون القناة التلفزيونية و توجهها خاصة بوجود القنوات المتخصصة و التي تهتم بفئة معينة من الجمهور دون غيرها كالقنوات الرياضية و قنوات الأطفال التي تستهدف شريحة معينة من المجتمع تلتزم بتقديم محتوى متخصص.

2- قوالب و أشكال البرامج التلفزيونية:

هناك عديد القوالب و الأشكال التي تتخذها البرامج التلفزيونية منها:

2-1- قالب الحديث المباشر:

هو أبسط الأشكال البرمجية، و هو نوع من الارتجال الحر لإحدى الشخصيات الهامة (عالم، خبير، رجل دين ...) تواجه الجماهير و تتحدث إليهم مباشرة في أحد الموضوعات أو القضايا التي تم قطاعاً عريضاً من جماهير المشاهدين.⁽¹⁾

2-2- قالب المقابلة التلفزيونية (الحوار التلفزيوني):

هو برنامج يعرض حواراً بين شخصين ، حيث يحاور المذيع ضيف البرنامج وقد يكون حوار معلومات أو حوار رأي أو حوار شخصية أو غير ذلك. ومن شروطها : أن تلتزم بقدر كبير من البساطة والواقعية والتلقائية.⁽²⁾

2-3- قالب المائدة المستديرة:

و هو تعبير يشير إلى اجتماع المشاركين في الندوة حول مائدة داخل الاستوديو يتبادلون الرأي و وجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال أسئلة يوجهها إليهم مدير الندوة أو الجوانب و الموضوعات التي يطرحها عليهم للمناقشة.⁽³⁾

2-4- قالب التحقيق التلفزيوني:

(1) حمدي عبد المقصود: البرامج التلفزيونية مفهوم الإعداد بين السائد و المهمش، مجلة الإذاعات العربية، القاهرة، ص 95.

(2) <https://www.eskchat.com/article-3693.html>، في 20:00، 2019/03/17.

(3) أميرة الحسيني: مرجع سبق ذكره، 177.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

و هي نوعية البرامج التي تعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالتحليل و العمق، و تستند بذلك على تحليل المعطيات و المعلومات و لقاء الخبراء في مجال معين لتنفيذ و إعطاء رأيه حول ذلك المجال. (1)

2-5- قالب المجلة التلفزيونية:

هو قالب أو شكل تلفزيوني يعرض بصفة دورية و يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل و المضمون، تربطها وحدة عضوية و تقدم بأسلوب يكسبها خصائص الجملة المطبوعة و أحياناً يطلق على حلقة البرنامج اسم " العدد " و تأخذ فقرات البرنامج عناوين المجلة المطبوعة مثل الغلاف، الافتتاحية، شخصية العدد ... (2)

2-6- قالب المسابقات و الترفيه:

هي نوعية من البرامج تشغل مساحة لا بأس بها من خريطة البرامج و تتنوع ما بين برامج المنوعات أو الموسيقى أو المسابقات أو الفوازير، و تقدم هذه البرامج إما من الاستديو أو التصوير في أماكن خارجية. (3)

2-7- قالب البرنامج الخاص:

يُقدم في المناسبات كالأعياد الوطنية أو الأحداث الطارئة.

2-8- قالب الفيلم الوثائقي و التسجيلي:

هو الذي يتناول قصة مكان ما شهد أحداثاً فارقة في التاريخ، أو سيرة شخصية لعبت دوراً مشهوداً في الحياة، و قد يتناول أحداثاً تاريخية كالحروب و الكوارث الكبرى و غيرها. (4)

(1) مُجّد الجفيري: مرجع سبق ذكره، ص 23.

(2) بوخميس نورة، لعيساوي إلهام: دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية برنامج احكي حكايتك نموذجاً الشروق TV، مذكرة ماستر، جامعة مُجّد بوضياف، المسيلة، 2017، ص 197.

(3) حمدي عبد المقصود، مرجع سبق ذكره، ص 96.

(4) إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، ط1، الدوحة، 2014، ص 137.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

3- مكونات البرنامج التلفزيوني:

يعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية مختلفة عن غيرها من الوسائل التي قد تعتمد على ميزة واحدة كالإذاعة مثلاً عكس التلفزيون الذي يركز على ميزتي السمع و البصر في نفس الوقت، من خلال الأصوات، المؤثرات الصوتية و الصورة المرئية كما يركز على الجماليات و المؤثرات البصرية التي قد تضفي لمسة إبداعية جمالية على المضمون التلفزيوني.

3-1- الصورة الصوتية:⁽¹⁾ و تعتمد على مقدرات الصوت من صوت بشري و مؤثرات صوتية، و يجب الإشارة إلى ضرورة توافق الصورة الصوتية في أسلوبها و مضمونها مع الصورة المرئية، حيث يجب على المخرجين و فنيي الصوت أن يبحثوا عن الخيارات الأكثر ملائمة للصورة المرئية و مضمونها، و يمكن في بعض الأحيان أن يتم تأليف موسيقى مناسبة للبرنامج ترفق مع الصورة المرئية.

3-2- الصورة المرئية: تعتمد على اللقطة التلفزيونية من حيث حجمها و تركيبها الفني و أسلوب ربطها مع اللقطات الأخرى لتكوين المشاهد التلفزيونية.

المطلب الثالث: أهداف البرامج التلفزيونية و مقومات نجاحها:

1- أهداف البرامج التلفزيونية:⁽²⁾

- من بين أهداف البرامج التلفزيونية ما يلي:
- أن يكون هدف البرنامج تحفيز المشاهد.
- أن يكون قادراً على خلق الرغبة في التغيير.
- إيصال المشاهدين إلى مرحلة الإدراك و الوعي الكاملين بطبيعة المشكلة و البدائل و دفعهم للإهتمام بها و وضعها في الأولويات.

(1) إيداد عمر أبو عرقوب: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية هندسية مهنية، دار البداية، ط1، عمان، 2012، ص 113.

(2) حدة موجاري: الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية: دراسة تحليلية لبرنامج "خط أحمر" على قناة الشروق TV، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015، ص 102-103.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

- خلق مواقف إيجابية من خلال وعي الأساليب الجديدة.
- مساعدة الجمهور على تقويم التجربة و إيصاله إلى اتخاذ قرار بخصوصها.
- و حسب محسن جلوب الكناني يمكن تصنيف هذه الأهداف إلى أهداف عقلية، صحية، اجتماعية، نفسية و وجدانية، كالآتي:

1-1- أهداف عقلية:⁽¹⁾

- توعية الأفراد و تثقيفهم بثقافة عصرية من خلال البرامج الثقافية و الفكرية.
- تعريف الأفراد بمستجدات الحياة في الداخل و الخارج و من خلال البرامج الإخبارية و الخاصة بالأحداث.
- تدريب الأفراد و تزويدهم بالمهارات الازمة للحياة و تطوير قدراتهم الوظيفية من خلال برامج الأعمال و المهن المختلفة.
- توسيع مدارك الأفراد حول المكتشفات و الاختراعات العلمية و أسرار الكون و ما فيه من عجائب و آيات مبهرة.
- تعرفهم بأمور دينهم و تثقيفهم الثقافة التي تعصمهم من الوقوع في الحرام و الخطيئة.

1-2- أهداف صحية:

- التثقيف الصحي بأسباب الصحة العامة و طرق المحافظة عليها.
- التعريف بالأمراض و الآفات الصحية و أساليب الوقاية منها.
- التوعية بدور العلم و جهود العلماء في مقاومة الأمراض و التصدي لها.

(1) محسن جلوب الكناني: تقنيات الحوار الإعلامي: قناة الجزيرة نموذجاً، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 129.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

- تنمية الاتجاهات و العادات الصحية مثل النظافة في الأكل و الشرب و الحياة الخاصة.
- التحذير من تلوث البيئة و مخاطرها و حوادث الطرق و أسباب السلامة العامة.

1-3- أهداف اجتماعية:⁽¹⁾

- التعريف بالبيئة المحلية و العربية و العالمية و ظروفها الجغرافية و السياسية و الاقتصادية.
- التوعية السياسية اللازمة للمواطنة الصالحة و أهدافها.
- التعريف بالمؤسسات الاجتماعية و المواقف العامة و دورها و نظامها.
- تنمية الاتجاهات الإيجابية و العادات الاجتماعية السليمة مثل حب العمل و التعاون الخير ...
- تقدير دور العاملين في بناء المجتمع من أفراد و مؤسسات.
- التحذير من الآفات و المشكلات الاجتماعية مثل الفقر و السرقة ...

1-4- أهداف نفسية و وجدانية:

- المساعدة على تربية العواطف و المشاعر و الأحاسيس الزطنية و الدينية و تنمية التذوق و الحس الجمالي للأفراد بالبرامج و الأغاني و العروض الهادفة.
- المساعدة على التكيف السليم مع الجماعة، و تجنب الانحراف و التغماس مع رفاق السوء.
- المساهمة في بناء شخصية المواطن بنفسية مطمئنة و وجدان مرهف و تخفيف العبء الحياتي عنه بألوان من الترفيه السليم.
- إبراز مواطن القدور الصالحة الخيرة في كل المناحي لتمثيلها و السير في طريقها.
- نبذ العنف و الجريمة و التخفيف من حدة العدوان و الميل له و مناصرة الصهيف و المظلوم و معاونته.

(1) محسن جلوب الكناني: المرجع السابق، ص 130.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

- التخفيف من حدة الحروب و آثارها المدمرة في الإنسانية، و فتح قنوات التعاون القائم على التكافؤ و الاحترام المتبادل بين الدول و الشعوب.

2- عوامل نجاح البرامج التلفزيونية:

إن نجاح البرنامج التلفزيونية ليس مضمون بالنسبة للقناة التلفزيونية فذلك يعتمد على مجموعة من العوامل التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند إنتاج البرامج التلفزيونية، و وضع الخطط و الاستراتيجيات التي من شأنها أن ترفع من جودة البرنامج و فعالية الرسالة الإعلامية المراد إيصالها للجمهور و مدى تقبله لها، و تتمثل هذه العوامل في:

2-1- متغيرات المصدقية:⁽¹⁾

و هي العوامل المتعلقة بوسائل البرامج و مصداقيتها، و تنوعها، و شمولها و تجانسها، و هل هي متشابهة و متسقة أم لديها تنوع و تعددية إعلامية.

2-2- متغيرات الجمهور:

حيث يختلف الجمهور الذي يخاطبه البرنامج من حيث اختلاف الخبرات و الثقافات و التنشئة الاجتماعية و قابليتهم للتأثر.

2-3- متغيرات المحتوى:

يتحكم محتوى البرنامج في قدرته على الاستمالة و الإقناع و الجاذبية، و إشباع حاجات المتلقي دوراً مهماً في فعالية تأثير تلك البرامج.

2-4- متغيرات البيئة:

و هي المنطقة التي تعرض فيها و تخاطبها البرامج التلفزيونية و الإذاعية، و التي تتغير بالظروف السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية.

و قد ذكرت بعض العوامل الأخرى التي يرى فيها أنها مهمة لنجاح أي برنامج تلفزيوني.

(1) مُجد الجفيري: مرجع سبق ذكره، ص 28.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

و يرى فاروق ناجي محمود العوامل التي تساهم في نجاح البرنامج كالاتي:

- أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل:⁽¹⁾

أي موضوع لا يهتم به المستقبل أو لا يمكن إثارة اهتمامه به سوف يجعل المستقبل عازفاً عن متابعته، مما يحول دون تحقيق الأهداف لعدم وصول الرسالة إليه. فلا بد من أن يختار مصمم البرنامج موضوعاً يهتم به المستقبل، أو أن يكون قادراً على إثارة اهتمامه به منذ اللحظات الأولى و ذلك بإشعاره بأن الموضوع مفيد و ممتع أو إحداهما.

- أن تكون غايات البرنامج من الغايات التي ينشدها المستقبل:

إن أهمية الموضوع بالنسبة للمشاهد تكمن بين طيات الغايات التي يحققها هذا الموضوع له، و ليس من الضروري أن تكون هذه الغايات هي معلومات تمنحه الفائدة، أو ما يحققه الإمتاع العقلي أو الوجداني له، بل ربما تكون غايات تتعلق بالترويح فقط.

- اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع:

و ذلك باختيار المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط، فأى معلومة لا تؤدي إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التي حددت للبرنامج تكون أشبه بالزوائد الشحمية التي تشوه شكل البرنامج و تثقل بدنه.

- اختيار الأسلوب الأمثل:

و المقصود بالأسلوب الأمثل هو الشكل النهائي للبرنامج بما فيه طريقة عرضه، و لكي يكون الأسلوب أمثلاً عليه أن يتسم بالسماة التالية:

- أن يكون دقيقاً.

- أن يكون واضحاً.

- أن يكون متنوعاً.

(2) فاروق ناجي محمود: مرجع سبق ذكره، ص 26.

المبحث الأول: مدخل المفاهيمي للبرامج التلفزيونية.

- أن يراعي القواعد الرئيسية في عرض المعلومات.
- أن تختار التقنية المناسبة لأسلوب التقديم.
- أن يستغل كافة إمكانيات العرض.⁽¹⁾

(1) فاروق ناجي محمود: مرجع سبق ذكره، ص ص 28 - 31.

1- مفهوم الإعلام السياسي:

تعريف سكديسون " الإعلام السياسي هو أية عملية نقل للرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع."

تعريف دينتون وودوارد " الإعلام السياسي هو المناقشة العامة حول السلطة و مصادر الدخل العام في المجتمع."

تعريف ماكنير برايت " الإعلام السياسي هو إعلام هادف يتعلق بالسياسة."

تعريف كارل دويتش " الإعلام السياسي هو عصب العملية السياسية، فإذا كان الإعلام فعالاً قلل احتمالات الخطأ في اتخاذ القرارات التي هي قمة و غاية العمل السياسي." (1)

عرف الإعلام السياسي بأنه العلم الذي يدرس مجموعة الأنشطة و الفعاليات التي يزاؤها القائمون بالعملية الإعلامية من أجل تحقيق أهداف سياسية على المستوى الذاتي مثل الزعماء السياسيين و القادة الحزبيين و البرلمانين، و ينصب جوهر الإعلام السياسي على إحداث التأثير و تغيير الأراء و القنوات لدى الجمهور المستقبل باتجاه محدد و هو ما يريده القائم بالعملية الاتصالية.

كما عرفه جون ميدو " بأنه الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على شكل مضمون الإعلام و كميته، كما أنه يتعلق بالطريقة التي يمكن أن تقوم ظروف الإعلام بتشكيل السياسة." (2)

الإعلام السياسي هو الإعلام الذي تغلب عليه الطوابع السياسية و الدعاية و الدعوة، و يستهدف تغيير أو تثبيت أو انحياز أو تجسيد اتجاهات الجمهور من خلال زيادة الاهتمام بمجريات الأحداث السياسية، أو إضعاف هذا الاهتمام أو تحويل مساراته دون قضايا أخرى. (3)

(1) جبار علاوي: الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 130.

(2) منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2013، ص 169.

(3) سعيد مراح: أثر متابعة البرامج السياسية و تشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1، 2017، ص 141.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ بأنها ركزت على نقطة التأثير و الإقناع، فالهدف الأساسي للإعلام السياسي هو إحداث التأثير المراد من طرف القائم بالاتصال و إقناع الجمهور بزججات نظر و آراء محددة أو تركيز اهتمامه على مواضيع و قضايا دون أخرى بما يحقق التأثير أو التفسير المراد إحدائه.

2- بدايات الإعلام السياسي:

تطور الإعلام السياسي مع تطور وسائل الإعلام المختلفة، إذ أصبح يهتم بكيفية توظيف و استغلال تلك الوسائل في العملية السياسية كذلك ينقل و يحلل النشاط السياسي و يتيح المجال أمام السياسيين و قادة الرأي للحصول على البيانات و تلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياسياتهم و قراراتهم و مواقفهم، مما يساعد في كل العمليات و الخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي، فضلاً عن اعتماد الجمهور عليها في تكوينه لآرائه و مواقفه المختلفة إزاء الأحداث و السياسات التي تقع داخل الواقع المحيط فيه.⁽¹⁾

إن أول ذكر للإعلام السياسي كمجال مستقل كان في عام 1956، حيث ظهر كتاب بعنوان السلوك السياسي Political Behavior يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة و المواطن وقد حدثت تطورات مهمة في أعقاب هذه المعادلة شملت المجال التطبيقي البحثي مثل آثار وسائل الإعلام في الانتخابات السياسية، و آثار الدعاية و تحليل اللغة السياسية، ومن بين مجالات البحث الحالية:

- الخطابة السياسية
- المناظرة السياسية
- التنشئة السياسية
- الحملات الانتخابية
- الحركات السياسية

(1) دانا عماد مُجد فرحات: دور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2015، ص 55.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

- العلاقة بين الحكومة و وسائل الإعلام ...

ففي البداية كان الإعلام يتحدد في إعلام و اتصال الحكومات مع الهيئة و الناحية ثم تحدد في تبادل الحوار السياسي بين الأغلبية الحاكمة و المعارضة، بعد ذلك توسع المجال إلى دراسة دور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام، ثم الاهتمام باستطلاعات الرأي على الحياة السياسية. و أصبح الإعلام السياسي في الوقت الحاضر يشمل الإعلام و الاتصال في الحياة السياسية بمعناها العام الذي يضم وسائل الإعلام، استطلاعات الرأي، التسويق السياسي و الدعاية مع الاهتمام بشكل خاص بالفتترات الانتخابية. (1)

المطلب الثاني: خصائص الإعلام السياسي: (2)

- الإعلام السياسي هو العمود الفقري لأداء وسائل الإعلام الحديثة، فلا نستطيع تخيل إعلام من دون أهداف و غايات سياسية.

- الإعلام و السياسة وجهان لعملة واحدة، هي المادة الأساسية لوسائل الإعلام.

- الإعلام السياسي هو الإعلام الذي تغلب عليه طابع السياسية و الفكر و الدعاية و الدعوة و يستهدف تغير أو تثبيت أو انحياز اتجاهات الجماهير.

- الإعلام السياسي لا يمكن أن يكون محايداً فهو دائماً يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز إليها صراحةً.

- الإعلام السياسي في الدول النامية يخضع لملكية هذه الدول في معظم الأحوال، فهي أداة أساسية لدعم سياسة الحاكمة.

- تتعدد وضعية الإعلام السياسي في معظم الدول وفقاً لوضعية الإعلام و حاجة المجتمع إليه، فهناك إعلام مبادر يسلط الضوء على القضايا و المشكلات و يوجد العمل السياسي في مسارات طبيعية، و

(1) نبيل احمد الأمير، " تأملات في الإعلام السياسي "،

<http://www.almothaqaf.com/index.php/derasat/82926.html> ، في 2019/03/19،

.18:00

(2) حسيب حمد خير الله: الإعلام و السلطة الرابعة، دار أمجد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2015، ص ص 134-135.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

إعلام مواكب لتوجهات العمل السياسي يسير في اتجاهات موازية لاتجاهاته و إعلام يسير في الركب لا يخرج في تبعيته عن المدة الذي يحدده العمل السياسي له.

- يعمل الإعلام السياسي وفقاً لنظرية إعلامية معروفة هي نظرية الدق على المسمار، و هي تعتمد على التكرار بهدف تثبيت الأفكار و المعلومات و الآراء في أذهان الجماهير.

- الإعلام السياسي بصورة خاصة يستهدف الرأي العام من خلال ما يقدمه من أخبار و موضوعات و صور و تعليقات و تحليلات.

إن العلاقة بين الإعلام و السياسة هي علاقة تأثير و تأثر، فلا وجود لإعلام دون سياسة و العكس صحيح، و من خلال الخصائص سابقة الذكر يتضح عاملاً التأثير و الإقناع هما أساس الذي يعمل به الإعلام السياسي باختلاف التوجهات و الآراء إلا أن الهدف دائماً هو التأثير على الرأي العام.

المطلب الثالث: وظائف و أهداف الإعلام السياسي

1- وظائف الإعلام السياسي:⁽¹⁾

1-1- الوظيفة الإخبارية و مراقبة البيئة الخارجية:

هذه الوظيفة تقوم بها في المجتمع المعاصر وسائل الإعلام التي تلعب دور حراس البوابة الذي هم جامعو الأخبار و القائمون عليها، و العاملون في المؤسسات الإعلامية المختلفة، و يمكن دراسة هذه الوظيفة على مستويين:

أولاً: وظيفة المراقبة الإعلامية على المستوى العام: تلعب وسائل الإعلام دوراً سياسياً في المجتمع حيث أنها تضع الكثير في برنامج العمل السياسي و تساعد على تحديد المطالب السياسية و أي المطالب هذه له فرصة الإرضاء و أيها سوف يؤجل أو يهمل، و لأن وسائل الإعلام تقوم بإبراز المسائل التي تكون محل الاهتمام، فإن وظيفة المراقبة العامة للبيئة تكون وظيفة سياسية، فهي تحدد أي

(1) مجد هاشم الهاشمي: الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2006، ص ص 37-

الأحداث سيتم تغطيتها إخبارياً و أي الأحداث التي سيتم تجاهلها فوسائل الإعلام تؤثر في مجال تحديد ما الذي ستتاح له فرصة جيدة ليصير موضوعاً للمناقشات السياسية.

ثانياً: **المراقبة على المستوى الخاص أو الشخصي:** فإن لوسائل الإعلام تأثيراً واضحاً على المواطن العادي، فوسائل الإعلام تخبر المواطن بالظروف الاقتصادية و أخبار الرياضة و الطقس و الأعمال...، كذلك تقوم وسائل الإعلام بنقل الأخبار التي تؤكد أن النظام السياسي يعمل لمواجهة الأزمات المتجددة و الأخطار المفترضة. إن تأكيد هذا المعنى أمر هام جداً للاحتفاظ بالتماسك الاجتماعي للشعب، و هو ما يعني توفير الظروف المواتية للاستقرار السياسي طالما أن الحكومة قادرة على القيام بوظائفها.

