

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة والحضارة  
الإسلامية  
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية  
قسنطينة

الرقم التسلسلي: ...../2007  
رقم التسجيل: .....

دور قناة الجزيرة الإخبارية  
في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي  
-دراسة ميدانية بجامعتي متوري والأمير عبد القادر-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام

إشراف الدكتور:  
نصير بوعلي

إعداد الطالب:  
الياس طلحة

الجامعة الأصلية	الرتبة	الاسم واللقب	أمام اللجنة
جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ التعليم العالي	أ.د. عبد الله بوجلال	الرئيس:
جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ محاضر	د. نصير بوعلي	المقرر:
جامعة الأمير عبد القادر	أستاذ محاضر	د. بوبكر عواطي	العضو:
جامعة عنابة	أستاذ محاضر	د. محمد شطاح	العضو:

السنة الجامعية: 1427-1428 2006-2007.

# شكر و تقدير

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية التي أعطت لنا فرصة المشاركة في مسابقة الماجستير، وفتحت لنا أبواب العلم والمعرفة والبحث.

كما نشكر كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، ورئيس قسم الدعوة والإعلام والاتصال الدكتور جعيجع، والإداريين عمي إدريس وعائشة على التسهيلات البيداغوجية التي قدمت لنا خلال الدراسة النظرية والميدانية. كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الدكتور نصير بوعلي، الذي كان نعم الأستاذ، وخير موجه في هذه الدراسة، ونتمنى له الشفاء والعافية في أقرب وقت.

شكرا للأستاذ الدكتور عبد الله بوجلال والأستاذ الدكتور فضيل دليو و الدكتور بن نوار اللذين ساعدوني في ضبط استمارة البحث. شكرا لكل عمال المكتبة، خاصة إسماعيل وصباح نضيرة حواء و منيرة بمكتبة الدوريات، وسميرة بمكتبة الشيوخ، وكريمة بالمكتبة الرقمية. شكرا لكل الأساتذة الذين دروسنا في مرحلة الماجستير: شطاح عواطي خريف بن السبتي بوجلال دليو.

# مقدمة

جامعة الأمير  
عبدالمبارك  
العلوم الإسلامية

## المقدمة:

تميز نهاية القرن العشرين بتسارع وتيرة التطورات التكنولوجية، بما أحدثته من انقلابات على مستوى الوعي البشري حيث اكتشف الإنسان خلال فترة زمنية بسيطة فضاءات واسعة من المعرفة تعادل أضعاف ما اكتسبه في حقبة تاريخية طويلة، كما نقلته هذه التطورات من زمان ومكان ذي آفاق ضيقة إلى ما يشمل الكون بمجمله أو بالأحرى ما اصطلاح على تسميته بالعولمة. فالمواطن في المجتمعات المعاصرة أصبح يتعرض على نطاق واسع ومستمر لفقرات ومضامين وتعليقات ذات طابع سياسي، تحمله إليه مختلف قنوات الاتصال الجماهيري، إذ لا يكاد يمر يوم دون أن تظهر هذه المضامين في الصحف والإذاعة والتلفزيون، وهو ما سمح لشريحة كبيرة من الجماهير الإطلاع على الأحداث السياسية التي لم يكن ليعرفها من دون هذه الوسائل، لذلك يمكن القول بأن الفضائيات الإخبارية في الوقت الراهن أضحت مصدرا مهما من مصادر التنشئة السياسية، كما أنها تعتبر مرجعا مهما للحصول على المعلومات المختلفة والمتنوعة عن البيئة السياسية داخل المجتمع أو خارجه، هذه المعلومات التي من شأنها أن تزود وتنمي الثقافة السياسية المتعلقة بالقضايا والأحداث والمؤسسات السياسية للجماهير.

لذلك أصبحت قضية الوعي السياسي واحدة من أهم القضايا التي ينبغي على الباحثين في مجال الاتصال السياسي في الوقت الراهن الاهتمام بها، حيث لم يعد هذا المفهوم قاصرا على مجرد معرفة الفرد لقضايا مجتمعه في المجالات والأنشطة السياسية، بل امتدت لتشمل ضرورة الوعي بما يجري حوله من أحداث ووقائع على المستوى العالمي، خاصة وأن هناك من يتحدث عن وعي كوني أو ثقافة كونية.

ففي الآونة الأخيرة تعاضم الدور الإخباري لوسائل الإعلام العالمية عامة والعربية خاصة، والذي تجسد في ظهور قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية، التي ومنذ انطلاقتها -عام 1996م- دخلت بقوة في مجال التغطية الإعلامية للأحداث السياسية العالمية، وبدأت تتنافس بجدارة إلى الحد الذي أصبحت فيه مصدرا مهما للمعلومات والأخبار بالنسبة لوسائل الإعلام الغربية التي لها خبرة كبيرة في الميدان الإعلامي هذا من جهة، ومن جهة أخرى مصدرا للجماهير العريضة داخل الوطن العربي وخارجه؛ للتعرف على آخر المعلومات الساخنة والآنية حول مختلف الأحداث والوقائع العربية والدولية.

ونظرا لهذه الأهمية التي أصبحت تحتلها قناة الجزيرة الإخبارية جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أهم شريحة من شرائح المجتمع الجزائري ألا وهي شريحة الشباب الجامعي، لتحاول معرفة الدور الذي تلعبه هذه القناة، من خلال حصصها الإخبارية في تزويد الشباب الجامعي في الجزائر بالمعلومات والمعارف السياسية المتعلقة بالقضايا المحلية والدولية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف، قسمنا الدراسة إلى قسمين: قسم نظري مكون ثلاثة فصول، وقسم آخر ميداني مكون من فصلين.

حيث تناولنا في الفصل الأول المعنون بالإطار المنهجي للدراسة تحديد الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، كم حددنا أهداف الدراسة وأهميتها، ثم تم تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة، و عرض للدراسات السابقة.

كما تم في هذا الفصل تحديد المنهج المعتمد في الدراسة وأدوات جمع البيانات، ثم تحديد مجتمع الدراسة وعينة البحث وطريقة اختيارها، مع عرض للقياسات الإحصائية التي استخدمت في البحث.

وتناول الفصل الثاني الذي وضع تحت عنوان الاتصال السياسي والوعي السياسي، حيث تناول المبحث الأول تعريف الاتصال السياسي، و النظريات المعاصرة للاتصال السياسي ونماذجه، ثم مستويات الاتصال السياسي، ووسائل الاتصال السياسي، و أخيرا تأثيرات الاتصال السياسي. وتناول المبحث الثاني تعريف الوعي السياسي، ثم النظريات المفسرة له، ثم التنشئة السياسية والوعي السياسي، وأخيرا وسائل الإعلام والوعي السياسي.

وخصصنا الفصل الثالث لقناة الجزيرة الإخبارية الذي عُنون بقناة الجزيرة النشأة والتطور، فتناولنا في المبحث الأول الأنواع الصحفية المستخدمة في التلفزيون، ثم نماذج من التغطية التلفزيونية للأحداث السياسية، ثم نماذج من الفضائيات الإخبارية العالمية. وتناول المبحث الثاني نشأة وتطور قناة الجزيرة الإخبارية، والهيكلة الإدارية والتمويل والإعلان في القناة، ثم تم تحديد أهداف القناة وأقسام الجزيرة والطبيعة البرمجية وكذا البرامج والحصص التي تبثها القناة، ثم الأخبار في قناة الجزيرة، وأخيرا عوامل الجذب والمؤاخذات في ما تطرحه قناة الجزيرة.

أما الفصل الرابع فلقد خصص للدراسة الميدانية والذي عاجلنا فيه بيانات عادات وأنماط مشاهدة أفراد العينة لقناة الجزيرة من خلال تحليل البيانات الخاصة بسنوات استقبال الفضائيات،

ومدة وأيام و فترات وحجم المشاهدة، وكذلك معية المشاهدة، ومدى مناسبة وقت بث  
الخصص، والبرامج المفضلة لدى أفراد العينة.

أما الفصل الخامس فلقد خصص لتحليل البيانات الخاصة بعلاقة الوعي السياسي بالشباب  
الجامعي، من خلال معرفة أسباب إقبال الشباب الجامعي على القناة، ومدى تزودهم بالمعلومات  
السياسية بعد مشاهدة القناة، وكذلك مظاهر الوعي السياسي.

وأنهينا الدراسة بخاتمة تعرضنا فيها لأهم النتائج المتوصل إليها في حدود التساؤلات المحددة في  
الفصل الأول، كما قمنا بوضع قائمة للمراجع والمصادر المعتمدة في الدراسة، وأخيرا فهرس  
لموضوعات الدراسة.

جامعة بغداد  
القادر للعلوم الإسلامية

# مفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## أولاً: إشكالية الدراسة:

أدى التطور الهائل في مجال الإعلام الفضائي إلى ظهور العديد من القنوات الفضائية التي تتوجه إلى جمهور واسع، وبسبب تعدد رغبات المشاهدين واختلاف أذواقهم أدى إلى ظهور ما يسمى بالقنوات المتخصصة، التي تقدم نوعاً واحداً من البرامج وتتوجه إلى جمهور خاص، بحيث توجد القنوات الإخبارية والرياضية وأخرى موسيقية وأخرى دينية وقنوات خاصة بالسينما أو موجهة إلى أقليات إثنية (عرقية)، أو قنوات خاصة بالتربية والعلوم أو خاصة بالتعليم، وأمام زحف هذه الثورة الإعلامية لم ينكمش الوطن العربي في الزاوية، إذ رأت عشرات الفضائيات النور منذ سنة 1993م، ولعل تاريخ الانطلاقة في حد ذاته دليل على سرعة الاستجابة العربية للتحدي الإعلامي الجديد، وهو دليل على أن الوطن العربي لا يعاني من نقائص في الطاقات والكفاءات العلمية والبشرية...، حيث سارعت الدول العربية وبعض رجال الأعمال والمال إلى إنشاء قنوات تلفزيونية تبث عبر الأقمار الصناعية مباشرة.

وبنظرة علمية متفحصة يمكن ملاحظة أن قناة الجزيرة الفضائية خير دليل على سرعة الاستجابة الإعلامية العربية فمُنذ ظهورها سنة 1996م، حققت نجاحاً كبيراً على المستوى الإقليمي والعالمي، حيث أصبحت تستقطب جمهوراً واسعاً بفضل معالجتها الجريئة لمواضيع حساسة و آنية، وانفرادها في بعض الأحيان بالسبق الصحفي، حاملة شعار "الرأي.. والرأي الآخر" في معالجتها للمواضيع المطروحة للنقاش.

كما يلاحظ عليها أيضاً أن الهاجس السياسي فيها يطغى على البرمجة، وبذلك فهي قناة إخبارية سياسية؛ حيث تهتم بتداعيات القضايا العالمية عامة والعربية والإسلامية خاصة، وتخصص مساحات للنقاش والحوار، وتسمح بهامش من الحرية لبعض ممثلي المعارضة من إبداء آرائهم واتجاهاتهم وفتح المجال للرأي الآخر بالرد عليهم، وبذلك فهي تحرك غريزة حب الإطلاع ومعرفة أخبار الغير لدى المشاهد، مما يدفعه إلى متابعة هذه الحصص ومعرفة خلفيات القضايا المحلية والدولية.

ولذلك فإن قناة الجزيرة الفضائية، من خلال الحصص الإخبارية التي تقدمها، فإنها تلعب دوراً بارزاً في تشكيل وتنمية الوعي السياسي، من خلال المعارف والمعلومات والاتجاهات التي تنقلها لأفراد المجتمع عن طريق الصوت والصورة، بنقل المعلومات المختلفة التي تخلق وعياً عاماً



بالقضايا السياسية و طرحها على الرأي العام، إذ يتوقف نجاح الرسالة الإعلامية إلى حد كبير على مدى قدرتها في التأثير على أفراد المجتمع.

واستنادا إلى هذه المعطيات وغيرها، فإن قناة الجزيرة الفضائية بوضعها الراهن تمثل متغيرا أساسيا في حياة الشباب الجامعي المعرفية، فهي تشكل بذلك المصدر الأساسي للمعلومات والتعلم، كما أنها أحد مصادر عمليات التنشئة السياسية، إذ أن الشباب الجامعي أضحووا الطاقة الفاعلة والمؤثرة في المجتمع والقوى المنتجة والأكثر استهلاكاً للمادة الإعلامية.

ووفقا لهذا الدور الذي تقوم به قناة الجزيرة الفضائية، كانت مشكلة الدراسة تدور حول: "ما مدى مساهمة قناة الجزيرة الفضائية من خلال حصصها السياسية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي؟" من خلال معالجتها للقضايا العربية والدولية.

**ثانيا: تساؤلات الدراسة:** وتدرج تحت هذا التساؤل تساؤلات فرعية هي:

- 1- ماهي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي للحصص الإخبارية في قناة الجزيرة الفضائية ؟
- 2- ماهي أسباب إقبال الشباب الجامعي على مشاهدة الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة ؟
- 3- هل الحصص الإخبارية السياسية في قناة الجزيرة الفضائية تساهم في زيادة الوعي المعرفي السياسي لدى الشباب الجامعي ؟
- 4- ماهي مظاهر هذا الوعي ؟

**ثالثا: أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى محاولة:

- 1- الكشف عن الدور الذي لعبه الإعلام السياسي، في تنمية الوعي السياسي، لدى الشباب الجامعي.
- 2- التعرف على عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي للحصص الإخبارية السياسية في قناة الجزيرة الفضائية.
- 3- التعرف على حجم اهتمام الطلبة الجامعيين بقناة الجزيرة الفضائية.
- 4- استكشاف مدى إقبال الشباب الجامعي على الحصص الإخبارية في هذه القناة، والأسباب الكامنة وراء هذا الإقبال.

5- استكشاف مدى إغراض البعض عن الحصص الإخبارية في هذه القناة، وأسباب هذا الإغراض.

6- التعرف على حجم الوعي المعرفي السياسي الذي تنشره الحصص الإخبارية السياسية في هذه القناة بين أوساط الشباب الجامعي، فيما يخص القضايا العربية والدولية المطروحة للنقاش، وذلك من خلال الاعتماد على منهج المسح الوصفي، الذي يعتبر من البحوث الوصفية التي تسترشد بأجوبة العينة لوصف ظاهرة التعرض الإعلامي ومناقشة عناصرها المختلفة، وبالتالي التأثير والتحليل والتقييم الكيفي والكمي لخصائص العينة وموافقها من عملية التعرض.  
رابعاً: أهمية الدراسة:

1- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات النادرة التي تهتم بالإعلام السياسي وتأثيره على الرأي العام في الجزائر.

2- ندرة الدراسات التي تهتم بعلاقة الوعي السياسي ووسائل الإعلام، وبالتالي تحاول هذه الدراسة المتواضعة وضع اللبنات الأولى لمثل هذه العلاقة لتكون نقطة بداية لدراسات لاحقة أكثر تعمقا.

3- كما تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها من الدراسات التي تسعى إلى الكشف عن آراء الجمهور حول وسائل الإعلام.

4- تنبع أهمية الدراسة في محاولة تحديد الدور الذي تقوم به قناة الجزيرة الفضائية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

خامساً: تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

1- تعريف الوعي السياسي: "الوعي السياسي هو مجموعة القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية، التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها". (1)

1- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد 7، لا بلد، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص.2706.

## 2- الشباب الجامعي:

### أ- تعريف الشباب الجامعي:

الشباب لغة يعني الفتوة والحدائة نقيض الشيب والهرم، ومن حيث المرحلة العمرية فالشباب هم من يتراوح عمرهم ما بين 15 و24 سنة، ويتم في الغالب تحديد هذه الفترة لأن الشباب فيها يكون ناضجا وتكبر طموحاته نحو التطلع والتفتح على العالم الخارجي، وفيها أيضا قد يتأثر بعوامل كثيرة داخلية و خارجية، هذا بخلاف فترة ما دون الـ15 سنة التي يكون فيها الشباب في سن المراهقة، أو أكثر من 24 سنة أين يكون الفرد قد بدأ يتعد تدريجيا عن ديناميكية وحركية الشباب بفعل عوامل أخرى اقتصادية واجتماعية بدأت تتحكم فيه، وبالتالي قد تقلل من نشاطه وحيويته. (1)

ويعرف الشاب في القاموس الفرنسي (maxidico): "على أنه الشخص الذي ليس في سن متقدم". ومرحلة الشباب: "على أنها المرحلة العمرية التي تكون بين مرحلة الطفولة ومرحلة النضج". (2)

ويمثل الشباب الجامعي: " فئة الطلبة الذين يتلقون العلم في أي من معاهده المختلفة، والشباب الجامعي هو الطالب الذي أتيحت له فرصة الوصول إلى مرحلة التعليم الجامعي أو العالي، وهم يمثلون فئة اجتماعية وليس طبقة خاصة، وذلك لأنهم لا يشغلون وضعا مستقلا في الإنتاج الاقتصادي، وإنما مجموعهم هم الاختصاصيون الذين سيشتغلون في الإنتاج المادي و العلمي والتطبيقي والثقافي وإدارة الدولة والمجتمع".

والشباب أو الطلاب الجامعيين ليسوا طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة، ثم يصبحون قوى إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم. (3)

أما المقصود بالشباب الجامعي في هذه الدراسة: هم الطلبة الذين تحصلوا على شهادة البكالوريا، ويزاولون دراستهم في أحد التخصصات الجامعية المتاحة، والذين تفوق أعمارهم

1- نصر بوعللي، التلفزيون الفضائي وتأثيره على الشباب في الجزائر: دراسة ميدانية، عين مليلة، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص ص.14،15.

2- jaques dumes et autre ,Maxidico, dictionnaire encyclopédique de la langue français,France, édition de la connaissance,1997, page.626.

3- سحر محمد وهي، بحوث في الاتصال:سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، القاهرة، دار الفجر، 1996، ص.237.

على الـ 18 سنة.

**ب- خصائص الطالب الجامعي:** إن الطالب الجامعي هو كائن بشري يقترب شيئا فشيئا من النضج الجسمي والنفسي والعقلي والاجتماعي ويتلقى تعليمه وتكوينه في مؤسسات التعليم العالي أو الجامعي، حيث لا تختلف خصائص ومميزات الطالب الجامعي عن تلك الخصائص التي تنفرد بها مرحلة الشباب سواء النفسية أو الفسيولوجية أو العقلية أو الاجتماعية، وبما أن الخصائص متعددة ومتنوعة فسوف نركز على البعض منها دون الأخرى. (1)

الخصائص الجسمانية: إن الطالب الجامعي ينسب عليه سمات جسدية متميزة المتأخرة مما يمكن القول أن من مميزاته أنه: "تبدو مظاهر النمو الجسمي في النمو الغددي والوظيفي، وفي نمو الأعضاء الداخلية وظائفها المختلفة وفي نمو الجهاز العصبي والقوة العضلية". حيث يبلغ النمو الجسمي للطالب الجامعي أقصى حد له سواء من ناحية الطول أو الوزن، كما يكتمل نمو الغدد المختلفة خاصة الجسمانية منها، وبصفة عامة فإن هذه المرحلة تمتاز بكونها مرحلة تكامل واستقرار بدني بالنسبة للطالب والطالبة، ومن أهم خصائصها البدنية الرجولة والأمومة.

إن هذه الخصائص البدنية للطالب لها تأثير على جانبه النفسي والاجتماعي، فنمو الغدد الجنسية يزيد من اهتمام الطالب نحو الجنس الآخر نتيجة الاختلاط، فهو بين انضباط الطالب وتحكمه في نفسه وبين انصياعه للنفس وشهواتها، ونتيجة لهذا نجد سرعة الانفعال وكثير التقلبات في مزاجه وكثيرا ما ينتاب الطلبة ذلك الشعور بالخوف والقلق، حتى الاضطراب في بعض الحالات عندما يفكرون في مستقبلهم المهني في بلد يعاني من البطالة والأزمات الاقتصادية.

إن من مظاهر نمو خصائص الطالب النفسية أن تكثر لديه أحلام اليقظة، فالطالب دوما يتخيل نفسه بطلا في الألعاب الرياضية أو متفوقا في الحياة الدراسية الجامعية، فسمه الخيال تبرز عندهم بشكل كبير، فالطلبة يحبون دائما أن يحتلوا أماكن الريادة والقيادة وربما يعود ذلك إلى عدم استطاعتهم تحقيق هذه الأحلام على أرض الواقع، مما يضطرهم لتحقيقها على مستوى أحلام اليقظة وذلك للتعويض النفسي، كما يتميزون بكثرة الانفعالات مع الاندفاع الشديد والنقد الجارح لمجتمعهم ولأفراد الأسرة.

1- مراد زعيمي وآخرون، الإشاعة والرأي العام في الوسط الجامعي، التقرير الجزئي الأول لفرقة البحث، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، محر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2000، ص. 12.

**ب- الخصائص العقلية:** من الخصائص العقلية للطالب الجامعي أن النمو العقلي قد اكتمل بحيث يتوقف ذكاؤه عن النمو، فقد أكد علماء النفس أن نمو الذكاء العام يصل أقصاه حوالي سن السادسة عشر ولا ينمو بعد ذلك، وكل ما نشاهده من زيادة الفهم والإدراك بعد هذا السن إنما هو نتيجة الخبرة والتجارب المكتسبة لا الذكاء الموروث، وقد لاحظوا أيضا أن نمو الذكاء العام عند المراهقين الموهوبين قد يستمر حتى سن الثامنة عشر، بمعنى أن الطالب الجامعي يعتبر ذا قوى عقلية كاملة تجعله قادرا على تحمل المسؤوليات وإصدار الأحكام على ما يحيط به من القضايا. (1)

كما يزداد تركيز الطالب في هذه المرحلة في الموضوعات الفكرية المتميزة، فنجده ميالا إلى قراءة الموضوعات الدينية والسياسية ومتابعة الحوادث والأخبار المحلية والخارجية في الصحف والمجلات، والطالب الجامعي يحكم الواقع الموجود فيه يحتاج إلى درجة عالية من التفكير والمجهود العقلي، وعلى هذا الأساس نجد دائما يبحث عن معرفة الأشياء بدقة ولا يكفني بالسطحيات، ويفضل دائما المناقشة في مختلف المواضيع والآراء والأفكار.

### ج- الخصائص الاجتماعية والثقافية:

**- المجال الأسري:** إن علماء الاجتماع يثبتون بأن للأسرة أهمية في تطبيع الفرد اجتماعيا، والطالب الجامعي ما هو إلا فرد من هذا المجتمع يتأثر بالسلوكيات الاجتماعية التي ينشأ عليها، ونستطيع القول بأن الآباء هم المصدر الأول والأساس للمعتقدات والاتجاهات والآراء وأنماط السلوك الاجتماعي، وهذا عن طريق ما يفرسونه في الناشئة من قيم ومعايير، فالأسرة هي الأداة الأولى التي تعمل على تشكيل شخصية الفرد ويتم ذلك حسب الثقافة السائدة في المجتمع، فالأسرة لا تقتصر وظيفتها على توفير الصحة والمعيشة والحب والاستقرار، بل يشمل الوعي والتنظيم أيضا.