1-2- الوظيفة التفسيرية للأحداث:

تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث و تفسير معانيها ووضعها في سياقها العام، و توقع نتائجها كثير من الأحداث تقود إلى تفسيرات مختلفة، و التفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية التالية و بالتالي فالاصطلاحات التي تستخدمها الصحافة لإيضاح نقطة ما أو تشخيصها أو وصف الفاعل السياسي عامة في تشكيل الآراء و تطوراتها.

1-3- التنشئة السياسية:⁽¹⁾

هذه الوظيفة أشار لها لاسويل بقوله " أن التنشئة السياسية هي العملية التي يمكن بواسطتها تشكيل الثقافة السياسية أو المحافظة عليها أو تغييرها، و السمة الأساسية للتنشئة السياسية أنها عملية مستمرة على مدى حياة الإنسان."

إن وظيفة الإعلام السياسي الأساسية هي إخبارية و ذلك من خلال نشر الأحداث و الأخبار و المستجدات السياسية بالتحليل و المناقشة ما يعزز تنوع الآراء و وجهات النظر حول القضايا السياسية، كما أن للإعلام السياسي السلطة في التركيز على مواضيع دون أخرى و إعطاء

(1) مجد الهاشمي: الإعلام الدبلوماسي و السياسي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص 75.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

الأولية لها و تحليلها و تفسيرها بما يساهم في تشكيل الثقافة السياسية لدى الجمهور و تكوين رأيه العام حول هذه المواضيع.

1-4- وظيفة التعبئة السياسية:⁽¹⁾

يؤدي الإعلام السياسي دوراً كبيراً في التعبئة السياسية، فهو يقوم بتهيئة الافراد نفسياً و معنوياً و ذهنياً لإستقبال أحداث سياسية متوقعة، فهو يقوم بالتمهيد لتقبل شيء معين في إطار سياسات و استراتيجيات مرسومة من قبل.

1-5- وظيفة التطوير السياسي للأفراد:

يلعب الإعلام السياسي دوراً هاماً في التطوير السياسي و نشر الثقافة السياسية عن طريق تقديم المواد و البرامج الإعلامية التي تحتوي إما مواد إخبارية، تعليمية، ترفيهية و بوسائله المختلفة و لما لهذه الوسائل من دور كبير في التأثير، فوسائل الإعلام السياسي تأثر في الرأي العام و توجهه من خلال تحديد نمط سلوكه من جهة، و من جهة ثانية فإنها في غاية الفعالية من خلال المعارك السياسية و الانتخابية.

1-6- وظيفة المساندة السياسية:

يقوم الإعلام السياسي بتوظيف وسائل الاعلام لتحقيق الاستقرار السياسي و الشرعية السياسية.

فالإعلام السياسي له دور في التثقيف السياسي و نشر الوعي حول المواضيع المتعلقة بالسياسية و معرفة مدى تقبل الجمهور لها من خلال ردود الأفعال، كما يساهم الإعلام السياسي في دعم

2- أهداف الإعلام السياسي:⁽²⁾

1-2- التثقيف السياسي:

(1) صلاح عبد الحميد: الإعلام السياسي، دار أطلس للنشر و التوزيع، المنهل، 2018، ص 47.

(2) مجد الهاشمي: مرجع سبق ذكره، ص 71.

المبحث الثاني: الإعلام السياسي

إذ تحرص أنظمة الحكم خاصة الشمولية التي تخضع لسلطة مركزية (حكم فردي أو حكومات الحزب الواحد) على الاستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية لهدف خلق وعي سياسي لديها بشأن قضية معينة قد تكون أيديولوجية اقتصادية أو عقيدة سياسية أو سياسات إصلاحية معينة.

2-2- التأثير في اتجاهات الرأي العام:

حيث تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الاتصال من أجل توجيه الرأي العام و تحديد مواقفه المساندة لسياساتها و برامجها السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية، و محاولة إضعاف ظاهرة الرفض و المعارضة لهذه السياسات. بحيث يتم طرح القرارات بعد الوقوف على توجهات الرأي العام من خلال رصده في وسائل الإعلام.

2-3- التسويق السياسي:

و هو محاولة عرض الأفكار و المواقف على الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام بهدف تسويقها و التسليم بها.

فكما و سبق الذكر في تعاريف الإعلام السياسي فإن الهدف منه التأثير على الرأي العام و خلق آراء و وجهات نظر تدعم أو تعارض البرامج السياسية و سياسات الحكم في الدول، كما يحرص على خلق وعي سياسي و ترسيخ أفكار و مبادئ تخدم مصالح السلطة، و تسويق هذه الأفكار من أجل تبنيها و الدفاع عنها.

المطلب الأول: تعريف الاتجاهات والمفاهيم المشابهة لها:

1- تعريف الاتجاهات:

لقد أخذت الاتجاهات تعريفات عدة من طرف الباحثين و الدارسين في مجال علم النفس، من بينها:

يعرفه معجم علم النفس و الطب النفسي على أنه " ميل ثابت أو تهيؤ للاستجابة بطريقة معينة إزاء شخص أو جماعة أو فكرة. و الاتجاهات نتاج مركب للتعلم و الخبرة و العمليات الانفعالية، و قد تشتمل على تفضيلات أو تعصبات أو معتقدات خرافية أو توجهات علمية أو دينية أو أولاع سياسية و أبغاض." (1)

و جاء تعريف الاتجاهات في الموسوعة الإعلامية " هي نتائج لعمليات معقدة لكل من التعليم و الخبرة و التعليمات الانفعالية و تشمل على سبيل المثال: التفضيلات و التعصبات و الخرافات و وجهات النظر العملية و العقائدية و الاتجاهات السياسية المؤيدة و المعارضة." (2)

أما بوجاردوس **Bogardus** فيرى الاتجاه بأنه " نزعة للتصرف سواء إيجاباً أو سلبياً نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيماً إيجابية أو سلبية لهذا التصرف." (3)

و حسب الدكتور أحمد عبد اللطيف وحيد فإنه يرى بأن الاتجاه " هو أسلوب منظم منسق في التفكير و الشعور و رد الفعل تجاه الناس و الجماعات و القضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة." (4)

(1) جاب عبد الحميد جابر، علاء الدين كفاي: معجم علم النفس و الطب النفسي، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 1988، ص 295.

(2) نَجْم منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003، ص 17.

(3) حسين صديق: الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 4+3، 2012، ص 301.

(4) نديم رنجي نَجْم الحسن: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المخطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008، ص 32.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

الاتجاه يعبر عن موقف الفرد إزاء قضية أو فرد أو جماعة معينة كما يعكس هذا الموقف من حيث الإيجاب أو السلب أو الحيادية، و الاتجاه سواءً أكان على مستوى الفرد أم الجماعة يتضمن عملية تقييم أو إصدار حكم معين، و كل حكم يتضمن قيمة إما موجبة أو سالبة و على أساس هذه القيمة يتحدد الاتجاه و تتحد وجهته، و الاتجاهات عملية اجتماعية قابلة للتغيير، و هناك اتجاهات على مستوى الجماعة و هي تعبر عن الرأي العام للجماعة و يمكن تسميتها بالاتجاهات الاجتماعية أو الجماعية، و يتوقف استعداد الفرد أو الجماعة لتغيير اتجاهاتها على عوامل كثيرة أهمها نوع و مقدار الفائدة أو الضرر الذي يترتب على تعديل الاتجاه ثم درجة المرونة أو الجمود الفكري الذي يتمتع به الفرد أو الجماعة. (1)

و يرى نيوكمب أن مفهوم الاتجاه يبني على عنصرين هما:

1. الاتجاه النفسي يمثل قنطرة إدراكية للفرد من خلال أنماط سلوكه و تفاعله مع عناصر البيئة.

2. يمكن التعرف على ماهيته من خلال أنماط سلوك و ردود أفعال الفرد. (2)

اختلفت تعاريف الاتجاه باختلاف مجالات الدراسة فيها سواء نفسية، اجتماعية ... و يمكن تعريف الاتجاه بأنه رد فعل أو موقف إيجابي أو سلبي يتبناه الفرد تجاه موضوع أو قضية معينة يعبر فيه عن أفكاره و آرائه، هذه الاتجاهات تأخذ صفة التغيير و عدم الثبات نتيجة التأثير بمجموعة من العوامل و المتغيرات التي تساهم في تكوين هذا الاتجاه.

و الاتجاه كمفهوم مركب مبني على ثلاثة مكونات، هي:

المكون الوجداني:

و هو ما يکنه الفرد من عاطفة أو شعور نحو موضوع الاتجاه سواء كان إيجابياً أو سلبياً، أي مشاعر الفرد التي تنطوي على الحب أو الكراهية لموضوع الاتجاه، و عادة ما يعبر عن هذا المكون

(1) سهام إبراهيم كامل مُجد: مفهوم الاتجاه، مركز دراسات و بحوث المعوقين، جامعة القاهرة، ص 02.

(2) فؤاد البهي السيد، سعد عبد الرحمن: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999، ص 251.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

باستجابات تنطوي على التفضيل أو عدم التفضيل. و يشمل المكون الوجداني للاتجاه رغبات الفرد و دوافعه و يعطي درجة من الاستمرارية للاتجاه و حث الفرد لإصدار سلوك معين.⁽¹⁾

المكون المعرفي:

هو ما يتعلق بتوفر معلومات و خبر و ثقافة لدى الفرد تساعد على تكوين معارف و معتقدات يتبناها تجاه الشيء أو الحدث، فهو عبارة عن المعلومات و الخبرات و المعرفة التي تتصل بموضوع الاتجاه و التي انتقلت إلى الفرد عن طريق التلقين أو عن طريق الممارسة المباشرة بالإضافة إلى رصيد القناعات و التوقعات.⁽²⁾

المكون السلوكي:

و هو عبارة عن مجموعة التعبيرات و الاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد في موقف ما بعد إدراكه و معرفته و انفعاله في هذا الموقف، إذ عندما تتكامل جوانب الإدراك بالإضافة إلى رصيد الخبرة و المعرفة التي تساعد على تكوين الانفعال توجيهه يقوم الفرد بتقديم الاستجابة التي تناسب مع هذا الانفعال و هذه الخبرة و هذا الإدراك.⁽³⁾

2- الاتجاهات و المفاهيم المشابهة:

بعد التطرق إلى مفهوم الاتجاه يلاحظ بأن هناك من ربطه بالميل، و هناك من أعطاه صفة القيمة و من عبر عنه بالرأي العام، لكن هذه المفاهيم مختلفة عن الاتجاه لذا ارتأينا توضيح الفرق بينها:

2-1- الرأي العام:

(1) بورحلة سليمان: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم، مذكرة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2008، ص 122.

(2) بعوش هدى: اتجاهات الطلبة المعلمين نحو مهنة التعليم، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 47.

(3) فؤاد البهي السيد، سعد عبد الرحمن: مرجع سبق ذكره، ص 254.

حسب الدكتور أحمد بدر فالرأي العام " هو التعبير الحر عن آراء الناخبين أو من في حكمهم بالنسبة إلى المسائل العامة المختلف عليها على أن تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الآراء و ثباتهم عليها كافية لتأثير على السياسة العامة و الأمور ذات المصلحة العامة و بحيث يكون هذا التعبير ممثلاً لرأي الأغلبية و لرضى الأقلية." (1)

يعرف الرأي العام بأنه الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.

هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يستخدم حولها الجدل و النقاش و تمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً. (2)

2-1-1- الفرق بين الاتجاه و الرأي العام:

يمكن التمييز بين الرأي العام و الاتجاهات فهذه الأخيرة تكونت بفعل التنشئة الاجتماعية للفرد منذ السنين الأولى لحياته، و بفعل العوامل الثقافية المختلفة أيضاً. و الاتجاهات لا يمكن اعتبارها رأياً عاماً إلا إذا اتصلت بمشكلة ما. (3) فالرأي العام غالباً ينتج في المجتمع نتيجة لمناقشات جدلية تتضمن طرحاً للأفكار و إبداء لوجهات النظر بين التأييد و الرفض، و بين الاستحسان و الاستنكار، و بين الموافقة و المعارضة، حتى يتأثر غالبية الأطراف المشتركة في المناقشة. فيختلف الرأي العام عن الاتجاه في أن الأول ناتج من تأثير قوى خارجية على الفرد بينما الثاني ينتج من طبيعة تكوينه المتعلقة باستعداد الفرد العقلي و العصبي. (4)

فجوهر الاختلاف بين الاتجاهات و الرأي العام يكمن في كون هذا الأخير جاء نتيجة تأثير متغيرات البيئة المحيطة بالفرد أما الاتجاهات فهو ينبع من طبيعة الفرد و تكوينه.

(1) رفيق سكر: دراسة في الرأي العام و الإعلام و الدعاية، جروس برس، ط1، طرابلس، لبنان، 1991، ص 17.

(2) عاطف عدلي العبد: الرأي العام و طرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 15.

(3) محمد السيد أبو النيل: علم النفس الاجتماعي عربياً و عالمياً، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، القاهرة، 2009، ص 370.

(4) عطا أحمد على شقفة: الاتجاهات السياسية و علاقتها بالانتماء السياسي و العوامل الخمسة الكبرى لدى الشباب

الجامعي في قطاع غزة، رسالة دكتوراه، جامعة الدول العربية، 2011، ص 21.

2-2- القيم:

تعددت تعريفات و مفاهيم القيم أو القيمة و ذلك بتعدد المجالات الدراسية المختلفة، من بين هذه التعريفات نجد:

تُعرف بأنها المعتقدات حول الأمور و الغايات و أشكال السلوك المفضلة لدى الناس، توجه مشاعرهم و تفكيرهم و مواقفهم و تصرفاتهم و اختياراتهم و تنظم علاقتهم بالواقع و المؤسسات و الآخرين و أنفسهم و المكان، و تسوغ مواقعهم و تحدد هويتهم و معنى وجودهم بكلام بسيط و مختصر، و تتصل القيم بنوعية السلوك المفضل و بمعنى الوجود و غايته. (1)

و حسب سلوى السيد عبد القادر فإن القيم تعبر عن " مجموعة من الأبنية الفكرية المتوارثة اجتماعيًا و التي تتعلق بما يستخدمه و ما يملكه و ما يفعله الناس، و تنطوى على الاعتقاد فيما هو مرغوب فيه و ما هو مرغوب عنه، و تحكم علاقة الإنسان بذاته و بالآخر و تنعكس في السلوك الملاحظ." (2)

2-2-1- الفرق بين الاتجاهات و القيم:

إن الفرق بين الاتجاهات و القيم يكمن في أن مفهوم القيمة أعم و أشمل من مفهوم الاتجاه، ذلك أن القيمة لها صفة العمومية فهي تعبر عن اتجاهات مركزة أو شاملة. كما تمثل القيم غايات نهائية تتسم بالتجريد و الرمزية في حين يمثل الاتجاه هدف و سائلي أقل تجريداً و رمزية؛ أي أن القيمة تعد غاية في حد ذاتها يسعى إليها الفرد و يحرص عليها و يظهرها في سلوكه (3). و القيم لا يمكن أن تكون اتجاهًا مع أن الاتجاهات (التقويم الإيجابي أو السلبي للأشياء أو الأشخاص أو المواقف) يمكن أن تكون وظيفة للقيم أو وسيلة للتعبير عنها، و يمكن أن تكون للفرد مئات الاتجاهات و لكن لا يزيد عدد القيم عن العشرات لديه، كذلك القيم أكثر ثباتًا و استقرارًا من الاتجاه كما أن تغيير الاتجاه

(1) ثريا التيجاني: القيم الاجتماعية و التلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2011، ص 61.

(2) سلوى السيد عبد القادر: الأنثروبولوجيا و القيم، دار المعرفة الجامعية، 2010، ص 213.

(3) ماجد زكي الجلاد: تعلم القيم و تعليمها، دار المسيرة، د.م.ط، د.ت.ط، ص 29.

عادة يكون أسهل من تغيير منظومة القيم⁽¹⁾، فالقيم تقوم على مجموعة من المعتقدات الراسخة تتعلق بشكل من أشكال السلوك أو غاية من الغايات التي اكتسبها الفرد خلال ما مر به من خبرات تعليمية طويلة حتى تعمقت في نفسه و أصبحت جزءاً من ذاته.⁽²⁾

2-3- تعريف السلوك:

هو النشاط الذي يعبر عنه الفرد من خلال علاقاته مع الآخرين في بيئته الاجتماعية، و يتضمن ذلك ما هو ظاهر و يمكن ملاحظته و أيضاً ما هو كامن داخل الفرد و لا يمكن ملاحظته مثل التفكير و التخيل و التذكر.⁽³⁾

و يعرف سعيد بومعيزة السلوك على " أنه يعني تفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية في وضعية ما من خلال استجاباته العضوية و الحركية و الوجدانية و العقلية، و الذي يكون بدافع سواء شعر به الفرد أم لم يشعر، و يمكن ملاحظته بصفة مباشرة أو ملاحظة النتائج التي تترتب عنه." ⁽⁴⁾

2-3-1- الفرق بين الاتجاه و السلوك:

يعبر السلوك عن رد فعل اتجاه منبه أو تعبير عن استجابة لموقف محدد، و لذلك فإن السلوك في صوره المألوفة هو واقعة تعكس الفعل، من أجل تحقيق إشباع من نوع معين على نحو مباشر أو غير مباشر يمثل الاتجاه القوة الدافعة نحو هذا الإشباع، فالسلوك هو اتجاه تحقق بالفعل، أما الاتجاه فهو سلوك مازال حيز التكوين، حيث تعكس سلوكياتنا توجهات ما نحو القضايا و المواضيع و الأشخاص.

و بوجه عام فإن الاتجاهات الإيجابية تحسن من سلوكياتنا الفعلية إزاء المواقف التي نتعرض لها، و بالمقابل الممارسة أو السلوك تمنح بعداً أوضح للأفكار والآراء و التوجهات التي نحملها.⁽¹⁾

(1) الجموعي مومن بكوش: القيم الاجتماعية، مقارنة نفسية-اجتماعية، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد08، سبتمبر 2014، ص 77.

(2) ماجد زكي الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 30.

(3) طه عبد العظيم حسين: استراتيجيات تعديل السلوك للعاديين و ذوي الإحتياجات الخاصة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008، ص 20.

(4) سعيد بومعيزة: مرجع سبق ذكره، ص 164.

2-4- تعريف الميل:

الميل هو استعداد لدى الفرد يدعوه إلى الإنباه و الإستمرار في نشاط ما يثير شيئاً في نفسه، أو هو القوة التي يشعر بها الفرد و تدفعه إلى الاهتمام بشيء ما و الإنباه له أو هو القوة التي تدفعه إلى التفضيل بين أوجه النشاط المختلفة. (2)

2-4-1- الفرق بين الاتجاه و الميل:

قد يرتبط الاتجاه و الميل بالجانب الدافعي، فلهما خصائص تحدد ما هو متوقع و ما هو مرغوب، لكن يمكن التمييز بينهما في كون الميل يتعلق بالنواحي الشخصية التي ليست محلاً للخلاف كميل الفرد لنوع من الأطعمة، في حين أن الاتجاه يتعلق بموضوعات اجتماعية و من ناحية أخرى فالإتجاه أعم، أما الميل يتعلق بالجانب الإيجابي فقط. (3)

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الاتجاهات

1- خصائص الاتجاهات:

- الاتجاهات مكتسبة متعلمة و هي قابلة للتعديل و التطوير.
- تتمتع الاتجاهات بخاصية الثبات و الاستقرار النسبي.
- الاتجاهات متدرجة من الإيجابية الشديدة إلى السلبية الشديدة.
- تتعدد الاتجاهات و تنوع و ذلك حسب المثيرات و المتغيرات المرتبطة بها. (4)
- الاتجاه تعتبر نتاجاً للخبرة السابقة و ترتبط بالسلوك الحاضر و تشير إلى السلوك في المستقبل.

(1) زواوي الحاج سعد: اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير، جامعة مُجْد خيضر، بسكرة، 2013، ص 58.

(2) عباش أيوب: تطوير المناهج التربوية و علاقتها بدافعية الميول للممارسة الأنشطة البدنية و الرياضية لدى تلاميذ الطور الثالث من التعليم الثانوي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008، ص 74.

(3) جبار كترة: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، رسالة ماجستير، جامعة مُجْد خيضر، بسكرة، 2013، ص 27.

(4) حسين صديق: مرجع سبق ذكره، ص 307.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

- الاتجاه تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه. (1)
- أن الاتجاهات تقوم على علاقة بين الفرد و موضوع الاتجاه.
- أن الاتجاهات قابلة للقياس و يمكن التنبأ بها.
- الاتجاه دينامي؛ فهو يوجه سلوكيات الأفراد نحو موضوع الاتجاه بحيث قد يكون هذا الاتجاه إيجابي أو سلبي أو محايد.
- الاتجاهات قد تكون واضحة المعالم و قد تكون غامضة. (2)

2- أنواع الاتجاهات:

2-1- الاتجاه العام و الاتجاه الخاص:

يقصد بالاتجاه العام هو الاتجاه نحو موضوعات تمس الشعب و منها جميع القضايا العامة مثل قضايا المساواة و العدل، أما الاتجاه الخاص فهو الاتجاه نحو موضوعات تمثل فئة معينة مثل اتجاه القضاة نحو الكادر القضائي الجديد.

2-2- الاتجاه الفردي و الاتجاه الجماعي:

الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس تسمى اتجاهات جماعية، و الاتجاهات التي تميز فرد عن آخر تسمى فردية، فإعجاب الناس بالأبطال اتجاه جماعي و إعجاب الشخص بصديقه هو اتجاه فردي.

2-3- الاتجاه العلني و الاتجاه السري:

(1) حماد غريب المطيري: اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الالكترونية و الصحافة الورقية (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 42.

(2) منى دروي: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الدراما التلفزيونية المدبلجة، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017، ص 30.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

العنلية هي التي لا يجد الفرد حرجاً من إظهارها و التحدث عنها أمام الناس، و أما السرية فهي التي يحاول الفرد إخفاءها عن الناس و يحتفظ بها في قرارة نفسه، بل ينكرها أحياناً حين يُسأل عنها.⁽¹⁾

2-4- الاتجاه القوي و الاتجاه الضعيف:

الاتجاهات القوية هي التي تسيطر على جانب كبير من الإنسان و تجعله يسلك في بعض المواقف سلوكاً جاداً مثل الاتجاه نحو الدين أما من يقف من الاتجاه موقف ضعيف لا يستطيع مقاومته فإنه يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه.

2-5- الاتجاه الموجب و الاتجاه السالب:

الاتجاهات الموجبة هي التي تنحو بالفرد نحو شيء معين كالفن مثلاً أما الاتجاهات السالبة فهي التي تنح بالفرد بعيداً نحو شيء آخر كالإدمان مثلاً.⁽²⁾

المطلب الثالث: المراحل والعوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات:

1-1- مراحل تكوين الاتجاهات:

1-1- المرحلة الإدراكية المعرفية: و هي المرحلة التي يدرك فيها الفرد المثيرات التي تحيط به و يتعرف عليها، و من ثم يكون لديه الخبرات و المعلومات التي تصبح إطاراً معرفياً لهذه المثيرات و العناصر، و يكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية و الاجتماعية التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه، و هكذا قد يتبلور الاتجاه في نشأته حول أشياء مادية كالدار الهادئة و المقعد المريح،

(1) سعيدات يوسف، أبو طالب محمد إلياس: **الاتجاهات النفسية نحو ممارسة النشاط البدني الرياضي للطلبة الجامعيين**، مذكرة ليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012، ص 25.

(2) صايم الحاج جعفر الصادق: **اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية للقناة الشروق الجزائرية الخاصة**، مذكرة ماستر، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2017، ص 52.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

و حول نوع خاص من الأفراد، كالإخوة و الأصدقاء و حول نوع محدد من الجماعات كالأسرة و جماعة النادي و حول بعض القيم الاجتماعية كالنخوة و الشرف و التضحية. (1)

1-2- مرحلة نمو الميل نحو شيء معين: و تتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شيء معين، فمثلاً أن أي طعام قد يرضي الجائع و لكن الفرد يميل إلى بعض أصناف خاصة من الطعام، و قد يميل إلى تناول طعامه على شاطئ البحر و بمعنى أدق أن هذه المرحلة من نشوء الاتجاه تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي و المشاعر و الإحساسات الذاتية.

1-3- مرحلة الثبوت و الاستقرار: إذ أن الثبوت و الميل على اختلاف أنواعه و درجاته يستقر و يثبت على شيء ما عندما يتطور إلى اتجاه نفسي، فالثبوت هذه المرحلة الأخيرة في تكوين الاتجاه. (2)

2- عوامل تكوين الاتجاهات:

2-1- الدوافع و الحاجات:

تعد الدوافع من أهم العوامل التي تؤثر في الاتجاه و ذلك باعتبار أن هذه الدوافع و الحاجات من أهم القوى التي تؤثر في الفرد و المحركة لنشاطه. إن الإنسان دائماً يسعى لإشباع حاجاته النفسية من خلال تفاعلاته الشخصية و الاجتماعية مع العناصر الموجودة في البيئة التي يعيش فيها لتحقيق اتزانه الحيوي و النفسي الذي يصبو إليه، لذلك فإنه يكتسب خبراته السارة و المؤلمة بناء على ما يمكنه إشباعه من هذه الحاجات، و من ثم ينمي الفرد اتجاهاته و يطورها سواء كانت إيجابية أو سلبية نحو ظاهرة ما. (3)

2-2- الأسرة:

(1) سهام إبراهيم كامل مُجّد: مرجع سبق ذكره، ص 12.

(2) أشرف مُجّد مازن المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 54.

(3) خالد بن سعد بن عايش العتيبي: اتجاهات طلاب و طالبات الجامعة نحو مرتكبي الجريمة، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2004، ص 29.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

تعتبر الأسرة من العوامل الهامة و المؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد الاجتماعية، لأن الأسرة هي المؤسسة الأولى التي تكسب الفرد اتجاهات من خلال التنشئة الاجتماعية. و تشير معظم الآراء في هذا الشأن بأن العلاقة بين اتجاهات الوالدين نحو الأبناء، تكون أكثر من العلاقة الموجودة بين الأبناء بعضهم ببعض في الأسرة الواحدة، و يظهر هذا بوضوح في الاسر ذات المستويات الاقتصادية المنخفضة و هذا يرجع إلى أن الأسرة تقوم بتوجيه الأبناء من النواحي اللفظية و التربوية و السلوك الفعلي للآباء من خلال عملية التنشئة الاجتماعية.⁽¹⁾

2-3- المجتمع:

لكل مجتمع ثقافته الخاصة به و عاداته و قيمه و فلسفته التي تؤدي دوراً واضحاً في تكوين اتجاهات أفراد، و ذلك عبر مؤسساته المختلفة المتعددة المهام و الأغراض و الوسائل كالمدرسة و النادي و دور العبادة ... الخ التي يكتسب من خلالها الأفراد اتجاهاتهم المختلفة عبر عملية التنشئة الاجتماعية.⁽²⁾

2-4- وسائل الاعلام و الاتصال:

أصبحت وسائل الاتصال و الاعلام من العوامل الهامة و المؤثرة في تكوين الاتجاهات الاجتماعية و لا سيما التلفزيون، نظراً للمزايا العديدة التي يتمتع بها و التي تميزه عن غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية، فهو يستطيع من خلال الصوت و الصورة التأثير مباشرة في اتجاهات الأفراد داخل المجتمع، كما أن يستطيع أن يساهم بدور كبير في تغيير هذه الاتجاهات أو تعديلها و توجيهها طبقاً لمتطلبات العصر و المجتمع.⁽³⁾

(1) بورحلة سليمان: مرجع سبق ذكره، ص 116.

(2) حسين صديق: مرجع سبق ذكره، ص 311.

(3) نديم ربحي مُجد الحسن : مرجع سبق ذكره، ص 37.

المطلب الرابع: دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات

إن وسائل الإعلام و بالذات الجماهيرية منها تسهم في تغير مواقف و اتجاهات الناس سواء على المستوى المحلي أو الدولي، فهي مصدر للمعلومات و المعارف التي يحصل عليها الفرد و بالتالي فهي قادرة على تغيير و تبديل هذه الاتجاهات و السلوكيات نحو العديد من الأمور سواء بالقبول أو الرفض، و هذا لا يتوقف على تغيير الاتجاه أو الموقف على القضايا العامة و الأحداث المثارة بل يمتد إلى القيم و أنماط السلوك. (1) و قد أثبتت الدراسات أن الإعلام نجح في ذلك عندما استخدم استراتيجية الإعلام الدعائي، و هو شكل من أشكال الفن الذي يصعب تحديد إطار هويته نظراً للتطور المستمر الذي بيديه من أجل مواكبة المزاج العام كما يخلو من أي إجماع على ما يمكن اعتباره سلوكاً صحيحاً أو خاطئاً أو تكتيكاً فعالاً أو غير فعال، و تتمثل استراتيجيته في:

1. بث رسائل حول موضوع أو قضية معينة أو شخص ما.

2. بث رسال سلبية عن موضوع مناقض أو شخص منافس له. (2)

و يتوقف مستوى بناء و تغير الاتجاه على مجموعة متغيرات رئيسة تتعلق بالعوامل الموجودة في البيئة الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، و من أهمها الوسيلة الإعلامية، مصدر المعلومة و الرسالة الإعلامية.

4-1- متغير الوسيلة الإعلامية:

لكل وسيلة إعلامية خصائصها و مميزاتها، و هو ما ينعكس على طبيعة جمهورها و طبيعة مضمونها، و على هذا، و لتأثير الوسيلة الإعلامية ذاتها على طبيعة الرسالة الإعلامية إهتمت الكثير من الدراسات الإعلامية بالوسيلة ذاتها لأنها تعتبر المحدد في كثير من الأحيان لطبيعة الرسالة الموجهة.

4-2- متغير المصدر:

-
- (1) صالح خليل الصقور: الإعلام و التنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 28.
- (2) مُجد فخري راضي: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 92.

المبحث الثالث: ماهية الاتجاهات

يتوقف قبول الفرد للمعلومة أو رفضه لها بناء على مصدرها، و على هذا الأساس يتشكل لدى الأفراد نسق معرفي معين يركز على اتجاهاتهم المسبقة نحو مصدر المعلومة الذي يصبح في النهاية الموجه الرئيسي للاتجاه. (1)

4-3- متغير الرسالة الإعلامية:

يشكل المحتوى الإعلامي الأساس في البناء المعلوماتي لدى الكثير من الأفراد و الذي يتحول إلى كم معرفي نتيجة لعمليات التراكم و البناء التي تتم على محطات و مراحل مختلفة من الحياة، لذلك اهتمت الدراسات بدراسة اتجاهات الأفراد نحو ما يحيط بهم بالتركيز على تحليل الرسالة الإعلامية على اعتبار العلاقة الترابطية التي وجدت بينها وبينت البناء المعرفي للفرد.

و قد توصلت الدراسة التي أنجزها فستنجر عام 1975 إلى إثبات أن الفرد الذي يتعرض لمحتويات إعلامية معاكسة للمعلومات التي لديه يتولد بداخله تنافر، على عكس الفرد الذي يختار المحتوى الإعلامي الذي يناسبه.

4-4- متغير التعرض:

يفترض المهتمون بهذا المتغير أن الأشخاص بطبيعتهم يميلون إلى تقبل كل ما هو مألوف و ينفرون من ما هو غير مألوف ومعتاد، و بمجرد تكرار التعرض للأشياء أو الأفراد يسهل تقبلهم شيئاً فشيئاً و يصبحون أكثر مألوفية، و لا يميل هؤلاء إلى الآراء التي تقول أن المألوفية و التعود يخلقان الملل، بل على العكس. (2)

(1) فيصل فرحي:الاتصال الجماهيري و النخبة في الجزائر: دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي

"الاقتدار السياسي " على عينة من الأستاذة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 176.

(2) فيصل فرحي: المرجع نفسه، ص 178.

خلاصة:

رغم اعتبار التلفزيون كوسيلة إعلامية تقليدية و رغم التطور التكنولوجي الكبير من خلال وسائل الإنترنت، الهاتف الذكي ... الخ، مازال يعتبر الوسيلة الأكثر استعمالاً و شعبية مقارنة بالوسائل الأخرى و مازال يعتبر مصدر أولي للمعلومات من طرف الجمهور من خلال ما تقدمه مختلف الأنواع البرمجية التلفزيونية كالأخبار و البرامج السياسية و البرامج الحوارية و المناقشات التي تثير انتباه الجمهور من خلال المضامين التي تطرحها، هذه البرامج تسهم في تحقيق أهداف الإعلام السياسي و تدعم قدرته في التأثير على الرأي العام و تشكيل اتجاهات الأفراد.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات

طلبة جامعة غرداية

نبذة عن جامعة غرداية

الهيكل التنظيمي لجامعة غرداية

التحليل الكمي و الكيفي للبيانات

نتائج الدراسة

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

1-نبذة تاريخية عن جامعة غرداية:⁽¹⁾

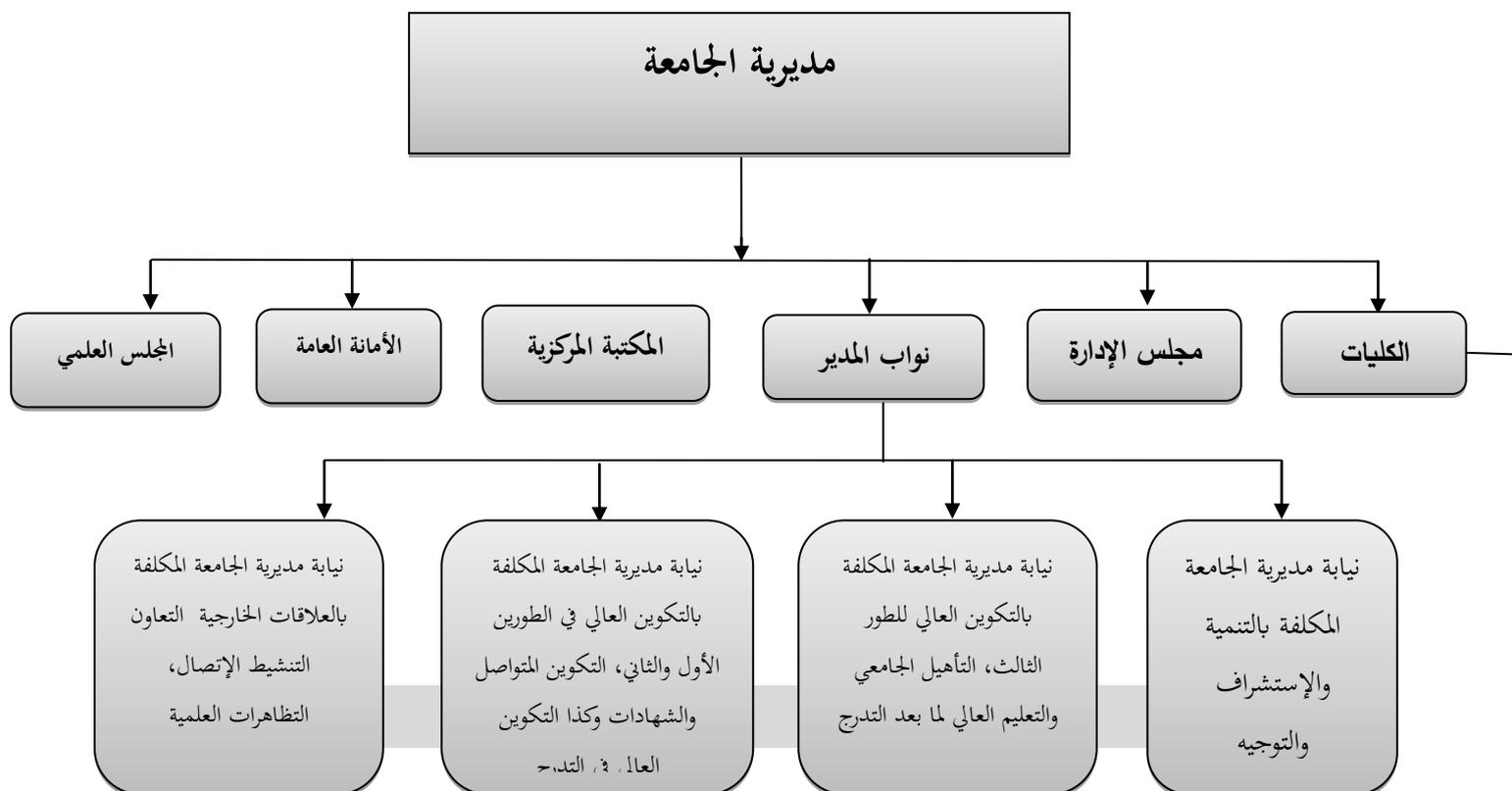
شهد قطاع التعليم العالي بولاية غرداية تطورا متسارعا فمن ملحقة بجامعة الجزائر بغرداية مع صدور القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 08 رجب 1425 الموافق لـ 2004/08/24 إلى مركز جامعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05/302 المؤرخ في 16 أوت 2005 ليتوج ذلك بارتقاء المركز إلى مصاف الجامعات الوطنية و ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12/248 المؤرخ في 14 رجب 1433 الموافق لـ 04 يونيو 2012 متربعة على مساحة قدرها 30 هكتار و تتسع لـ 4000 مقعد بيداغوجي، بالإضافة إلى 6000 مقعد بيداغوجي استملت منه 2000 مقعد و 4000 مقعد قيد الإنجاز و تحتوي على هياكل بيداغوجية متنوعة:

- مدرجات
- قاعات للتدريس
- قاعات للتلفز
- قاعات للانترنت
- قاعة محاضرات
- قاعات للاجتماعات
- مكاتب إدارية و بيداغوجية
- مخابر
- 02 مكتبة و قاعات مطالعة
- ميدياتيك
- قاعة التعليم المتلفز
- نوادي
- مرافق رياضية
- عيادة طبية
- ديوان المطبوعات الجامعية
- مركز التعليم المكثف للغات
- مطبعة جامعية
- محكمة افتراضية

⁽¹⁾ دليل الطالب، جامعة غرداية، 2019، ص 03.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

2- الهيكل التنظيمي لجامعة غرداية: (1)



الأقسام	الكلية
- البيولوجيا - العلوم الفلاحية	علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض
- العلوم والتكنولوجيا - الرياضيات والإعلام الآلي	العلوم والتكنولوجيا
- العلوم الاقتصادية - العلوم التجارية - علوم التسيير - علوم المالية والمحاسبة	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

(1) مرجع سبق ذكره، 2019، ص ص 04 - 05.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

العلوم الإجتماعية و الإنسانية	- العلوم الإنسانية: - شعبة التاريخ - شعبة علوم الإعلام و الإتصال - شعبة العلوم الإسلامية - العلوم الاجتماعية: - شعبة علم النفس - شعبة علم الاجتماع
الآداب واللغات	- اللغة والأدب العربي - اللغة والأدب الانجليزي - اللغة والأدب الفرنسي
الحقوق والعلوم السياسية	- الحقوق - العلوم السياسية

3- التحليل الكمي و الكيفي للبيانات:

اعتمدنا في هذا الجزء على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS** من أجل تفرغ البيانات و تبويبها في شكل جداول و كذا حساب التكرارات و النسب المئوية.

تكونت استمارة الاستبيان من ثلاث محاور بين أسئلة مغلقة و أخرى مفتوحة، حيث أعطي للطلاب الحرية للاختيار بين عدة خيارات و كذا إعطاء آرائهم فيما يخص الأسئلة المفتوحة.

تم عرض الاستمارة على خمسة من المحكمين من أستاذة الإعلام و الاتصال بالكلية من أجل التأكد من صياغة الأسئلة و مدى دقتها و ملائمتها لموضوع الدراسة، و تم تعديل الاستمارة في ضوء الملاحظات المقدمة من طرف الأستاذة المحكمين و كذا الأستاذة المشرفة ليتم تصميمها بشكل نهائي و توزيعها على عينة الدراسة.

و من أجل قياس ثبات الاستبيان قمنا باختيار قبلي للاستمارة، حيث تم توزيع 12 استمارة على عينة تجريبية من مجتمع البحث و تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ من أجل قياس ثبات الاستبيان.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

ALPHA CROBACH	عدد الأسئلة
82.0	26

بعد التأكد من ثبات الاستمارة تم التوزيع النهائي للاستبيان في شكله النهائي وفقاً لعينة البحث المقدره بـ 50 مفردة، حيث تم استرجاع 49 و إلغاء استمارة واحدة بسبب عدم إجابة المبحوث عن بعض الأسئلة و بالتالي لم تفي بغرض الدراسة.