**- المجال الدراسي:** بدخول الطالب إلى الجامعة يكون في اعتقاده أنها لا تختلف كثيرا عن الأسرة والمؤسسات التعليمية التي درس فيها، ولكن سرعان ما يصطدم بالواقع حيث عدم الانضباط من طرف الطلبة في حضور المحاضرات، وفقدان الرقابة التي تمارسها الإدارة والأساتذة

عليهم بالإضافة إلى شعور الطلبة بعدم جدية بعض الأساتذة، وهذا ينشأ نوع من الصراع بين المحافظة على القيم السابقة أو التحلي بالقيم الجديدة، إذا فالطالب الجامعي مطالب بتغيير معاملاته و سلوكاته وفق ما يقتضيه الوضع الدراسي الجديد، هذا فيما يخص المحيط العام للجامعة، ولكن قبل هذا فهناك مشاكل تعترض الطالب مثل الالتحاق بمعهد لا تتفق فيه الدراسة مع ميولاته واستعداداته والضغط التي من الممكن أن تمارسها الأسرة التي تزج بأبنائها في نوع من التخصصات التي تراها هي المناسبة للوضع الاجتماعي الحالي، كما أنه من الملاحظ أن نسبة كبيرة من الطلبة تقرر التسجيل في الفروع دون سابق معرفة بها، وهذا ما يعبر عنه بنقص الإعلام والتعريف بالتخصصات وإمكانات التشغيل في المستقبل.

### سادسا: الدراسات السابقة:

إن تميز المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا هو عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي من هذا القبيل لا بد وأن تكون قد سبقته جهودا أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو معملية أو مكتبية، إذ تعد عملية استعراض الدراسات السابقة في البحث العلمي ذات أهمية كبيرة فهي تؤدي كثيرا من المهام للباحث أثناء تنفيذه لهذه العملية، وللقارئ عند قراءته لما كتبه الباحث حول هذه الدراسات، تتمثل خاصة في:

- التأكد من أن الدراسات السابقة لم تتطرق للمشكلة التي هو بصدد بحثها من نفس الزاوية. (1)
- كما تزيد من اقتراب الباحث من كل أو معظم المداخل البحثية، فيختار ما يتفق مع طبيعة المشكلة وأهدافها ويتجنب ما لا يناسب أو غير المثمرة منها، كما يتجنب الباحث التكرار غير المقصود والوقوع في أخطاء الباحثين السابقين، سواء في الاقتراب من المشكلة أو اختيار المداخل أو تحديد الإجراءات المنهجية. (2)

وفيما يلي عرض لأهم الدراسات التي تحصلت عليها والتي لها علاقة بموضوع الدراسة:

- 1- إبراهيم التهامي، "الدراسات السابقة في البحث العلمي"، أسس المنهجية في البحث العلمي، فضيل دليو وآخرون، قسنطينة، الجزائر، منشورات جامعة منتوري، 1999، ص.ص. 103، 104.
- 2- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط4، جامعة حلوان، مصر، عالم الكتب، 2004، ص.ص. 93، 94.

**الدراسة الأولى:** قام بها محي الدين عبد الحليم تحت عنوان "الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي" سنة 1984م، تمثلت إشكالية الدراسة في: "دراسة اتجاهات الرأي العام نحو الأعمال الدرامية التلفزيونية، ومحاولة كشف دور البرامج الدرامية العامة في ثقافة الجماهير وسلوكهم، ثم محاولة كشف دور البرامج والمسلسلات الدينية في ذلك كله". وانطلق الباحث من الفرضية التالية:

"التمثيلات والمسلسلات العامة أو الدينية في التلفزيون تحدث تأثيرات كبيرة في اتجاهات الرأي العام، بين شريحة هي من أهم الشرائح الجماهيرية وهي فئة الشباب الجامعي." (1)

كشفت نتائج الدراسة أن 90% من أفراد العينة يشاهدون الأعمال الدرامية الدينية، و 3/1 منهم يشاهدونها بصفة منتظمة، كما أشارت النتائج أن العمل الدرامي الديني يمكن أن يلعب دورا حيويا في نشر وتعميق رسالة الإسلام لدى جماهير الشباب الجامعية بصفة عامة.

كما دلت النتائج على أن الدراما الدينية تلقى إقبالا لا يقل على إقبال الجماهير عن الدراما العامة خلافا لما يظنه البعض، وبلغت نسبة الذين ذكروا أن التمثيلات والمسلسلات الدينية تؤثر فيهم بصفة عامة 94,32%.

**الدراسة الثانية:** دراسة إسماعيل علي سعد سنة 1982م، تحت عنوان "اتجاهات الشباب المصري نحو العمل السياسي"، ويسعى هذا البحث إلى "قياس اتجاهات الشباب المصري نحو العمل السياسي"، وقد ركزت الدراسة على فحص موضوع الوعي السياسي نظرا لما له من أهمية كبرى في دفع المواطن للمشاركة السياسية، وعلى هذا فإن البحث ينطلق من إطار واسع يهتم بمسألة اللامبالاة السياسية وأثر الوعي السياسي في نقصانها وزيادتها.

ولقد أسفرت الدراسة عن تميز الشباب بدرجة لا بأس بها من الوعي السياسي، وإن لم يرتبط هذا الوعي بتغيير اتجاهات الشباب نحو العمل السياسي، وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة الأميين بين الشباب المصري الآن إذ بلغت النسبة في عينة البحث 30%، بينما كانت نسبة الأميين من شباب الريف 54.19%. وارتبطت درجة الوعي السياسي إلى حد كبير بمستوى التعليم، إذ لوحظ أنه كلما

1- محي الدين عبد الحليم، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي: دراسة ميدانية، جامعة الأزهر، 1984م، استخدم الباحث منهج المسح الوصفي، واعتمد على استمارة الاستبيان كأداة للبحث، كما اعتمد على طريقتين في اختيار العينة: العينة العمدية، والعينة العشوائية، وتم اختيار ست جامعات كي تمثل المجتمع الجامعي، كما استغرق العمل الميداني حوالي ستة أشهر.

ارتفعت درجة التعليم كلما ارتفع الوعي السياسي والعكس صحيح، وبذلك نستطيع تفسير انخفاض مستوى الوعي السياسي لدى الفتيات عنه عند الشباب، فضلا عن انخفاض مستوى الوعي في الريف عنه في الحضر لانخفاض مستوى التعليم في الأول و الثاني. وتميز دور وسائل الإعلام (صحافة مكتوبة، راديو، تلفزيون) بالضعف وضحالة تأثيره على رفع وعي المواطنين في الريف خاصة، نظرا لانتشار الطوائف الدينية والأمية وارتفاع مستوى البرامج ثقافيا في بعض ماتبته أوتنشره هذه الوسائل عن مصالح الجماهير العريضة.

لم تقم الأحزاب السياسية بدور يذكر لربط المواطن في الريف بقضايا الوطن. تقوم في الريف بدور هام و فعال في التأثير على سلوك الرأي العام. (1) جاءت الإذاعة في المرتبة الأولى في متابعة الأخبار السياسية، إلا أن هذا لا يضعف دور الصحف والتلفزيون.

واتضح مستوى الوعي السياسي لدى الشباب من حصيلة آرائهم حول النظام السياسي الذي يفضلونه، كما كانت المصلحة العامة من أهم المسائل التي طالب بها الشباب.

**الدراسة الثالثة:** دراسة إسماعيل علي سعد 1982م، "دور النظام التعددي في تنمية الوعي السياسي عند المرأة". ينطلق هذا البحث من تساؤل رئيس وهو: "هل النظام التعددي ممثلا في الأحزاب السياسية أدى أويؤدي بالفعل إلى رفع أو تنمية الوعي السياسي عند المرأة المصرية على مستوى الريف والمدينة."، وتدرج تحته عدة تساؤلات فرعية:

ما مدى إسهام الأحزاب السياسية في عملية تنمية الوعي السياسي عند المرأة؟ وما هي مظاهر الوعي السياسي؟ و هل تتابع المرأة على مستوى القرية والمدينة ما يدور في المجتمع من أنشطة سياسية مختلفة؟ ما هو الدور الذي لعبه النظام الحزبي في تنمية الوعي السياسي بالتالي المشاركة السياسية؟ ما هو الدور الذي قامت به في تنمية الوعي السياسي ودفع المواطن إلى المشاركة السياسية وخاصة المرأة؟.

أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أن المرأة الريفية أكثر وعيا من المرأة الحضرية، وهذا عكس ما كان

1- دراسة إسماعيل علي سعد، تحت عنوان اتجاهات الشباب المصري نحو العمل السياسي: دراسة ميدانية مقارنة بين سكان الريف والحضر، جامعة الإسكندرية، 1982م، استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي والمنهج المقارن، وقد استخدمت أداة الإستبان التي اشتملت على بيانات أساسية عن أفراد البحث، وبيانات تقيس الوعي السياسي، وبيانات أخرى تقيس مدى المشاركة السياسية. واعتمد على طريقة المسح بالعينة، واختير من أجل ذلك عينة من المجتمع الريفي و الحصري قوامها 175 حالة من كل مجتمع.



متوقعا، كما بينت الدراسة أن الاتجاه نحو التعليم بالنسبة للفتاة يمثل اتجاها عاما عند الفلاحة المصرية. (1)

بفحص وتحليل البيانات تبين أن المرأة الريفية تتميز عن المرأة في المدينة باهتمامها بالمشاركة في الندوات والمناقشات السياسية التي تجري بين الحين والآخر في قراهم أو في مجالس القرية، تجلّى دور الأحزاب السياسية بوضوح في المجتمع الريفي التقليدي فهو دور فعال من وجهة نظر المرأة حيث تساهم الأحزاب السياسية في توجيه الرأي العام، ولم تر عينة البحث في المجتمع الحضري أن للأحزاب السياسية هذا الدور الفعال، وقد تلاشى دور الأحزاب في المجتمع المستحدث. ويرى المجتمع الحضري أن الإذاعات الأجنبية تأخذ الأولوية في التأثير على الرأي العام في المسائل السياسية.

أن عملية المتابعة للأحداث السياسية على المستوى المحلي و العالمي تتم عن زيادة الوعي السياسي عند المرأة الحضرية. يعد التلفزيون من أهم الوسائل التي تستقي منها عينة البحث معلوماتها السياسية، وجاءت الصحف في المرتبة الثانية واحتل الراديو المرتبة الثالثة، وهذا يؤكد قصور الأحزاب السياسية في تنمية الوعي السياسي للمرأة.

تعتبر عضوية الأحزاب مؤشرا على وعي المرأة بدورها ومصالحها، إلا أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لسن أعضاء في أي حزب من الأحزاب.

مثلت حرية الرأي وتطبيقها من قبل النظام مطلباً أساسياً وملحاً من قبل عينة البحث، إذ أيدته الغالبية الساحقة.

**الدراسة الرابعة:** دراسة عبد الفتاح عفيفي سنة 1990م، تحت عنوان "دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي و المشاركة السياسية"، وتكمن مشكلة البحث في تدني مستوى المشاركة السياسية لطلاب الجامعات بصفة عامة، ولهذا فإن مشكلة البحث تدور حول: "محاولة رصد مدى فاعلية أو تأثير وسائل الإعلام الجماهيري وإسهاماتها المختلفة في تنمية الوعي السياسي والمشاركة

1- إسماعيل على سعد، دور النظام التعددي في تنمية الوعي السياسي عند المرأة: دراسة مقارنة بين الريف و الحضر، جامعة الإسكندرية 1982م، المنهج الذي اعتمد عليه الباحث في هذه الدراسة هو المنهج المقارن، وكانت استمارة البحث هي الأداة الرئيسية في جمع البيانات إلى جانب الملاحظة بالمشاركة و المقابلة. ووقع اختيار الباحث على العينة العمدية، حيث استخدمت في اختيار عينة من سيدات المجتمع المصري على مستوى الريف و الحضر، وقد اختيرت العينة بأسلوب الحصة. و تحددت عينة البحث على نحو يضم نساء من الريف و الحضر، عينة تمثل المجتمع الحضري (الإسكندرية) حجمها 222 حالة، عينة تمثل الريف (كفر الدوار)، بلغ عددها 50 حالة، عينة تمثل المجتمع المستحدث (قرى حراء، وصلاح الدين، و بدير) عددها 50 حالة سنجوا بأسلوب الحصة.

السياسية بين طلاب الجامعات.

وانطلق الباحث من فرض أساس وهو: "تحمل وسائل الإعلام المختلفة القسط الأكبر من مسؤولية تدني الوعي السياسي بصفة عامة لدى طلاب الجامعات، مما قد يؤدي إلى انصرافهم عن المشاركة السياسية الإيجابية وإضعافها".

نتائج الدراسة: أظهرت نتائج البحث أن هناك بالفعل تدنيا ملحوظا للوعي السياسي بصفة عامة لدى طلاب الجامعات ظهر من خلال وسائل الإعلام المختلفة وقصورها الملحوظ في القيام بدور فاعل في نشر الوعي السياسي بين طلاب الجامعات. (1)

**الدراسة الخامسة:** دراسة سمي خطاب، "التنشئة السياسية والقيم". يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في الوقوف على المصادر التي يعتمد عليها طلاب المدارس الثانوية في استقاء المعلومات السياسية، ومدى كفاءتها في خلق الوعي السياسي لديهم، بصورة تتسق مع الأهداف التي تطرحها المؤسسات الرسمية (التعليم، الإعلام) كمواصفات إيجابية للمواطن. وتمثلت تساؤلات الدراسة في: ما مصادر التنشئة السياسية طبقا لما يدركه أفراد العينة من طلاب المدارس الثانوية بالقاهرة، وما هو الحجم النسبي لكل منها؟ ما درجة الوعي السياسي لدى أفراد العينة؟ هل تختلف درجات الأفراد في الوعي السياسي للعينة طبقا لـ: الجنس، نوع التعليم (فني، عام، خاص، لغات)، المستوى الاقتصادي الاجتماعي (مرتفع، متوسط، منخفض) هل تختلف درجات الأفراد في القيم السياسية المتمثلة في: تحمل المسؤولية الإيثارية العمل الجماعي احترام الملكية العامة، طبقا للمتغيرات التالية: الجنس، نوع التعليم، المستوى الاقتصادي والاجتماعي؟ هل هناك علاقة بين درجات الأفراد في الوعي السياسي ودرجاتهم في القيم السابق ذكرها؟.

كشفت الدراسة عن: ظهور الأسرة والتلفزيون والجرائد كأهم مصادر التنشئة السياسية، وجاءت المدرسة والكتب وجماعة الأصدقاء كمصادر ثانوية.

كما كشفت النتائج عن انخفاض مستوى الوعي السياسي لدى أفراد العينة بصورة عامة، وإن

1- دراسة عبد الله عفيفي، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية، جامعة القاهرة، يوليو 1990م، اعتمد الباحث المنهج التاريخي والمنهج الأنتروبولوجي، فالمنهج الأول اعتمد عليه في دراسة تطور وسائل الإعلام، والثاني من خلال الملاحظة بالمشاركة، كما استخدم الباحث استمارة المقابلة كأداة أساسية لجمع البيانات من الباحثين، وشملت الدراسة عينة من طلاب كلية الخدمة الاجتماعية بجامعة القاهرة، خلال العام الجامعي 89-1990، بلغ حجمها 100 حالة، وهي عينة عشوائية منتظمة بواقع 25 حالة من كل فرقة دراسية، تمثل حوالي 8% من مجموع الطلاب بالكلية عن نفس السنة.

طلاب التعليم العام بالمقارنة مع طلاب التعليم الفني أو اللغات.

كشفت النتائج عن فروق جوهرية بين المجموعات طبقاً لنوع التعليم في قيمة تحمل المسؤولية، وجاءت مجموعة التعليم الفني كأفضل المجموعات في تلك القيمة، كما كشفت الدراسة أن الطلاب الذين ينتمون لأسر ذات مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط تعد أفضل المجموعات في هذه القيمة.

وعن العلاقة بين الوعي السياسي وقيم تحمل المسؤولية كشفت النتائج عن وجود علاقة إيجابية دالة بينهما لدى الذكور ولدى الإناث، وأن طلبة التعليم الفني ظهرت كأفضل المجموعات في تحمل المسؤولية، وبروز قيمة تحمل المسؤولية بصورة جيدة لدى الطلبة الذين ينتمون لأسر منخفضة المستوى الاقتصادي الاجتماعي. (1)

كشفت النتائج أن طلاب التعليم العام تعد أفضل المجموعات في هذه القيمة، كما أن أفضل المجموعات في قيمة الإيثار مجموعة الأبناء الذين ينتمون لأسر ذات مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط.

كما كشفت الدراسة أيضاً عن وجود علاقة إيجابية دالة على الوعي السياسي وقيمة الإيثار لدى الذكور والإناث.

كشفت النتائج على أن أفضل المجموعات في قيمة الديمقراطية هي مجموعة التعليم العام مع وجود فروق جوهرية بين المستويات الاقتصادية الاجتماعية في قيمة الديمقراطية، وهي لصالح الأبناء الذين ينتمون لأسر ذات مستوى اقتصادي اجتماعي مرتفع.

كما تكشف عن وجود علاقة إيجابية بين الوعي السياسي وقيمة الديمقراطية لدى الذكور، وأن مجموعة الطلبة الذين ينتمون لأسر مرتفعة المستوى الاقتصادي الاجتماعي تعد أفضل المجموعات في هذه القيمة.

[1- دراسة سمير خطاب، التنشئة الاجتماعية والقيم، جامعة المنوفية، اعتمدت الدراسة في اختيار العينة على الطريقة العشوائية. وقد تم اختيار عينة من طلاب المرحلة الثانوية بجامعة المنوفية، اعتمد الباحث في هذه الدراسة على نوعين من الأدوات: أ- مقياس القيم السياسية؛ وذلك بعد مراجعة التراث البحثي المتعلق بالقيم وطريقة قياسها، قام الباحث بإعداد أداة تمكنه من الكشف عن قيم الأفراد (الفعلية) أو الوصول إلى استجابة تعكس مدى الالتزام بالقيمة وليس مجرد الحكم أو التفضيل الذي يديه الفرد إزاء المواقف أو الموضوعات المختلفة. ب- استبيان الوعي السياسي: قام الباحث بإعداد استبيان لقياس الوعي السياسي، حيث قام بتحديد الوعي السياسي بصورة إجرائية، ثم قام بترجمة هذا التعريف إلى مجموعة من الأهداف الجزئية، ووضعها في صورة بنود مناسبة وصالحة للقياس.

وجود فروق جوهرية بين المجموعات طبقاً لنوع التعليم في قيمة العمل الجماعي، وأن طلبه التعليم العام أفضل المجموعات في هذه القيمة، وأن الأبناء الذين ينتمون للأسر ذات مستوى اقتصادي اجتماعي متوسط تعد أفضل المجموعات في قيمة العمل الجماعي، مع وجود علاقة إيجابية دالة بين الوعي السياسي وقيمة العمل الجماعي لدى الذكور ولدى الإناث، كما نجد الأسر ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط قد تعمل على تنمية تلك القيمة لدى الأبناء بصورة جيدة.

تشير النتائج عن وجود علاقة جوهرية بين المجموعات في قيمة احترام الملكية طبقاً للتفاعل بين نوع التعليم والجنس، وأن الإناث بصفة عامة كن أفضل من الذكور في احترام الملكية العامة، وأن المستوى الاقتصادي الاجتماعي للأسرة يسهم بصورة جوهرية في قيمة احترام الملكية العامة لدى الأبناء، ووجود علاقة إيجابية دالة بين الوعي السياسي وقيمة احترام الملكية العامة لدى الإناث مع تميز طالبات التعليم العام عن طالبات التعليم الفني واللغات في قيمة احترام الملكية العامة، وارتفاع هذه القيمة لدى أبناء الأسر ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط. (1)

**الدراسة السادسة:** ومن الدراسات التي أجراها المتخصصون في الاتصال السياسي لمعرفة تأثير وسائل الإعلام على متغير الوعي و المعرفة السياسية، دراسة "دومينيك" التي أجراها في عام 1972م، حيث اختار عينة من طلاب المرحلة الثانوية لقياس أثر التلفزيون في زيادة الوعي المعرفي السياسي.

وكشفت دراسته أن وسائل الإعلام كانت تمثل مصدراً أساسياً للمعلومات المتعلقة برئيس الدولة بـ 83% أجابوا بنعم، وبنائب الرئيس 84%، وبالكونغرس 59%، وبالمحكمة العليا 50%. أما دراسة "ميلر" و"آسب" 1985م، فقد ركزت على مدى تعلم الناشئة من وسائل الإعلام لتطوير آفاقهم الذهنية والمعرفية، حول البيئة السياسية من خلال محاولة الدراسة الإجابة عن سؤالين مهمين: ما الكيفية التي يحصل بها المواطنون في الولايات المتحدة الأمريكية والسويد، على المعلومات السياسية من وسائل الإعلام؟ أن التعرض المستمر لوسائل الإعلام عامة والتلفزيون خاصة له أثر مباشر في تنمية الوعي والمعرفة السياسية لدى عينة الدراسة؟ وقد انتهت دراستهما إلى:

1 - تتر خطاب، التنشئة الاجتماعية والقيم، الدراسة السابقة.

أن التعرض المستمر لوسائل الإعلام عامة والتلفزيون بخاصة له أثر مباشر في تنمية الوعي و المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة.

أن الاستخدام المستمر للتلفزيون من أجل متابعة القضايا العامة التي تحدث في المجتمع، يسهم في زيادة الثقافة السياسية لدى عينة الدراسة. (1)

**الدراسة السابعة:** دراسة الدكتورة عبد العزيز السيد عبد العزيز و الدكتورة مها الطرايوشي، تحت عنوان: "تأثير التعرض للقنوات الفضائية العربية الإخبارية على الثقافة السياسية للجمهور المصري".

حيث تم إجراء هذه الدراسة على عينة عنقودية قوامها 300 مفردة في الفترة ما بين 2004/03/01 إلى 2004/30/16 في محافظتي القاهرة والجيزة. وكانت أهم النتائج كالتالي:

- جاءت القنوات الفضائية العربية الإخبارية في الترتيب الأول، في مقدمة تفضيلات الجمهور المصري بنسبة 43.5%، وجاءت قناة الجزيرة في الترتيب الأول، تلتها قناة العربية ثم قناة AN N، كما ارتبط التعرض للفضائيات العربية الإخبارية بالدوافع المعرفية النفعية، نظرا للطبيعة الجادة لتلك القنوات، وجاءت المعرفة المتعمقة بنسبة 50.9% مقابل 49.1% المعرفة السطحية. وبالرغم من وجود فجوة معرفية في درجة المعرفة السياسية ومستوياتها لدى الجمهور المصري وفقا لنوعية المرحلة العمرية، إلا أنه اتضح أن أولويات المعرفة المتعمقة بدرجاتها المختلفة لدى كل فئة من الفئات تمثلت حول القضية الفلسطينية والعراقية، وأخبار الحرب على الإرهاب وقضية الإصلاح السياسي في الدول العربية.

كما أشارت النتائج إلا أنه تقل درجة المعرفة السطحية كلما ارتفع المستوى المهني و الوظيفي للجمهور، و كذلك للذين يتعرضون بانتظام للفضائيات العربية الإخبارية على إدراك القضايا السياسية، بلغ أعلى معدلاته من خلال متغير المنفعة الذي جاء بنسبة 70.3% للذين يتعرضون بانتظام، مقابل 29.7% للذين لا يتعرضون بانتظام. (2)

1-دراستان من كتاب:محمد بن سعود البشر، تحت عنوان: مقدمة في الاتصال السياسي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مكتبة العبيكات، 1998، ص ص.138، 139.

## سابعاً: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

I. **منهج الدراسة:** يجب أن يرتبط المنهج الملائم ارتباطاً وثيقاً بموضوع البحث وأهدافه، ولهذا فإن على الباحث أن يختار المنهج المناسب بما يحقق اللياقة المنهجية لموضوعه. (1)

والمنهج باعتباره الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة فإن اختياره يرتبط ارتباطاً وثيقاً بموضوع البحث وأهدافه من جهة، وبالإمكانيات المتاحة للباحث من جهة ثانية، وهذا ما يجعل اختياره لا يتحدد حسب الرغبة وإنما حسب متطلبات البحث وطبيعة الدراسة.

وباعتبار أن الدراسة التي نعتمد القيام بها تندرج تحت إطار الدراسات الوصفية: "التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة-الظاهرة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال- أو موقف أو مجموعة من الناس-الشباب الجامعي- أو مجموعة من الأوضاع، وبالنظر إلى أهداف الدراسة وطبيعة الفرضيات التي نحاول الإجابة عليها فإننا نرى أن انسب منهج يمكن استخدامه هو منهج المسح الاجتماعي على أن يكون مسحا بالعينة، باعتبار أن الموضوع ذو طابع وصفي يهتم بدراسة جزء من أفراد المجتمع أو عدد محدد من الحالات أو المفردات وذلك في حدود الوقت و الإمكانيات المتوفرة لدينا. (2)

وتندرج هذه الدراسة ضمن ما يعرف في الدراسات الإعلامية بدراسات الجمهور، فما يعيننا هنا هو رأي الجمهور وليس تحليل مضمون الوسيلة.

ويتضمن المسح دراسة عينة ممثلة للمجتمع بهدف تعميم نتائج الدراسة من أجل التعرف على الحقائق الأساسية عن المجتمع شريطة أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه. (3)

II. **أداة جمع البيانات:** استخدمنا في هذه الدراسة أداة الاستمارة التي تعرف بالاستقصاء أو الإستبان أو الاستفتاء (Questionnaire)، وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف

1- محمد الجوهري، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1992، ص. 297.

2- إيمان بوصوغة، ماجستير في علم اجتماع التنمية بالمشاركة، قسم علم الاجتماع، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2007، 2006، ص. 11، بحث لم ينشر.

3- فوزي غرايبة وآخرون، أساليب البحث العلمي: في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط3، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002، ص. 16.

استشارة الأفراد الباحثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها. (1)

وتعرف استشارة الاستبان بأنها: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استشارة تجري تعبئتها من قبل المستجيب. (2).

كما تعرف بأنها: "نموذج يضم مجموعة الأسئلة التي تدور حول موضوع ما يتم إرساله إلى الباحثين بطريقة أو بأخرى، ليحيوا على هذه الأسئلة ثم إعادته ثانية إلى الهيئة المشرفة على البحث. (3)

ويستخدم الاستبان لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين، وكذلك الحقائق التي هم على علم بها، ولهذا تستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى استكشاف الحقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميول الأفراد. (4)

**1- خطوات تصميم الاستمارة:** مرت مراحل أو خطوات تصميم استمارة الاستقصاء بالمرحل التالية:

أ - تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها.

ب - إعداد الاستمارة في صورتها الأولية ووضع الأسئلة في أشكالها المختارة.

ج - اختبار الاستمارة.

د - إعداد الاستمارة في صورتها النهائية.

**أ- تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها:** تعتبر مشكلة البحث والعلاقات الفرضية أو التساؤلات المطروحة، هي المرجع الأساسي في تحديد إطار البيانات المطلوب جمعها، ذلك أن تحديد المشكلة يعني بداية تحديد العناصر الأساسية التي يتم دراستها والمستهدفة من الدراسة؛ والأطر المكانية والزمنية والبشرية التي ترتبط بالدراسة.

وهذا ما حددناه في الفصل الأول للدراسة حيث تم تحديد التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، إذ أن هذه التساؤلات سوف تُحدد بدقة المتغيرات التي سوف سيتم دراستها والتي تعتبر الإطار العام للبيانات المطلوبة، بعد مراجعتها وإعادة تبويبها وتصنيفها لتحديد كفايتها ونوعها.

1- محمد عبد الحميد، المرجع السابق، 2004، ص.353.

2- فوزي غرايبة، المرجع السابق، ص.17.

3- محمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، 1998، ص.16.

4- فوزي غرايبة، المرجع السابق، ص.71.

وطبقا لنوعية البيانات المستهدفة تضمنت استثمار البحث على:

أسئلة تستهدف التعرف على الحقائق (السن، التخصص العلمي، السنة الدراسية والنوع) وأسئلة تستهدف التعرف على الآراء الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر، والأسئلة المعرفية التي تهدف حسب "باكستروم و سيزار" إلى الكشف عما يعرفه الناس ودرجة المعرفة ومصادرها وبداية معرفتهم بالوقائع والأحداث.

فما يقرأه الفرد أو ما يتعرض إليه يرتبط أيضا باتجاهات الأفراد، وهي أساس السلوك الانتقائي، حيث يعرضون أنفسهم انتقائيا للمعرفة ويدركون ويتذكرون انتقائيا. (1)

**ب- إعداد الاستمارة في صورتها الأولية:** بعد أن يحدد الباحث قراره بشأن نوع الأسئلة المختارة (الأسئلة المفتوحة ذات الإجابات الحرة أو المحدودة، والأسئلة المغلقة) فإنه يبدأ في إعداد الاستمارة في صورتها الأولية؛ والتي ترتبط بداية باختيار شكل الأسئلة وصياغتها وترتيبها على صفحة أو صفحات استمارة الاستقصاء.

**ج- وضع الأسئلة في أشكالها المختارة:** من الأهداف الرئيسية التي يسعى الباحث إلى تحقيقها في عملية الاستقصاء، تحقيق التواصل بين الباحث والمبحوث، وتوفير الكثير من الجهد والوقت في اختيار صدق الاستمارة.

وهناك العديد من المبادئ أو القواعد التي يجب أن يراعيها الباحث في صياغة أسئلة الاستقصاء -وهي المبادئ التي تم مراعاتها في هذه الدراسة-، التي تساعد على تجاوز الغموض في الأسئلة، وتجنب المبحوث الحيرة أو الارتباك التي تؤدي إلى التحريف غير المقصود في الإجابات أو إهمال بعض الأسئلة

أو الاستمارة كلها. ومن بين هذه المبادئ:

- تجنب الأسئلة المزدوجة، وهي الأسئلة التي تستهدف إجابتين من خلال سؤال واحد قد يختلف الرأي فيهما وتعتمد في صياغتها على حرف العطف.
- أن يتجنب الباحث صياغة الأسئلة السالبة.
- تجنب الباحث الألفاظ أو المصطلحات المتحيزة التي توحى للمبحوث باستجابة معينة.
- أن يتأكد الباحث من أن السؤال لا يسبب حرجا.



- أن يتجنب الباحث الأسئلة التي تستهدف معلومات تفصيلية قد لا يتمكن الباحث من تذكرها أو استعادتها.

- ومن الملاحظ أن الباحث عادة ما يكون متسرعاً في الإجابة على أسئلة الاستقصاء، ولذلك فإن طول السؤال أيضاً قد يؤدي إلى عدم فهمه.

**د- اختبار الاستمارة:** تستهدف هذه الخطوة التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهدافها في جمع البيانات المطلوبة، وهو ما يسمى بصدق الاستمارة *validité*، أي صلاحية الاستمارة في تحقيق الهدف الذي صممت من أجله (قياس ما هو مطلوب قياسه). وهناك ثلاث طرق مكملة لاختبار استمارة الاستقصاء وصدقها، والتأكد من أنها تقيس ما هو مطلوب فعلاً وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة فعلاً:

- **مراجعة الأسئلة وصياغتها والإجابات البديلة:** وفي هذا المجال هناك مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث لمراجعة الأسئلة، والتي تشير إجاباتها إلى مدى صلاحية الأسئلة والاستقصاء للتطبيق، وهذه الأسئلة تتعلق بمحتوى السؤال وصياغته وأشكال الإجابات وترتيب الأسئلة في استمارة الاستقصاء، وهذه الأسئلة يضعها الخبراء كمرشد لتصميم استمارة الاستقصاء. (1)

- **عرض استمارة الاستقصاء على عدد من أصحاب الاختصاص:** في موضوع الاستمارة وفي مناهج البحث العلمي، وذلك للكشف عما يكون في تصميم الاستمارة من قصور أو أخطاء علمية أو منهجية تؤثر في موضوعية الاستقصاء وصدق محتواه وبناءه، وكان ذلك بعرضنا لاستمارة الدراسة على عدد من الباحثين\* في منهجية العلوم الاجتماعية وعلوم الإعلام خاصة، وقد كانت الاستفادة من نصائحهم كبيرة في هذه الدراسة من حيث ترتيب الأسئلة وضبط ألفاظها وحذف بعض الأسئلة الغير مهمة وإضافة أخرى.

- **توزيع عينة أولية من استمارة الاستقصاء على عينة محدودة مشابهة للعينة الرئيسية:** للكشف عن مدى فهم العينة للأسئلة وطريقتها وأشكالها وتجاربها مع أشكال

1- محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص- ص. 387-389.

\* الدكتور عبد الله بوجلال، عميد كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة. والدكتور فضيل دليو، مدير مخر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة.

الإجابات وترتيب الأسئلة والكشف عن الألفاظ الصعبة أو غير الشائعة، أو ما يظهره هذا الاختبار من صعوبات يمكن تلافيها عند إعداد صحيفة الاستقصاء في صورتها الأولية. (1) وقد تمت هذه العملية بجمع مجموعة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة منتوري، بلغ عددهم الـ 20 طالبا، فقمنا بتوزيع الاستمارات عليهم للإجابة والتعليق عليها، فلاحظنا في النهاية أن نسبة كبيرة من هذه العينة أجابت على أسئلة الاستقصاء بسهولة، ولم تجد صعوبات في الإجابة، واقتصرت التعليقات على تغيير عبارات نعم و لا باختيارات أخرى تعطي الجيب فرص أكثر للإجابة.

**2- الإعداد النهائي لاستمارة الاستقصاء:** بعد الانتهاء من اختبار وتجريب الاستمارة في صورتها الأولية، تم إعداد الاستمارة في شكلها النهائي وذلك بتصميم غلاف الاستمارة بحيث يحقق الجاذبية الشكلية حيث تم كتابة العنوان بخط واضح وكبير ومخالف لباقي البيانات، كما تم وضع اسم ولقب الباحث والأستاذ المشرف والسنة الدراسية، وكذا إسم الجامعة التي تحتضن الدراسة؛ كما تم وضع ملاحظة في نهاية الصفحة على أن البيانات المقدمة تبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية.

كما روعي في الطباعة اتخاذ كافة الإجراءات الفنية وتوفير كافة المقومات التي تساعد على إخراج استمارة الاستقصاء في شكل يثير إعجاب المبحوث ويجذب اهتمامه إليه.

**ثامنا: العينة وبعض القياسات الإحصائية المستخدمة:**

**I- مجتمع الدراسة:** نعني بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها، ويتحدد المجتمع الأصلي لهذه الدراسة بمجموع طلبة السنة الثالثة والرابعة في كل من جامعة منتوري ممثلة في تخصصات: علوم الإعلام والاتصال 326 طالبا، علم الاجتماع 379 طالبا، علم النفس 498 طالبا.

وجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ممثلة في تخصصات: الدعوة والإعلام والاتصال 131 طالبا، الشريعة والقانون 146 طالبا، مقارنة الأديان 164 طالبا. وتمت الدراسة بمدينة قسنطينة خلال السنة الجامعية 2005-2006.

1- محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص. 389.

**II- عينة الدراسة:** بعد أن يحدد الباحث المنهج الذي سيطبقه في الوصول إلى حل للمشكلة التي يدرسها، وبعد أن يحدد الوسائل أو الأدوات التي سيستخدمها في جمع البيانات والمعلومات التي توصله إلى حل للمشكلة، عليه أن يحدد نوع العينة أو العينات، التي سيقوم بسحبها من المجتمع ليجمع بياناته منها، أي عليه أن يحدد طريقة لسحب جزء من المجتمع تمثله تمثيلا يكفي لضمان صدق تعميم النتائج على المجتمع بأكمله، وذلك لأن دراسة المجتمع بجميع مفرداته قد تكون عسيرة، بل في الغالب تكون مستحيلة، فيجب أن يختار عينة أو عينات تمثل المجتمع تمثيلا إن لم يكن تاما فعلى الأقل يكون شبه تام، على أن يتم اختيار مفردات العينة أو سحبها بأقل قدر من التحيز، حتى تصدق النتائج التي توصل إليها بصدها على المجتمع الذي ندرسه ونختبر فيه فروضا. (1)

وتعرف العينة: "على أنها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع، لتجرى عليها الدراسة". ولاختيار العينة يجب مراعاة مايلي:

1- تحديد وحدة العينة.

2- تحديد الإطار الذي تؤخذ منه العينة.

3- تحديد حجم العينة.

4- تحديد طريقة اختيار العينة. (2).

**1- وحدة العينة:** تعرف: "بأنها الوحدات التي يقسم المجتمع على أساسها، بغرض اختيار

العينة". (3) وفي هذه الدراسة وحدة العينة هو الطالب والطالبة الجامعيين.

**2- إطار الدراسة:** يقصد بالإطار: "مجتمع البحث، أو مجموع وحدات البحث، الذي تختار

منه عينة البحث". (4)

1- علي عبد المعطي، محمد السرياقوسي، أساليب البحث العلمي، الكويت، مكتبة الفلاح، 1998، ص.463.

2- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، المسيلة، الجزائر، جامعة محمد بوضياف، 2002، ص.192، 191.

3- عبد الله عامر الهمامي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط2، بنغازي، ليبيا، منشورات جامعة قابوس، 1994، ص.158.

4- عبد الله عامر الهمامي، المرجع السابق، ص.161.

أ- الإطار البشري: هم الطلبة الجامعيين.

ب- الإطار الزمني للدراسة: السنة الجامعية: 2005-2006.

3- تحديد حجم العينة: يقدر حجم العينة في هذه الدراسة بـ 200 طالب وطالبة، موزعين على جامعتي الإخوة منتوري وجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة.

4- طريقة اختيار العينة: اعتمدت الدراسة في اختيار العينة على نوعين من العينات: العينة

العمدية والعينة الحصصية.1

1- تعرف العينة العمدية بأنها "العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تكون معينة ومقصودة لاعتقاده أنها ممثلة للمجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا".2

2- العينة الحصصية: تعتبر هذه الطريقة في اختيار العينة ذات أهمية في بحوث الرأي العام، إذ أنها تتم بسرعة أكبر وبتكاليف أقل، سواء في تخطيط العينة أو في استكمال مرحلة المقابلة في البحث، وتعتمد العينة الحصصية على اختيار أفراد العينة من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة.3

وتختلف هذه العينة عن العينة الطبقية بأن أفرادها لا يُختارون عشوائيا كما في العينة الطبقية، بل يترك الاختيار للقائم بالمقابلة أو الباحث الذي يراعي اعتبارات معينة.4

فلقد استخدمت العينة العمدية كمرحلة أولى عند اختيار التخصصات التي ستجرى عليها الدراسة، والتي يرى الطالب الباحث أنها تتميز بخصائص تساعد على الحصول على المعلومات التي يريد الإجابة عليها في دراسته، لذلك وقع اختيار الباحث بصفة عمدية على تخصصات علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس من جامعة منتوري، وتخصصات الدعوة والإعلام والاتصال وتخصص الشريعة والقانون و قسم مقارنة الأديان من جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

ومرد ذلك كون الطالب الباحث متخرج من جامعة منتوري بقسنطينة في مرحلة الليسانس،

1- انطلاقا من دراسة محي الدين عبد الخليم، أنظر الدراسات السابقة، الفصل الأول، ص 11.

2- رشيد زرواني، المرجع السابق، ص 197.

3- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، دار المعارف، مصر، ط 5، 1989.

4- علي عبد المعطي ومحمد السرياقوسي، المرجع السابق، 465.

ودرس بنفس الجامعة في مرحلة ما بعد التخرج في قسم علوم الإعلام والاتصال (أستاذ مطبق)، كما أن دراسي في مرحلة الماجستير بجامعة الأمير عبد القادر، بكلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية قسم الدعوة والإعلام والاتصال، سمحت لي بالاحتكاك بالطلبة في هذه الجامعة ومعرفة مدى متابعتهم للقنوات الإخبارية وقناة الجزيرة على وجه الخصوص.

لذلك وقع اختيار الطالب الباحث على ثلاث تخصصات عمدا من بين تسع تخصصات في جامعة منتوري، وكذلك ثلاث تخصصات من بين خمس تخصصات، ويرجع سبب اختيار الباحث لثلاث تخصصات فقط بسبب عامل الوقت وعدم قدرة الباحث إجراء الدراسة على كل هذه التخصصات، بالإضافة لكون مجتمع الدراسة متجانس حيث أن أفراد العينة كلهم من طلبة الجامعة ( لا يوجد طلبة الثانويات أو غير المتدرسين مثلا).

وفي المرحلة الثانية تم الاعتماد على العينة الحصصية لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع الطلبة في كل هذه التخصصات المختارة، ونظرا لضيق الوقت وكون أن المجتمع متجانس كما ذكرنا آنفا، فإن مثل هذه العينات تساعد الباحث في اختيار أفراد عينة الدراسة وذلك بأخذ حصة من كل تخصص، حيث تم أخذ 100 طالب من تخصصات جامعة منتوري، و100 طالب من جامعة الأمير عبد القادر في المرحلة الأولى، ثم تم اختيار حصة من كل تخصص في المرحلة الثانية، فتحصلنا على 34 طالب في تخصص علوم الإعلام والاتصال و34 طالب في تخصص علم الاجتماع و32 طالب في تخصص علم النفس بجامعة منتوري، و34 طالب في تخصص الدعوة والإعلام والاتصال 34 طالب في تخصص الشريعة والقانون و32 طالب في تخصص العقيدة ومقارنة الأديان.

ولقد تم الاعتماد على التوزيع الغير تناسبي في أخذ حصة من كل تخصص، هذا التوزيع الذي يقتضي أخذ حصة من كل تخصص دون الأخذ بعين الاعتبار العدد الكلي للتخصص، إذ أن الملاحظ بأن عدد الطلبة في جامعة منتوري هم أكثر من طلبة جامعة الأمير عبد القادر، ورغم ذلك أخذنا 100 مفردة من كل جامعة اعتمادا على هذا التوزيع، وكذلك الحال بالنسبة للتخصصات؛ فرغم وجود تخصصات أكثر من تخصصات من حيث عدد الطلبة إلا أن الدراسة أخذت عدد متساو تقريبا في كل التخصصات.<sup>1</sup>

1- أخذ 32 طالب في تخصصات علم النفس، والعقيدة ومقارنة الأديان لكون العينة لا تحمل القسمة على ثلاثة والحصول على عدد حقيقي (دون فاصلة).

III. القياسات الإحصائية المستخدمة في الدراسة: استخدمنا في هذه الدراسة

الأساليب الإحصائية التالية:

1- التكرارات والنسب المئوية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## الفصل الثاني

الاتصال السياسي والوعي السياسي

عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير

## المبحث الأول: الاتصال السياسي.

أولاً: تعريف الاتصال السياسي: إن المتبع لمراحل الاتصال السياسي والمستقرى لوضعه الراهن، يلحظ أنه لم يتم حتى الآن وبشكل دقيق تحديد المضمون المتعلق بهذا العلم والحدود المعرفية التي ينتهي إليها هذا المضمون<sup>(1)</sup>، لاعتباره يمثل ظاهرة صعبة التحليل نظراً لـ:

أ- غموض المصطلح من ناحية، و تعدد المعاني التي يمكن أن ترتبط بشطري هذا المصطلح من ناحية ثانية: "الاتصال" و "السياسية"، فهي تعددية ناشئة من فهم واسع يصبح من خلاله الاتصال السياسي يعني كل اتصال هدفه السياسية.<sup>(2)</sup>

ب- ليس هناك إجماع بين أساتذة الاتصال السياسي والباحثين فيه على مضمون وحدود هذا النوع من الاتصال، ولا يعني ذلك أن هناك نقص في التعريفات المقدمة من المختصين فيه، فالتعريفات كثيرة لكنها متنوعة، وكل منها ينظر إلى هذا الفن من زاوية تختلف عن الأخرى، وسنعرض الآن جملة من التعريفات للاتصال السياسي لئرى مدى التنوع في الطرح: (3)

1- "الاتصال السياسي هو تبادل المعلومات بين الحكام والمحكومين عن طريق قنوات (بث) مهيكلية أو شكلية".

2- "يكون الاتصال سياسياً، تبعاً للنتائج المباشرة، أو غير المباشرة، التي يمكن أن يحدثها على النظام السياسي".<sup>(4)</sup>

3- "ما يمكن أن نطلق عليه اتصال سياسي، يقترن بدايةً بجملة من التقنيات المستعملة من طرف الفاعلين السياسيين و المحكومين ومحترفي الاستشارة السياسية للاتصال بالناخبين، هذه التقنيات هي في أغلب الحالات مستعارة من التسويق سير الآراء علاقات عامة وإشهار يضاف إليها تقنيات الاتصال التي يقال عنها أنها جديدة؛ والتي تستعمل التكنولوجيا الإلكترونية

1- محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1998، ص.15.

2- هوق كازناف، "الاتصال السياسي: نماذج الاتصال السياسي"، ترجمة فايزة بخلف، المجلة الجزائرية للإعلام والاتصال، العددان 11 و 12، جامعة الجزائر، 1995، ص.123.

3- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.15.

4- جون ماري كوترى، "مقدمة في الاتصال السياسي"، ترجمة الطاهر بن عرف الله، المجلة الجزائرية للإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، العدد4، خريف 1990، ص- ص.117-119.



- والإعلام الآلي والسمعي بصري في حقل السياسة". (1).
- 4- "الاتصال السياسي يمكن أن يعرف أيضا: "مجموع الرسائل المنبثة من طرف الحكام (رجال السياسة) بصفة عامة إلى الناخبين، استنادا إلى بعض الدعائم التي تكون عبارة عن خطابات عامة مقابلات رسائل منشورات... الخ". (2).
- 5- "إن الاتصال السياسي هو أحد أنماط الاتصال الذي يؤدي وظيفة سياسية للقائمين عليه، بمعنى أن أهدافه ودوافعه في جوهرها إنما تقتصر على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل وسلوكيات الآخرين". (3).
- 6- تعريف اللورد ويدلسمان: "الاتصال السياسي هو المرور الإرادي للرسالة السياسية، من المرسل إلى المستقبل بهدف جلب شخص ما في اتجاه دون أن يتمكن من تصور اتجاه آخر". (4).
- 7- وقد عرف جون ميدو الاتصال السياسي بأنه: "الطريقة التي تؤثر فيها الظروف السياسية على تشكيل مضمون الاتصال وكميته، كما أنه أيضا يتعلق بالطريقة التي يمكن بها أن تقوم ظروف الاتصال بتشكيل السياسة، وبعبارة أخرى يتعلق الاتصال بتبادل الرموز والرسائل التي تُكوّن قد شكلتها أو أنتجتها ظروف الاتصال". (5).
- 8- كما يعرفه جون ميدو أيضا: "الاتصال السياسي هو الرموز و الرسائل المتبادلة، المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه". (6).
- 9- تعريف بليك و هاردسن: "الاتصال السياسي هو الاتصال المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحالة السياسية أو الوجود السياسي بصفة عامة". (7).
- 10- تعريف ديتون و وودوارد: "الاتصال السياسي هو المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع".
- 11- تعريف سكديسون: "الاتصال السياسي هو أية عملية نقل لرسالة، يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع".

1- هوق كازناف، المرجع السابق، ص. 124.

2- هوق كازناف، المرجع السابق، ص. 124.

3- محمد حمدان المصالح، الاتصال السياسي: مقرب نظري تطبيقي، ط2، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002، ص. 55.

4- جون ماري كوترى، المرجع السابق، ص. 121.

5- محمد حمدان المصالح، المرجع السابق، ص. 55.

6- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص. 15.

7- محمد بن سعود البشر، المرجع نفسه، ص. 16.

12- تعريف ماكثير: "الاتصال السياسي هو اتصال هادف يتعلق بالسياسة". ويشرح ماكثير هذا التعريف الموجز بقوله إنه يشتمل على:

أ- كل مستويات الاتصال التي يستخدمها الساسة أو المشتغلون بالسياسة، بغية الوصول إلى غاية محددة وأهداف مقصودة.