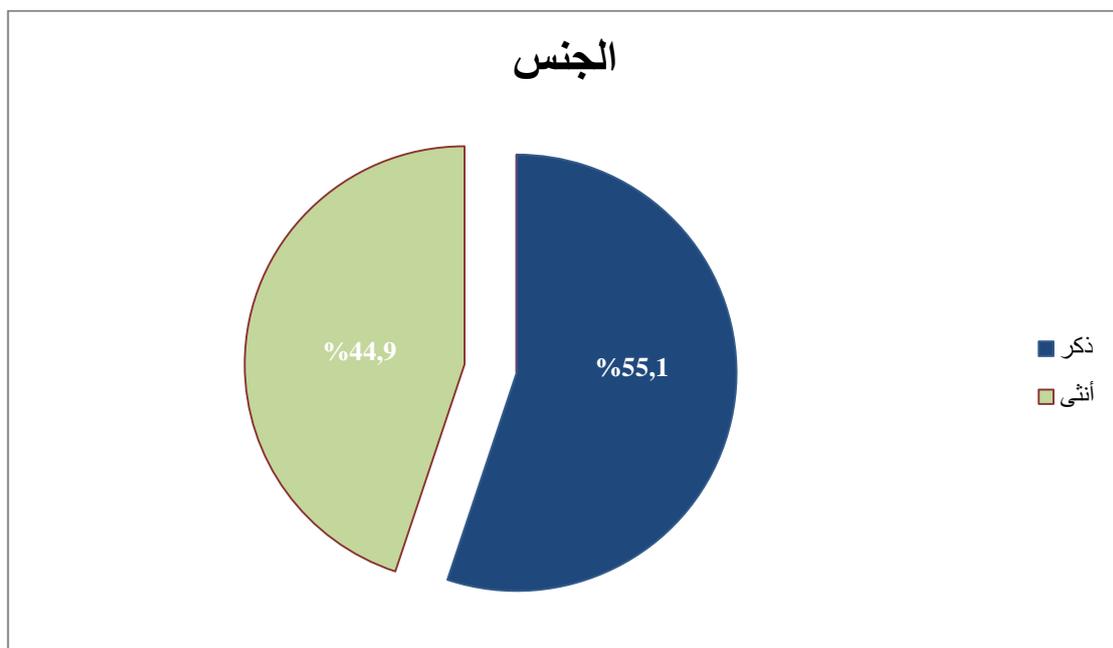
الجدول رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
%55.1	27	ذكر
%44.9	22	أنثى
%100	49	المجموع

من خلال الجدول (03) يتضح أن حجم توزيع العينة 49 مستجيب، حيث كان عدد الذكور (27) بما نسبته %55.1 من عينة الدراسة، بينما كان عدد الإناث 22 أي بنسبة %44.9 ، كما تتضح هذه النتائج من الشكل البياني التالي:

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الشكل رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



الجدول رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب السن

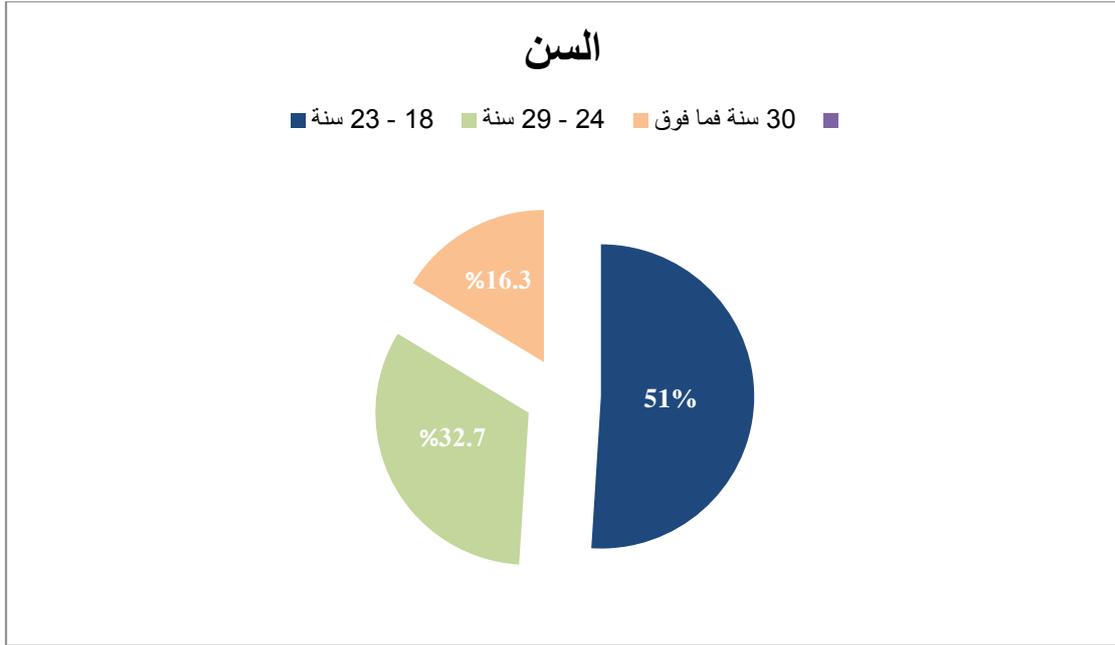
النسبة	التكرار	السن
51%	25	18 - 23 سنة
32.7%	16	24 - 29 سنة
16.3%	8	30 سنة فما فوق
100%	49	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) توزيع أفراد العينة حسب السن و من خلال النتائج المتحصل عليها نجد أن الفئة العمرية للطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18 - 23 سنة) تمثل نسبة 51% ،

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

تليها نسبة **32.7%** للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (24 – 29 سنة) ، بعد ذلك تليها الفئة العمرية (30 سنة فما فوق) بنسبة تعادل **16.3%**.

الشكل (02): يوضح توزيع العينة حسب السن



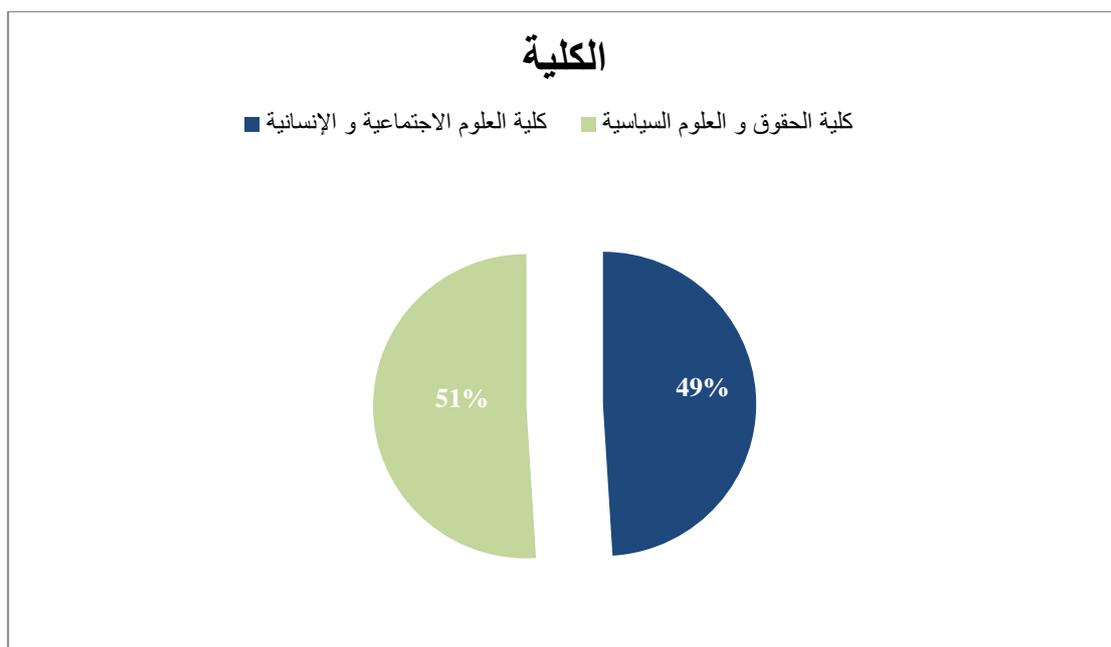
الجدول رقم (05): يوضح توزيع العينة حسب الكلية

النسبة	التكرار	الكلية
49%	24	كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
51%	25	كلية الحقوق و العلوم السياسية
100%	49	المجموع

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

يوضح الجدول رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب الكلية و يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها أن الطلبة الأكثر تواجدا هم طلبة كلية الحقوق و العلوم السياسية بعدد 25 طالباً أي بنسبة 51% ، في حين أن طلبة كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية بلغ عدد الطلاب 24 طالباً ما يمثل نسبة 49%.

الشكل رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الكلية



الجدول رقم (06): يوضح توزيع العينة حسب التخصص

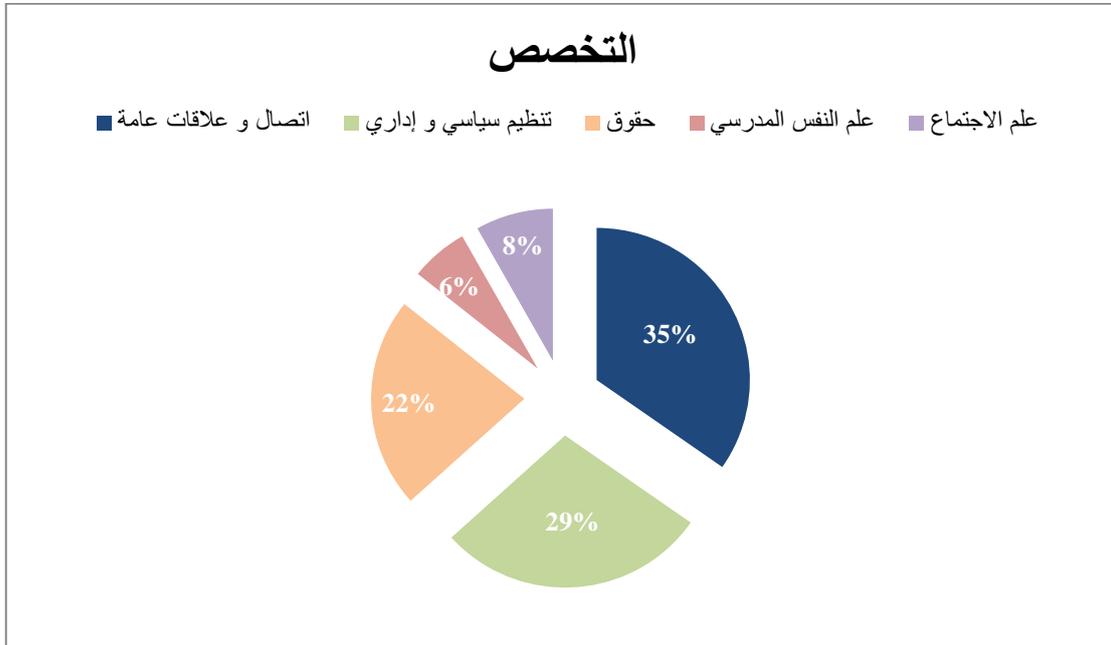
النسبة	التكرار	التخصص
34.7%	17	اتصال و علاقات عامة
28.6%	14	تنظيم سياسي و إداري
22.4%	11	حقوق
6.1%	3	علم النفس المدرسي

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

علم الاجتماع	4	8.2%
المجموع	49	100%

يوضح لنا الجدول (06) توزيع أفراد العينة حسب التخصص و من خلال النتائج المتحصل عليها فإن نسبة المبحوثين في تخصص اتصال و علاقات عامة قدرت بـ 34.7% بعدد 17 طالباً، يليها تخصص تنظيم سياسي و إداري بـ 14 طالباً و بنسبة 28.6%، و يليها تخصص حقوق بعدد 11 طالب و بما يعادل نسبة 22.4%، ثم يليها تخصص علم الاجتماع بـ 4 طلاب بنسبة تعادل 8.2%، و أخيراً تخصص علم النفس المدرسي بـ 3 طلاب فقط وهذا بما يعادل نسبة 6.1%.

الشكل رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب التخصص



الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

المحور الأول: مدى اهتمام طلبة جامعة غرداية بمشاهدة البرامج السياسية

الجدول رقم (07): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية

الأجوبة	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	15	30.6%
بدرجة متوسطة	25	51%
بدرجة ضعيفة	9	18.4%
المجموع	49	100%

يبين لنا الجدول رقم (07) اهتمام الباحثين بمتابعة البرامج السياسية، حيث يلاحظ من خلاله أن نسبة أن 51% من الطلبة الباحثين أجابوا بدرجة متوسطة، و أكد ما نسبته 30.6% منهم على اهتمام بمتابعة البرامج السياسية بدرجة كبيرة، في حين أجابت نسبة 18.4% من عينة الدراسة بدرجة ضعيفة مبددين عدم اهتمامهم الكبيرة بمتابعة البرامج السياسية.

و هي نسبة متقاربة لما جاء في دراسة (صيفية موسى، 2017) حيث أن نسبة 60% من الباحثين أحياناً ما يشاهدون برامج الرأي التلفزيونية.

و يمكن تفسير ذلك إلى تعدد و تنوع وسائل الإعلام و الاتصال بما يتيح للجمهور متابعة آخر الأخبار في أي وقت و أي مكان خاصة عن طريق الانترنت و لوجود مصادر أخرى للمعلومات السياسية قد يطلع عليها الطلبة أو يعتمدونها في استقساء آخر المستجدات و الأخبار و هذا ما يقلل نسبة مشاهدة هذه البرامج، و كون البرامج السياسية قد لا تستهوي الكثيرين مقارنة بأنواع البرامج الأخرى كالرياضية أو الثقافية ...

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (08): يمثل تأثر الطلبة بمضامين البرامج السياسية

الأجوبة	التكرار	النسبة
دائماً	7	14.3%
أحياناً	33	67.3%
نادراً	6	12.2%
أبداً	3	6.1%
المجموع	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن نسبة 67.3% من الطلبة أحياناً ما يتأثرون بالمضامين التي تقدمها البرامج السياسية، تليها نسبة 14.3% من الطلبة الذين يتأثرون دائماً بالمضامين التي تعرضها البرامج السياسية، ثم تليها نسبة 12.2% من الطلبة الذين أجابوا بعبارة نادراً ما يتأثرون بمضامين البرامج السياسية، وأخيراً ما نسبته 6.1% من الطلبة الذين لا يتأثرون عليهم أبداً مضامين البرامج السياسية.

ومن هنا نلاحظ أن المضامين و المواضيع التي تطرح في البرامج السياسية قليلاً ما تؤثر على تفكير أو اتجاه الطالب بشكل عام، و هذا راجع لقلة التعرض للبرامج السياسية مما يحد قدرتها على التأثير في الجمهور.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (09): يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها

الأجوبة	التكرار	النسبة
البرامج السياسية الإخبارية	21	42.9%
البرامج السياسية الحوارية	21	42.9%
برامج النقد الساخر	7	14.3%
المجموع	49	100%

يوضح لنا الجدول رقم (09) أن أغلبية الطلبة يفضلون متابعة البرامج السياسية الإخبارية و البرامج السياسية الحوارية بشكل متساوي بنسبة ما يعادل 42.9%، في حين أن البعض الآخر يفضل متابعة برامج النقد الساخر بنسبة 14.3%.

و يمكن تفسير ذلك بأن هذا النوع من البرامج تطرح المواضيع السياسية بشكل يثري ثقافة و وعي المشاهد، و يفتح مساحة نقاش و يزود الجمهور بآراء و وجهات نظر مختلفة.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (10): يمثل نوع القضايا التي تشد اهتمام الطلبة

النسبة	التكرار	الأجوبة
24.5%	12	القضايا الجهوية
77.6%	38	القضايا الوطنية
44.9%	22	القضايا العربية
57.1%	28	القضايا العالمية

من خلال بيانات الجدول (10) أعلاه نستنتج أن القضايا الوطنية تشد اهتمام الطلبة بنسبة 77.6% مما يدل على اهتمام الطلبة بمتابعة القضايا التي تخص وطنه بشكل عام، تليها القضايا العالمية بما نسبته 57.1% من مجموع التكرارات، ثم تليها القضايا العربية بنسبة 44.9% من حيث القضايا التي تشد اهتمام الطالب، و أخيراً القضايا الجهوية التي أقل ما تشد اهتمام الطلبة بنسبة تعادل 24.5%.

و نلاحظ نسب متقاربة نوعاً ما بين الثلاث احتمالات الأولى، هذا يدل على أن الطلبة المبحوثين منفتحين على متابعة الأخبار و القضايا ليس فقط الوطنية حتى العربية و العالمية ما يثبت وعيه و اهتمامه بما يحصل في الشأن السياسي، وهذا يدل على أن هذه الأخبار بمختلف أشكالها يثر على أفكار و اتجاهات الطلبة وقد انعكس هذا على سلوكياتهم اليومية من حيث المناقشة و الحديث على القضايا السياسية خاصة الوطنية نظراً للظروف المعاشة

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (11): يمثل القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها

الأجوبة	التكرار	النسبة
القنوات الوطنية	29	59.2%
القنوات العربية	33	67.3%
القنوات الأجنبية	17	37.7%

يبين لنا الجدول رقم (11) أن الطلبة يميلون بدرجة كبيرة إلى مشاهدة البرامج السياسية عبر القنوات العربية بنسبة 67.3%، تليها القنوات الوطنية بنسبة 59.2% من حيث المشاهدة، في حين أن القنوات الأجنبية حازت على نسبة 37.7%.

ويرجع هذا لتعدد و كثرة القنوات العربية الإخبارية السياسية واختلاف أساليب وطرق تقديمها للمضامين و كذا تنوع برامجها السياسية، و كونها تبث الأخبار السياسية على مدار اليوم و تتابع آخر المستجدات بشكل فوري و مباشر.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (12): يمثل سبب انجذاب الطلبة لمتابعة البرامج السياسية

النسبة	التكرار	الأجوبة
51.0%	25	تغطي القضايا و الأحداث المهمة
16.3%	8	تناول المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة كبيرة
32.7%	16	تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة
100%	49	المجموع

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أن سبب انجذاب الطلبة لمتابعة البرامج السياسية يرجع لكونها تغطي القضايا و الأحداث المهمة بنسبة تعادل 51%، تلتها نسبة 32.7% من المبحوثين أجابوا بتقديمها لوجهات نظر و آراء مختلفة كسبب لانجذابهم في متابعة البرامج السياسية، و أخيراً نسبة 16.3% من المبحوثين أجابوا من حيث تناولها المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة كبيرة. وهذا راجع لاهتمام الطلبة في الفترة الأخيرة بمتابعة القضايا و الأحداث الراهنة التي تشهدها الجزائر، و رغبتهم في استطلاع آخر الأخبار و معرفة المستجدات السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (13): يمثل مناقشة الطلبة مضامين البرامج السياسية مع الآخرين

الأجوبة	التكرار	النسبة
نعم	33	67.3%
لا	16	32.7%
المجموع	49	100%

يبين لنا الجدول رقم (13) نسبة الطلبة الذين يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية مع الآخرين حيث أجاب ما نسبته 67.3% بـ نعم، في حين أن نسبة 32.7% أجابوا بـ لا أي لا يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية مع الآخرين.

كما أن نسبة 54.6% من المجيبين بـ نعم يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية مع زملاء الجامعة و يرجعون ذلك لكون المستوى الفكري و الثقافي متقارب ما يسهل عليهم فهم بعضهم البعض و تبادل الأفكار و وجهات النظر بشكل سلس و لكونهم ينتمون لنفس التخصص و لديهم نفس الاهتمامات ما ينمي ثقافة الحوار و التفاعل و النقاش في المواضيع السياسية و تبادل الآراء لفهم الأوضاع السياسية من مختلف الجوانب.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

المحور الثاني: تقييم البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية

الجدول رقم (14): يوضح تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية

الأجوبة	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	07	14.3%
بدرجة متوسطة	40	81.6%
بدرجة ضعيفة	02	4.1%
المجموع	49	100%

يبين لنا الجدول رقم (14) أن 81.6% من عينة الدراسة أجابوا بأن البرامج السياسية تزودهم بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية بدرجة متوسطة، تليها نسبة 14.3% التي أكد فيها الطلبة أن البرامج السياسية تساهم و بدرجة كبيرة في تزويدهم بالمعلومات الكافية عن المواضيع السياسية في حين أن نسبة 4.1% من الطلبة أجابوا أن البرامج السياسية تزودهم بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية بدرجة ضعيفة.

فرغم كم الأخبار و المعلومات التي تعرضها البرامج السياسية لجمهور المشاهدين إلا أنها لم تزودهم بكم المعلومات الكافي و يمكن تفسير ذلك أن بعض البرامج قد لا تتطرق لبعض المواضيع التي تم الجمهور و تركز على مواضيع تتماشى مع سياستها و قد ترى فيها الأولوية للطرح و النقاش.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (15): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول

القضايا العامة

الأجوبة	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	04	8.2%
بدرجة متوسطة	37	75.5%
بدرجة ضعيفة	08	16.3%
المجموع	49	100%

من خلال بيانات الجدول رقم (15) يتضح أن المبحوثين يعتمدون بدرجة متوسطة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة بنسبة تعادل 75.5%، يليها الاعتماد على البرامج السياسية في تشكيل آراء الطلبة الخاصة حول القضايا العامة بدرجة ضعيفة بنسبة 16.3%، ثم نسبة 8.2% من الطلبة الذين يعتمدون و بدرجة كبيرة في الإعتماد على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة.

كما كانت النتيجة في دراسة (صيفية موسى، 2017) أن 64% من المبحوثين أجابوا بأن برامج الرأي ساهمت في تشكيل اتجاهاتهم السياسية بشكل متوسط.

و يمكن تفسير ذلك بعدم ثقة المبحوثين بما تقدمه البرامج السياسية من مضامين ما يجعله لا يعتمد عليها في تشكيل آرائه و اتجاهاته.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (16): يمثل تأثير البرامج السياسية في صناعة الرأي العام

الأجوبة	التكرار	النسبة
نعم	40	81.6%
لا	09	18.4%
المجموع	49	100%

يوضح الجدول رقم (16) أن نسبة 81.6% من الطلبة كانت إجاباتهم ب نعم على أن البرامج السياسية لها تأثير قوي في صناعة الرأي العام، وهذا راجع لتعدد المضامين و القضايا التي تناولها معظم البرامج السياسية بشكل عام، في حين نسبة 18.4% من الطلبة أجابوا ب لا، لا يتفقون مع أن البرامج السياسية لها تأثير في صناعة الرأي العام .

حسب إجابات المبحوثين يمكن تفسير ذلك كون البرامج السياسية تزود المتلقين بمعلومات و أخبار وآراء عديدة حول القضايا السياسية تلفت نظر المجتمع و يتبنى الجمهور هذه الأفكار و الآراء من خلال وضع قضية ما في قمة أولويات الناس وتوجيه تفكيرهم وطاقاتهم إليها لنتج نقاش مجتمعي واسع، وبالتالي موقف عام حول هذه القضية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (17): يمثل تمتع البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية

الأجوبة	التكرار	النسبة
دائماً	01	02%
أحياناً	35	71.4%
نادراً	12	24.5%
أبداً	01	02%
المجموع	49	100%

من خلال الجدول رقم (17) أعلاه كانت إجابات المبحوثين أن البرامج السياسية أحياناً ما تتمتع بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية حسب آراء الطلبة بنسبة تعادل 71.4% ، في حين أن 24.5% من الطلبة اعتبروا أنه نادراً ما تتمتع هذه البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية ، تليها نسبة 02% الذين أجابوا ب نادراً ما تتمتع البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية، ثم تلتها في الأخير نسبة 02% من الطلبة الذين يتفقون ب دائماً ما تتمتع هذه البرامج على الموضوعية في تغطيتها للقضايا السياسية.

و أرجع المبحوثين ذلك لكون هذه البرامج عادة ما تلتزم بالخط الافتتاحي للقناة كما أنها تنحاز في بعض الأحيان لموقف سياسي ما تدعمه و تعزز له من خلال استضافة بعض الشخصيات السياسية أو المحللين كما أن مضامينها أحياناً تكون موجهة و تخدم جهة ما، و أن لكل مؤسسة إعلامية سياستها الخاصة بها سواء أعلنت ذلك أو لم تفعل، و يظهر ذلك من خلال اختيارها للأخبار و المواضيع و تجاهلها للبعض الآخر.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (18): يمثل تمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة

الأجوبة	التكرار	النسبة
دائماً	02	4.1%
أحياناً	39	79.6%
نادراً	08	16.3%
أبداً	00	00%
المجموع	49	100%

من خلال نتائج الجدول (18) أن نسبة 79.6% من الطلبة يرون بأن أحياناً ما تمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة ، في حين أن نسبة 16.3% أجابوا على أن هذه البرامج السياسية نادراً ما تمتع بالمصداقية في الطرح و المناقشة بينما نسبة 4.1% من العينة يعتقدون أن البرامج السياسية تتمتع دائماً بالمصداقية في الطرح و المناقشة.