ب- الاتصال الموجه لهؤلاء الساسة من غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

ج - اتصال يتعلق مضمونه بأشخاص الساسة والمشتغلين بالسياسة وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة، ويتعلق أيضا بنشاطاتهم التي تتضمنها التقارير الإخبارية والافتتاحيات وغيرها من وسائل مناقشة وسائل الإعلام للسياسة والسياسيين.

13- تعريف تشافي: "الاتصال السياسي هو أثر الاتصال ووظيفته في العملية الاتصالية".

وتعريفات الاتصال السياسي التي قدمها المتخصصون في فنه كثيرة ومتناثرة في بطون كتبهم ودراساتهم وأبحاثهم، ولكننا نكتفي بما أثبتناه هنا لتوضيح تنوع الطرح واختلاف وجهات النظر حول العناصر الأساسية التي يتركب منها تعريف مصطلح الاتصال السياسي.

فبينما يحرص جون ميدو تعريف الاتصال السياسي في الرموز و الرسائل ويستبعد عناصر أخرى مثل الوسائل، نجد أن بليك و هاردسن يقصران تعريفهما على عنصر الأثر الذي يحدثه الاتصال السياسي في البيئة السياسية، ثم يأتي ديتون و وودوارد فيستبعدان من تعريفهما للاتصال السياسي كل العناصر المهمة التي ينبغي أن تتركب منها مثل: الوسيلة والأثر والجمهور.

ولعل أقرب التعريفات إلى الشمول هما تعريف سكودسون و ماكثير وإن تفوق الأخير في تضمين تعريفه العناصر الأساسية التي يتشكل منها الاتصال السياسي وهي: الوسيلة والجمهور القائم بالاتصال الهدف الأثر و المضمون.(1)

وإذا كان التعريف الرابع يركز على محتوى المعلومات السياسية، فإن التعريف الثالث يركز أكثر على تطبيقات(عمل) قنوات البث، فهي تركز على التابع و التسلسل الكائن بين البلاغة والسياسية.(2) وقد قام الدكتور محمد بن سعود البشر في كتابه "مقدمة في الاتصال السياسي" وبعد عرضه

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص 16، 17.

2- هوق كازناف، المرجع السابق، ص. 124.

لمجموعة من التعريفات التي سبق ذكرها قَدَمَ التعريف التالي:

"الاتصال السياسي هو النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب، والذي يعكس أهدافا سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في البيئة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب، من خلال وسائل الإعلام المتعددة". ويشرح هذا التعريف كما يلي:

إن مضمون الاتصال السياسي: من منظور هذا التعريف يقف عند النشاط الذي يحدث في البيئة السياسية سواء كان متعلقا بأعمال الحكومة وأساليب ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة أو خارجها، أم من خلال ما يعكسه نشاط الساسة الذين يتخذون من وسائل الاتصال منابر لإيصال صوت السلطة إلى الشعب، و نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة صناعة القرار والمشاركة في العملية السياسية، أو من خلال وظيفة مراقبة الحكومة ومتابعة نشاطات رجالها، وغالبا ما يلجأ هؤلاء (الساسة والإعلاميون) إلى وسائل الإعلام الجماهيرية لتحقيق أهدافهم الاتصالية. أما الفئة الثالثة- وهم أفراد الشعب- فإن وسيلتهم في ذلك تكون على مستوى الاتصال الشخصي والجمعي، من خلال المناقشات التي تتناول قضايا البيئة السياسية التي يثيرها الساسة أو الإعلاميون من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، وقد يشارك أفراد الشعب في العملية السياسية من خلال وسائل الاتصال الجماهيري أيضا إذا كان الإعلاميون يمثلون الوسيط بين الحكومة و الشعب.(1)

وكون الاتصال السياسي اتصالا هادفا، أي أنه محدد بغايات مرسومة وأهداف مقصودة، فالسياسي الذي يتحدث عبر وسائل الاتصال يهدف إلى إيصال رسالة محددة، والإعلامي الذي يراقب أعمال الحكومة وأساليب ممارستها للسلطة -مثلا- يهدف إلى غاية محددة، وأفراد الشعب الذين يشاركون في العملية السياسية من خلال وسائل الاتصال المختلفة إنما يهدفون إلى التعبير عن رأيهم اتجاه القضايا المتعلقة ببيئتهم السياسية.

فهذا التعريف- إذن- يتضمن عناصر أساسية يقوم عليها الاتصال السياسي هي:

أ- النشاط السياسي: وهو مضمون العملية الاتصالية.

ب- القائم بالاتصال: وهم الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب.

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص ص. 18، 19.

ج- الهدف: الذي يتضمن الأثر المقصود من الرسالة سواء أكان متعلقا بوظيفة التأثير في الرأي العام أم في عملية التنشئة السياسية.

د- الوسيلة: وهي كل وسيلة اتصالية تجسد النشاط السياسي الذي تمارسه الحكومة أو الإعلاميون أو أفراد الشعب.

والحقيقة التي نلاحظها تتكرر في كتابات ودراسات المهتمين بالاتصال السياسي هي: أن هناك نشاطات تسمى اتصال ولكن أساتذة الاتصال لم يتفقوا على ماهية هذه الأنشطة، وهناك أنشطة تصنف تحت مفهوم السياسة ومرة أخرى ليس هناك اتفاق بين أساتذة الاتصال على ماهية هذه الأنشطة، وعندما تؤثر الأنشطة السابقة (الاتصالية) على الأنشطة اللاحقة (السياسية) يحدث ما يعرف بـ: الاتصال السياسي. (1)

### ثانيا: المداخل النظرية المعاصرة للاتصال السياسي:

بداية يجب التنويه إلى أنه ليس للاتصال السياسي نظريات محددة لا تصلح إلا له، لكن الباحث في هذا المجال يختار من نظريات الإعلام المختلفة ما يتناسب وطبيعة بحثه وأكثرها تأثيرا على محيط اهتمامه، كما أنه لا يعني اختيارنا للنظريات الأربع التي سيتم عرضها لاحقا (ترتيب الأولويات و الاستخدامات والإشباع والمعالجة المعلوماتية و الاتصال الشخصي) أنه ليست هناك نظريات إعلامية أخرى ذات صلة بالبحث في مجال الاتصال السياسي؛ بل هناك نظريات صالحة لتوظيفها في هذا المجال لكنها لا ترقى في إطارها العام وأبعادها النظرية إلى المستوى الذي يؤهلها لأن تكون نظريات أساس في الاتصال السياسي، ودليل ذلك أن معظم البحوث التي أجريت في مجال الاتصال السياسي كانت تنطلق في أديانها من النظريات الأربع التي اخترنا الحديث عنها في هذا الجزء من البحث.

### I- النظريات التي تتعلق بالقائم بالاتصال.

#### 1- نظرية ترتيب الأولويات: التصورات التي تحتزها ذاكرة الإنسان عن الأحداث أو

الأشخاص أو القضايا التي يعيش معها في محيطه تبني على المعلومات المتاحة ووسائل الإعلام تمثل الآن مصدرا رئيسيا لهذا النوع من المعلومات، ولا شك أن هذه التصورات لا بد أن تتأثر بشكل أو بآخر بهذه المعلومات التي تقدم من وجهة نظر القائمين على الوسيلة الإعلامية.(2)

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.19.

2- محمد بن سعود البشر، المرجع نفسه، ص.31.

إذ تؤثر عوامل عديدة في وضع المواد الإخبارية أو الموضوعات الصحفية على الصفحة أو الصفحات أو في إطار المساحة الزمنية أو الخرائط البرمجية في الراديو أو التلفزيون، بحيث يمكن أن نقرر نظريا وتطبيقيا أنه اختيار مقصود وهادف للموقع والمساحة والزمن والشكل أو عوامل الإبراز المختلفة، التي تضع حدودا تعبر عن مستوى اهتمام الوسيلة الإعلامية بأخبار معينة أو قضايا أو موضوعات بذاتها. (1)

وإذا انتقلنا إلى دائرة أوسع من دائرة التأثير المقصور على الفرد فإن لوسائل الإعلام الجماهيرية أثرا كبيرا على الرأي العام في تشكيل وجهة نظره ورؤيته للقضايا التي تواجه المجتمع، فمن خلال التركيز على قضايا معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام القضايا المتعلقة بقطاعات متعددة ومتنوعة في المجتمع. (2)

ولقد عبر ماكومبس وشو عن ذلك بقولهما: "إن الجمهور لا يتعلم فقط القضايا من وسائل الإعلام ولكنه يتعلم أيضا أهمية تلك القضايا من تركيز وسائل الإعلام عليها"، وبعبارة أخرى فإن الأهمية الكبرى التي توليها وسائل الاتصال لقضايا معينة تؤثر على أهمية هذه الموضوعات بين الجمهور، وإن وسائل الاتصال لا تقوم بإعلام الجماهير فقط ولكنها أيضا تمارس تأثيرها عليهم بالنسبة لما هو هام وينبغي أن تعرفه". (3)

والطريقة العلمية التي يتم بها تحديد أو ترتيب هذه الأولويات هي ما تسمى عند الاختصاصيين بـ: "نظرية ترتيب الأولويات". (4) ومعناها تصنيف القضايا السياسية تبعاً للأهمية، كما تعني قدرة وسائل الاتصال على توجيه الانتباه إلى موضوعات معينة. (5)

ولذلك أصبح لزاماً على وسائل الإعلام تنظيم عرض المواد الإخبارية، والقضايا والموضوعات في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها. وتبنى الوسيلة هذا الترتيب بحيث يعبر عن سياستها أو اتجاهها من هذه المواد المنشورة أو المذاعة. (6)

- 1- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، كلية التربية، جامعة حلوان، عالم الكتب، 2000، ص273.
- 2- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.35.
- 3- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، جامعة جنوب الوادي، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص.29.
- 4- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.35.
- 5- عزيزة عبده، المرجع السابق، ص.46.
- 6- محمود عبد الحميد، المرجع السابق، ص.273.

هذه النظرية عرفها ستيفن باترسن بأنها: "العملية التي تُبرَزُ فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أها قضايا مهمة وتستحق ردود فعل الحكومة".

وحقيقة أن وسائل الإعلام تقوم بدور كبير في تحديد أو ترتيب أولويات أفراد المجتمع تؤكدها الدراسات التي أجراها -أولا- مكشف هذه النظرية ماكسوال ماكومبس وزملائه الذين أظهرت دراساتهم أن للصحفيين ومقدمي البرامج الإذاعية و التلفزيونية دورا مؤثرا في صياغة وتشكيل الحقيقة الاجتماعية، فالجماهير لا تتعرف على القضايا المتعلقة بأفراد المجتمع من خلال وسائل الإعلام فقط، بل إن هذه الجماهير أيضا تستطيع أن تحدد أي هذه القضايا أهم من غيرها، وذلك من خلال حجم التغطية الإعلامية لقضايا معينة دون أخرى.

إن وسائل الإعلام عندما تعلق على ما يقوله المرشحون السياسيون ويرددون في حملاتهم الانتخابية، فإنها بذلك تحدد القضايا المهمة التي وردت في أحاديثهم أثناء هذا النوع من النشاط السياسي، ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذه الطريقة تحدد أولويات هذه الحملات.

هنا التأثير لوسائل الإعلام -القدرة على التأثير المعرفي لدى الأفراد- هو ما يسمى بوظيفة وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات وتحديد اهتمامات الجماهير، ومن هنا المنطلق تكسب وسائل الإعلام الحديثة أهمية كبرى في التأثير على الجماهير من خلال قدرتها على صياغة العالم الذي يعيشون فيه وتشكيله.

إن وسائل الإعلام تسهم إسهاما كبيرا في ترتيب اهتمامات الجماهير، وتحديد القضايا التي تستحق أن تُصور هموم الناس أو في موجز أهم الأنباء الذي تقدمه الصفحات الأولى من الصحف أو في موجز أهم الأنباء الذي تقدمه محطات التلفزيون و في التغطيات الصحفية و الإذاعية التلفزيونية المستمرة التي تركز على قضايا دون غيرها، من أجل إضفاء مزيد من الأهمية عليها. (1)

**وظائف النظرية:** بعد هذه المقدمة العامة نجد أننا في حاجة إلى تحديد الوظائف التي تؤديها

هذه النظرية فنقول: إنه يمكن إجمال ذلك في ثلاث وظائف:

- أ- إن مضمون وسائل الإعلام يزيد من وعي الجماهير بالقضايا التي يتناولها هذا المضمون.
- ب- إن هذه النظرية تساعد الجماهير -بشكل عام- من التعرف على القضايا المهمة من بين القضايا التي يقدمها ذلك المضمون.

ج- إن هذه النظرية- في مراحلها النهائية- ترتب أولويات الاهتمام بالقضايا التي يعرضها المضمون. والفرق بين هذه الوظيفة والوظيفة الثانية هو: أن وسائل الإعلام في الوظيفة الثانية تثير القضايا التي تعتقد أنها مهمة بالنسبة للجماهير وتعرفهم بها و قد تتيح لهم فرصة ما يرونه مهما من بين هذه القضايا، فالنظرية بهذا المفهوم هي عامل مساعد وليست عاملا رئيسا في تحديد الأولويات، أما في الوظيفة الثالثة فإن النظرية تجعل من وسائل الإعلام عاملا رئيسا في تحديد هذه الأولويات، وذلك بتركيزها على قضايا دون أخرى، وتسليط الضوء عليها، وهي بذلك تفرض ترتيبا معيناً للقضايا حسب أهميتها.

والسؤال الذي يفرض وجوده هنا ونحن بصدد حديثنا عن وظائف هذه النظرية هو: هل تستطيع وسائل الإعلام في كل الأحوال أن تحد من اهتمامات الجماهير وترتب الأولويات؟ وجواب ذلك مايلي: إن البحوث التي أجريت في موضوع هذه الدراسة لا تؤيد مطلقا هذا الرأي، ذلك أن قدرة وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور تتأثر بنوع الجمهور من جهة وطبيعة القضايا التي تعرضها من جهة أخرى-وبخاصة في مجال الحديث عن الآراء والقضايا السياسية-، فالجمهور الأقل تعليما هو الجمهور الذي يسهل التأثير عليه ويصح هذا أيضا في الجماهير التي ليست لها ولايات سياسية، تلك الشريحة من الجماهير التي لا تهتم بدرجة كافية بالموضوعات السياسية وليس لها مشاركة سياسية في مجتمعاتها.

أما من ناحية طبيعة القضية فإن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدد الأولويات إذا كانت هي المصدر الوحيد الذي تستقي منه الجماهير معلوماتها عن مثل هذه القضايا مثل: القضايا المتعلقة بالشؤون الخارجية، أما ما له علاقة بشؤون المجتمع الداخلية فإن هناك مصادر أخرى تنافس وسائل الإعلام مثل الاتصال الشخصي ونحوه. (1)

بل قد تواجه هذه النظرية الإعلامية نقدا حادا من الجمهور إذا حاولت أن ترتب الأولويات من وجهة نظرها، وتجاهلت أهمية قضايا معينة ذات أهمية من وجهة نظر أفراد المجتمع. وتنطبق هذه الحال كثيرا على الدول النامية حيث تُبرز وسائل الإعلام الرسمية قضايا قد تكون في ذيل اهتمامات أفراد المجتمع، وهمش قضايا أخرى يرى المجتمع أنها أكثر أهمية من غيرها، وتزداد حدة النقد هذه تجاه كل ما له علاقة بالقضايا والأحداث السياسية التي يعيشها المجتمع، حيث تعتمد وسائل الإعلام الرسمية في المجتمعات النامية إلى فرض نمط معين من الاهتمامات تُخدم النخبة ولا تعبر عن إرادة

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص 37، 38.

الكل، على الرغم من وعي أفراد المجتمع بالنشاط السياسي الذي يدور حولهم، ومعرفتهم بمجريات الأمور، ولكنهم لا يستطيعون تغيير ذلك حيث إن دائرة حرية التعبير تضيق حتى لا تكاد تتسع إلا لمن يسير في فلك النظام ويتبنى أطروحاته السياسية والفكرية، يحدث هذا في وقت يشهد ثورة اتصالية تجاوزت سياسات احتكار المعلومة التي تبنتها مثل هذه الأنظمة ردحا من الزمن عبر وسائل إعلامها المختلفة.

**علاقة النظرية بالاتصال السياسي:** العلاقة بين أدبيات هذه النظرية و السياسة علاقة جد وثيقة، بل لا نبالغ إذا قلنا أن نظرية ترتيب الأولويات تعد أكثر نظريات وسائل الإعلام الحديثة صلة بالاتصال السياسي، وتؤكد هذه العلاقة في الأنظمة السياسية الديمقراطية، التي تمنح وسائل الإعلام حرية في التعبير عن القضايا التي تشغل أفراد المجتمع، وتجعل من وسائل الإعلام مرآة تعكس هذه القضايا ليراها الساسة وصناع القرار. وأبعاد العلاقة بين هذه النظرية وبين السياسة تقوم على الافتراضين التاليين:

- إن وسائل الإعلام تسهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية.
  - إن السلوك السياسي لأفراد المجتمع، ساسة كانوا أم مواطنين هو-في غالبه-انعكاس لمفهوم هذه الحقيقة السياسية التي صاغتها وشكلتها وسائل الإعلام.
- فالعلاقة بين التأثير المعرفي وبين التأثير السلوكي هو علاقة سببية، بمعنى أن السلوك هو نتاج معرفة سابقة وتصور سالف عن موضع هذا السلوك وبجمله، فالناخب-مثلا-لا يذهب إلى صندوق الاقتراع من أجل أن يصوت لهذا المرشح أوذاك بناء على معطيات معرفية سابقة كونت لديه تصورا معينا عن أحقية هذا المرشح أوذاك، وجدارته بأن يمنح له هذا الصوت الانتخابي، وكذلك الشخص الذي يشترك في نقاش سياسي مع الآخرين حول موضوع معين أو قضية معينة يستمد وقود مشاركته من جملة المعارف التي استقاها من وسائل الإعلام عن ذلك الموضوع أو تلك القضية، فهي مشاركة (أو سلوك) سياسي مسبوق بتأثير معرفي مصدره الوسيلة الإعلامية، وهكذا. (1)

**2- نظرية الاتصال الشخصي (أو انتقال المعلومات على مرحلتين):** اهتزت "نظرية الرضاة الإعلامية" أو "الحقنة تحت الجلد" أمام نتائج الدراسات الميدانية التي أعقبت معارضة

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص 39، 40.



الصحافة الأمريكية للرئيس الأمريكي "روزفلت" بشكل كبير، ورغم ذلك نجح في الانتخابات عامي 1939-1940م، وبدأت هذه النظرية غير قادرة على تفسير استجابة الناس بالطريقة التي تمت إزاء الرسائل التي وصلتهم من وسائل الإعلام، وعكف الباحثون على تقييم هذه النظرية، وبدأت تظهر تدريجياً فكرة المجموعات الفرعية التي تقوم على جمهور داخل جمهور، حيث قدمت رؤية أشمل وأدق لكيفية استقبال المعلومات من وسائل الإعلام والاستجابة لها، فلم تعد المعلومات التي يستقبلها الفرد مقصورة على ما تمده به وسائل الإعلام مباشرة، وإنما تأتي بعض المعلومات من أفراد آخرين سبق لهم التعرض لهذه الوسائل.(1)

ففي عام 1940م أجرى "لازارسفلد" وزملاءه دراسة على الناخبين في مدينة "إلميرا" ولاية "نيويورك"، أوضحت نتائجها أن متغير الاتصال الشخصي يمثل عاملاً وسيطاً ومهماً في عملية الاتصال الجماهيري،—هذا المتغير—الذي سمي فيما بعد "انتقال المعلومات على مرحلتين"، مثل نقلة كبيرة في بحوث الاتصال الجماهيري التي ارتكزت معظمها على نتائج هذه الفرضية التي تقول: "إن تدفق المعلومات من وسائل الاتصال الجماهيري يستقبلها قادة الرأي في المجتمع الذين ينقلون هذه المعلومات بدورهم إلى الجمهور من خلال اللقاءات الشخصية والمناقشات التي تدور بينهم".

ولذا كانت من النتائج الرئيسية لدراسة لازارسفلد أن الناخبين يتأثرون بأصدقائهم خلال الحملات الانتخابية أكثر من تأثرهم بوسائل الإعلام.(2) وأن عدداً كبيراً من الأفراد غيروا من آرائهم نتيجة لتأثير الأشخاص عليهم.(3)

وقد ظهرت فائدة هذه النظرية في مجالين أولهما: أنها أشارت إلى أن الجمهور ليس عبارة عن أفراد منفصلين عن بعضهم ولكنهم متصلون ببعضهم من خلال قنوات متعددة، يتم بينهم الإقناع وتبادل المعلومات من خلال المناقشات النشطة، وثانيها: أن هذه الدراسة كانت بداية لدراسات أخرى على التصويت الانتخابي، وقادة الرأي وانتشار المعلومات بين الأفراد انتهت نتائجها إلى تأكيد تأثير الاتصال الشخصي أكثر من تأثير وسائل الإعلام.(4)

1-عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص.197.

2-محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.40.

3-عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص.198.

4- محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص.176.

ثم تبلورت هذه الفرضية في نظرية جسدها لازارسفلد، وكاتز في كتابهما الذي أصدره عام 1955م بعنوان "التأثير الشخصي" أكدوا فيه أن محور هذه الفرضية هم قادة الرأي الذين يمثلون الوسيط في تدفق المعلومات من وسائل الاتصال إلى الجماهير، كما قدما تعريفا لمصطلح "قادة الرأي" بينا فيه أن هذا الصنف من الناس الذين يمثلون الوسيط في انتقال المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير ليست لهم صفات شخصية معينة تميزهم عن غيرهم، بل إنه مصطلح يطلق على كل من له دور في عملية الاتصال الشخصي.(1)

و يمثل قادة الرأي أحد المتغيرات الحاسمة في عملية الاتصال الشخصي، وقادة الرأي هم الأشخاص ذوي التأثير الكبير على معلومات، وآراء، و مواقف، وسلوك أشخاص آخرين في مجتمع ما، ويذهب بعض الخبراء إلى تعريف قادة الرأي: "بالدرجة التي يكون الفرد عندها قادرا على التأثير بصورة غير رسمية في اتجاهات الأفراد الآخرين أو في سلوكهم الظاهر بصورة مطلوبة ومتكررة في موقف اختياري".

وعلى الرغم من أن بعض القيادات الرسمية يمكن أن تمارس هذا النوع من التأثير بحكم مناصبها ومراكزها، ومواقعها في المجتمع، إلا أنها لا تمثل القيادة الفعلية للرأي نظرا لأن قيادة الرأي تتركز بالدرجة الأولى على إمكانية التأثير في الآخرين لأسباب وعوامل شخصية غير رسمية، ولا تتصل بالمنصب والأوضاع الرسمية(2).

وإذا كان دور قادة الرأي في الدراسات المبكرة ينحصر في تقديم المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام إلى الجمهور هو دور الوسيط فإن الدراسات التي أعقبتها أكدت على أهمية هذا الصنف من القائمين بالاتصال في:

1- تقديم وشرح وتفصيل وتفسير للمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية، وعدم الاقتصار على عملية النقل فقط.

2- وهو الأهم، تقديم آراء أخرى مغايرة للمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة عنها.

ومن هنا ندرك أهمية الاتصال الشخصي في العملية السياسية حيث يتجاوز فيه قادة الرأي مهمة نقل الرسائل إلى الجمهور إلى تفسير هذه الرسائل بل إلى تقديم وجهات نظر مخالفة لهذه

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.41.

2- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1993، ص.98.

الرسائل ومغايرة لها.