و يفسر هذا من خلال إجابات الباحثين أن هذه البرامج أحياناً ما تقوم بالتعتيم حول بعض المواضيع و عدم مناقشتها بشفافية و مصداقية و كذا نشر المعلومات المغلوطة و المضللة، كما أنه أحياناً يتم تجاهل بعض القضايا على حساب أخرى.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (19): يمثل اهتمام البرامج السياسية بتغطية القضايا السياسية الراهنة

الأجوبة	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	20	40.8%
بدرجة متوسطة	26	53.1%
بدرجة ضعيفة	03	6.1%
المجموع	49	100%

يبين لنا الجدول رقم (19) أن نسبة 53.1% من الطلبة المبحوثين يرون أن البرامج السياسية إهتمت بتغطية القضايا السياسية الراهنة بدرجة متوسطة، حيث يرى الطلبة أن تغطية هذه البرامج للأحداث الراهنة حسبهم أن التغطية كانت سطحية و غير معمقة كما أن الضيوف السياسيين و المحللين لم يرقوا للمستوى المطلوب من التحليل و المناقشة بما يقنع المشاهد و يؤثر في أفكاره و آرائه، أما نسبة 40.8% من الطلبة يتفقون وبدرجة كبيرة على أن البرامج السياسية اهتمت بتغطية القضايا السياسية الراهنة، خاصة فترة الأخيرة و ما تشهده الساحة السياسية الجزائرية من متغيرات فحسبهم فإن البرامج السياسية واكبت الأحداث و المستجدات بشكل دائم و وفقت بشكل كبيرة في تغطية الحراك الشعبي من خلال البث المباشر و مشاركة المتظاهرين طوال المظاهرات كما أنها تناولت الأخبار و التصريحات بالتحليل و المناقشة، بينما نسبة 6.1% منهم يرون أن اهتمام البرامج السياسية بتغطية القضايا السياسية الراهنة كان بدرجة ضعيفة.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (20): يمثل تقييم الطلبة لأسلوب طرح و مناقشة هذه البرامج

الأجوبة	التكرار	النسبة
جيد	14	28.6%
متوسط	35	71.4%
ضعيف	00	00%
المجموع	49	100%

يبين لنا الجدول رقم (20) تقييم الطلبة لأسلوب طرح ومناقشة هذه البرامج الذين يجمعون بأن هذه البرامج تتمتع بأسلوب طرح ومناقشة متوسط بنسبة 71.4%، يليها إجابات الطلبة على أن هذه البرامج تتمتع بأسلوب طرح و مناقشة جيد و فعال بنسبة تعادل 28.6%، و يمكن إيعاز ذلك لأنه أسلوب الطرح و المناقشة في البرامج السياسية قد لا يعطي قيمة إضافية إيجابية لدى معظم الطلبة بسبب الطرق والأساليب المتبعة في مناقشة القضايا السياسية التي لا يستفيد منها الطالب أو لا يفهمها ولا تصبح لديه الرغبة في مشاهدتها.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (21): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس درجة الاهتمام
%	ت	%	ت	%	ت	
%30.6	15	%6.1	3	%24.5	12	بدرجة كبيرة
%51	25	%28.6	14	%22.4	11	بدرجة متوسطة
%18.4	9	%10.2	5	%8.2	4	بدرجة ضعيفة
%100	49	%44.9	22	%55.1	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن اهتمام أفراد العينة بمشاهدة البرامج السياسية كان بدرجة متوسطة حيث قدرت نسبة الإناث بـ 28.6%، أما الذكور بنسبة 22.4%، في حين أن نسبة 24.5% من الذكور يهتمون بدرجة كبيرة بمشاهدة البرامج السياسية، و نسبة 6.1% بالنسبة للإناث، أما نسبة 10.2% من الإناث يهتمون بدرجة ضعيفة بمشاهدتها، و نسبة 8.2% بالنسبة للذكور.

نلاحظ من خلال البيانات أعلاه أن نسبة الإناث الذين يهتمون بمشاهدة بدرجة متوسطة كانت أكبر من نسبة الذكور حيث أن فئة الذكور يهتمون بدرجة كبيرة بمشاهدة البرامج السياسية و هذا يرجع لكون الذكور يميلون لهذا النوع من البرامج و ينخرطون أكثر من الإناث في العمل السياسي و المشاركة السياسية، عكس فئة الإناث اللواتي قد يفضلن البرامج التي تهتم بمشاكل المرأة و المسلسلات و غيرها

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم(22): يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية حسب متغير الجنس

المجموع	30 سنة فما فوق		24 - 29 سنة		18 - 23 سنة		السن	درجة الاهتمام
	ت	%	ت	%	ت	%		
%30.6	15	%10.2	5	%8.2	4	%12.2	6	بدرجة كبيرة
%51	25	%6.1	3	22.4%	11	%22.4	11	بدرجة متوسطة
%18.4	9	%0	0	%2.0	1	%16.3	8	بدرجة ضعيفة
%100	49	%16.3	8	%32.7	16	%51	25	المجموع

من خلال الجدول رقم (22) يتضح لنا أن نسبة 22.4% من كلا الفئتين العمريتين (18 - 23 سنة) و (24 - 29 سنة) يهتمون بدرجة متوسطة بمشاهدة البرامج السياسية، أما نسبة 6.1% بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، في حين أن نسبة 12.2% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) فيهتمون بدرجة كبيرة بمشاهدة البرامج السياسية، و نسبة 10.2% بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، و نسبة 8.2% للفئة العمرية (24 - 29 سنة).

أما نسبة 16.3% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) فيهتمون بدرجة ضعيفة بمشاهدة البرامج السياسية، و 2.0% بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة)، و 0% من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق).

نلاحظ أن الاهتمام بمشاهدة البرامج السياسية حسب الفئات العمرية كان بدرجة متوسطة، و أعلى نسبة كانت للفئتين العمريتين (18 - 23 سنة) و (24 - 29 سنة)، و يمكن تفسير ذلك بوجود برامج قد تهتم بها هذه الفئات و تتابعها كالبرامج الرياضية أو الترفيهية ...

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (23) : يمثل اهتمام الطلبة بمتابعة البرامج السياسية حسب متغير التخصص

المجموع	علم الاجتماع		علم النفس المدرسي		حقوق		تنظيم سياسي و إداري		اتصال و علاقات عامة		التخصص درجة الاهتمام	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%30.6	15	0%	0	%2.0	1	%4.1	2	%16.3	8	%8.2	4	بدرجة كبيرة
%51.0	25	%6.1	3	%2.0	1	%16.3	7	%12.2	6	%16.3	8	بدرجة متوسطة
%18.4	9	2.0%	1	2.0%	1	%4.1	2	%0	0	%10.2	5	بدرجة ضعيفة
%100	49	%8.2	4	%6.1	3	%22.4	11	%28.6	14	%34.7	17	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (23) أن نسبة 16.3% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة يهتمون بدرجة متوسطة بمشاهدة البرامج السياسية، و 16.3% بالنسبة لطلبة تخصص حقوق، و 12.2% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري و نسبة 6.1% من طلبة علم الاجتماع، و نسبة 2.0% من طلبة تخصص علم النفس المدرسي.

في حين أن نسبة 16.3% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري يهتمون بمشاهدة البرامج السياسية بدرجة كبيرة، و 8.2% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة، و نسبة 4.1% من طلبة تخصص حقوق، و 2.0% من طلبة علم النفس المدرسي، و 0% بالنسبة لتخصص علم الاجتماع.

أما نسبة 10.2% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة يهتمون بدرجة ضعيفة بمشاهدة البرامج السياسية، و 4.1% بالنسبة لطلبة تخصص حقوق، نسبة 2.0% بالنسبة لطلبة كل من تخصص علم النفس المدرسي و علم الاجتماع، و 0% بالنسبة لطلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نلاحظ أن درجة اهتمام بمشاهدة البرامج السياسية ترتبط بالتخصص، فمن خلال الجدول أعلاه نرى بأن طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري يهتمون بدرجة كبيرة بمشاهدة البرامج السياسية و هذا راجع لتخصصهم الذي يتطلب وجود اهتمام و معرفة كبيرة بما يحدث في الحقل السياسي، عكس بقية التخصصات حيث أن اهتمام طلبة هذه التخصصات يتراوح ما بين بدرجة متوسطة و بدرجة ضعيفة.

الجدول رقم (24): يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس التأثر بالبرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
16.3%	8	6.1%	3	10.2%	5	دائماً
65.3%	32	26.5%	13	38.8%	19	أحياناً
12.2%	6	6.1%	3	6.1%	3	نادراً
6.1%	3	6.1%	3	0%	0	أبداً
100%	49	44.9%	22	55.1%	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن نسبة 38.8% من فئة الذكور يتأثرون أحياناً بمضامين البرامج السياسية، و نسبة 26.5% بالنسبة لفئة الإناث، أما نسبة 10.5% من الذكور فيتأثرون دائماً بمضامين البرامج السياسية، و 6.1% بالنسبة للإناث، في حين أن 6.1% من الجنسين نادراً ما يتأثرون بمضامين البرامج السياسية، و نسبة 6.3% من الإناث لا يتأثرون أبداً بمضامين البرامج السياسية، و نسبة 0% من فئة الذكور.

يتضح لنا أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة أحياناً ما يتأثرون بمضامين البرامج السياسية، و كانت نسبة الذكور أكبر من الإناث، في حين أن نسبة الذكور الذين يتأثرون دائماً بمضامين البرامج السياسية

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

كانت أكبر من الإناث، و يرجع هذا لطبيعة البرنامج السياسي و مدى فعاليتها و قدرتها على إحداث التأثير في نفس الجمهور و مخاطبة عقله.

الجدول رقم (25) : يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية حسب متغير السن

التأثر بالبرامج السياسية	السن		18 - 23 سنة		24 - 29 سنة		30 سنة فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
دائماً	3	6.1%	2	4.1%	3	6.1%	8	16.3%	8	16.3%
أحياناً	15	30.6%	12	24.5%	5	10.2%	32	65.3%	32	65.3%
نادراً	5	10.2%	1	2.0%	0	0%	6	12.2%	6	12.2%
أبداً	2	4.1%	1	2.0%	0	0%	3	6.1%	3	6.1%
المجموع	25	51.0%	16	32.7%	8	16.3%	49	100%	49	100%

من خلال الجدول رقم (25) يتبين لنا أن نسبة 30.6% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) أحياناً ما يتأثرون بمضامين البرامج السياسية، و نسبة 24.5% بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة)، و 10.2% بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، في حين أن نسبة 6.1% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) يتأثرون دائماً بمضامين البرامج السياسية، و نسبة 6.1% بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، و نسبة 4.1% بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة).

نلاحظ أن الفئات العمرية الثلاث أحياناً ما تتأثر بمضامين البرامج السياسية و كانت أعلى نسبة للفئة العمرية (18 - 23)، و هذا راجع لقلة التعرض لهذا النوع من البرامج كما تبينه النتائج السابقة.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

أما نسبة 10.2% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) نادراً ما يتأثرون بمضامين البرامج السياسية، و بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة) قدرت بـ 2.0% ، و نسبة 0% للفئة العمرية (30 سن فما فوق)

أما نسبة الذين لا يتأثرون أبداً بمضامين البرامج السياسية فكانت 4.1% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة)، 2.0% من الفئة العمرية (24 - 29 سنة) و 0% بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق)

نلاحظ أن نسبة كبيرة من الفئات العمرية الثلاث أحياناً ما تتأثر بمضامين البرامج السياسية، حيث أكبر نسبة كانت للفئة العمرية (18 - 23 سنة) و يمكن تفسير ذلك لنوعية المضامين التي تتناولها البرامج السياسية و التي قد لا تترك أثر في نفس الجمهور بعد مشاهدتها.

الجدول رقم (26) : يمثل تأثير الطلبة بمضامين البرامج السياسية حسب متغير التخصص

التخصص		اتصال و علاقات عامة		تنظيم سياسي و إداري		حقوق		علم النفس المدرسي		علم الاجتماع		المجموع	
التأثير بمشاهدة البرامج السياسية		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
دائماً		4.1%	2	6.1%	3	4.1%	2	0%	0	0%	0	14.3%	7
أحياناً		18.4%	9	20.4%	10	16.3%	8	4.1%	2	8.2%	4	67.3%	33
نادراً		8.2%	4	0%	0	2.0%	1	2.0%	1	0%	0	12.2%	6
أبداً		4.1%	2	2.0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	6.1%	3
المجموع		34.7%	17	28.6%	14	22.4%	11	6.1%	3	8.2%	4	100%	49

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

من خلال الجدول رقم (26) نلاحظ أن أحياناً ما يتأثر أفراد العينة بمضامين البرامج السياسية حسب التخصصات فقد بلغت نسبة 20.4% بالنسبة لتخصص تنظيم سياسي و إداري، و نسبة 18.4% بالنسبة لتخصص اتصال و علاقات عامة، 16.3% من طلبة تخصص حقوق، و نسبة 8.2% من طلبة تخصص علم الاجتماع، و نسبة 4.1% من تخصص علم النفس المدرسي.

في حين أن نسبة الذين يتأثرون دائماً بمضامين البرامج السياسية فكانت 6.1% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري، 4.1% من طلبة تخصص حقوق، و 4.1% من تخصص اتصال و علاقات عامة، و نسبة 0% بالنسبة لتخصص علم الاجتماع.

أما الذين نادراً ما يتأثرون بمضامينها فكانوا بما نسبته 8.2% بالنسبة لتخصص اتصال و علاقات عامة، و 2.0% بالنسبة لكل من تخصص حقوق و تخصص علم النفس المدرسي، و نسبة 0% لكل من تخصص تنظيم سياسي و إداري و تخصص علم الاجتماع.

و نسبة الذي أجابوا بـ أبداً لا يتأثرون بمضامين البرامج السياسية كانت 4.1% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة، و نسبة 2.0% بالنسبة لتخصص تنظيم سياسي و إداري، و 0% بالنسبة لبقية التخصصات.

نلاحظ من خلال الجدول أن أجابات أفراد العينة كانت أحياناً بنسبة 67.3%، في حين أن أجابات أفراد العينة بدائماً كانت ضئيلة، و أعلى نسبة كانت لتخصص تنظيم سياسي و إداري، يليها تخصصي علاقات عامة و حقوق، و هذا يدل على ضعف و محدودية تأثير هذه البرامج حتى على أصحاب التخصص الذين هم الأكثر متابعة للشؤون السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (27) : يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس نوع البرامج السياسية المفضلة
%	ت	%	ت	%	ت	
%42.9	21	%20.4	10	%22.4	11	البرامج السياسية الإخبارية
%42.9	21	%16.3	8	%26.5	13	البرامج السياسية الحوارية
%14.3	7	%8.2	4	%6.1	3	برامج النقد الساخر
%100	49	%44.9	22	%55.1	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (27) يتبين لنا أن نسبة الذين يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الحوارية من الذكور بلغت 26.5%، أما نسبة الإناث فكانت 16.3%، في حين أن نسبة الذي يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الإخبارية فكانت 22.4% من فئة الذكور، و 20.4% بالنسبة للإناث.

أما الذين يفضلون برامج النقد الساخر فكانت نسبة الإناث 8.2% أما الذكور فكانت 6.1%.

نستنتج من خلال الجدول أن كلا الجنسين يفضلون البرامج السياسية الإخبارية و الحوارية حيث أن البرامج الإخبارية تسهم في معرفتهم بالقضايا السياسية و تعد مصدراً للحصول على المعلومات، و البرامج الحوارية التي تساعد على معرفة مختلف الآراء حول القضايا السياسية و تقدم وجهات نظر مختلفة بالإضافة إلى الجو التنافسي الذي يسود هذه البرامج من نقاشات و اختلاف آراء بما يثري ثقافة المشاهد.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول (28) : يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها حسب متغير السن

المجموع		30 سنة فما فوق		29 - 24 سنة		18 - 23 سنة		السن نوع البرامج السياسية المفضلة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%42.9	21	%4.1	2	%20.4	10	%18.4	9	البرامج السياسية الإخبارية
%42.9	21	%10.2	5	%10.2	5	%22.4	11	البرامج السياسية الحوارية
%14.3	7	%2.0	1	%2.0	1	%10.2	5	برامج النقد الساخر
%100	49	%16.3	8	%32.7	16	%51.0	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) أن نسبة 22.4% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الحوارية، أما الفئة العمرية (24 - 29 سنة) فكانت بنسبة 10.2%، و الفئة العمرية (30 سنة فما فوق) كانت بـ 10.2%

أما نسبة الذين البرامج السياسية الإخبارية حسب السن فكانت 20.4% بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة)، و نسبة 18.4% بالنسبة للفئة العمرية (18 - 23 سنة)، و نسبة 4.1% من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق).

في حين أن الذين يفضلون برامج النقد الساخر فكانت نسبة الفئة العمرية (18 - 23 سنة) 10.2%، في حين أن الفئتين العمريتين (24 - 29 سنة) و (30 فما فوق) فكانت نسبة كل منهما 2.0%.

نستنتج أن أفراد العينة من الفئات العمرية الثلاث يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الإخبارية و البرامج السياسية الحوارية، و هذا يدل على اهتمام أفراد العينة بالحصول على المعلومات

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

السياسية و متابعة الأحداث و القضايا الجارية، و الاهتمام بمعرفة مختلف الآراء و الاتجاهات التي تطرح في البرامج السياسية الحوارية التي تتمتع بالأسلوب الجبوي في المناقشة بما يزيد من أكتساب الطالب للمعلومات السياسية.

الجدول رقم (29): يمثل نوع البرامج السياسية التي يفضل الطلبة متابعتها حسب متغير التخصص

المجموع		علم الاجتماع		علم النفس المدرسي		حقوق		تنظيم سياسي و إداري		اتصال و علاقات عامة		التخصص نوع البرامج السياسية المفضلة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%42.9	21	%4.1	2	%2.0	1	%10.2	5	%12.2	6	%14.3	7	البرامج السياسية الإخبارية
%42.9	21	%2.0	1	%2.0	1	8.2%	4	%16.3	8	14.3%	7	البرامج السياسية الحوارية
%14.3	7	%2.0	1	%2.0	1	%4.1	2	%0	0	%6.1	3	برامج النقد الساخر
%100	49	%8.2	4	%6.1	3	22.4%	11	%28.6	14	34.7%	17	المجموع

من خلال الجدول رقم (29) يتبين لنا أن نسبة 16.3% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري يفضلون مشاهدة البرامج السياسية الحوارية، أما 14.3% بالنسبة لطلبة تخصص اتصال و علاقات عامة، و 8.2% من طلبة تخصص حقوق، و نسبة 2.0% بالنسبة لطلبة كل من علم النفس المدرسي و طلبة علم الاجتماع.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

أما الذين يفضلون البرامج السياسية الإخبارية فكانت نسبة 14.3% منهم من طلبة تخصص اتصال وعلاقات عامة، و 12.2% من طلبة تخصص تنظيم سياسي وإداري، و 10.5% من طلبة حقوق، و 4.1% من طلبة علم الاجتماع، و 2.0% من طلبة علم النفس المدرسي.

في أن الذين يفضلون برامج النقد الساخر فكانت نسبة 6.1% منهم من طلبة اتصال وعلاقات عامة، و 4.1% منهم من طلبة تخصص حقوق و 2.0% من طلبة كل من علم النفس المدرسي و علم الاجتماع، و 0% بالنسبة لطلبة تخصص تنظيم سياسي وإداري.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن البرامج السياسية الإخبارية و البرامج السياسية الحوارية مقارنة ببرامج النقد الساخر التي كانت نسبتها ضئيلة، و هذا يرجع لكون البرامج الإخبارية تزود بالمعلومات بشكل يسهل إستيعابها و تلقيها بشكل جيد بما يفيدهم و تسهم في تعديل المعلومات الخاطئة للقضايا السياسية، و لكون البرامج السياسية الحوارية تثري ثقافة الحوار و المناقشة و تزودهم بمهارات الحوار و الإقناع بما يفيد الطلبة في دراستهم الجامعية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (30) : يمثل نوع القضايا/البرامج السياسية التي تشد اهتمام الطلبة حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس نوع القضايا
%	ت	%	ت	%	ت	
%24.5	12	%10.2	5	%14.3	7	القضايا الجهوية
%77.6	38	%34.7	17	%42.9	21	القضايا الوطنية
%44.9	22	%28.6	14	%16.3	8	القضايا العربية
%57.1	28	%20.4	10	%36.7	18	القضايا العالمية

من خلال الجدول رقم (30) يتضح أن نوع القضايا أو المواضيع التي تشد اهتمام أفراد العينة حسب الجنس جاءت القضايا الوطنية أولاً بنسبة %42.9 بالنسبة للذكور بمجموع 21 تكرار، و %34.7 بالنسبة للإناث بمجموع 17 تكرار.

في حين أن القضايا العالمية جاءت بنسبة %36.7 بالنسبة للذكور، و %20.4 بالنسبة للإناث. أما القضايا العربية جاءت بنسبة %28.6 بالنسبة للإناث، و %16.3 بالنسبة للذكور.

نلاحظ أن اهتمام كلا الجنسين يصب في القضايا الوطنية حيث أعلى نسبة كانت لفئة الذكور، مما ارتباط الوثيق من الجنسين بالأحداث السياسية الوطنية و رغبتهم الكبيرة في متابعة مجريات الأحداث السياسية الجزائرية.