وإذا كان متغير الاتصال الشخصي مهما في العملية السياسية فإن هذه الأهمية تزداد في الأوقات المتأخرة من الحملات الانتخابية، عندما تتضاءل أهمية وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر من مصادر ترتيب أولويات الناخبين، وتأتي المرحلة الحاسمة في هذه الحملات وهي صناعة القرار واتخاذ الرأي ومن ثم التصويت، وهي مرحلة ينتعش فيها الاتصال الشخصي ويزداد تأثيره على قرار الناخب.

وفي هذا الصدد أجرى مايرز سنة 1994م دراسة بحثت فيها العلاقة بين متغيري المعرفة السياسية لدى الناخبين، والتعرض لنمطين من أنماك الاتصال هما الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري أثناء حملات الرئاسة الأمريكية في ولاية نيوهامبشر؛ وكان من نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- 1- إن تعرض الناخبين لوسائل الإعلام من أجل البحث على معلومات سياسية هو نتيجة لباعث سابق تعزز أثناء الاتصالات والمناقشات التي تدور بينهم وبين الآخرين على المستوى الشخصي.
  - 2- إن الناخبين يكسبون معلومات سياسية عن بيئتهم المحيطة بهم من خلال الاتصال الشخصي أكثر مما تقدمه لهم وسائل الاتصال الجماهيري.
  - 3- إن الدراسات التي بحثت أثر الاتصال الشخصي في العملية السياسية أكثر من أن تحصى، وتناولت العلاقة بين هذا المتغير الاتصالي وبين العملية السياسية أكثر من محور، فقد درس ستريتنس 1991م، مناهج ومداخل الاتصال الشخصي في التأثير واكتساب المعلومات السياسية، وبحث وترفورد 1982م في تأثير العلاقات الشخصية على السلوك السياسي.
- إن هاذين المتغيرين (المتغير المعرفي والمتغير السلوكي) شكلا محورا رئيسا في التراكمات البحثية التي أجريت في مجال الاتصال السياسي، وهاتان الدراستان ليستا توأمين في باهما، بل إن هناك تراكمات بحثية كثيرة درست هذين المتغيرين وإنما ذكرناهما هنا لأهميتهما ولكثرة ما استشهدت بهما التراكمات البحثية في هذا المجال. (1)

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص. 42، 43.

## II- النظريات المتعلقة بالجمهور.

### 1- نظرية الاستخدامات والإشباع: في إطار الدراسات الخاصة باستخدامات وسائل

الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام، وتم صياغة هذه الأسباب في عدة أطر كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها.(1)

تعنى هذه النظرية بجمهور الوسيلة الإعلامية وليس بعنصر الرسالة ذاتها، كما في نظرية ترتيب الأولويات، هذه النظرية تقول أن جمهور وسائل الإعلام جمهور يتميز بخصائص عديدة أهمها القدرة على اختيار الرسائل الإعلامية التي تلي رغباته وتشبع حاجاته الكامنة في ذاته، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرض عليه وسائل الإعلام، فالجمهور بهذا المعنى له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال "التعرض الاختياري" الذي تمل به عليه حاجاته ورغباته(2)

كما أنه -الجمهور- وفقا لهذه النظرية أساس في عملية الاتصال إذ يقوم المتلقي باستمرار باختيار الرسائل الإعلامية من بين فيض من الرسائل الكثيرة، التي يريد هو نفسه أن يتلقاها، ويشكل التعرض لوسائل الإعلام جانب من بدائل وظيفية لإشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الأولى بوظيفة قضاء وقت الفراغ لدى الإنسان، ويفترض هذا المدخل "أن إشباع الحاجات من خلال التعرض لوسيلة إعلامية محددة وليس من خلال التعرض لأية وسيلة إعلامية بالإضافة للسياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة".(3)

وفي هذا العمل يؤكد ليتل جون أن هناك فرضيات تنطلق منها هذه النظرية وهي:

أ- إن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها

1-محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص.209.

2-محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.47.

3-عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص.202.

الوسيلة الإعلامية.

ب- إن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الحاجات ويحاول إشباعها من خلال تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة.

ج- الافتراض الأخير وهو ما يتعلق بالافتراضين السابقين، مفادها أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى، أي أن ما تقدمه وسائل الإعلام من اختيارات متعددة للجماهير من أجل إشباع حاجاتها، فإن هذه الجماهير تبحث أيضا عن مصادر أخرى لهذا الإشباع مما يجعل وسائل الإعلام تدخل في منافسة مع هذه المصادر.

أما دينس ماكويل فقد أجمل التصورات التي تقوم عليها هذه النظرية في النقاط التالية:

أ- الدوافع النفسية والاجتماعية التي نتجت عنها حاجات الجمهور.

ب- الحاجات نفسها.

ج- التوقعات التي يكونها الجمهور عن مدى الإشباع لهذه الحاجات.

د- التوقعات مرتبطة بوسائل الإعلام التي هي مصدر الإشباع.

و- هذه التوقعات تؤدي إلى ممارسة أنماط معينة من التعرض لوسائل الإعلام.

ي- أنماط التعرض أو النشاط المتعدد للتعرض لوسائل الإعلام ينتج عنه إشباع للحاجات والرغبات.

ويمكن القول بناء على المعطيات السابقة لمفهوم النظرية أن أسباب التعرض لوسائل الإعلام تنشأ من دوافع وظروف نفسية واجتماعية، نستطيع تصورها-بتعبير دينس ماكويل-على أنها "مشكلات"، والتعرض الاختياري لوسائل الإعلام هو محاولة للبحث عن "حل" لهذه المشكلات (إشباع الحاجات). (1)

**العلاقة بين النظرية والاتصال السياسي:** علاقة نظرية الاستخدامات والإشباع

بالاتصال السياسي هي علاقة وثيقة، ولا تقل أهمية عن نظرية ترتيب الأولويات، من حيث صلتها القوية بالبيئة السياسية للفرد، والفرق بينهما أن الأولى تهتم بجمهور الوسيلة الإعلامية، أما الثانية فتركز على الرسالة الإعلامية؛ وتحدد علاقة نظرية الاستخدامات والإشباع في الأمرين

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.47.

التاليين:

1- إن الشريحة الأكبر من الجماهير التي تستخدم وسائل الإعلام لإشباع حاجاتها ورغباتها، هي الشريحة التي تهتم بالرسائل ذات الطابع السياسي.

2- إن هذه النظرية -بناء على ما سبق ذكره- يمكن أن تكون ذات صبغة سياسية إذا كانت متعلقة ببحوث الأثر ومعنى ذلك أن الباحثين الذين يهتمون بدراسة أثر وسائل الإعلام على الجماهير يستطيعون الاسترشاد بأدبيات هذه النظرية في تحليلهم للحوافز التي تدفع الجماهير للتعرض لوسائل الإعلام، ومن ثم دراسة الأثر الناتج من إشباع هذه الدوافع.

ومعظم هذه الدوافع أو الحوافز ذات طابع سياسي، ولذلك فإن التأثير السياسي لوسائل الإعلام هو أكثر أنواع التأثير طرُقًا في بحوث ودراسات المتخصصين في الإعلام. وفي ضوء هاتين الطريقتين يمكن تصنيف الدراسات التي أجريت في مجال الاتصال السياسي إلى خمس مجموعات:

المجموعة الأولى: هي الدراسات التي حاولت من خلال استخدامها للمناهج التطبيقية أن تحدد دوافع الجمهور المتعلقة باستخدامات المضامين السياسية في وسائل الإعلام.

المجموعة الثانية: هي الدراسات التي بحثت في أسباب هذه الدوافع.

المجموعة الثالثة: حاولت أن تحلل تقويم الجماهير لقدرات وسائل الإعلام المختلفة على إشباع الحاجات.

المجموعة الرابعة: درست العلاقة الحقيقية بين حاجات الجمهور واستخدامات مضامين وسائل الإعلام ذات الطابع السياسي.

المجموعة الخامسة: عنيت بالبحث في الأثر السياسي لوسائل الإعلام. (1)

وما من شك أن هذه الدراسات تنطلق من حقائق واضحة وتجارب مدركة بالعقل والمنطق، فالنوع الأول من هذه الدراسات يبحث في تحديد دوافع الجمهور لاستخدام مضامين إعلامية مختلفة تعرضها وسائل الإعلام، نابع من حقيقة أن الجمهور يحرص على متابعة ما يستجد على الساحة السياسية، ويتعرض لوسائل الإعلام من أجل تعزيز مواقف ذاتية تجاه أحداث سياسية معينة، أو من أجل المتعة والترفيه أو للاستعانة بهذه الوسائل من أجل تحديد موقف معين تجاه قضية

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص ص. 48، 49.

سياسية معينة؛ كأن يسترشد الناخب بوسائل الإعلام لمعرفة الأجدد للتصويت له من بين المرشحين لمنصب سياسي معين، بل إن كثيرا من الناس يتعرضون (1)

لوسائل الإعلام لمعرفة ملابسات قضية معينة أثارها هذه الوسائل فقط من أجل مشاركة الآخرين في النقاش حولها وتبادل الرأي معهم في حوارهم عنها.

ومن نماذج دراسات المجموعة الثالثة التي تبحث في تقويم الجماهير لقدرة وسائل الإعلام المختلفة على إشباع الحاجات، الدراسة التي أجراها مندلسون و أوكيف عن تقويم الجماهير في الولايات المتحدة الأمريكية لقدرة وسائل الإعلام على إشباع رغباتهم السياسية، وعلى الرغم من أن دراستهما كانت مقصورة على إجراء مقارنة بين التلفزيون والصحف، إلا أن نتائج دراستهما أوضحت أن باستطاعة الجمهور أن يميز بين هاتين الوصيلتين في مدى قدرة كل منهما على إشباع رغباتهم السياسية. وخلصت الدراسة إلى نتيجة رئيسية وهي أن الصحف أكثر قدرة من التلفزيون على إشباع الحاجات المعرفية والمعلوماتية المتعلقة بالحملات الانتخابية.

ولا شك أنه في مثل هذه المناسبات السياسية يتطلع الجمهور إلى معرفة الكثير عن مواقف المرشحين، تجاه القضايا الداخلية أو الخارجية، وقدرة هؤلاء المرشحين على إبراز خصائصهم ومميزاتهم و مواهبهم الشخصية من خلال وسائل الإعلام، والتعرف على نقاط القوة والضعف في شخصية المرشحين، ومعرفة برامجهم المستقبلية في حالة فوزهم بالانتخابات، كل هذه الحاجات تدفع الجمهور إلى التعرض لوسائل الإعلام المختلفة من أجل إشباعه، وبالتالي فإنهم يستطيعون التفريق بين وسيلة وأخرى في مدى قدرتها على تلبية أي من هذه الحاجات. (1)

أما العلاقة المنطقية بين الدوافع المؤدية للتعرض لوسائل الإعلام، وبين استخدام هذه الوسائل التي عنيت بها دراسات المجموعة الرابعة في تصنيف دراسات الاتصال السياسي في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع، فتبدو واضحة و جلية وغنية عن الاستطراد والتفصيل فيها، إذ هي علاقة مبنية على التجربة و الملاحظة. والمثال الذي يؤكد صحة ومنطقية هذه العلاقة أن الجمهور في ظل تعدد القنوات التلفزيونية وكثرتها وتوفر الكم الهائل من الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى- لا يفتأ يبحث عن الوسيلة التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته، وبخاصة عند وقوع الأحداث السياسية التي تثير فضوله و تجعله يسعى دائما للبحث عن كل ما يزيد من معرفته

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص.51.

وإطلاعهم على هذه الأحداث.

وأقرب مثال على ذلك هو استخدامات الجمهور المتعددة لوسائل الإعلام أثناء حرب الخليج الثانية 1991م، ولأن مثل هذا الحدث يعد حدثاً كبيراً يمس حياة كل فرد - في منطقة الخليج على وجه التحديد- فلقد رأينا ولاحظنا ذلك الاندفاع الهائل من أفراد المجتمعات الخليجية، على وسائل الإعلام المحلية والعالمية والتعرض المستمر لرسائلها التي كانت تبثها على مدار الساعة لمتابعة الحدث، وتنافست محطات التلفزة العالمية على تغطية الأحداث لحظة وقوعها، ذلك التعرض المستمر لوسائل الإعلام نشأ نتيجة للبواعث والدوافع الكامنة في نفوس أفراد المجتمع والتي كانت بحاجة إلى البحث عن إشباعها.(1)

2- نظرية المعالجة المعلوماتية: تستند هذه النظرية على أساس أن الاتصال يعتبر أساساً عملية معالجة للمعلومات يقوم بها الإنسان، وفي هذه الحالة فإن الاهتمام الأول يبدو في تحري وقياس كمية المعلومات في أية رسالة.(2)

ونظرية المعالجة المعلوماتية تُعنى بالكيفية التي يتعامل بها الجمهور مع المعلومات التي يستقبلها من وسائل الاتصال، ولا تهتم بالمعلومات ذاتها (محتوى الرسالة) إلا بالقدر الذي يسمح لها في شرح وتفسير هذه الكيفية -كيفية استقبالها-. فهي كما يقول ليتل جون 1983م نظرية تبحث في الكيفية التي يستقبل بها الجمهور المعلومات ويخزنها في ذهنه ومن ثم يطوعها ويستخدمها بما ينسجم مع رغبته وتوجهاته.

ونلاحظ من تعريف ليتل جون لهذه النظرية، أن اهتماماً تدور حول عقل الشخص و ذهنه إذ هي قاسم مشترك بين المعرفة و الإدراك والوعي ومحل ذلك كله العقل.

والفكرة الأساسية لهذه النظرية تقوم على الفرضية القائمة التي تقول: "إن الأشخاص لديهم وجهات نظر منمطة ومرتبسة حول بعض الأفكار أو الأشخاص أو الأحداث التي تقع حولهم"، وهذه الصور الذهنية المترتبة في العقل والذهن تساعد على تفسير ما يدور في محيط الشخص وبيئته.

ويجمع المتخصصون في بحوث الاتصال على أن جمهور وسائل الإعلام لديهم تصورات مسبقة

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص. 52.

2- محمد السيد فهمي، نظرية المعلومات: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1995، ص 53، 54.



وانطباعات مترسبة عن هذه الوسائل وما تنتجه من مضمون أو تقذفه من معلومات، وهذه التصورات أو الأفكار اكتسبها الجمهور من تجربته المباشرة أثناء تعامله مع الصحف والتلفزيون. وليس المهم أن نعرف إن كانت هذه الانطباعات، أو التصورات المترسبة، صحيحة أو خاطئة، إنما المهم هو معرفة أن هذه التصورات والانطباعات تؤثر في الجمهور و تجعله يدعن لها وينقاد و كأنها صحيحة.

ولذلك فإن مثل هذه الأفكار المنمطة تجعل الشخص يتجاهل المعلومات التي لا تتفق معه ويختار منها المعلومات التي تعزز وجهات النظر المترسبة، ولا يعني هذا أن مثل هذه الأفكار غير قابلة للتغير، فقد يؤدي تدفق المعلومات وتركيزها بشدة، وطريقة عرضها للقضايا، والأحداث على إحداث نوع من التغيير في هذه الأفكار المترسبة، وتصحيحها إن كانت خاطئة، ولكن عملية التغيير لا بد أن تواجه مقاومة صعبة من الأشخاص ولا تتم بسهولة.

ومن الدراسات التي اتخذت من نظرية المعالجة المعلومات منهاجاً لها، الدراسة التي قام بها شونباخ و باران 1990م لمعرفة مدى تأثير وسائل الإعلام على المعرفة السياسية لدى الأفراد، وخلصت الدراسة إلى أن الصورة الذهنية عن الصحفيين لها علاقة وثيقة بالأثر الناتج عن قراءة الصحيفة، فإذا كان القراء لديهم انطباعاتاً حسناً عن محرري الصحيفة فإن الأثر الذي تحدثه القراءة عليهم كبير وملحوظ، أما إذا كانت الصورة الذهنية عن المحررين سلبية في رأي القراء فإن أثر القراءة عليهم ضعيف ومحدود.

ويعني ذلك أن النتيجة صحيحة فيما يتعلق بالصحف فقط، بل من التعلم من وسائل الإعلام بشكل عام، ولذلك يقول دايفس: إذا كان ما يتعلمه الشخص من وسائل الإعلام يواجه بعوامل أخرى تمنع قبوله والاعتناع به مثل الأفكار المسبقة، والمعرفة المترسبة والانطباعات المقبولة فإننا نستطيع أن نقول أنه تعلم سلبي. (1)

**علاقة النظرية بالاتصال السياسي:** السياسة تقوم على اللغة وهي في جملتها نظام خطابي يهدف إلى إيصال رسالة معينة إلى العامة أو الجمهور عبر وسيلة اتصالية. وهذا النشاط يقوم به المشتغلون بالسياسة أو الإعلاميون. ومضمون الاتصال السياسي هو معلومات يراد إيصالها إلى الجمهور في شكل لغة خطابية أو حدث يجسد المعلومة.

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص ص. 55، 56.

ولذلك فإن السؤال الجوهرى الذى يجسد العلاقة بين هذه النظرية وبين الاتصال السياسى

يمكن أن يصاغ بالطرق التالية:

- كيف يستقبل الجمهور المعلومات السياسية ويفسرها ويتعامل معها؟

وتتفرع من هذا السؤال الأساس تساؤلات كثيرة تمثل اهتمامات متعددة للباحثين فى مجال

الاتصال السياسى منه:

أ- ما انطباعات الجمهور عن الوسيلة الإعلامية، وكيف تؤثر هذه الانطباعات على الكيفية التى

يستقبلون بها المعلومة؟

ب- ما استراتيجيات معالجة المعلومات السياسية لدى الجمهور؟

ج- ما المعوقات الذهنية والمعرفية التى تمنع استجابة الجمهور للرسالة الإعلامية ؟

د- ما العلاقة بين الانطباعات التى يحملها الجمهور عن القائمين بالاتصال وحجم الأثر الذى

تحمله رسائلهم؟

هـ- ما العلاقة بين الطرق التى يفسر بها الجمهور المعلومات أو يستخدمها أو يقومها، وبين البيئة

المحيطة بهم؟

هذه بعض أوجه العلاقة بين هذه النظرية، وبين اهتمامات المتخصصين فى الاتصال

السياسى، وهى علاقة- كما نلاحظ- جد وثيقة، إذ تتخذ من المضمون ومن مستقبل الرسالة

الإعلامية متغيرين أساسيين، وينبغى أن ننبه هنا إلى أنه لا بد للبحوث أن تعنى بكيفية معالجة

الأشخاص للمعلومات السياسية التى يستقبلونها كما تقول جرير، والتى تتأثر بمتغيرات عديدة

منها: الصفات الفردية للشخص وتجاربه ونظراته الشخصية ونمط حياته والبيئة السياسية من حوله؛

ومن جهة أخرى فإنها تتأثر بعوامل خارجية مثل الحالة السياسية والاقتصادية وطبيعة الأحداث التى

تقع فى فترة معينة من الزمن.

كل هذه المتغيرات لا بد أن تؤخذ بعين الاعتبار إذا كان الباحث يريد الحصول على صورة

صادقة عن كيفية معالجة الأفراد للمعلومات السياسية التى يستقبلونها من وسائل الإعلام. (1)

ثالثاً: نماذج الاتصال السياسي: عموماً يمكن تصنيف مختلف النظريات حول الاتصال السياسي في أحد النماذج الستة الآتية: النموذج الاستراتيجي، النموذج النسقي أو المعلوماتي، النموذج السلوكي، النموذج النقدي، النموذج الحواري وأخيراً النموذج التقني؛ وفيما يلي استعراض مختصر لكل نموذج:

**1- النموذج الاستراتيجي:** قبل أن تعرف العبارة "اتصال سياسي" الرواج الذي تعرفه حالياً اجتهد بعض المؤلفين في وصف تبادل المعلومات السياسية بين الحكام والمحكومين، ويمكن إدراج أعمال هؤلاء المؤلفين في إطار ما يسمى "بالنموذج الإستراتيجي للاتصال".

وتستعمل كلمة "استراتيجي" بمعنى الاتصال الموجه إلى أهداف مطابقة ومكيفة ومصالح الفاعل المتصل، كما تشير الإستراتيجية إلى عملية تحديد بعض الأهداف وتسخير كل الوسائل المتاحة. ويهتم النموذج الاستراتيجي خاصة بحالتين نقديتين في الحياة السياسية الحرب والاستيلاء على السلطة، وإذا كان "كلوزويت" يرى بأن الحرب هي امتداد للسياسة بوسائل وأساليب أخرى، فإن لهذا الربط والتتابع بين الحرب والسياسة آثاره على تحليل الاتصال السياسي، فبالانتصار في الحرب أو الاستيلاء على السلطة يتوجب على الحكام نقل وبث رسائل قادرة على توجيه آراء وسلوكيات المحكومين الوجهة التي يريدونها.

وإذا كان الحكام في النموذج الاستراتيجي يلعبون دور المرسلين فإن المحكومين في هذه الحالة لا يتعدوا أن يكونوا متلقين سلبيين متعرضين دائماً للرسائل السياسية التي تترك أثرها على آرائهم وسلوكياتهم، فإما أن ينخرطوا ويؤازروا الأمير أو يعملوا على إحباط الجيوش المضادة، أو يصوتوا لصالح ممثل معين،... الخ.

وتكمن فائدة الإنتاج النظري المقترن بالنموذج الاستراتيجي في الدراسة المفصلة لمختلف الوسائل المستعملة من طرف الأمير للوصول إلى أهدافه ولعل كتاب كلوزويت خير دليل على فائدة هذا النموذج من الناحية النظرية، فهذا المؤلف وعنوانه "فن الحرب"، يعتبر معالجة حقيقية للاتصال وتلاعب مناورة رجال السياسة الذين يسعون إلى تحسين صورهم في نظر الناخبين أو تشويه صور المنافسين و كل ما من شأنه توجيه وحجب أو تضخيم حقيقة ما؛ المهم هو بلوغ المنتهى. (1)

1- هوف كازناف، المرجع السابق، ص. 124.

**حدود النموذج الإستراتيجي:** حدود هذا النموذج هي بداية حدود النظام السياسي، حيث لا دخل للعقل في سرورة الاتصال إذ إن الحكام في توجههم للمحكومين يركزون على مشاعرهم وأحاسيسهم وليس على قدراتهم الفكرية، وتتجسد تطبيقات الاتصال في هذا النموذج في التي تلعب على عقلانية الجماهير أو الحشود، عوض عقلانية الأفراد.

**2- النموذج النسقي أو المعلوماتي:** ظهر التحليل النسقي غداة الحرب العالمية الثانية، وبعد الأعمال التأسيسية لـ "نوربرت وينر" منظر علم "التحكم المعلوماتي".

ويحلل النموذج النسقي للاتصال السياسي بتعويضه في مجموعة الأنساق (النسق السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي...) المكونة من طرف المجتمع، والاتصال السياسي حسب هذا النموذج يُعرف:

"مجموعة من التبادلات المعلوماتية من ناحية بين المكونين المختلفين للنسق السياسي ومن ناحية أخرى من النسق السياسي ذاته ومحيطه".

يخضع نموذج الأنساق لثلاثة مبادئ أساسية:

أ- مبدأ الترابط المتبادل الذي يفيد بأن مختلف (الأنساق) مكونات النسق السياسي تعتمد في تواجدها على بعضها البعض، وأن النسق نفسه يتفاعل مع المحيط الذي يتواجد فيه.

ب- مبدأ الكلية والذي يقدر العناصر المكونة له.

ج- مبدأ رد الفعل الذي يبين أن ظاهرة ما تؤثر على سبب وقوعها، هذا الأخير الذي يؤثر بدوره على الظاهرة.