و يمكن تفسير كون الإناث أكثر ميلاً للقضايا العربية من الذكور للعاطفة الموجودة لدى الإناث بصورة أكبر، و كونهم يتأثرون بما يحصل في البلاد العربية بدرجة أكبر كالقضية الفلسطينية مثلاً.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

كما نلاحظ اهتمام بالقضايا العالمية ما يفسر انفتاح أفراد العينة على قضايا العالم و الرغبة في استطلاع الأخبار و المعرفة بالأحداث.

الجدول رقم (31): يمثل نوع القضايا/البرامج السياسية التي تشد اهتمام الطلبة حسب متغير

السن

المجموع	30 سنة فما فوق		24 - 29 سنة		18 - 23 سنة		السن	نوع القضايا
	%	ت	%	ت	%	ت		
%24.5	12	%6.1	3	%6.1	3	%12.2	6	القضايا الجهوية
%77.6	38	%14.3	7	%22.4	11	%40.8	20	القضايا الوطنية
%44.9	22	%6.1	3	%16.3	8	%22.4	11	القضايا العربية
%57.1	28	%14.3	7	%12.2	6	%30.6	15	القضايا العالمية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31) أن القضايا التي تشد اهتمام الفئة العمرية (18 - 23 سنة) هي القضايا الوطنية بنسبة %40.8 بمجموع 20 تكرار، و %22.4 بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة) بمجموع 11 تكرار، و نسبة %14.7 بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق) بمجموع 7 تكرارات.

أما القضايا العالمية كانت بنسبة %30.6 بالنسبة للفئة العمرية (18 - 23 سنة)، أما الفئة العمرية (30 سنة فما فوق) بنسبة %14.3 ، أما الفئة العمرية (24 - 29 سنة) بنسبة %12.2

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

في حين أن القضايا العربية فكانت بنسبة 22.4% بالنسبة للفئة العمرية (18 – 23 سنة)، أما الفئة العمرية (24 – 29 سنة) فكانت بنسبة 16.3% أما الفئة العمرية (30 سنة فما فوق) فكانت بنسبة 6.1%.

أما القضايا الجهوية فكانت بنسبة 12.2% بالنسبة للفئة العمرية (18 – 23 سنة)، أما كلا من الفئتين العمريتين فكانت بنسبة 6.1% لكل فئة.

نلاحظ اهتمام الفئات العمرية الثلاث بالقضايا الوطنية، و أعلى نسبة كانت للفئة العمرية (18 – 23 سنة)، و هذا يدل على مدى وعي هذه الفئة بالقضايا الوطنية و الاهتمام بمتابعتها و البحث عن الحقيقة و إشباع معرفتهم السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (32): يمثل نوع القضايا/البرامج السياسية التي تشد اهتمام الطلبة حسب متغير

التخصص

التخصص	اتصال و علاقات عامة		تنظيم سياسي و اداري		حقوق		علم النفس المدرسي		علم الاجتماع		المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
القضايا الجهوية	8.2%	4	4.1%	2	8.2%	4	4.1%	2	0%	0	24.5%
القضايا الوطنية	28.6%	14	20.4%	10	16.3%	8	6.1%	3	6.1%	3	77.6%
القضايا العربية	16.3%	8	10.2%	5	8.2%	4	2.0%	1	8.2%	4	44.9%
القضايا العالمية	14.3%	7	18.4%	9	18.4%	9	2.0%	1	4.1%	2	57.1%

من خلال الجدول رقم (32) نلاحظ أن القضايا الوطنية هي أكثر ما تشد طلبة التخصصات أعلاه، فكانت نسبة 28.6% بالنسبة لتخصص اتصال و علاقات عامة، و 20.4% لتخصص تنظيم سياسي و إداري، و نسبة 16.3% بالنسبة لطلبة تخصص حقوق، و نسبة 6.1% بالنسبة لكل من تخصص علم النفس المدرسي و تخصص علم الاجتماع.

أما القضايا العالمية فكانت نسبة 18.9% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري، و 14.3% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة، و 18.4% بالنسبة لتخصص حقوق، و 4.1% من طلبة تخصص علم الاجتماع و من طلبة تخصص علم النفس المدرسي فكانت بنسبة 4.1%.

في حين أن القضايا العربية فكانت نسبة طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة 16.3%، و تخصص تنظيم سياسي و إداري فكانت بنسبة 10.2%، و نسبة 8.2% من طلبة كل من تخصص حقوق و تخصص علم الاجتماع و بنسبة 2.0% من طلبة علم النفس المدرسي.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نلاحظ أن طلبة جميع التخصصات يهتمون بمتابعة القضايا الوطنية، و كانت أعلى نسبة لطلبة تخصص اتصال و علاقات عامة و تليها طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري، و هذا يدل لكون الطلبة على أن الطلبة ينجذبون أكثر للقضايا الوطنية و يفسر رغبتهم في المتابعة الدائمة للأحداث الوطنية و معرفة آخر الأخبار، و بالنسبة للقضايا العالمية قد يكون لاهتمامهم بمجريات الأحداث العالمية أو ميلهم لدول أجنبية مما يدفعهم لاستطلاع آخر أخبارها السياسية.

الجدول رقم (33): يمثل نوع القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها حسب

متغير الجنس

الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
		ت	%	ت	%		ت
القنوات الوطنية		11	22.4%	18	36.7%	29	59.2%
القنوات العربية		20	40.8%	13	26.5%	33	67.3%
القنوات الأجنبية		12	24.5%	5	10.2%	17	34.7%

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن أكثر القنوات التي يفضل متابعتها أفراد العينة حسب الجنس كانت القنوات العربية بنسبة 40.8% بالنسبة للذكور بمجموع 20 تكرار، و 26.5% بالنسبة للإناث بمجموع 13 تكرار. أما القنوات الوطنية فكانت بنسبة 36.7% من الإناث بمجموع 8 تكرار، و 22.4% من الذكور بمجموع 11 تكرار.

أما القنوات الأجنبية فكانت نسبة الذكور 24.5%، و نسبة الإناث 10.2%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القنوات العربية الأكثر تفضيلاً لمتابعتها و كانت أعلى نسبة لفئة الذكور، و هذا يرجع لكون القنوات العربية الأكثر تواجداً من بين القنوات الأخرى و الأكثر تنوعاً و فعالية و سرعة في بث الأخبار على مدار الوقت.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (34): يمثل نوع القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها حسب

متغير السن

الاجموع	30 سنة فما فوق		29 - 24 سنة		18 - 23 سنة		السن نوع القنوات	
	%	ت	%	ت	%	ت		
%59.2	29	%6.1	3	%22.4	11	%30.6	15	القنوات الوطنية
%67.3	33	%14.3	7	%22.4	11	%30.6	15	القنوات العربية
%34.7	17	%10.2	5	%4.1	2	%20.4	10	القنوات الأجنبية

خلال الجدول رقم (34) نلاحظ أن الفئة العمرية (18 - 23 سنة) يفضلون متابعة القنوات العربية بنسبة %30.6 بمجموع 15 تكرار، و نسبة %22.4 بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة) بمجموع 11 تكرار، أما القنوات الوطنية فكانت بنسبة %30.6 بالنسبة للفئة العمرية (18 - 23 سنة) بمجموع 15 تكرار، و نسبة %22.4 بالنسبة للفئة العمرية (24 - 29 سنة) بمجموع 11 تكرار، و نسبة %6.1 بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق) بمجموع 3 تكرارات.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن القنوات الأكثر تفضيلاً حسب السن كانت القنوات العربية و أعلى نسبة كانت للفئة العمرية (18 - 23 سنة)، و يمكن تفسير ذلك كون هذه القنوات العربية تهتم بكل الأحداث و المجريات السياسية حول العالم، ما يجعلهم مطلعين على كل الأخبار و القضايا.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (35): يمثل نوع القنوات التي يفضل الطلبة مشاهدة البرامج السياسية عبرها حسب

متغير التخصص

التخصص	اتصال و علاقات عامة		تنظيم سياسي و اداري		حقوق		علم النفس المدرسي		علم الاجتماع		المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
القنوات الوطنية	26.5%	13	14.3%	7	12.2%	6	2.0%	1	4.1%	2	59.2%
القنوات العربية	24.2%	12	18.4%	9	16.3%	8	2.0%	1	6.1%	3	67.3%
القنوات الأجنبية	8.2%	4	12.2%	6	10.2%	5	2.0%	1	2.0%	1	34.7%

من خلال الجدول رقم (35) نلاحظ أن القنوات العربية هي الأكثر تفضيلاً للمشاهدة حيث بلغت نسبة 24.2% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة بمجموع 12 تكراراً، و نسبة 18.4% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري بمجموع 9 تكرارات، و 16.3% من طلبة تخصص حقوق بمجموع 8 تكرارات، و 6.1% من طلبة تخصص علم النفس المدرسي بمجموع 3 تكرارات، و علم النفس المدرسي بتكرار واحد.

أما القنوات الوطنية فكانت نسبة 26.5% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة بمجموع 13 تكراراً، يليها تخصص تنظيم سياسي و إداري بنسبة 14.3% بمجموع 7 تكرارات، و نسبة 12.2% من طلبة تخصص حقوق بمجموع 6 تكرارات، و نسبة 4.1% من طلبة تخصص علم الاجتماع بمجموع 2 تكراراً، و أخيراً نسبة 2.0% من طلبة تخصص علم النفس المدرسي بتكرار واحد. في حين أن القنوات الأجنبية قدرت بنسبة 12.2% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري بمجموع 6 تكرارات، يليها طلبة تخصص حقوق بنسبة 10.2% بمجموع 5 تكرارات ثم

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نسبة 8.2% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة بمجموع 4 تكرارات، و أخيراً نسبة 2.0% من طلبة كل من تخصص علم النفس المدرسي و تخصص علم الاجتماع بمجموع تكرار واحد لكل تخصص.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن القنوات الأكثر تفضيلاً حسب التخصص كانت القنوات العربية و أعلى نسبة كانت لتخصص اتصال و علاقات عامة ويليها تخصص تنظيم سياسي و إداري، و هذا يرجع لاعتبار هذه القنوات مصدراً أولياً للمعلومات السياسية و القضايا السياسية ما يجعلها الأكثر تفضيلاً للمشاهدة من طرف الطلبة.

الجدول رقم (36): يمثل سبب انجذاب الطلبة للبرامج السياسية حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	السبب
51.0%	25	24.5%	12	26.5%	13	تغطي القضايا و الأحداث المهمة
16.3%	8	10.2%	5	6.1%	3	تتناول المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة أكبر
32.7%	16	10.2%	5	22.4%	11	تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة
100%	49	44.9%	22	55.1%	27	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (36) أن نسبة الذين ينجذبون للبرامج السياسية بسبب تغطيتها القضايا و الأحداث المهمة كانت 26.5% بالنسبة للذكور، و 24.5% بالنسبة للإناث. أما نسبة

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الإناث الذين ينجذبون لها بسبب أنها تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة كانت 22.4% بالنسبة للذكور، و نسبة 10.5% بالنسبة للإناث.

في حين أن الذين ينجذبون لمشاهدة البرامج السياسية بسبب تناولها للمواضيع و الأحداث بحرية و جرأة أكبر كانت بنسبة 10.2% من الإناث، و 6.1% من الذكور.

نلاحظ من خلال الجدول نسبة الذكور و الإناث في الإجابة أنها تغطي القضايا و الأحداث المهمة متقاربة نوعاً ما و ذلك راجع لكون الأحداث و المتغيرات الحاصلة في العالم و خاصة الجزائر فرضت على كلا الجنسين متابعة الأحداث و الإطلاع على آخر المستجدات السياسية.

الجدول رقم (37): يمثل سبب انجذاب الطلبة للبرامج السياسية حسب متغير السن

السبب	السن		18 - 23 سنة		24 - 29 سنة		30 سنة فما فوق		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
تغطي القضايا و الأحداث المهمة	11	22.4%	9	18.4%	5	10.2%	25	51.0%		
تناول المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة أكبر	3	6.1%	3	6.1%	2	4.1%	8	32.7%		
تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة	11	22.4%	4	8.2%	1	2.0%	16	16.3%		
المجموع	25	51.0%	16	32.7%	8	16.3%	49	100%		

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

من خلال الجدول رقم (37) نلاحظ أن نسبة 22.4% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) ينجذبون للبرامج السياسية بسبب أنها تغطي القضايا و الأحداث المهمة، و نسبة 18.4% منهم من الفئة العمرية (24 - 29 سنة)، و نسبة 10.2% من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق). أما الذين ينجذبون لها بسبب أنها تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة فكانت نسبة 22.4% منهم من الفئة العمرية 18 - 23 سنة، أما نسبة 8.2% منهم كانت من الفئة العمرية (24 - 29 سنة) نسبة 2.0% كانت من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق).

في حين الذين ينجذبون لها بسبب أنها تتناول المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة أكبر فكانت بنسبة 6.1% من كل من الفئتين العمريتين (18 - 23 سنة) و (23 - 29 سنة)، أما الفئة العمرية (30 سنة فما فوق) فكانت بنسبة 4.1%.

نلاحظ من خلال الجدول أن كل الفئات العمرية الثلاث تنجذب للبرامج السياسية بسبب أنها تغطي القضايا و الأحداث المهمة، و يمكن تفسير ذلك كون مختلف الفئات العمرية تهتم بمعرفة الأخبار اليومية و الأحداث السياسية بغرض التثقيف و الوعي سياسياً بما يحدث في العالم.

الجدول رقم (38): يمثل سبب انجذاب الطلبة للبرامج السياسية حسب متغير التخصص

السبب	اتصال و علاقات عامة		تنظيم سياسي و إداري		حقوق		علم النفس المدرسي		علم الاجتماع		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
تغطي القضايا و الأحداث المهمة	16.3%	8	14.3%	7	10.2%	5	4.1%	2	6.1%	3	51.0%	25
تتناول المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة أكبر	6.1%	3	2.0%	1	6.1%	3	2.0%	1	0%	0	16.3%	8
تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة	12.2%	6	12.2%	6	6.1%	3	0%	0	2.0%	1	32.7%	16
المجموع	34.7%	17	28.6%	14	22.4%	11	6.1%	3	8.2%	4	100%	49

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

من خلال الجدول رقم (38) نلاحظ أن نسبة الذين ينجذبون لمشاهدة البرامج السياسية بسبب أنها تغطي القضايا و الأحداث المهمة كانت 16.3% منهم من تخصص اتصال و علاقات عامة، و 14.3% منهم من تخصص تنظيم سياسي و إداري، و نسبة 10.2% بالنسبة لتخصص حقوق، و 6.1% من تخصص علم الاجتماع، و 4.1% من تخصص علم النفس المدرسي.

في حين الذين ينجذبون لها بسبب تقديمها لوجهات نظر و آراء مختلفة فكانت نسبة 12.2% منهم من كل من تخصص اتصال و علاقات عامة و تخصص تنظيم سياسي و إداري، و نسبة 6.1% منهم من تخصص حقوق، و نسبة 2.0% من تخصص علم الاجتماع، و 0% بالنسبة لتخصص علم النفس المدرسي.

أما الذي ينجذبون لها بسبب تناولها للمواضيع و الأحداث بحرية و جرأة أكبر فكانت نسبة 6.1% منهم من تخصص اتصال و علاقات عامة، و 6.1% من تخصص حقوق، و نسبة 2.0% من تخصص كل من تنظيم سياسي و إداري و تخصص علم النفس المدرسي، و نسبة 0% بالنسبة لتخصص علم الاجتماع.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن طلبة جميع التخصصات يتابعون البرامج السياسية بسبب أنها تغطي القضايا و الأحداث المهمة، و هذا لمواكبة التطورات و التغيرات السياسية الحاصلة، و للإطلاع على آخر الأخبار الهامة و تحديد اتجاهاتهم السياسية و تكوين آرائهم و أفكارهم الخاصة حول القضايا السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (39): يمثل مناقشة الطلبة لمضامين البرامج السياسية مع الآخرين حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مناقشة البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
67.3%	33	26.5%	13	40.5%	20	نعم
32.7%	16	18.4%	9	14.3%	7	لا
100%	49	44.9%	22	55.1%	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (39) أعلاه نلاحظ أن الذين يناقشون مضامين البرامج السياسية يقدر بنسبة 67.3% من عينة الدراسة، منهم من فئة الذكور بنسبة 40.5% بينما نجد الإناث بنسبة 26.5%، في حين أن الذكور بنسبة 14.3%، و من الإناث بنسبة 18.4% لا يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية.

نلاحظ أن نسبة الذكور الذي يناقشون مضامين البرامج السياسية أكبر من نسبة الإناث ، و هذا راجع لكون الذكور أكثر ميلاً للمواضيع السياسية و متابعة الشؤون السياسية و أكثر تفاعلاً مع المستجدات السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (40): يمثل مناقشة الطلبة لمضامين البرامج السياسية مع الآخرين حسب متغير

السن

المجموع		30 سنة فما فوق		29 - 24 سنة		18 - 23 سنة		السن
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%67.3	33	%14.3	7	%24.5	12	%28.6	14	نعم
%32.7	16	%2.0	1	%8.2	4	%22.4	11	لا
%100	49	%16.3	8	%32.7	16	%51.0	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (40) أعلاه أن الفئة العمرية (18 - 23 سنة) يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية بنسبة 28.6%، و في حين أن الفئة العمرية ما بين (24 - 29 سنة) يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية بنسبة 24.5% من مجموع عينة الدراسة، أما الفئة العمرية (30 سنة فما فوق) فيفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية بنسبة 14.3%. في حين أن 22.4% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) لا يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية، و 8.2% من الفئة العمرية (24 - 29 سنة)، و نسبة 2.0% من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق).

نلاحظ أن الفئة العمرية (18 - 23 سنة) هي الأكثر تفضيلا لمناقشة مضامين البرامج السياسية و هذا راجع لكونهم في سن حيث يكونون فضوليين حول هذه المضامين و من أجل اكتساب معرفة و آراء مختلفة بما يثري ثقافتهم السياسية، و كونهم يمرون بفترة المراهقة التي تشهد نموهم الثقافي و الفكري تجاه مختلف القضايا.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول (41): يمثل مناقشة الطلبة لمضامين البرامج السياسية مع الآخرين حسب متغير

التخصص

المجموع		علم الاجتماع		علم النفس المدرسي		حقوق		تنظيم سياسي و إداري		اتصال و علاقات عامة		التخصص مناقشة البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
67.3%	33	6.1%	3	6.1%	3	12.2%	6	24.5%	12	18.4%	9	نعم
32.7%	16	2.0%	1	0%	0	12.2%	5	4.1%	2	16.3%	8	لا
100%	49	8.2%	4	6.1%	3	22.4%	11	28.6%	14	34.7%	17	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (41) أن نسبة 24.5% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية، و نسبة 18.4% من تخصص اتصال و علاقات عامة، و نسبة 12.2% من طلبة تخصص حقوق، و نسبة 6.1% من تخصص علم النفس المدرسي، و ما نسبته 6.1% من تخصص علم الاجتماع.

في حين أن نسبة 16.3% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة لا يفضلون مناقشة مضامين البرامج السياسية، و نسبة 4.1% من كلية تخصص تنظيم سياسي و إداري، و 12.5% من مجموع طلبة حقوق، و نسبة 2.0% من طلبة تخصص علم الاجتماع و 0% بالنسبة لتخصص علم النفس المدرسي.

و يرجع ارتفاع نسبة طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري الذين يناقشون مضامين البرامج السياسية، لكونهم الأكثر متابعة لهذا النوع من البرامج و أنهم متواجدين في تخصص تحكمه بيئة سياسية يكثر الحديث و المناقشات السياسية فيها، يليهم طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة بحكم أن مجال تخصصهم مرتبط بالمجال السياسي بشكل أو بآخر عكس طلبة باقي التخصصات.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (42): يمثل تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية حسب

متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس التزود بمعلومات كافية
%	ت	%	ت	%	ت	
%14.3	7	%2.0	1	%12.2	6	بدرجة كبيرة
%81.6	40	%38.8	19	%42.9	21	بدرجة متوسطة
%4.1	2	%4.1	2	%0	0	بدرجة ضعيفة
%100	49	%44.9	22	%55.1	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (42) يتبين لنا أن نسبة 42.9% من الذكور يتزودون بمعلومات كافية بدرجة متوسطة، و نسبة 38.8% من الإناث، في حين أن نسبة 12.2% من الذكور يتزودون بمعلومات كافية بدرجة كبيرة، و نسبة 2.0% منهم من الإناث، و ما نسبته 2.0% من الإناث يتزودون بدرجة ضعيفة بمعلومات كافية، ونسبة 0% من الذكور.

نلاحظ أن نسبة تزود أفراد العينة بمعلومات كافية حول المواضيع السياسية كانت بدرجة متوسطة و أعلى نسبة كانت بالنسبة للذكور أكثر من الإناث، و يمكن تفسير ذلك كون الجنسين هذا يدل على أن البرامج السياسية لا تلبي رغبات و حاجات أفراد العينة بما يكفي من معلومات و بالتالي قد لا يعتمد عليها في استسقاء المعلومات و الأخبار.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (43): يمثل تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية

حسب متغير السن

المجموع		30 سنة فما فوق		29 - 24 سنة		18 - 23 سنة		السن التزود بمعلومات كافية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
14.3%	7	6.1%	3	4.1%	2	4.1%	2	بدرجة كبيرة
81.6%	40	6.1%	3	28.6%	14	44.9%	22	بدرجة متوسطة
4.1%	2	2.0%	1	0%	0	2.0%	1	بدرجة ضعيفة
100%	49	16.3%	8	32.7%	16	51%	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (43) أعلاه أن الفئة العمرية (18 - 23 سنة) يتزودون بمعلومات كافية حول المواضيع السياسية بدرجة متوسطة بنسبة قدرت 44.9%، و في حين أن الفئة العمرية ما بين (24 - 29 سنة) يتزودون بمعلومات كافية بنسبة 28.6% من مجموع عينة الدراسة، و نسبة 6.1% بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق) في حين أن 4.1% من الفئة العمرية (18 - 23 سنة) يتزودون بمعلومات كافية حول المواضيع السياسية بدرجة كبيرة، و 4.1% من الفئة العمرية (24 - 29 سنة)، و نسبة 6.1% من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق).