**تطبيقات هذا النموذج في الميدان السياسي:** يمثل هذا النموذج بدراستين معروفتين:

دراسة ألوند و كوليمان، ودوتش، بحوث الموند وكوليمان مستنبطتان من التحليل الوظيفي، والاتصال السياسي في هذه الحالة وظيفة سياسية مميزة من وظائف التعبئة والتجنيد، هذه الوظيفة

للاتصال تكشف عن أهمية كبرى بالنسبة للنسق (النظام) السياسي ككل. (1)

وتحلل هذه الوظيفة استنادا إلى أربعة مقاييس: تجانس المعلومة السياسية، حركيتها، وأيضا كثافة ووجهة التدفق؛ هذه المقاييس الأربعة مجتمعة تسمح للمفكرين بتطوير تحليل مقارن للأنظمة

السياسية وإجراء نوع من التفرقة بين الأنظمة الديمقراطية والشمولية أو حتى بين البلدان المصنعة والسائرة في طريق النمو، كل هذا استنادا إلى نظام الاتصال السياسي في كل نظام. أما دوتش-وفي نفس هذا الإطار- فيعرف الاتصال السياسي: "بجملة من التدفق المعلوماتي سواء من خارج النظام السياسي أو من داخله أو من كلاهما معا، هذا التدفق الذي يمر قبل الوصول على مركز القرار بعدة مراحل يتم فيها انتقاء وتصفية ما هو قابل للمرور. ويمكن القول أن النموذج النسقي-حسب "كوتري J.M.Cottret"- قد أعطى للاتصال الأهمية التي يستحقها، فلا طالما فقد هذا المفهوم طابعه العلمي من البحوث الأخرى.

**3- النموذج السلوكي:** يجد التكوين النظري لهذا النموذج جذوره الأساسية في دحض نظرية "الحقنة تحت الجلد"، التي طبعت بحوث الاتصال في الثلاثينات والأربعينات مع كل من "هارولد لاسويل و بول لازارسفلد"؛ والتي كانت تحلل المجتمع باعتباره مجتمعا جماهيريا مكونا من أفراد منعزلين وسليبين تحقن وسائل الإعلام آرائهم ومواقفهم دون أن يكون لهؤلاء أية مقاومة. وفي هذا الإطار يقترح النموذج السلوكي برنامج من البحوث بهدف إثبات أوتفي العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع كأسلوب منهجي، وقد حدد هذا البرنامج بسؤال لاسويل المعروف: من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأية وسيلة (قناة)؟ وبأي تأثير؟، هذا السؤال الذي يسمح للباحث بتجزئة وتحليل أية حالة من حالات الاتصال، وخاصة أفعال الاتصال السياسي فهذا الأخير الذي يعرف حسب هذا النموذج: بكونه تنظيم يأخذ بعين الاعتبار مرسل (من)؟ رسالة (ماذا)؟ مستقبل (من)؟ وسيلة إعلامية (بأية قناة)؟ ونتائج معينة (بأي تأثير)؟، يقدم هذا الوصف للاتصال كضرورة من الانتقال الخطي للمعلومة تركز خاصة على مسألة التأثير التي أصبحت جوهرية (مركزية) في جميع الدراسات التي جاءت بعد الحرب في إطار هذا النموذج النظري. (1)

وقد كانت بداية دراسة المؤلفين في هذا الحقل المميز مثار الدعاية المشاعة أثناء الحربين الأولى والثانية "دراسات لاسويل"، وبعد ذلك انتقل التركيز في ميدان البحث إلى ما يسمى بـ "الاتصال الانتخابي" على الجماهير مع "بول لازارسفلد" ومركزه الشهير للبحوث في كولومبيا، والذي أسفر عن مجموعة من البحوث، توصلت تدريجيا إلى تأكيد ما يعرف بنظرية "التأثيرات

1- هرق كانزاف، المرجع السابق، ص. 125، 126.

المحدودة"، ومن ثمة تبيان ميكانيزمات الأشخاص المعرضين لوسائل الإعلام، يمكن أن تترجم هذه الميكانيزمات في قوة الانتقاء في الانتقاء الإدراكي وفي تخزين المعلومات المنتقاة من طرف الأفراد.(1)

كما أظهرت هذه الدراسات أيضا مجموعة من المتغيرات كالسن والانتماء السياسي أو شبكة العلاقات الشخصية (الداخلية) و المتداخلة التي تحد من تأثير وسائل الإعلام وقد ركزت هذه البحوث أيضا على ميكانيزم "التدفق الثنائي للاتصال" ، هذا التدفق الذي يلعب بموجبه "قادة الرأي" دور الوسيط بين وسائل الإعلام و الجمهور.

**فائدة وحدود هذا النموذج:** يظل هذا النموذج الصيغة الوحيدة التي سيطرت على بحوث الاتصال منذ الحرب العالمية الثانية، والتي وصفها "فرانسيس بال" بالطابع العملي للسؤال، البرنامج "question-prgramme"، الذي أتى به "لاسويل" والذي يتميز بعدم تحديد وتجزئة حقل البحث إلى حقول بحوث تحتية متنوعة: حقل دراسة المستمعين، دراسة المتلقين، دراسة تأثيرات الرسائل، دراسة قنوات انتقال المعلومة...، وما يضيفي على هذا النموذج طابع الريادة والتفوق مقارنة بالنماذج الأخرى، هو أنه ركز على مصداقية وسائل الإعلام زيادة على تأثيراتها.

**4- النموذج النقدي:** ترجع أصول هذا النموذج النظري إلى مدرسة "فرانكفورت" إلى أعمال هيرماس و هوركايمر و أدورنو وأيضا هربرت ماركوس(2)، الذين هاجروا إلى أمريكا بعد الحرب العالمية الثانية، ويعد حاليا "مركز الدراسات الثقافية المعاصرة" في مدينة برمنغهام الإنجليزية من أنشط ممثليها.(3)

يرى هذا النموذج أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم.(4)

كما تنظر إلى وسائل الإعلام نظرة متشككة في علاقتها بالسلطة والقوى المسيطرة في المجتمع،

1-هوق كازناف، المرجع السابق، ص.127،128.

2-هوق كازناف، المرجع السابق، ص.129.

3-فضيل دليو، وسائل الاتصال وتكنولوجياته، قسنطينة، الجزائر، منشورات جامعة منتوري، دون سنة، ص19.

4- محمد عبد اخميد، المرجع السابق، ص.14.

وترى أن الصراع القائم في المجتمع بين هذه الوسائل وتلك القوى يميل دائما إلى أن يكون في صالح القوى المسيطرة التي تؤكد نفوذها وتستمر في ممارسة هذا النفوذ من خلال وسائل الإعلام. (1)

ويمكن ذكر أهم محاور بحث "النموذج النقدي" من خلال تلخيص س. هول S.Hill لها:

أ- دراسة محتوى وسائل الإعلام على المستوى الكلي، وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تعكس بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية.

ب- تجاوز مستوى التحليل التقليدي إلى الاهتمام أكثر بالبناء اللغوي والفكري للنص الإعلامي.

ج- تجاوز مفهوم الجمهور الموحد، والتأكيد على تباين تفسيراته للرسائل الإعلامية عند فكه لرموزها النخبوية ومقوماته لها عند التطبيق. (2)

**5- النموذج الحوارية:** ظهر هذا النموذج النظري لوصف حقيقة الاتصال العصري في المجتمع الرأسمالي وتحديد الاغتراب الذي يميزها، فالاتصال حسب هذا النموذج: "هو تبادل للحجج بين مختلف الأفراد المشكلين للمجتمع"، ومن هنا تظهر: الميزة الأولى للاتصال السياسي حسب هذا النموذج، وهي الاعتماد على العقل و العقلانية، إذ أن المعلومات التي يتم تبادلها هي في الحقيقة عبارة عن جمل من الحجج العقلانية والمنطقية.

الميزة الثانية للاتصال السياسي، ودائما حسب هذا النموذج هي ما يعرف بالحركية المعكوسة أو المقلوبة للأدوار، فكل فرد يمكن أن يكون مرسل أو مستقبل في صيرورة الاتصال (الحوار). الميزة الثالثة للاتصال السياسي ودائما حسب هذا النموذج هي السعي إلى خدمة الصالح العام، ولهذا يستعمل الحجج الأكثر عقلانية لبلوغ هذا الهدف.

وتجدر الإشارة إلى أن بعض معالم هذا النموذج يمكن إيجادها حسب المحليين في النظام السياسي للقرن (18عشر)، حيث أدت الرجوازية إلى اختراع ما اشتهر آنذاك وعرف بـ "مبدأ الإشهار" لحماية المجتمع المدني من سيطرة الدولة وبعثتها يجب على الدولة أن تشهر كل القرارات السياسية التي تتخذها علنية أمام العامة، حتى تصبح هاته القرارات موضوع أخذ ورد و موضوع

1- محمد عبد الحميد، المرجع نفسه، ص. 157.

2- فضيل دليو، وسائل الاتصال وتكنولوجياه، المرجع السابق، ص. 21.

نقاش وتعليق حر من طرف الجماهير.

**6- النموذج التقني:** عرّف هذا النموذج روجا كبيرا مع بداية من الستينات وأصبح له تأثير كبير على البحث في الاتصال السياسي، ويرجع أساسا إلى أعمال "مارشال ماك لوهان"، فحسبه في عملية تأثير وسائل الإعلام تمثل التكنولوجيا المسيطرة في مرحلة معينة المتغير المستقل على سبيل المثال (طباعة، راديو، تلفزيون)، في حين تمثل طريقة ترتيب المعلومة المتغير التابع، فالمضمون الإعلامي لا يؤثر وحده بل يتدخل أيضا هيكل الإعلام وتنظيماته في هذه العملية. (1) وترجع أصول هذا النموذج إلى أعمال "هارولد إنيس" و"مارشال ماكلوهان" h.Innis et "M.mcluhan" اللذان أعطيا في أعمالهما دورا رئيسيا للوسائل في عملية الاتصال بل وحتى في تنظيم المجتمع.

و لقد ركزا في تحليلهما على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة في كل مرحلة تاريخية معينة، ولقد كانا يريان بأن المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة، بإمكانها أن تدلنا على كيفية التفكير وكيفية تنظيم المعلومات.

وأن الأبحاث التي تهتم بإشكالية محو الأمية تنطلق من هذا التوجه وتركز على العلاقات التي تربط عملية محو الأمية بالسلطة، ومن ثم فهو يحاول معرفة ما إذا كان محو الأمية وسيلة لنشر السلطة أو وسيلة لاستغلالها. (2)

هذا ويبقى النموذج السلوكي حسب النقاد، هو النموذج المسيطر على بحوث الاتصال السياسي، وذلك نظرا لطبيعة تحليلاته الخاصة. (3)

1- هوق كازناف، المرجع السابق، ص.131،130.

2- فضيل دليو، وسائل الاتصال وتكنولوجياته، المرجع السابق، ص.23.

3- هوق كازناف، المرجع السابق، ص.131.



رابعاً: مستويات الاتصال السياسي.

## I- المستوى الوطني للاتصال السياسي:

### 1- أهداف الاتصال السياسي الداخلي: يعتبر الاتصال السياسي من الأدوات الرئيسة

التي يعول عليها أي نظام سياسي، ومن هنا فإن الحكومات تستخدم ما أمكنها من وسائل وقنوات اتصالية متاحة من أجل أن تتعرف على الاتجاهات السائدة في الوسط الجماهيري، كما أنها تعمل جاهدة على أن تنقل للرأي العام المحلي كل ما تعتقد بأهميته للحصول على التأييد الشعبي لسياساتها وقراراتها المتعلقة بالأوضاع الداخلية وفي المجال الخارجي، ويستخدم النظام السياسي وسائل الاتصال لتحقيق الأهداف التالية:

أ- التثقيف السياسي: إذ إن أنظمة الحكم وعلى وجه الخصوص الشمولية منها التي تخضع

لسلطة مركزية (حكم فردي)، وحكومات الحزب الواحد) تعمل على الاستعمال المكثف لوسائل الاتصال من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية، بهدف خلق وعي سياسي لديها بشأن قضايا معينة قد تكون إيديولوجية أو عقيدة سياسية أو سياسيات إصلاحية معينة. (1)

ب- التأثير في اتجاهات الرأي العام: يعرف الرأي العام بأنه: "وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات، ويتخذ الرأي العام شكله في المجتمع الذي ينبع منه ويتأثر بما يحدث فيه من تفاعلات". (2)

والرأي العام هو الرهان الذي تعمل كل الحكومات على كسبه للسيطرة عليه، ومن أجل ذلك تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الاتصال من أجل توجيه الرأي العام المحلي، وتحديد مواقفه المساندة لسياساتها وبرامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات (3)، إذ يعرف الرأي العام المحلي بأنه: "الرأي السائد في منطقة جغرافية معينة أو مدينة معينة أو محافظة مثلاً، ويرتبط هذا الرأي بالمجتمع ويستمد منه خصائصه" (4)، وحتى تعمل أية

1- محمد حمدان المصالح، المرجع السابق، ص. 57.

2- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية، إنجليزية-فرنسية-عربي، دار الكتاب المصري دار الكتاب اللبناني، ص. 207.

3- محمد حمدان المصالح، المرجع السابق، ص. 57.

4- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص. 265.

حكومة بكفاءة يتوجب أن توفر درجة ملائمة من الاتصال بينها وبين القاعدة، بحيث يتم طرح القرارات بعد الوقوف على توجهات الرأي العام، من خلال رصدتها في وسائل الاتصال وجمع المعلومات من خلالها، وأن يتم ذلك من خلال خبرات فنية متخصصة في تحليل المعلومات الواردة والتغذية الراجعة بصورة خالية من التحريف والتشويش. (1)

**ج- الرقابة على الحكومة:** في المقابل فإن الوظيفة السياسية للاتصال، تؤكد ما تقوم به وسائل الاتصال من نقل لآراء الأفراد والجماعات، والقوى السياسية، من شأنها أن تصل إلى متخذي القرار الذين بدورهم قد يقومون بتعديل ومراجعة سياستهم وقراراتهم في ضوء ما تعرضه وسائل الاتصال من القاعدة الشعبية بمختلف شرائحها، وهذا من شأنه أن يؤدي غرضاً مزدوجاً، فهو من جهة يسمح للرأي العام بالمشاركة في عملية اتخاذ القرار على مستوى النخب الحاكمة، وهو من جهة ثانية، يوجه عملية اتخاذ القرار من قبل الحكومات في ضوء ما يصلها عبر وسائل الإعلام من القاعدة.

**د- التسويق السياسي:** يختلف تعريف "التسويق" باختلاف طبيعة المنظور الذي ينظر إليه من خلاله، وعلى أية حال يمكن تعريفه بأنه: "نشاط إنساني يهدف إلى توجيه المنتجات والخدمات من المنتج إلى المستهلك، أو توجيه الخدمات المناسبة إلى المستهلكين الملائمين في الوقت والمكان المناسبين". كما يعرف التسويق MARKETING بأنه: "عملية طرح السلعة وتحييد شرائها ورواجها،

وتقوم وسائل الإعلام بدور هام في هذا المجال من خلال نشر الإعلانات الخاصة بسلعة ما". (2) واستخدمت هذه الكلمة في مجال السياسة لتعبر عن مصطلح "التسويق السياسي" الذي يقصد به: "محاولة عرض الأفكار والمواقف على الجمهور المتلقي عبر وسائل الاتصال، بهدف تسويقها والتسليم بها"، والسياسيين في عملهم هذا إنما يشبهون في عرض أفكارهم أصحاب المتاجر حينما يعرضون سلعتهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور بهدف الترويج لها وبيعها.

ولا بد من التأكيد على أن مقدرة السياسيين في عرض أفكارهم ومواقفهم هي التي تحكم مدى النجاح أو الإخفاق في قبول الجمهور بما يطرح عليه، ويستخدم التسويق السياسي عادة في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية كالرئاسة والمجالس النيابية أو البلدية، وتلجأ الأحزاب السياسية والمرشحون

1- محمد حمدان المصالح، المرجع السابق، ص. 57.

2- محمد مير حجاب، المرجع السابق، ص. 138.

لهذه المواقع القيادية إلى الاستعانة بمكاتب متخصصة في مجال الدعاية السياسية لتصميم برنامجها الانتخابي بصورة تكفل نجاعة العملية الاتصالية في النفاذ إلى نفوس المتلقين-جمهور الناخبين- وضمان تأييدهم السياسي.(1)

ويعني آخر فإن وسائل الاتصال تلعب دورا مهما في تشكيل المواقف وتوجيه السلوكيات الانتخابية للأفراد حينما تقوم بعرضها للأشخاص والأفكار وتعرض على الجمهور أن يحدد أولوياته فيم تعرضه الوسائل الإعلامية، وقد أثبتت وسائل الاتصال لا سيما محطات التلفزة دورها الفعال في الحملات الانتخابية الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية منذ الستينات وحتى اليوم، في إنجاح مرشحها طبقا لكفاءة الخطة الاتصالية التي يضعها كل مرشح، فوسائل الإعلام تقوم بترتيب الأولويات وتحديد الاتجاهات في أجندة كل ناخب تجاه القضايا السياسية المطروحة ومواقف المرشحين منها. (2)

**2- قنوات الاتصال السياسي الداخلي:** هذا ويتم الاتصال السياسي في الدولة بين العديد من المؤسسات، أو أنها تُستخدم ذاتها للاتصال السياسي الداخلي على النحو التالي:

**أ- المؤسسات ذات الطابع التنظيمي:** السياسي أو البيروقراطي أو النقابي- حيث تقوم هذه المؤسسات يوميا من خلال أنشطتها العامة بربط النخب السياسية الحاكمة بالقطاعات العريضة من الناس، ويغلب على أنشطتها بأنها تتم على مستوى وطني وبصورة دائمة، ومثالها الأحزاب والنقابات والمؤسسات البيروقراطية وتنظيمات المجتمع المدني.

**ب- الجمعيات غير الحكومية:** وهي التنظيمات الأهلية التي تنشأ بقرارات غير حكومية وتزاول أنشطة متخصصة تم عادة المواطنين، وقد تكون برامجها محصورة على مستوى الدولة أو تمتد عبر الحدود إلى دول أخرى، وتقوم هذه التنظيمات بدور مؤثر في مجال الاتصال الجماهيري وتشكيل جماعات ضغط على صانع القرار، أو التأثير على توجهات الرأي المحلي إزاء مسألة معينة.

**ج- المؤسسات الإعلامية:** وهي الأجهزة التي تقوم بالأنشطة الإعلامية على اختلاف أشكالها المكتوبة والمسموعة والمرئية، وهذه في العادة تمثل القنوات الرئيسة للاتصال السياسي والتي يعتمد عليها السياسيون(الحكام، البرلمانيون، قادة الأحزاب) ويتم استخدامها لدى توجههم إلى الرأي العام في كل المواقف والمناسبات التي يشعرون بحاجتهم فيها للاتصال مع القاعدة.

1- كرم شلبي، المعجم الإعلامي، الخليزي-عربي، دار الشروق، 1989، ص.357.

2- محمد حمدان المصالحه، المرجع السابق، ص.58.

وقد تأخذ الرسائل الاتصالية من القادة السياسيين إلى الرأي العام الداخلي في مجموعها أو في أجزاء منها طابع التسويق أو التثقيف السياسي، وقد تأخذ طابع التوضيح والتنظيم إزاء مشكلة ما، كما حدث في أوائل شهر أكتوبر سنة 1995م عندما حدثت في الأردن قضية أراضي المخيمات بين أصحاب الأراضي المقام عليها المخيمات، وقاطنيتها إثر صدور قرارات ليبيا بإبعاد الفلسطينيين من أراضيها مما خلق حالة من القلق في أوساط الرأي العام، لا سيما في أوساط المواطنين الأردنيين من أصل فلسطيني في هذه المخيمات، وهو مادفع الملك إلى التوضيح بأن الحكومة ستعالج الموضوع بصورة تكفل حقوق الجميع، وأن الأردن ليست ليبيا ولن يمس إنسان فيها.

**د- القنوات الخاصة:** ونقصد بها أشكال الأحداث والأنشطة و السلوكيات الجماعية، التي تتم بشكل منظم وقصدي، بهدف توصيل رسالة محددة من قبل القائمين بها، إلى المسؤولين للتعبير عن مصالحهم والدفاع عن حقوقهم أو آرائهم، إزاء قضايا معينة ومثل ذلك: الإضرابات والاعتصامات والمسيرات التي تستخدم كأدوات ومسالك تعبيرية للتأثير على متخذي القرارات أو على الرأي العام ذاته. (1)

وأن الاتصال السياسي داخل النظام السياسي أيضا إنما يشبه النظام العصبي في الجسم البشري، وأن أي نظام حكم يحرص على استقراره واستمراره بحاجة إلى وجود شبكة اتصالات تقوم بفك الإشارات من مراكز الضبط المختلفة إلى الوحدات التي بدورها بعد أن تقوم بالآداء تعيد الرسائل إلى مراكز الضبط، فإذا ما وصلت الرسائل المناسبة إلى المتلقي المناسب وتم فهمها فإن هذه الرسائل سوف تحدث الأثر المناسب المطلوب، وهي عملية ليس لها علاقة بالقوة بل تشبه إدخال المفتاح في الثقب المناسب له، الذي لن يحتاج حينئذ إلى قوة ليدور بعد دخوله في المكان المخصص له.

وعلى هذا الأساس فإنه؛ لا غرابة أن نجد رجال الحكم والسياسيين عامة يحرصون على الاستحواذ على وسائل الاتصال في دولهم بصورة أو بأخرى، وإقامة علاقات شخصية مع العاملين في وسائل الاتصال والالتقاء بهم في المؤتمرات الصحافية العامة أو في المقابلات الإعلامية المتخصصة، بحيث يتمكن السياسيون حينذاك من دفع المعلومات التي يرغبون في إيصالها للجمهور أو التعميم على تلك التي لا تخدم مصالحهم.

وتوكيدا لأهمية هذه العلاقة فإن المسألة التي تثار في هذا السياق هي عما إذا كان هناك ديمقراطية

1- حمد حمدان المصالحه، المرجع السابق، ص ص. 59،60.

للاتصال يسمح فيها للقاعدة أن تُسمع صوتها للنخبة الحاكمة، وأن وسائل الإعلام تفتح منابرها وأبوابها لمختلف الآراء والأفكار للأفراد أو القوى السياسية والاجتماعية، أو أن القائمين على الاتصال ليسوا مجرد قنوات للتسويق السياسي لما تطرحه الحكومات من سياسات ومواقف، وأنهم حين ذاك يقفون حائلا بين الحكومات والشعوب، فالاتصال هو سلطة إعلامية ورقابية معا إذا استخدمت بشكل موضوعي من قبل الأطراف الثلاثة الرئيسة وهم: الحكومات والقائمين على العملية الاتصالية ثم الجمهور المستهدف.

**II- المستوى الدولي للاتصال:** وهو المستوى الثاني للاتصال السياسي الذي يستخدم من قبل الدول والحكومات والمنظمات الدولية، عبر الحدود السياسية بين الدول، من أجل تحقيق أهداف محددة، ويعتبر الاتصال الدولي احد أدوات تنفيذ السياسات الخارجية، التي تعتمد أيضا على استخدام الأدوات الاقتصادية، والعسكرية، والدبلوماسية، لتحقيق أهدافها، والسياسة الخارجية للدولة "هي مجموعة القرارات، والإجراءات التي تتخذها الدولة بخصوص علاقاتها مع الدول الأخرى لتحقيق مصالحها القومية للدولة". (1)

**1- أنواع الاتصال السياسي الدولي:** ويمكن أن نميز بين أربعة أنواع من الاتصال الدولي، من حيث أدواته، وأهدافه، ومجالات عمله، وهي:

**أ- الاتصال الرسمي المؤسسي:** وهو ذلك النوع من الاتصال الدولي الذي تقوم به أجهزة رسمية، كالسفارات والملحقيات والمكاتب الإعلامية للدول أو المنظمات الدولية في مناطق العالم المختلفة.