و نلاحظ أن الفئات العمرية الثلاث تزودها البرامج السياسية بمعلومات كافية بدرجة متوسطة، و أعلى نسبة كانت للفئة العمرية (18 - 23 سنة)، و يمكن أن يرجع ذلك لكون هذه البرامج تقدم معلومات سياسية سطحية و غير معمقة خاصة بالنسبة لهذه الفئة العمرية و بالتالي لا يمكن للجمهور استيعاب المعلومات السياسية بما يثري ثقافته السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (44): يمثل تزويد البرامج السياسية الطلبة بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية

حسب متغير التخصص

التخصص	اتصال و علاقات عامة		تنظيم سياسي و إداري		حقوق		علم النفس المدرسي		علم الاجتماع		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
بدرجة كبيرة	1	2.0%	3	6.1%	2	4.1%	1	2.0%	0	0%	7	14.3%
بدرجة متوسطة	15	30.6%	11	22.4%	9	18.4%	2	4.1%	3	6.1%	40	81.6%
بدرجة ضعيفة	1	2.0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2.0%	2	4.1%
المجموع	17	34.7%	14	28.6%	11	22.4%	3	6.1%	4	8.2%	49	100%

من خلال الجدول رقم (44) نلاحظ أن نسبة 30.6% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة يتزودون بمعلومات كافية حول المواضيع السياسية بدرجة متوسطة، و نسبة 22.4% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري، و نسبة 18.4% من تخصص حقوق، و نسبة 6.1% من تخصص علم الاجتماع، و نسبة 4.1% من تخصص علم النفس المدرسي.

في حين أن نسبة 6.1% من طلبة تنظيم سياسي و إداري يتزودون بمعلومات كافية حول المواضيع السياسية بدرجة كبيرة، و نسبة 4.1% من طلبة تخصص حقوق، و نسبة 2.0% من طلبة اتصال و علاقات عامة، و نسبة 2.0% من طلبة علم النفس المدرسي، و 0% بالنسبة لطلبة علم الاجتماع.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

أما نسبة 2.0% من تخصص اتصال و علاقات عامة فيتزودون بدرجة ضعيفة بمعلومات كافية حول المواضيع السياسية، و نسبة 2.0% بالنسبة لتخصص علم الاجتماع، و نسبة 0% بالنسبة لتخصصات تنظيم سياسي و إداري، حقوق و علم النفس المدرسي.

و نلاحظ أن طلبة التخصصات تزودهم البرامج السياسية بمعلومات كافية بدرجة متوسطة، و أعلى نسبة كانت لطلبة تخصص اتصال و علاقات عامة، و يمكن أن يعود ذلك لكون هذه البرامج قد لا تواكب الأحداث بالسرعة المطلوبة و لا تناقش القضايا و المواضيع السياسية من مختلف الجوانب.

الجدول رقم (45): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول

القضايا العامة حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الاعتماد على البرامج السياسية في تشكيل الآراء
%	ت	%	ت	%	ت	
8.2%	4	2.0%	1	6.1%	3	بدرجة كبيرة
75.5%	37	34.7%	17	40.8%	20	بدرجة متوسطة
16.3%	8	8.2%	4	8.2%	4	بدرجة ضعيفة
100%	49	44.9%	22	55.1%	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (45) نلاحظ أن نسبة 40.8% من الذكور يعتمدون على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة بدرجة متوسطة، و نسبة 34.7% بالنسبة للإناث،

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

في حين أن نسبة 6.1% من الذكور يعتمدون عليها بدرجة كبيرة، و ما نسبتة 2.1% من الإناث، أما 8.2% من الذكور فيعتمدون عليها بدرجة ضعيفة، و نسبة 8.2% من الإناث أيضاً.

نلاحظ أن نسبة اعتماد الجنسين على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة بدرجة كبيرة كانت ضئيلة جداً مقارنة باعتمادهم عليها بدرجة متوسطة حيث كانت نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث، و هذا ربما يعود لضعف مضمون هذه البرامج و عدم تقديمها تحليلاً موضوعياً أو حلولاً للقضايا محل النقاش بما يساهم في تشكيل الآراء حولها.

الجدول رقم (46): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول

القضايا العامة حسب متغير السن

المجموع		30 سنة فما فوق		24 - 29 سنة		18 - 23 سنة		السن الاعتماد على البرامج السياسية في تشكيل الآراء
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
8.2%	4	0%	0	8.2%	4	0%	0	بدرجة كبيرة
75.5%	37	12.2%	6	22.4%	11	40.8%	20	بدرجة متوسطة
16.3%	8	4.1%	2	2.0%	1	10.2%	5	بدرجة ضعيفة
100%	49	16.3%	8	32.7%	16	51%	25	المجموع

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (46) أن الفئة العمرية (18 – 23 سنة) يعتمدون على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة بدرجة متوسطة بنسبة 40.8%، في حين أن الفئة العمرية ما بين (24 – 29 سنة) يعتمدون عليها بنسبة 22.4%، و نسبة 12.2 بالنسبة للفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، في حين أن 8.1% من الفئة العمرية (24 – 29 سنة) يعتمدون عليها في تشكيل آرائهم بدرجة كبيرة، و 0% من الفئة العمرية (18 – 23 سنة) و الفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، و نسبة 10.2% من الفئة العمرية (18 – 23 سنة) يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة، و نسبة 2.0% من الفئة العمرية (24 – 29 سنة)، و ما نسبته 4.1% من الفئة العمرية (30 سنة فما فوق).

نلاحظ أن الفئات العمرية الثلاث تعتمد بدرجة متوسطة في تشكيل آرائها على البرامج السياسية، و كانت أعلى نسبة للفئة العمرية (18 – 23 سنة)، و هذا يؤكد أن هناك نسبة من الجمهور الذي لا يقتنع بما تقدمه مضامين البرامج السياسية بحيث لا تؤثر فيه و لا تسهم في تشكيل آرائه، و قد يكون ذلك بسبب عدم معالجتها للأحداث بواقعية و موضوعية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (47): يمثل اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول

القضايا العامة حسب متغير التخصص

المجموع		علم الاجتماع		علم النفس المدرسي		حقوق		تنظيم سياسي و إداري		اتصال و علاقات عامة		التخصص الاعتماد على البرامج السياسية في تشكيل الآراء
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
8.2%	4	%0	0	%0	0	%4.1	2	%4.1	2	%0	0	بدرجة كبيرة
75.5%	37	%4.1	2	%2.0	1	%14.3	7	%24.5	12	%30.6	15	بدرجة متوسطة
16.3%	8	%4.1	2	%4.1	2	%4.1	2	%0	0	%4.1	2	بدرجة ضعيفة
%100	49	%8.2	4	%6.1	3	22.4%	11	%28.6	14	34.7%	17	المجموع

من خلال الجدول رقم (47) نلاحظ أن نسبة 30.6% من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة يعتمدون على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة بدرجة متوسطة، و نسبة 24.5% من طلبة تخصص تنظيم سياسي و إداري، و نسبة 14.7% من تخصص حقوق، و نسبة 4.1% من تخصص علم الاجتماع، و نسبة 2.0% من تخصص علم النفس المدرسي.

في حين أن نسبة 4.1% من طلبة تنظيم سياسي و إداري يعتمدون على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة بدرجة كبيرة، و نسبة 4.1% من طلبة تخصص حقوق، و نسبة 0% من طلبة تخصصات اتصال و علاقات عامة، طلبة علم النفس المدرسي و طلبة علم الاجتماع.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

أما نسبة 4.1% من تخصص اتصال و علاقات عامة يعتمدون عليها في تشكيل آرائهم بدرجة ضعيفة ، و نسبة 4.1% بالنسبة لتخصص حقوق، و نسبة 4.1% بالنسبة لتخصص علم النفس المدرسي، و 4.1% من طلبة تخصص علم الاجتماع و 0% من تخصص تنظيم سياسي و إداري.

نلاحظ أن نسبة اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم حول القضايا العامة بدرجة متوسطة كانت مرتفعة لدى تخصص اتصال و علاقات عامة و يليه تخصص تنظيم سياسي و إداري، في حين أن نسبة طلبة التخصصات الذي يعتمدون عليها بدرجة كبيرة كانت ضئيلة، و هذا يدل على أن هذه البرامج لم تفيد الطلبة فيما يخص تشكيل آرائهم و اتجاهاتهم قد يكون ذلك بسبب أنها لا تقدم بأسلوب حديث و متطور أو بسبب ضعف مقدمي هذه البرامج أو الاستعانة بضيوف غير متخصصين في القضية محل النقاش.

الجدول رقم (48): يمثل تأثير البرامج السياسية في صناعة الرأي العام حسب متغير الجنس

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
صناعة الرأي العام						
نعم	21	42.9%	19	38.8%	40	81.6%
لا	6	12.2%	3	6.1%	9	18.4%
المجموع	27	55.1%	22	44.9%	49	100%

يوضح الجدول رقم (48) أن نسبة 42.9% من الذكور يرون بأن البرامج السياسية لها دور في صناعة الرأي العام، و نسبة 38.8% من الإناث، في حين أن نسبة 12.2% يرون عكس ذلك أي أن البرامج السياسية ليس لها دور في صناعة الرأي العام، و نسبة 6.1% من الإناث.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نلاحظ أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث فيما يخص رأيهم في أن البرامج السياسية تساهم في صناعة الرأي العام، و هذا راجع لكونهم الأكثر تتبعاً للبرامج السياسية بما يجعلهم يلاحظون تأثيرها على الرأي العام من خلال طرحها للمواضيع و إثارتها للجدل من خلالها بما يجعلها قضية رأي عام.

الجدول رقم (49): يمثل تمتع البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية حسب

متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس موضوعية البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
2.0%	1	0%	0	2.0%	1	دائماً
71.4%	35	28.6%	14	42.9%	21	أحياناً
24.5%	12	14.3%	7	10.5%	5	نادراً
2.0%	1	2.0%	1	0%	0	أبداً
100	49	44.9%	22	55.1%	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (49) يتضح أن نسبة 42.9% من الذكور يرون بأن أحياناً ما تتحلى البرامج السياسية بالموضوعية في تغطية المواضيع السياسية، و نسبة 28.6% من الإناث، في حين أن نسبة 14.3% من الإناث يرون بأنها نادراً ما تتحلى بالموضوعية، و نسبة 10.5% من الذكور يرون ذلك أيضاً، أما نسبة 2.0% من الذكور يرون بأن البرامج السياسية دائماً ما تتسم بالموضوعية في تغطية المواضيع السياسية، و نسبة 0% من الإناث. أما نسبة 2.0% من الإناث أجبن بـ أبداً لا تتحلى البرامج السياسية بالموضوعية و 0% من الذكور.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نلاحظ تفوق نسبة الذكور الذين يرون بأن أحياناً ما تتحلى البرامج السياسية بالموضوعية، و يمكن تفسير ذلك كون هذه البرامج قد لا تقدم نقداً أو تفسيراً موضوعياً للأحداث و لا تقدم حلولاً للقضايا محل النقاش.

الجدول رقم (50): يمثل تمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة حسب متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس مصداقية البرامج السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
4.1%	2	2.0%	1	2.0%	1	دائماً
79.6%	39	32.7%	16	46.9%	23	أحياناً
16.3%	8	10.2%	5	6.1%	3	نادراً
0%	0	0%	0	0%	0	أبداً
100%	49	44.9%	22	55.1%	27	المجموع

من خلال الجدول رقم (50) نلاحظ أن نسبة 46.9% من الذكور أجابوا بأن أحياناً ما تتسم البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة، و نسبة 32.7% من الإناث، في حين أن نسبة 10.2% من الإناث يرون بأنها نادرا ما تتسم بالمصداقية، و نسبة 6.1% من الذكور يرون ذلك، أما نسبة 2.0% من الذكور يرون بأن

من خلال الجدول رقم (48) نلاحظ أن نسبة 46.9% من الذكور أجابوا بأن أحياناً ما تتسم البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة، و نسبة 32.7% من الإناث، في حين أن نسبة 10.2% من الإناث يرون بأنها نادرا ما تتسم بالمصداقية، و نسبة 6.1% من الذكور يرون ذلك، أما نسبة 2.0% من الذكور يرون بأن البرامج السياسية دائماً ما تتسم بالمصداقية في الطرح و

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

المناقشة، و نسبة 0% من الإناث. أما من يرون بأنها لا تتحلى بالمصداقية أبدا فكانت نسبة 0% من الجنسين.

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه ارتفاع نسبة الذكور الذين يرون بأن أحيانا ما تتمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة، و يمكن تفسير ذلك بأن بعض البرامج قد تعتمد المبالغة و الإثارة في مناقشة بعض القضايا على حساب أخرى و عدم إعطاء فرص للقضايا أخرى بأن تبرز و تحلل و تناقش.

الجدول رقم (51): يمثل تغطية البرامج السياسية للأحداث الراهنة حسب متغير الجنس

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
تغطية الأحداث الراهنة	13	26.5%	7	14.3%	20	40.8%
بدرجة كبيرة	12	24.5%	14	28.6%	26	53.1%
بدرجة متوسطة	3	6.1%	1	2.0%	3	6.1%
بدرجة ضعيفة	27	55.1%	22	44.9%	49	100%
المجموع						

يبين الجدول رقم (51) أن نسبة 28.6% من الإناث يعتقدون أن تغطية البرامج السياسية للأحداث الراهنة كانت بدرجة متوسطة، و نسبة من 12% من الذكور، في حين أن نسبة الذكور الذين يعتقدون بأن تغطية البرامج السياسية كانت بدرجة كبيرة قدرت بـ 26.5%، و 14.3%

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

بالنسبة للإناث. أما نسبة 6.1% من الذكور يعتقدون بأن تغطيتها كانت بدرجة ضعيفة، و 2.0% بالنسبة للإناث.

نلاحظ ارتفاع نسبة إجابات الإناث فيما يخص تغطية البرامج السياسية للأحداث الراهنة بدرجة متوسطة، في حين أن نسبة الذكور مرتفعة فيما يخص تغطية البرامج السياسية للأحداث الراهنة بدرجة كبيرة، و هذا الاختلاف يفسر حسب رؤية و تقييم كل طالب للمدى توفيق البرامج السياسية في تغطيتها للأحداث.

الجدول رقم (52): يمثل تقييم الطلبة لأسلوب طرح و مناقشة هذه البرامج حسب متغير الجنس

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
تقييم أسلوب الطرح و المناقشة						
جيد	7	14.3%	7	14.3%	14	28.6%
متوسط	20	40.8%	14	28.6%	35	71.4%
ضعيف	0	0%	0	0%	0	0%
المجموع	27	55.1%	22	44.9%	49	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (52) أن تقييم أفراد العينة لأسلوب الطرح و المناقشة في هذه البرامج كانت متوسطة، و قدرت نسبة الإناث بـ 28.6%، و 22.4% بالنسبة للذكور، أما نسبة 14.3% يرون بأن أسلوب الطرح و المناقشة في هذه البرامج جيد بنسبة 14.3% من الجنسين، و 0% ممن يرون بأنه أسلوب هذه البرامج ضعيف.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ تفوق نسبة الإناث على الذكور فيما يخص تقييم أسلوب الطرح و المناقشة في هذه البرامج حيث كان تقييمهم متوسط، و قد يعود ذلك لعدم إعجابهم بأسلوب المقدم و ضعف ثقافته بالجوانب المتعلقة بالقضية أو لكون السياسة التحريرية للقناة التي قد لا تتوافق مع أفكارهم و اتجاهاتهم.

المحور الثالث: مدى ثقة طلبة جامعة غرداية في ما تقدمه البرامج السياسية

الجدول رقم (53): اتجاه المبحوثين نحو عبارة "أهتم بالمناقشات التي تدور بين الضيوف في

البرامج السياسية "

الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1.014	3.82	%100	49	%02	01	%14.3	07	%6.1	03	%55.1	27	%22.4	11

حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم 16 و التي تنص على " أهتم بالمناقشات التي تدور بين الضيوف في البرامج السياسية " بمتوسط حسابي قدره 3.82 و انحراف معياري ب 1.014 بإجمالي موافق بشدة و موافق (38) مستجيب من أصل (49) و هذا يعني أن أفراد العينة يهتمون فعلاً بالمناقشات و الآراء المطروحة من طرف الضيوف في البرامج السياسية حيث هذا من شأنه زيادة معلوماتهم و إثراء وجهات نظرهم حول القضايا السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (54): اتجاه المبحوثين نحو عبارة " دفعتمني البرامج السياسية إلى الرغبة في التفاعل و المشاركة السياسية في المجتمع الذي أعيش فيه "

الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1.071	3.35	%100	49	%6.1	03	%14.3	07	%30.6	15	%36.7	18	%12.2	06

و جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم 20 و التي تنص على " دفعتمني البرامج السياسية إلى الرغبة في التفاعل و المشاركة السياسية في المجتمع الذي أعيش فيه " حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي 3.35 و الانحراف المعياري 1.071 بإجمالي موافق بشدة و موافق (24) مستجيب من أصل (49)، و هذا يدل على أن البرامج السياسية تلعب دور في تعزيز المشاركة السياسية للطلبة و تفعيل دورهم كقوة مهمة في المجتمع الذي ينتمون إليه.

الجدول رقم (55): اتجاه المبحوثين نحو عبارة " ساهمت البرامج السياسية في إعادة تشكيل اتجاهاتي نحو قضية معينة أو شخصية سياسية معينة "

الإحتراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1.194	3.31	%100	49	%12.2	06	%14.3	07	%12.2	06	%53.1	26	%08.2	04

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

و في المرتبة الثالثة حلت العبارة رقم 19 و نصها " ساهمت البرامج السياسية في إعادة تشكيل اتجاهاتي نحو قضية معينة أو شخصية سياسية معينة " بمتوسط حسابي 3.31 و انحراف معياري 1.194 بإجمالي موافق بشدة و موافق (30) مستجيب من أصل (49)، و هذا يرجع لكون البرامج السياسية تقدم آراء و أفكار مختلفة حول القضايا و الشخصيات السياسية مما يوضح بعض النقاط المبهمة لدى المبحوثين و يصحح أو يعزز الصورة الذهنية التي كونوها نحو قضية أو شخصية ما و بالتالي تدفعهم لإعادة تشكيل اتجاهاتهم بفضل هذه المعلومات و الآراء المختلفة .

الجدول رقم (56): اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تؤثر أفكار و آراء ضيوف البرامج السياسية على

ثقافتهم السياسية "

الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1.093	3.18	%100	49	%8.2	04	%24.5	12	%10.2	05	%02	01	%55.1	27

و في المرتبة الرابعة حلت العبارة رقم 17 و التي تنص على " تؤثر أفكار و آراء ضيوف البرامج السياسية على ثقافتهم السياسية " بمتوسط حسابي بلغ 3.18 و انحراف معياري 1.093 و بإجمالي موافق بشدة و موافق (28) مستجيب من أصل (49)، مما يشير إلى أن أفكار و آراء ضيوف البرامج السياسية تساهم في إثراء الرصيد الثقافي للمبحوثين و تؤثر في ثقافتهم السياسية.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

الجدول رقم (57): اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تعدل البرامج السياسية من أفكارى و اتجاهاتى

السياسية "

الإخلاف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
.986	3.16	%100	49	%8.2	04	%14.3	07	%32.7	16	%42.9	21	%02	01

في حين جاءت في المرتبة الخامسة العبارة 15 و التي تنص على " تعدل البرامج السياسية من أفكارى و اتجاهاتى السياسية " بمتوسط حسابي 3.16 و انحراف معياري 0.986، و بإجمالي موافق بشدة و أوافق (22) مستجيب من أصل (49)، أي أن لبرامج السياسية تلعب دوراً في تعديل و تشكيل الاتجاهات السياسية للمبحوثين.

الجدول رقم (58): اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تتوافق آرائى في كثير من الأحيان مع مضامين

البرامج السياسية التلفزيونية "

الإخلاف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1.092	3.12	%100	49	%4.1	02	%30.6	15	%24.5	12	%30.6	15	%10.2	05

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

أما في المرتبة السادسة جاءت العبارة 18 التي تنص على " تتوافق آرائي في كثير من الأحيان مع مضامين البرامج السياسية التلفزيونية " بمتوسط حسابي 3.12 و انحراف معياري 1.092 بإجمالي موافق بشدة و موافق (20) مستجيب من أصل (49).

الجدول رقم (59): اتجاه المبحوثين نحو عبارة " أثق بمضامين ما تقدمه هذه البرامج السياسية "

الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1.192	2.51	%100	49	%24.5	12	%30.6	15	%16.3	08	%26.5	13	%02	01

و في المرتبة السابعة و الأخيرة حلت العبارة رقم 21 و التي نصها " أثق بمضامين ما تقدمه هذه البرامج السياسية " بمتوسط حسابي 2.51 و انحراف معياري 1.192 بإجمالي لا أوافق بشدة و لا أوافق (27) مستجيب من أصل (49).