**ب- الاتصالات على المستوى القيادي:** وهو ذلك النوع من الاتصال الدولي الذي يتولاه رؤساء الدول ورؤساء الوزارات وكبار المسؤولين الدوليين في زيارتهم الرسمية، وعادة ما يستخدمون وسائل الاتصال المتاحة من أجل شرح سياستهم وعرض قضايا بلادهم على الرأي العام العالمي في الدول الغنية.

**ج- الاتصالات المؤسسية غير الرسمية:** وهي الاتصالات الدولية (عبر الحدود القومية) والتي تقوم بها منظمات أهلية، هدفها تحسين التفاهم بين الدول أو تعزيز الجهود الدولية وتعبئة الرأي العام باتجاه قضايا عالمية مثل: الجماعات البيئية وحقوق الإنسان والحركات النسائية ومكافحة المخدرات.

د- الاتصالات الفردية: وهي تلك التي يقوم بها الأفراد في رحلاتهم وأسفارهم أو إقامتهم خارج دولهم، كالسياح والطلبة ورجال الأعمال أو التجار والباحثين، وهو من الاتصالات الدولية الفاعلة والمؤثرة على مستوى القاعدة الجماهيرية، وميزته أنه لا يخضع للرقابة السياسية المباشرة وهو يسهم في نقل الأفكار والآراء السياسية أو التفاعل بين ثقافات شعوب العالم ودولها.

وفي هذا الشأن يشار إلى دور الجاليات القومية أو الدينية في ميدان الاتصال بأشكاله الثقافية أو السياسية، ومن أمثلة الاتصالات الفردية تلك الدعوات التي توجه بها الدول الكبرى كأمريكا وإنجلترا وروسيا، إلى بعض الصحفيين أو الأدباء أو الفنانين لزيارة هذه البلاد والتعرف على مجالات التقدم فيها، وكثيرا ما تعتمد الدول كذلك إلى هذه الطريقة ليتعرف عليها الرأي العام العالمي، ومثل هذا يقال أيضا بالقياس إلى الرحلات التي تقوم بها الهيئات والشركات والمدارس والمعاهد والجامعات إلى بلاد بعيدة بقصد التعرف عليها وتعريف أهلها بهم وبلادهم، وما وصلت إليها في ميدان الأدب والعلم والفن.

## 2- أشكال الاتصال السياسي الدولي: يأخذ الاتصال السياسي الدولي كأداة للسياسة

الخارجية وتحقيق أهدافها على الصعيد الدولي عدة أشكال، تؤدي وظائف محددة للقائمين على الاتصال الدولي وهي كما يلي: (1)

أ- الإعلام: يستخدم الإعلام للدلالة في وقت واحد على عمليتين تكمل إحداها الأخرى، فهو يشير من ناحية إلى استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها من خلال التواجد السريع والفوري في مكان الحدث، أو الغوص في أعماق صاحب المعلومة طولا وعرضا لاستخلاص المعلومات، ومن جهة أخرى يشير إلى إعطاء وبث هذه المعارف على الآخرين، أي نقل المعلومات والآراء والبيانات من شخص إلى آخر من خلال الوسيلة المناسبة والتي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة. (2) وهو يعني-الإعلام- القيام عبر وسائل الاتصال المتاحة بتزويد الجمهور المستقبل بالمعلومات حول القضايا والموضوعات التي يرغب المرسل التعريف بها في وسط معين، ويهدف بالمادة الإعلامية أن يقنع الجمهور المتلقي بالخصائص كما يراها القائم بالاتصال، وقد تركز على فئة وشريحة من الجمهور أو على كل فئاته في آن واحد .

1- عماد حمدان المصاحفة، المرجع السابق، ص.67.

2- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، المرجع السابق، ص.21.

وفي مطلق الأحوال فإن مفهوم الإعلام وظيفيا: هو عمل اتصالي ليس محايدا في جميع الأحوال. مهمته نقل معلومة بين وسطين عبر وسائل تقليدية أو حديثة للاتصال، وهنا تؤكد على وجود اختلاف واضح في مفهوم الإعلام من حيث المضمون للمعلومات التي ينقلها والغاية التي تراد من وراء ذلك؛ وعليه يمكن أن تميز بين نوعين رئيسيين من الإعلام كأداة اتصالية سياسية وهما: الاتصال التضييلي والدعاية.

- **الاتصال التضييلي:** وتنصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائه عن الجمهور المستقبل، ووسائله هي التلوين والرمز أو التقييم في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد.

وهذا النوع من الاتصال ليس إعلاما دائما بل هو إعلام مناسبي تمليه الحاجات والظروف، أكثر من كونه منهاجا ثابتا في أية سياسة للاتصال الدولي، وغالبا ما تبرز الحاجة إليه إبان الأزمات السياسية والحروب الداخلية أو الدولية.

ومن الأمثلة على ذلك: ما تصدره الدول من بيانات سياسية لوسائل الإعلام والرأي العام العالمي عن أحداث داخلية أو مواقف معينة بصورة مغايرة للحقيقة وبما يخدم مصلحة الدولة المعنية، ومثلها أيضا البيانات العسكرية بين الدول المتحاربة عن احتلال مواقع عسكرية أو تحقيق انتصارات ميدانية غير حقيقية، وهو أمر يرتبط بدوره بأغراض التأثير على سير المفاوضات واحتوائها.(1)

- **الاتصال الموضوعي:** وفيه يقوم المرسل ببث المعلومات عبر وسائل الإعلام عن حدث معين بحيث يتركز اهتمامه على إبراد الحقائق كما هي دون تضليل (بالتضخيم أو التحريف)، وهناك علاقة تناسبية بين الإعلام الموضوعي وطبيعة الحدث، تؤثر بصورة أو بأخرى على إبراد الحقيقة طبقا لرؤية صاحب السياسة الإعلامية لها وأثر ذلك على مصالحه، ومن الأمثلة على ذلك تغطية الإعلام للكوارث الطبيعية كالزلازل والفيضانات، فإن المرسل المعني يتوخى الموضوعية في الإعلام عن أرقام الضحايا وحجم الخسائر أكثر مما يتوخاه في حالة معالجته لأحداث سياسية كالأضطرابات والقلاقل الداخلية.

**ب-الدعاية:** كمنشأ إعلامي؛ يرى كثير من العلماء والمفكرين أن: الدعاية عملية تنطوي وببساطة على التأثير على الآخرين لكي يتخذوا السلوك الذي تستهدفه (دون أن يهم كثيرا أن يكون

إتباعهم هذا السلوك برغبة منهم أو بدون هذه الرغبة). (1)  
وهي المادة الاتصالية التي يقصد مرسلها تضخيم الأثر الذي يريده من وراء إرسال المعلومة، بأسلوب يؤدي إلى إحداث تأثير مقصود على سلوكيات ومعلومات فئات محددة من الناس وآرائهم، بغرض السيطرة على الرأي العام والتحكم في السلوك الاجتماعي للجمهور.

ويستخدم القائمون على الدعاية السياسية-والتي تعد من وظائف الاتصال الأولى في خدمة السياسة الخارجية للدول إبان السلم والحرب- مجموعة من الأساليب الدعائية كما يحققون مقاصدهم، ومن أهم هذه الوسائل:

- التحريف واختلاق الأكاذيب.
  - التكرار، وبه يضمن الداعية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس.
  - التلميح والغمز والربط الإيحائي: وهو اتهام يوجه إلى جهة معينة بشكل غير صريح.
  - الوضوح والبساطة: في عرض الأفكار، لأن التعقيد يبعث على الملل ويدفع المستقبل للعزوف عنها.
  - اختيار الوقت المناسب: بحيث تشن الحملات الدعائية في الظروف المواتية.
  - خلق الارتباك والفوضى لدى الطرف المستهدف.
  - أسلوب بالون الاختبار، الذي يستخدم كأداة لجلس نبض الرأي العام.
- وتعتمد الدعايات السياسية الخارجية أساليب مماثلة لتلك التي تحدث في الداخل، إن كان يفترض في الأولى الثبوت أكثر من دقة المعلومات والتوثيق والإلمام بنفسيات الشعوب وظروف الدول التي تتجه إليها الدعاية.

وتصنف الدعاية السياسية إلى دعاية استراتيجيه: وهي الموجه إلى الشعوب المعادية، ويطلق عليها اسم الحرب النفسية، وهناك أيضا الدعاية التكتيكية: وتتعلق بمجموعة من الخطط الموجهة إلى جمهور معين، وهناك الدعاية الهجومية: التي تهدف إلى وقف أي نشاط لا يرغب فيه القائم بالدعاية وتقابلها الدعاية الدفاعية: التي تفند وتحيط الدعاية الهجومية.

1- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، المرجع السابق، ص. 249.



**3- الفرق بين الاتصال السياسي الداخلي والخارجي:** إن الاتصال السياسي الداخلي هو لغة سياسية يستخدمها السياسيون ومن هم في حكمهم، من حيث الرغبة في ممارسة النفوذ والسلطة على الآخرين من أفراد أو جماعات، من أجل مخاطبة المحكومين أو التابعين لهم ومنظماقم، بهدف خلق علاقة تأييد أو ولاء لهم، وهو يختلف عن الاتصال الخارجي(الدولي) من عدة أوجه :

- أ- الاتصال السياسي الداخلي يمكن أن يحقق قدرا من التجانس الاتصالي الذاتي باستخدام الرقابة، بينما يتغير ذلك بالنسبة للاتصال السياسي الخارجي.
- ب- إن الاتصال السياسي الداخلي يجري في إطار الدولة أو الأمة، بينما الاتصال الدولي يجري عبر حدود الدولة أو الأمة ذاتها، بالتالي فإن الجمهور المستهدف يختلف في الحالتين.
- ج- الاتصال السياسي الداخلي يهدف إلى تدعيم علاقة الولاء والتأييد بين المرسل والمستقبل، أما الاتصال السياسي الدولي فهو يهدف إلى دعم السياسات الخارجية للدول أو قضاياها الوطنية على الصعيد الدولي.(1)

#### خامسا: وسائل الاتصال السياسي.

- يقسم "شوارزنبرغ Schwarzenberg" في كتابه "علم الاجتماع السياسي" وسائل الاتصال السياسي إلى ثلاثة أنواع رئيسية:
- 1-الاتصال عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري، سواء تعلق الأمر بـ:  
أ-وسائل الاتصال المطبوعة(صحافة، كتب، الملصقات...).
- ب-وسائل الاتصال الالكترونية(راديو، تلفزيون...).
- 2-الاتصال عن طريق المنظمات:الأحزاب السياسية، جماعات الضغط.
- 3-الاتصال غير الرسمي "contacts informels"وهو الاتصال الذي يكون "وجها لوجه".(2)

1-محمد حمدان المصالحه، المرجع السابق، ص ص.70،69.

2-ROGER GERARD SCHWARZENBERG, SOCIOLOGIE POLITIQUE, MONTCHRETIEN, EDITIONS, 1998, P.123.

## I- وسائل الاتصال الجماهيري.

1- الوسائل المطبوعة: يمكن أن نأخذ اليوميات، والدوريات كدعامة للاتصال السياسي، وأكد أن كتاب الجيب أو الملصقة لهما دور أيضا، لكن سوف نقتصر في هذه الدراسة على تسليط الضوء على أهم وسيلة من وسائل الاتصال المطبوع، وهي "الصحافة المكتوبة" نظرا لأهميتها وتأثيراتها على الحكام والمحكومين:

فالجريدة هي في نفس الوقت منتج صناعي يخضع للقوانين الاقتصادية للسوق من جهة، ومن جهة أخرى إبداع فكري يؤدي بعض الأدوار الاجتماعية. (1)

وعادة ما تعرف الصحافة بأنها: "مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها، ويكون ذلك عن طريق مساحات من الورق المطبوع بأعداد كبيرة وبغرض التوزيع." (2)

لم تظهر أول صحيفة مطبوعة إلا في بداية القرن السابع عشر في "أفرس" ببلجيكا، بينما ظهرت الصحف في إنجلترا عام 1720م وفي فرنسا 1777م، وفي الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1789م، وقد تتابع تاريخ الصحافة في هذه البلدان وغيرها بدءا "بالمقال السياسي" الذي كان ومازال يشكل جوهر الصحافة، (3)، ومن الناحية التاريخية فالصحافة انقسمت على مر الزمن إلى نوعين: نوع يعتمد على "المقال" ويدعى صحافة الرأي، ونوع آخر يعتمد على "الخبر" ويدعى صحافة الخبر.

وإذا كان يفترض في الصحافة عموما الإعلام، فإن مهمتها تختلف باختلاف الأنظمة الإعلامية والدول، فبالإضافة إلى قيامها بالدعاية الصريحة في الدول الشيوعية (4)، فإنها تساهم في النظام الاجتماعي المعمول به في الوطن الواحد، ومن هنا كانت وظيفتها السياسية مساعدة النظام السياسي القائم للحفاظ على كيانه ولن يتأتى ذلك إلا بترويض الجماهير وتوعيتها وإقناعها

1-JEAN-MARIE COTTERET, GOUVERNANTS ET GOUVERNES,  
COLLECTION SUP, PRESSES UNIVERSITAIRES DE France, 1973, P35

2- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، الجزائر، جامعة قسنطينة، محر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2003، ص.48.

3- جبارة عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، دار الوفاء للطباعة والنشر، 1986، ص.105.

4- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص.49.

يجدوى ذلك النظام، عن طريق تحقيق الإجماع أو الاتفاق بين أفراد الوطن الواحد حول شعارات وأهداف واحدة، ووسيلتها في ذلك الإقناع للسيطرة على عقول الجماهير وتوعيتها بجدوى النظام السياسي القائم لتضمن قيامهم بالأدوار المطلوبة.(1)

كما تختلف وظيفتها في الديمقراطيات الغربية، حيث نجد تصورين على الأقل: اللاتيني والأمريكي، يعتبر النوع الأول وريث تقاليد صحافية كان دورها يقتصر على التعليق على الإعلام الرسمي، فهي تتميز بصعوبة التفريق بين الأخبار والتعليق وبسهولة الفهم والإثارة، أما النوع الثاني فيركز على الدقة و الموضوعية و التفرقة بين الوقائع والآراء، وعلى العموم يؤخذ الأول على ارتباطه المفرط بالدولة أو الأحزاب السياسية، والثاني على صبغته التجارية المفرطة وخضوعه الكبير للمعلنين.(2)

وفي إطار الديمقراطيات الليبرالية والتمثيلية فإن ثقل المكتوب-أي الصحف- كان معتبرا، إذ أن حضورها يعتبر مصيريا بالنسبة لأعداد سياسية معينة، كانت الصحف تشكل الأرضية الأساسية للتبادل بين عدد محدود من الحكام والمحكومين، ومن بداية الجمهورية الثالثة كان للبونابرتيين وللملكيين légitimistes ولأوليانيين Orléanistes وللجمهوريين صحفهم الخاصة بهم، في بداية القرن فإن "الصحيفة الصغيرة le petit journal" بأعدادها الألف لم تتردد في اتخاذ موقف ضد "دريفوس Dreyfus" فكانت صحف الرأي فعالة والظاهرة معروفة جدا.

تشكل الصحافة وسيلة اتصال بين الحكام والمحكومين، وإن لم تتسبب افتتاحية ما يوميا في إسقاط وزارة، فإن الحكومات تضع في حسابها هذا الأمر.(3)

وحاليا كل الأفراد يتلقون بفضل الصحف نفس الرسالة من الحكام، ولكن يصعب على الصحافي تحرير افتتاحية تعكس رأي آلاف القراء، وهكذا تعمل الصحافة على إعلام وإخبار الجمهور أكثر فأكثر لكن إمكاناتها في التأثير على الحكام تتضاءل: إن افتتاحية موالية للحكام تفقد جزءا مهما من قرائها.

إن التحول من صحيفة نخبوية إلى صحيفة شعبية واسعة الانتشار قد تم في صالح الحكام على

1- جبارة عطية جبارة، المرجع السابق، ص.99.

2- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص.49.

3-الظاهر بن خرف الله، "دراسات: في وسائل الاتصال السياسي"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد5، جامعة الجزائر، معهد علوم الإعلام والاتصال، 1991، ص ص.82،83.

حساب المحكومين، وهذه الظاهرة تكون أكثر بروزا عندما تكون الصحافة تحت المراقبة المباشرة للدولة. إن تطور الجرائد الأسبوعية هو مماثل لهذا الوضع، فرغم أنها صحف ترفيهية إلا أنها لا تحمل الإعلام السياسي: حديث صحفي لوزير، تعليق حول السياسة الخارجية، أو علاقة وأبعاد إضراب ما.

من هذا التطور كانت الحكومات هي المستفيدة الأساسية، وكل مرة تُعدُّ المقالات حسب القراء، وكل اعتراض ضد مقال أو ضد رجل لا يحصل إلا إذا طالبت رسائل القراء ذلك أو توصل إلى ذلك أي سير للآراء.

هذا الردع المنتشر يشكل حاجزا هزيلا أمام مسعى إنشاء اتجاه أحادي لنشر الأخبار في الوسائل المطبوعة.(1)

ومعروف اليوم أن الصحف والمجلات أصبحت من حيث نسبة مقروئيتها وتوجيهها للرأي العام من أهم الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمعات الحديثة، فهي تعتبر بحق من مقومات الحياة الفكرية والسياسية المعاصرة، فالحكومات والسلطات الرسمية في جميع بلدان العالم تستعملها كسلاح قوي للدفاع عن أفكارها السياسية خاصة، وخصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها.

وفي هذا الصدد يقول "خروتشوف": الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيس، ونحن نوجب عليها أن تنكل بخصوص الطبقة العاملة أو أعداء العاملين جميعا في المجتمع الشيوعي".(2) ويقول أحد الزعماء: "لو خيرت بين حكومة بدون صحافة، أو صحافة بدون حكومة لاخترت الثانية".

ومن الخطأ أن نعتقد أن الصحافة وحدها هي صانعة الرأي العام في الأمة، فالأصح من ذلك أن يقال أن الصحف تؤثر في الرأي العام، وتتأثر به في نفس الوقت، وبعبارة أخرى أن الصحف تقود الرأي العام وتنقاد إليه، ولكن ذلك لا ينفي أن الصحافة لازالت إلى الآن تعتبر من أقوى وسائل الإعلام، ومن أقدرها على تكوين الرأي العام، وتؤثر الصحافة في الرأي العام من خلال العمود تارة، أو عن طريق الأحاديث والتحقيقات الصحفية تارة أخرى، وعن طريق الإعلان والرسوم الكاريكاتورية كذلك.

I-JEAN-MARIE COTTERET, IBID, P.36.

2-فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص.49،50.

ومعروف أن "المقال الافتتاحي" في كل صحيفة من الصحف هو المنبر الخاص بها، ومن هذا المنبر الخاص تتحدث الصحيفة إلى قرائها وتعمل على التأثير على أفكارهم وميولهم بالطريقة الخاصة بها، كما تعتمد الصحافة الحديثة على الصور والرسوم الكاريكاتورية في التأثير على الرأي العام، ذلك أن الصورة "تغني عن عشرة آلاف كلمة" كما يقال، وكذلك الرسوم الكاريكاتورية التي تعتبر سلاحاً قوياً من أسلحة الصحافة الحديثة(1)، وخير دليل على ذلك ما فعلته الصور الكاريكاتورية التي نشرتها الصحف الدائرية مؤخراً التي تسيء "للمرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم"، وما أحدثته هذه الرسوم من توتر في جميع العالم الإسلامي.

ومن ثم تبقى الصحافة منبراً مهماً للرأي العام ومن أقدر الوسائل على بلورته والتأثير فيه، مع ملاحظة أنها وليدة زمانها فمن الحقائق التي نؤمن بها تلك التي تقول بأن لكل مجتمع حكامه الذين يستحقهم وصحافته التي يستحقها.

فالصحافة إذن تبقى جزءاً هاماً في الاتصال السياسي لكل دولة، وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إذا أحسن استعمالها، كما أن لها هيتها الخاصة في جميع المجتمعات، تلك الهية التي عبر عليها "نابليون" بقوله: "إنني أُرهب صرير الأقلام أكثر مما أُرهب ذوي المدافع"، فماذا نقول عليها نحن اليوم مع زيادة نفوذها وسلطانها؟ (2)

## 2- وسائل الاتصال الإلكترونية.

أ- الإذاعة: تعرف في المعجم الإعلامي على أنها: "أوسع الوسائل انتشاراً وأكثرها شعبية، وجمهورها هو الجمهور العام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مختربة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية، التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام".

وتتخذ الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالاً اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والروبرتاج الإذاعي والإعلان والأغنية واستعمال الموسيقى والمؤثرات الصوتية، بحيث يمكن تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرسالة الإعلامية وخلق الجو النفسي لتقبل الفكرة والاقتران بها. (3)

1- غريب سيد محمد أحمد، علم اجتماع الإعلام والاتصال، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990، ص.153.

2- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، المرجع السابق، ص.50.

3- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص.40.

قال "هتلر" في كتابه "كفاحي" عن الإذاعة: "إنني أعلم أن تأثير كلمة مكتوبة على الأفراد أقل بكثير من تأثير كلمة يسمعوها، وأن كل حركة كبيرة على هذه الأرض تدين لكبار الخطباء، وليس لكبار الكتاب". (1).

إن الإذاعة تصل إلى أبعد مما يتصور الخيال وقادرة بأن تبلغ أينما كانت هذه الغاية وعلى أية صورة تنشأ، فهي سلاح يخاطب العقول والقلوب والنفوس، وتعتمد على التوجيه والإقناع أكثر مما تعتمد على الإنذار والتهديد، ولها مقوماتها وفنها الخاص بها.

ومن أروع ما قال "جوبلز" وزير الدعاية النازية عن الإذاعة ما يأتي: "يستعمل الراديو كعلم يضيء الضوء على المشكلات الصعبة في الوقت الحاضر، وعندما يأتي اليوم فإنه سيقوي الغرائز والقلوب ويهاجم العدو في أي مكان يظهر فيه ويسمو بأهداف الوطن". (2).  
وقال أيضا: "الراديو يمكن أن يعمل بدل الدبلوماسية" (3).

ولا شك أن الإذاعة قوة من قوى العالم الحديث، وأنها وسيلة من وسائل الإعلام الهامة في الوقت الحاضر، تستطيع أن تلعب أخطر الأدوار في تكوين الرأي العام، ويكون ذلك عن طريق الخبر ثم التعليق عليه وعن طريق الصحيفة الناطقة وعن طريق الأحاديث الإذاعية والندوات الإذاعية والمسرحيات الإذاعية وعن طريق البيانات الرسمية وأحاديث الحكام في شرح الأسس التي يبنون عليها البيانات الرسمية ووجهة نظرهم في السياسة الداخلية والخارجية ونحو ذلك.

ولذلك فإن وظيفة الإذاعة في البلد الديمقراطي، هي تعليم الناس ما ينبغي لهم أن يتعلموه ليحسنوا الإجابة عن الأسئلة التي يطرحها النظام الديمقراطي كما أنها تمد المستمعين بجميع المعلومات الضرورية لمعرفة المشكلات التي يواجهونها، ومن وظائفها أيضا تزويد الناس بقدر من الثقافة السياسية التي تمكنهم من الحكم على المشكلات وعرض الحجج والحلول المختلفة للمشكلة الواحدة بصورة موضوعية خالصة لا تعرف التحيز أو المحاباة (4)، وهي أداة لاشتراك الجماهير في الحياة السياسية، ولتسهيل المناقشات العامة، ولاتخاذ القرارات للتوصل إلى الإجماع حول القضايا الهامة. أما في الدول الاشتراكية فوسائل الإعلام بما فيها الإذاعة تكون عبارة عن أدوات تستخدمها

1- غريب سيد محمد أحمد، المرجع السابق، ص. 254.