كما بلغ المتوسط الحسابي للمحور (مدى ثقة طلبة جامعة غرداية في مضامين البرامج السياسية) 3.20 و انحراف معياري 0.696، و هو ما يقابل المحايدة أي أن مستوى ثقة طلبة جامعة غرداية في مضامين البرامج السياسية يعتبر متوسط.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

نتائج الدراسة:

ما مدى اهتمام طلبة جامعة غرداية بمتابعة البرامج السياسية؟

- كشفت الدراسة على أن أفراد العينة يهتمون بمتابعة البرامج السياسية بدرجة متوسطة بنسبة 51% ، حيث بلغت نسبة الذكور 22.4% ، في حين أن نسبة الإناث بلغت 28.6%، في حين أن فئة (18-23 سنة) يعتبرون الفئة الأكثر متابعة للبرامج السياسية بنسبة تعادل 22.4%، وبلغت نسبة طلبة كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية بنسبة 44.9% في حين أن طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بنسبة 55.1%. و يمكن تفسير ذلك بوجود مصادر أخرى قد يعتمدها المبحوثين للإطلاع على الأخبار السياسية خاصة الأترنيت و مواقع التواصل الاجتماعي، كما كشفت الدراسة أن أفراد العينة أحياناً ما يتأثرون بمضامين البرامج السياسية حيث سجلت أعلى نسبة بـ 67.3%.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يفضلون متابعة البرامج السياسية الإخبارية و البرامج السياسية الحوارية بنسب متساوية 42.9%، في حين أن نسبة 14.3% من أفراد العينة يفضلون متابعة برامج النقد الساخر.

- كشفت الدراسة أن نسبة 77.6% من أفراد العينة تشد اهتمامهم القضايا الوطنية، كما أن نسبة 67.3% يفضلون القنوات العربية لمشاهدة البرامج السياسية عبرها.

- أظهرت نتائج الدراسة أن 49% من أفراد العينة ينجذبون لمشاهدة البرامج السياسية بسبب أنها تغطي القضايا و الأحداث المهمة.

- كشفت الدراسة أن 67.3% يناقشون ما تعرضوا له من البرامج السياسية.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني:

كيف يقيم طلبة جامعة غرداية مضامين البرامج السياسية؟

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

- يعتبر 81.6% من عينة الدراسة أن البرامج السياسية تزودهم بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية بدرجة متوسطة، تليها نسبة 14.3% من العينة ترى بأن البرامج السياسية تساهم و بدرجة كبيرة في تزويدهم بالمعلومات الكافية عن المواضيع السياسية.
- 75.5% من أفراد العينة يعتمدون بدرجة متوسطة على البرامج السياسية في تشكيل آرائهم الخاصة حول القضايا العامة، في حين أن 16.3% يعتمدون عليها بدرجة ضعيفة.
- حسب عينة الدراسة فإن البرامج السياسية تساهم في صناعة الرأي العام بنسبة 81.6%، في حين أن 18.4% من أفراد العينة يرون عكس ذلك.
- حسب 71.4% أفراد العينة فإن البرامج السياسية أحياناً ما تتمتع بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية، كذلك نسبة 79.6% من الطلبة يرون بأن أحياناً ما تمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة.
- 53.1% من الطلبة المبحوثين يرون أن البرامج السياسية إهتمت بتغطية القضايا السياسية الراهنة بدرجة متوسطة، نسبة 40.8% من الطلبة يتفوقون وبدرجة كبيرة على أن البرامج السياسية اهتمت بتغطية القضايا السياسية الراهنة.
- 71.4% من أفراد العينة يجمعون بأن هذه البرامج تتمتع بأسلوب طرح ومناقشة متوسط، في حين أن 28.6% منهم يرون بأنها تتمتع بأسلوب طرح و مناقشة جيد.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث:

ما مدى ثقة طلبة جامعة غرداية في ما تقدمه البرامج السياسية؟

- من خلال الجدول (51) نلاحظ أن أفراد العينة يهتمون بالمناقشات التي تدور بين الضيوف في البرامج السياسية حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.82.
- و جاء في المرتبة الثانية العبارة التي تنص على " دفعتني البرامج السياسية إلى الرغبة في التفاعل و المشاركة السياسية في المجتمع الذي أعيش فيه " حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي 3.35 .

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

و في المرتبة الثالثة حلت العبارة ساهمت البرامج السياسية في إعادة تشكيل اتجاهاتي نحو قضية معينة أو شخصية سياسية معينة بمتوسط حسابي 3.31 ، و في المرتبة الرابعة حلت العبارة و التي تنص على " تؤثر أفكار و آراء ضيوف البرامج السياسية على ثقافتي السياسية " بمتوسط حسابي بلغ 3.18، في حين جاءت في المرتبة الخامسة العبارة 15 و التي تنص على " تعدل البرامج السياسية من أفكار و اتجاهاتي السياسية " بمتوسط حسابي 3.16.

أما في المرتبة السادسة جاءت العبارة 18 التي تنص على " تتوافق آرائني في كثير من الأحيان مع مضامين البرامج السياسية التلفزيونية " بمتوسط حسابي 3.12 ، و في المرتبة السابعة و الأخيرة حلت العبارة التي نصها " أثق بمضامين ما تقدمه هذه البرامج السياسية " بمتوسط حسابي 2.51. نلاحظ من خلال الإجابات وجود توافق قليل بين آراء الطلبة و مضامين البرامج السياسية، كما نلاحظ عدم ثقة الطلبة في هذه المضامين حيث يمكن أن لا تقنعهم أو تؤثر فيهم أو لعدم وجود طرق و أساليب في الطرح و النقاش التي تشد انتباههم أو لأنها لا تمهمهم في الأساس فالبرامج السياسية لها القدرة على عرض مواضيع غير مهمة بالنسبة للمتلقين و جعلها قضايا رأي عام و العكس صحيح، ما قد يؤدي إلى إبعاد الأنظار عن المواضيع و القضايا الحساسة و يعطي الأولوية لمواضيع أقل أهمية.

ترواح تقييم الطلبة للبرامج السياسية من جيد إلى متوسط كما أبدوا آراء مختلفة حول طريقة عرض و طرح المواضيع السياسية فالبعض رأى بأنها تتميز بالانحياز و الإلتناء السياسي ما يحيل دون إيصال الفكرة بشكل تام و حيادي و موضوعي كما أنها أحياناً تتناول مواضيع تافهة و أقل اهتماماً بالنسبة للجمهور، و أن هذه البرامج تناقش المواضيع التي تم و تخدم توجه القناة و ليس اهتمام و رغبة الجمهور.

أن هذه البرامج موجهة و تخدم سياسة معينة و لا تناقش القضايا و المسائل السياسية خارج سياستها و أو ما يضر مصالح و أهداف جهة ما كما أنها تسهم في تمويه الرأي العام من خلال نشر الأخبار الكاذبة و المغالطات حسب أجندة ممنهجة.

الفصل الثالث: أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية

في حين أن البعض يرى بأن البرامج السياسية تتناول المواضيع السياسية بالتعمق و الجدية في التحليل و النقاش و تغطي القضايا الآنية بشكل كبير كما تساهم في التثقيف و الوعي السياسي لجمهور المتابعين كما أنه لها دور في تداول المعلومات السياسية و اعتبارها مصدر يستسقى منه الأخبار السياسية.

خاتمة

حاولنا في هذه الدراسة معرفة أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة الجامعة، و مدى قدرة البرامج السياسية في تشكيل الآراء و المواقف نحو القضايا التي تعرضها باعتبارها مصدر للأخبار و المعلومات السياسية، و مدى اهتمام الطلبة بمشاهدتها و مدى ثقتهم في ما تقدمه من مضامين.

و من خلال ما توصلنا له في هذه الدراسة فإن البرامج السياسية لم تحظى باهتمام الطلبة الجامعيين و بالتالي فإن إسهامها في تشكيل اتجاهاتهم و آرائهم السياسية نحو القضايا العامة كان محدود، و رغم اعتبارها مصدر للمعلومات السياسية إلا أنها لم تزود الطلبة بمعلومات كافية و التي تساعد على فهم القضايا و الأحداث السياسية بشكل يمكنه من التفاعل و الاستجابة معها. كما أن عدم التوازن في الاهتمام بالقضايا السياسية و تجاهل المواضيع و القضايا المهمة و إعطاء الأولوية لمواضيع و قضايا أقل أهمية ساهم في قلة اهتمام الطلبة بالبرامج السياسية، فمن الضروري الأخذ بعين الاعتبار اهتمامات الطلبة من القضايا السياسية و إعطائها قدر من الحوار و النقاش بما يستفيد منه الطالب في دعم آرائه و أفكاره نحوها أو تصحيحها إذا كانت خاطئة و التحلي بالموضوعية و الحياد في معالجة و طرح القضايا السياسية و تحري الدقة و المصداقية مما يزيد الثقة فيها كمصدر للمعلومات السياسية.

فالمؤسسات الإعلامية القائمة على البرامج السياسية مطالبة بالعمل على تفعيل و زيادة مساهمتها في تثقيف و توعية الطلبة الجامعيين سياسياً، و العمل على المساهمة في تنمية اتجاهاتهم و آرائهم السياسية بشكل أكبر و أكثر فاعلية بما يدفعهم ليس الاهتمام بمتابعتها فقط بل حتى المشاركة السياسية و التفاعل في المجتمع.

قائمة المراجع:

الكتب:

1. إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، ط1، الدوحة، 2014.
2. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010.
3. أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
4. أميرة الحسيني: فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، 2005.
5. إياد عمر أبو عرقوب: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية هندسية مهنية، دار البداية، ط1، عمان، 2012.
6. ثريا التيجاني: القيم الاجتماعية و التلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2011.
7. جبار علاوي: الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2015.
- 8- حسن علي مُجَّد: مقدمة في الفنون الإذاعية و السمعبصرية، الدار العربية للنشر و التوزيع، ط2، القاهرة، 2012.
- 9- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998.
- 10- حسيب حمد خير الله: الإعلام و السلطة الرابعة، دار أمجد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2015.

11- حسين دبي الزويني: القنوات الفضائية و الإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012.

12- رفيق سكر: دراسة في الرأي العام و الإعلام و الدعاية، جروس برس، ط1، طرابلس، لبنان، 1991.

13- روبرت هيلارد: الكتابة للتلفزيون و الإذاعة و وسائل الإعلام الحديثة، ت: مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2014.

14- روجر ويمر، جوزيف دومينيك: ت: صالح أبو أصبع، فاروق أبو منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2013.

15- سلوى السيد عبد القادر: الأنثروبولوجيا و القيم، دار المعرفة الجامعية، 2010.

16- صالح خليل الصقور: الإعلام و التنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012.

17- صلاح عبد الحميد: الإعلام السياسي، دار أطلس للنشر و التوزيع، المنهل، 2018.

18- عاطف عدلي العبد: الرأي العام و طرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.

19- عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار التميز، دمشق، ط2، 2004.

20- فارس عطوان: الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، دار أسامة، ط1، عمان، 2009.

21- فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتابته و مقومات نجاحه، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، بغداد، 2008.

22- فؤاد البهي السيد، سعد عبد الرحمن: علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999.

- 23- ماجد زكي الجلاّد: تعلم القيم و تعليمها، دار المسيرة، د.م.ط، د.ت.ط.
- 24- مجد الهاشمي: الإعلام الدبلوماسي و السياسي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
- 25- مجد هاشم الهاشمي: الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، دار المناهج للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2006.
- 26- محسن جلوب الكنانى: تقنيات الحوار الإعلامي: قناة الجزيرة نموذجاً، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012.
- 27- مُجّد الجفيري: إعداد البرامج الإذاعية و التلفزيونية، دار صناع الإبداع للإنتاج و التوزيع، د.م.ط، د.ت.ط.
- 28- مُجّد السيد أبو النيل: علم النفس الاجتماعي عربياً و عالمياً، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، القاهرة، 2009.
- 29- مُجّد فخري راضي: دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، 2014.
- 30- محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2011.
- 31- منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة، ط1، عمان، 2014.
- 32- منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2007.
- 33- منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2013.
- 34- المنصف الشنوفي و آخرون: دراسات إعلامية، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1995.

35- نادية عاشور و آخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر و التوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2017.

36- نبيل راغب: العمل الصحفي المقروء و المسموع و المرئي، الشركة المصرية العالمية للنشر- لونجمان، ط1، 1999.

المعاجم و الموسوعات:

1- إبراهيم أنيس و آخرون: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية، 2004.

2- جاب عبد الحميد جابر، علاء الدين كفاي: معجم علم النفس و الطب النفسي، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 1988.

3- مُجَّد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.

4- مُجَّد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2004.

5- مُجَّد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد السابع، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2003.

المذكرات و الأطروحات:

1- أشرف مُجَّد مازن المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة **mbc1**، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2010 .

2- بعوش هدى: اتجاهات الطلبة المعلمين نحو مهنة التعليم، مذكرة ماجستير، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة، 2012.

3- بوخسيس نورة، لعيساوي إلهام: دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية برنامج احكي حكايتهك نموذجاً للشروق **TV** ، مذكرة ماستر، جامعة مُجَّد بوضياف، المسيلة، 2017.

- 4- بورحلة سليمان: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم، مذكرة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2008.
- 5- جبار كنتة: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، رسالة ماجستير، جامعة مُجّد خيضر، بسكرة، 2013.
- 6- حدة موجاري: الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية: دراسة تحليلية لبرنامج "خط أحمر" على قناة الشروق TV ، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2015.
- 7- حماد غريب المطيري: اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الالكترونية و الصحافة الورقية (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- 8- خالد بن سعد بن عايش العتيبي: اتجاهات طلاب و طالبات الجامعة نحو مرتكبي الجريمة، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2004.
- 9- دانا عماد مُجّد فرحات: دور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2015.
- 10- زاوي الحاج سعد: اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير، جامعة مُجّد خيضر، بسكرة، 2013.
- 11- سعيد بومعيرة: أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2006.
- 12- سعيد مراح: أثر متابعة البرامج السياسية و تشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1، 2017.

- 13- سعيدات يوسف، أبو طالب محمد إلياس: الإتجاهات النفسية نحو ممارسة النشاط البدني الرياضي للطلبة الجامعيين، مذكرة ليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012.
- 14- سلامي خولة و آخرون: أثر الإشهار التلفزيوني على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2017.
- 15- صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية، بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا، 2014.
- 16- صايم الحاج جعفر الصادق: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية للقناة الشروق الجزائرية الخاصة، مذكرة ماستر، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2017.
- 17- صباح زين: تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب: الدراما التركية أمودجا، مذكرة ماستر، جامعة حمه لخضر، الوادي، 2015.
- 18- صيفية موسى، أثر مشاهدة برامج الرأي التلفزيونية على الاتجاهات السياسية للطلاب الجامعي، مذكرة ماستر، جامعة غرداية، 2017.
- 19- طه عبد العظيم حسين: استراتيجيات تعديل السلوك للعاديين و ذوي الإحتياجات الخاصة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008.
- 20- عادل بن هداية الله الصمداني: اتجاهات النخبة الأكاديمية السعودية نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، مشروع بحثي ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، 2013.
- 21- عباش أيوب: تطوير المناهج التربوية و علاقتها بدافعية الميول للممارسة الأنشطة البدنية و الرياضية لدى تلاميذ الطور الثالث من التعليم الثانوي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008.

- 22- عبد الرزاق مُجَّد أبو جزر، دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير ، جامعة الأزهر، غزة، 2011.
- 23- عطا أحمد على شقفة: الاتجاهات السياسية و علاقتها بالإنتماء السياسي و العوامل الخمسة الكبرى لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة دكتوراه، جامعة الدول العربية، 2011.
- 24- فيصل فرحي: الاتصال الجماهيري و النخبة في الجزائر: دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الاقتدار السياسي " على عينة من الأستاذاة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 25- كبير حنان: واقع البرامج التلفزيونية في معالجة العنف ضد المرأة، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2016.
- 26- لمياء سليمان: قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية: دراسة وصفية تحليلية لبرنامج قضايا و آراء على قناة الجزائرية، مذكرة ماستر، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة، 2015.
- 27- منصور بن كادي: البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري و دوره في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة، 2015.
- 28- منى دروي: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الدراما التلفزيونية المدبلجة، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2017.
- 29- نديم ربحي مُجَّد الحسن: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.

المجلات:

- 1- الجموعي مومن بكوش: القيم الاجتماعية، مقارنة نفسية-اجتماعية، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد08، سبتمبر 2014.
- 2- حسين صديق: الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 4+3، 2012.
- 3- حمدي عبد المقصود: البرامج التلفزيونية مفهوم الإعداد بين السائد و المهمش، مجلة الإذاعات العربية، القاهرة، د.ت.ط.
- 4- بن خليفة نوفل، بكار أمينة: دور مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد السادس، فبراير 2019.
- 5- داليا كمال الدين عمر مالك، نهي حسب الرسول أحمد، الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، مجلد 17، العدد 3، سبتمبر 2016.
- 6- سهام إبراهيم كامل مُجَّد: مفهوم الاتجاه، مركز دراسات و بحوث المعوقين، جامعة القاهرة.
- 7- وحيدة بوفدح بديسي، القيم في برامج قناة **mbc3** الموجهة للأطفال، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، عدد52، قسنطينة، جوان 2017.

المواقع الالكترونية:

- 1- <https://www.eskchat.com/article-3693.html>
- 2- نبيل أحمد الأمير، " تأملات في الإعلام السياسي "، <http://www.almothaqaf.com/index.php/derasat/82926.html>

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



استمارة بحث ميداني لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

أثر مشاهدة البرامج السياسية على اتجاهات الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية

إعداد الطالبات: إشراف الأستاذة:

- سليمان ليلي

- بن حمدون كوثر

- زغواني أنفال السعدية

يمثل هذا الاستبيان أحد الجوانب المهمة في البحث و يهدف إلى دراسة أثر متابعة البرامج السياسية على اتجاهات طلبة جامعة غرداية. نرجو التكرم و الإجابة بصدق و نزاهة على الأسئلة المطروحة و تزويدنا بأرائكم من خلال وضع إشارة (x) على الإجابة التي ترونها مناسبة، كما ننوه أن إجاباتكم لا تستعمل إلا لأغراض الدراسة فقط.

شكراً لكم.

البيانات الشخصية:

1- الجنس: - ذكر - أنثى

2- السن: - 18 - 23 سنة - 24 - 29 سنة - 30 سنة فما فوق

3- الكلية: - كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية - كلية الحقوق و العلوم السياسية

4- التخصص:

المحور الأول: مدى اهتمام الطلبة بمشاهدة البرامج السياسية

1- هل تهتم بمشاهدة البرامج السياسية؟

- بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - بدرجة ضعيفة

2- هل تتأثر بمضامين البرامج السياسية التلفزيونية؟

- دائماً - أحياناً - نادراً - أبداً

3- أي نوع من البرامج السياسية تفضل؟

- البرامج السياسية الإخبارية - البرامج السياسية الحوارية - برامج النقد الساخر

4- أي من المواضيع و القضايا السياسية التي تشد اهتمامك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- القضايا الجهوية - القضايا الوطنية - القضايا العربية - القضايا العالمية

5/- ماهي القنوات الفضائية التي تفضل مشاهدة البرامج السياسية عبرها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- القنوات الوطنية - القنوات العربية - القنوات الأجنبية

6/- ما الذي يجذبك لمشاهدة للبرامج السياسية؟

- تغطي القضايا و الأحداث المهمة - تتناول المواضيع و الأحداث بحرية و جرأة كبيرة - تقدم وجهات نظر و آراء مختلفة

7/- هل تناقش المواضيع السياسية التي تتعرض لها مع الآخرين؟

- نعم - لا

إذا كانت إجابتك (بنعم) مع من تتناقش في هذه المواضيع؟

- الأسرة - الأصدقاء - زملاء الجامعة

و لماذا

المحور الثاني: تقييم الطلبة للبرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية

8/- هل تزودك البرامج السياسية بمعلومات كافية عن المواضيع السياسية؟

- بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - بدرجة ضعيفة

9/- هل تعتمد على البرامج السياسية في تشكيل رأيك الخاص حول القضايا العامة؟

- بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - بدرجة ضعيفة

10/- هل ترى أن للبرامج السياسية تأثيراً في صناعة الرأي العام؟

- نعم - لا

كيف ذلك:

11/- هل ترى أن البرامج السياسية تتسم بالموضوعية في تغطية القضايا السياسية؟

- دائماً - أحياناً - نادراً - أبداً

كيف ذلك:

12/- برأيك، هل تتمتع البرامج السياسية بالمصداقية في الطرح و المناقشة؟

- دائماً - أحياناً - نادراً - أبداً

لماذا:

13/- باعتقادك، هل اهتمت البرامج السياسية بتغطية القضايا السياسية الراهنة؟

- بدرجة كبيرة - بدرجة متوسطة - بدرجة ضعيفة

بر ذلك:

14/- ماهو تقييمك لأسلوب طرح و مناقشة هذه البرامج؟

- جيد - متوسط - ضعيف

المحور الثالث: مدى ثقة الطلبة في مضامين البرامج السياسية

درجة الموافقة					العبارة	الرقم
لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة		
أوافق بشدة	أوافق				تُعدّل البرامج السياسية من أفكارى و اتجاهاتى السياسية.	15
					أهتم بالمناقشات و الحوارات التى تدور بين الضيوف فى البرامج السياسية.	16
					تؤثر أفكار وآراء ضيوف البرامج السياسية على ثقافتى السياسية.	17
					تتوافق آرائى السياسة فى كثير من الأحيان مع مضامين البرامج السياسية التلفزيونية.	18
					ساهمت البرامج السياسية فى إعادة تشكيل اتجاهاتى نحو قضية ما أو شخصية سياسية معينة.	19

					دفعني البرامج السياسية إلى الرغبة في التفاعل و المشاركة السياسية في المجتمع الذي أعيش فيه.	20
					أثق بمضامين ما تقدمه هذه البرامج السياسية.	21

22- ما هو تقييمك للبرامج السياسية بشكل عام ؟

.....

.....

.....

.....

.....