2- غريب سيد محمد أحمد، المرجع نفسه، ص. 54.

3- جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، 1986، ص. 3.

4- غريب سيد محمد أحمد، المرجع السابق، ص. 4.

الدول والحزب للوصول للجماهير، فعن طريق الإذاعة ووسائل الإعلام الأخرى تصل التوجيهات إلى جميع مستويات التنظيمات التي يتألف منها المجتمع وعن طريقها يشرح الحزب المغزى الحقيقي للأحداث، وتكون الإذاعة في هذه الحالة جزء لا يتجزأ من التنظيم السياسي توجه وترشد الجماهير للاتحام بأهداف الدولة، وتستخدم الدول النامية الإذاعة كوسيلة لزيادة الإدراك السياسي الجماهيري والتركيز على المشاكل الوطنية وخلق اتحاد وطني وتعزيد البرامج والأهداف الوطنية وموازرة القادة.(1)

وقد جعل اختراع " الترانزستور"، الراديو وسيلة الاتصال الرئيسة لغالبية شعوب العالم الثالث، فقد أتمت الإذاعات الموجهة عزلة المواطنين وأصبح للجهة الداخلية أهمية جديدة، والمقصود بالإذاعة الموجهة: "بث الرسالة الإعلامية من دولة إلى دولة أخرى، بلغة يمكن للمستمعين فهمها".(2)

كما برزت الإذاعة الدولية كوسيلة من وسائل التأثير على جمهور مستمعها منذ البداية(3) إذ كان هناك في العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين إيمان بأن الراديو قادر على التأثير على عقول البشر، وأنه يمكن استخدامه بشكل فعال في الدعاية.(4) فلجأت الحكومات إلى استخدامها للوصول إلى شعوب الدول الأخرى مباشرة لشرح سياساتها والدعاية لتلك السياسة.(5)

فخلال الحرب العالمية الأولى كان الاتصال بالراديو للوصول إلى مناطق بعيدة شائعاً، فقد استخدم في تلك الفترة للتجسس أو في أغراض استطلاعية.(6) وتزايد دور هذه الإذاعات أثناء وبعد الحرب العالمية الثانية، وكان الإتحاد السوفيتي من أوائل الدول التي انتبهت للأهمية السياسية لتلك الوسيلة الجديدة، ففي عام 1930م كانت "إذاعة موسكو" تذيع إلى العالم الخارجي بخمسين لغة ولهجة مختلفة.

1- سهر عبد الغني، الإذاعات الدولية: دراسة مقارنة لنظمها وفلسفتها، شركة الطوينجي للطباعة والنشر، 1978، ص 138، 139.

2- جيهان رشدي، المرجع السابق، ص.3.

3- سهر عبد الغني، المرجع السابق، ص.20.

4- جيهان رشدي، المرجع السابق، ص.3.

5- سهر عبد الغني، المرجع السابق، ص.20.

6- جيهان رشدي، المرجع السابق، ص.7.

كذلك أحرزت ألمانيا انتصارات سياسية كبيرة عن طريق الإذاعة الدولية، واستخدمتها في الدعاية لمبادئها، فوجهت إذاعاتها إلى أمريكا الشمالية باللغتين الألمانية والإنجليزية ابتداء من عام 1933م، وفي خلال هذه الفترة بدأ العالم يسمع لأول مرة عبارات مثل "حرب الأثير" و"الجهة الإذاعية" أو غيرها من المصطلحات التي كانت تدل على دخول الإذاعة الدولية ميدان الحرب، ومن أسباب اشتعال حرب الأثير بين إنجلترا ودول المحور آنذاك ظهور محطة "باري" الإيطالية الشهيرة التي كانت توجه إيطاليا خلالها دعايتها باللغتين الإنجليزية والعربية،(1) وبهذا نشبت حرب إذاعية شديدة بين إيطاليا وألمانيا وبريطانيا واليابان، وخلال الحرب العالمية الثانية اتسعت ونضجت الحرب الإذاعية الموجهة وأصبحت عاملا أساسيا في العلاقات الدولية.(2)

أما فرنسا فلقد لعبت دورا صغيرا في الإذاعات الموجهة إبان الحرب العالمية الثانية، نظرا لوقوعها في قبضة الاحتلال، فما كان من إنجلترا إلا أن أخذت توجه من لندن برامج باللغة الفرنسية يقوم بإعدادها فرنسيون وذلك بعد استسلام الجيش الفرنسي وقيام حكومة "فيشي".

أما الولايات المتحدة الأمريكية، فلم تدخل ميدان الإذاعة الدولية إلا في أوائل الأربعينات، ولم تبدأ إذاعة "صوت أمريكا Voice of america" إلا في أعقاب الحرب العالمية الثانية.

وعند نشوب الحرب العالمية الثانية عام 1939م، كان هناك 25 دولة تبث إذاعاتها للدول الأخرى وبلغ هذا العدد 55 دولة عند نهاية الحرب، كما بلغ عدد ساعات البث 4275 ساعة في الأسبوع الواحد.(3)

وفي تقييم لحرب الأثير التي شنها كل من الحلفاء ودول المحور على بعضهما إبان الحرب العالمية الثانية، تبين

أن هذه الحرب الإذاعية وإن لم تكن قد كبدت العدو خسائر مادية، إلا أنها أثبتت فاعليتها في رفع الروح المعنوية في المناطق المحتلة، وساهمت بدور كبير في خفض الروح المعنوية لدى الأعداء و إدخال الشك في نفوسهم.

وفي نهاية الحرب العالمية الثانية أوقفت دول العالم إذاعاتها الخارجية بحض إرادتها وكان ذلك بلا شك راجعا إلى شعور المجتمع الدولي بالسلام والأمن، ومن ثم بعدم الحاجة إلى استخدام هذا السلاح

1- سهر عبد الغني، المرجع السابق، ص.24.

2- جيهان رشدي، المرجع السابق، ص.15.

3- سهر عبد الغني، المرجع السابق، ص.25.



آنذاك، ولم يستمر هذا الوضع طويلاً، إذ عادت الدول مرة أخرى إلى استخدام الإذاعة الدولية في المجال السياسي مع بداية الحرب الباردة وظهور المعسكرين الشرقي والغربي، وتميزت "حرب الأثير" خلال هذه الفترة بالتركيز على النواحي الإيديولوجية وعلى استخدام الأساليب العلمية النفسية لكسب الجماهير. (1)

ويتضح مما سبق أهمية الإذاعات الدولية، والدور الذي تلعبه على مستوى الدول كوسيلة من وسائل علاقاتها الدولية، وعلى المستوى السياسي كأداة لتدعيم التفاهم والسلام وبذور الشك والتراع والحرب. (2)

ولا شك أن الإذاعات الموجهة، كوسيلة من وسائل الاتصال السياسي، وليدة حاجة اجتماعية، فالإنسان حيوان اجتماعي بالدرجة الأولى، لا يستطيع أن يسد حاجاته ويحقق رغباته داخل المجموعة الصغيرة التي ينتمي إليها فيلجأ إلى الاتصال بالمجموعات الأخرى، والإنسان أيضاً فضولي محب للإطلاع على شؤون وحياة الآخرين، ولذا فإن الإذاعة الدولية تشبع حاجاته النفسية والاجتماعية والسياسية، أما بالنسبة للدول فتساهم الإذاعة الخارجية في سد بعض احتياجاتهم الملحة وهي الاتصال المباشر بشعوب الدول الأخرى والتأثير عليها. (3)

**ب- التلفزيون:** ما إن تمكن الراديو بعد جهاد طويل وعنيف من الحصول على حق استخدام نشرات وكالات الأنباء في مارس 1940م، لينتهي بذلك معركته الشرسة مع الصحافة بشأن حق الراديو في إذاعة الأخبار، حتى ظهر منافسه العملاق، وهو التلفزيون ليتعين عليه خوض معركة من لون جديد. (4)

وقد شعر الكثير لما للتلفزيون من أثر كبير على مشاهديه يزداد عمقا واتساعا بمرور الوقت، حتى أن بعض خبراء الاتصال الجمعي يرى أن التلفزيون شئنا أم أينا، سيبلغ مدى واسع في التأثير على حياتنا وحياة مجتمعاتنا وأمتنا والعالم أجمع، والسبب في ذلك واضح وهو أن التلفزيون مجال من مجالات الاتصال بالجماهير التي يتجاوز فاعليته كل ما عرفته حضارتنا على الإطلاق. (5)

1- سهر عبد الغني، المرجع السابق، ص. 25.

2- سهر عبد الغني، المرجع نفسه، ص. 9.

3- سهر عبد الغني، المرجع نفسه، ص. 19.

4- حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص. 55.

5- غريب سيد أحمد، المرجع السابق، ص. 26.

فلم يكن التلفزيون لأربعين سنة حلت إلا بمجرد نظرية تفتقر إلى الإثبات، ولم يتح للجماهير الالتقاء بهذه النظرية إلا عام 1935م، حينما بدأت الحصص الأولى تقتحم الشاشات التلفزيونية بصفة منتظمة، وبلغ التلفزيون أوجه سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية حيث بدأت البشرية كلها تتطلع إلى هذه الأداة الجبارة التي طوعت لها متابعة المؤتمرات والأحداث العالمية في شتى بقاع الأرض. (1)

وعلى مدى ثلاثين عاما أجريت العديد من الدراسات والبحوث خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك لمحاولة التعرف على وظائف أخبار التلفزيون بالنسبة للجمهور الذي يتجه اليوم إلى التلفزيون لاستقاء الأخبار الوطنية والعالمية، حتى أن بعض شعوب العالم يعتمدون على التلفزيون بشكل أساسي في معرفة ما يحدث حولهم من أخبار، فهو أقوى وسائل الإعلام في سرعة نشر المعرفة وفي توصيل المعلومات إلى سائر أفراد الشعب.

ويغني التلفزيون جماهير المشاهدين، ويزودهم بأهم الأحداث العالمية والمحلية، ويشجع أبرز صفات الإنسان في معرفة ما يحدث حوله من أحداث، التي تعرضها الشاشة الصغيرة، وخاصة الأخبار والأحداث السياسية، وليس من شك في ذلك فإن أخبار التلفزيون أصبحت تشكل أهمية كبيرة بالنسبة لجمهور المشاهدين، وبرزت أهميتها في السنوات الأخيرة بشكل واضح وتزايد أهميتها يوما بعد يوم كنتيجة لما تحقق من تقدم كبير في مجال تكنولوجيا الاتصالات الفضائية، واستخدام الأقمار الصناعية في نقل الأحداث العالمية حال وقوعها، وعلى نحو لم يسبق له مثيل في تاريخ البشرية. (2)

وأخبار التلفزيون لا تقتصر على نشرات الأخبار فقط، وإنما هناك من القصص ما يستحق الشرح والتفسير والتحليل والتعليق، وخاصة تلك القصص التي يصعب على المشاهد العادي تكوين رأي بشأنها. ويحدد "بلوفر" وظائف التلفزيون في أربع وظائف:

- أن يعمل التلفزيون متحدنا باسم الحكومة القائمة في دولة من الدول.

- أن ينقل المعلومات السياسية بحياد إلى عامة المشاهدين.

- أن يقدم النقد والتعليق المستقل على مجريات الأحداث.

التعليق على السياسات والمواقف المتميزة لكل حزب من الأحزاب.

ويقتصر التلفزيون في الدول النامية على نقل المعلومات السياسية وتقديم التعليق ونقدها من وجهة

النظر الرسمية، كما يلتزم بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسمياً، وكل ما يتعلق بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا. (3)

1- حمدي حسن، المرجع السابق، ص. 17.

2- محمد عوض، الخبر التلفزيوني، جامعة عين شمس، دار الفكر العربية للطباعة والنشر، 1987، ص. 207-209.

3- محمد عوض، المرجع السابق، ص. 210.

وتمتاز التلفزيون كوسيلة إخبارية بالسرعة وبلوغ جماهير عريضة، وله القدرة على خلق الوعي والتزويد بالمعلومات، ولذلك نجده يشكل جزءا واضحا من نسيج بنية الحياة اليومية للمشاهدين الأمريكيين مثلا، حيث أصبح التلفزيون أهم مصادر الأخبار لسكان الولايات المتحدة كما أشار "موييرز moyerz" السكرتير الصحفي للرئيس الأمريكي السابق "ليندن جونسون"، بأن التلفزيون قدم الرئيس الأمريكي "كيندي" إلى الشعب بطريقة مباشرة وفورية، وجعل بينه وبين الشعب اتصال شخصي وأعتقد أنه أنقى صيغة للاتصال وأكثرها فاعلية.

وأصبح التلفزيون أسرع الوسائل الإعلامية في نقل الأخبار بصورة واقعية بل وتفوق في هذا المجال تفوقا عظيما، هذا بالإضافة إلى أن الغالبية تعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر صدقا في المجال الإخباري، كما يقدم التلفزيون أخبار اليوم في كلمات موجزة مدعمة بالصورة والحركات واللون، تبث بسبب اتساع حاجة الجماهير في معرفة ما يحدث حولهم، والإنسان في حاجة إلى الوسيلة السريعة التي تزوده بالأنباء والمعلومات وتحيطه علما بما يدور حوله من أخبار، كما يحتاج إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة وتحيطه علما بالمعلومات والحقائق.

وتعتبر أخبار التلفزيون من أبرز وأهم المواد التي يقدمها التلفزيون وذلك أمر طبيعي، لأنه كجهاز إعلامي لابد أن يُعنى بعرض ونشر الأحداث على جمهور المشاهدين فور حدوثها، ومهمة أخبار التلفزيون تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية، وإيقافه على مختلف التيارات والأحداث العالمية، فهي تُبلغ المواطنين على الأحداث السياسية والتطورات التي تحدث في المجتمع لكي يتمكنوا من تكوين الرأي الخاص بهم والاشتراك بأنفسهم في الشؤون العامة.

وأخبار التلفزيون لديها القدرة التي تنفرد بها عن الأخبار في أجهزة الإعلام الأخرى، لأنها تعرض صورة المجتمع ذاته وليس ثمة ما يضارع التلفزيون في قدرته على أن يكون مرآة تنعكس عليها صورة المجتمع. (1)

## II-الاتصال عن طريق المنظمات.

1- المنظمات السياسية: تعرف الموسوعة السياسية الحزب السياسي على أنه: "مجموعة من المواطنين يؤمنون بأهداف سياسية وإيديولوجية مشتركة وينظمون أنفسهم بهدف الوصول إلى السلطة وتحقيق برنامجهم."

1- محمد عوض وبركات عبد العزيز، الحزب الإذاعي والتلفزيوني، عين شمس، جامعة القاهرة، دار الكتاب الحديث، 1996. ص 69،70.

ويدو الحزب السياسي اليوم عاملا طبيعيا ملازما لكل نظام سياسي معروف، فالحزب السياسي موجود في الأنظمة السلطوية كما في الأنظمة الليبرالية وفي البلدان السائرة في طريق النمو، أو المصنعة، وينذر أن يكون هناك دولة لا وجود لحزب سياسي واحد فيها على الأقل، وهذا الوضع حديث نسبيا إذ لم يكن للأحزاب السياسية من وجود قبل الربع الثاني من القرن التاسع عشر، كما لم يكن لكلمة "حزب" المدلولات والمعاني نفسها المعروفة اليوم. (1)

إن تخيلنا للأحزاب السياسية من زاوية الوظيفة التي يجب أن تؤديها داخل النظام السياسي فإن المتطلبات الوظيفية التي يجب أن تؤديها كما بينها "G.E.laveau" متعددة، بينما في الديمقراطيات الليبرالية يسهر الحزب على ضمان تمثيل تقليدي لمجتمع بحاله السياسي ضعيف، ومساهمة مواطنيه ضعيفة جدا، هذه الأحزاب التمثيلية حسب تصنيف "S.neuman"، حيث تكون الوظيفة الأساسية هي اختيار الممثلين الذين بمجرد اختيارهم، يقدمون "صكا أيضا" ويكونون مسؤولين فقط أمام ضمائرهم، هذه الأحزاب لا يمكنها أن تلعب دورها إلا في النظم السياسية المشاركة، فتأتي نهايتها ويقوم مقامها أحزاب تقوم بطريقة أحسن بوظيفة الاتصال أو الربط بين الحكام والمحكومين، ومن الضروري أن نوضع في أي مقاييس تشكل الأحزاب السياسية، وسائل اتصال داخل النظام السياسي. (2)

هذا الاتصال داخل الأحزاب السياسية مرتبط بأمكانها مقارنة بممارسة السلطة السياسية، ويعدد الأحزاب داخل النظام السياسي، إن الحزب أو الأحزاب الموجودة في الحكم تشكل الدعامة لترير مجموع القرارات المتخذة من قبل الحكام الذين وإن لم يكونوا يعملوا على دعم وضعيتهم داخل النظام السياسي، فإن هذه الأخيرة سيلفظهم النظام وبفضل شبكته الاتصالية داخل كل قطر سيعمل الحزب الحاكم على دعم نشر الإعلام الذي قد أذاعته وسائل الإعلام مسبقا، ومقابل وظيفة "التبرير" للحزب الغالب، هناك وظيفة "مطالب" أو تحفظات أحزاب المعارضة، إن معنى التبادل قد انقلب من القمة إلى القاعدة والإعلام ينقل من القاعدة إلى القمة، وحزب أو أحزاب المعارضة تنقل حاجات شريحة كبيرة من المجتمع هي تلك التي ترفض القرارات المفروضة عليها. (3)

1- عبد الوهاب الكيلاني، الموسوعة السياسية، الجزء 5، ط2، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1990، ص.310.

2- الطاهر بن خرف الله، المرجع السابق، ص.95.

3- الطاهر بن خرف الله، المرجع السابق، ص.96.

إن عدد الأحزاب المتوقع دائما من زاوية الاتصال السياسي، مبني على أسس تسيير النظام السياسي ككل، وهكذا ففي الأنظمة ذات الحزب الواحد، يمكن لهذا الأخير أن يشكل أحيانا وسيلة اتصال

فريدة بين الحكام والمحكومين، ومن الناحية النظرية كما هو الحال في الأحزاب الشيوعية، فإن التبادل

عليه أن يتم باتجاه ثنائي الأبعاد، غير أن الطابع التبريري لم يترك مجال لأي معارضة وليس هذا هو حال الأحزاب الواحدة في الدول النامية، والواقع أن هذه الأحزاب عديمة البنية الواضحة تشكل مصبا غير منتظم للحوار الممل، هي هيئة للاتصال ربما تبدو غير متطورة لكنها غير قابلة للنقاش، فنحضر إلى نقاش حقيقي سواء لتبرير قرار أو لمعارضته، لكن عائق الوقت مجهول نوعا ما كأما إذا كانت الأنظمة الديمقراطية تعتبر حلما بالنسبة للبلدان النامية فإن النقاش الممل تضمن خسارة للوقت لا يمكن للبلدان المصنعة أن تدفع ثمنها.

إن التعددية الحزبية تستدعي قدرا كبيرا من التنافر وعدم التجانس في وجهات النظر، في منظور التبرير السياسي، مع صعوبة تقبل القرارات المقترحة لنتيجة حتمية لذلك، بمعنى آخر فإن تعدد الأحزاب في انعدام تماسكها أو التنسيق فيما بينها يضمن تعددية الحاجات التي تفرض نفسها.

## 2- المنظمات غير الرسمية: خير مثال لهذه المنظمات هي "الجماعات الضاغطة" التي تعرف

بأنها: "تنظيمات مهنية مثل النقابات، تمثل طبقة معينة وتمتلك ما تهدد به الحكومة، ومن ثم تعد من الجماعات الضاغطة لأنها تستطيع أن تعلق الإضراب العام أو تدعوا منسوبيها إلى مواقف قد تؤثر على وضع الحكومة وبقائها في الحكم، ومن ثم تعمل الحكومات حسابا خاصا لمطالب هذه الجماعات.(1)

ويعرف "شوارزنبرغ" جماعات الضغط على أنها "منظمة تؤسس من أجل الدفاع عن المصالح، وتمارس ضغوطات ضد النظام العمومي (pouvoir public) من أجل الحصول في النهاية على قرارات تتناسب مع مصالحها.(2)

ومجموعات الضغط: "هي منظمات تضم مجموعات من الناس ذات مصالح مشتركة، تمارس

1 - كرم شلي، معجم المصطلحات الإعلامية، المرجع السابق، ص.464.

2-ROGER GERARD SCHWARZENBERG, , IBID , P.540.

نشاطا سياسيا أو نقابيا أو اجتماعيا، بقصد التأثير المباشر أو غير المباشر في تصرفات الحكومة أو موافقها، أو في مواقف الهيئات التشريعية وعملها لصالح هدف معين يحقق أغراض الجماعات الضاغطة". ويستخدم هذا التعبير أكثر مما يستخدم في الولايات المتحدة الأمريكية أو النظم الليبرالية الغربية.

وجماعات الضغط على أنواع، منها ما هو سياسي ويطلق عليه إسم "اللوبي" فيقال اللوبي الصهيوني مثلا، ومنها ما هو نقابي مهني أو اقتصادي، بقصد المنفعة المادية الذاتية أو الفتوية، ومنها ما هو إنساني للبحث على رعاية الطفولة والعناية بالشيخوخة أو الرأفة بالحيوان، ومنها ما هو اجتماعي كالمحافظة على البيئة، ومنها ما هو محدد بغرض معين كجماعة الوحدة الأوروبية في بريطانيا، ومنها ما هو للدفاع على مصالح الدول الأجنبية داخل الدولة.

وتعتمد جماعات الضغط في وسائلها على الاتصال المباشر بأعضاء الحكومة، وبأعضاء المجالس الشعبية، وتستخدم في ذلك وسائل الإقناع والمعلومات والهدايا والرشاوى والحفلات والولائم الفاخرة والوعود بالترع أثناء الحملات الانتخابية أو ما شابه ذلك.

كذلك فقد لجأت الجماعات الضاغطة إلى مكاتب خاصة مجهزة من الباحثين والكتاب والمعلومات والدراسات والتشريعات، لتقدم الحجج لصالح الجماعات المعنية، وتزويد المسؤول التنفيذي أو المشرع بمعلومات وبحوث تخدم غرض الجماعة الضاغطة وتعبئ الرأي العام وبالتالي تؤثر على الحكومة والمجالس التشريعية بطريقة غير مباشرة، مستخدمة جميع وسائل الاتصال المختلفة. وبالطبع تبقى مسألة تمويل هذا النشاط أو لجوء جماعات الضغط إلى أساليب ملتوية وفسادة ومفسدة، كثيرا ما تحقق أغراضها على حساب الصالح العام، من المسائل التي تثير علامات الشك على النظام الذي نشأت عليه هذا الظواهر (1).

هذا السرد البسيط لمفهوم الجماعات الضاغطة، يوضح الدور الذي تلعبه الجماعات الضاغطة باعتبارها وسيلة اتصالية، ولأسباب متنوعة تفرق السلطة السياسية تنافر المصالح الاجتماعية انحراف وظائف الأحزاب، فإن الجمعيات غير السياسية تضمن الربط بين هذه الجماعات أو تلك وبين الحكام، وهذا من منظور اتصالي لن تكون الجماعات الضاغطة محل خزي (استنكار) الجمهور،

1- عبد الوهاب الكيلاني، الموسوعة السياسية، المرجع السابق، ص. 72.

أن المسألة لن يعبر عنها بمصطلح التمثيل: ما هي المصالح المختلفة التي تمثلها الجماعات الضاغطة وما هي الطريقة التي يمكن أن يزاحم بها من أجل المصلحة العامة، لكن ببساطة على الجماعات السياسية أن تلي حاجات هذه الجماعة أو تلك في المجتمع، والذين يعيشون في وضعية سيئة منسيون من طرف الحساسيات التقليدية، أن دور جماعة الضغط هو إذا إعلام الحكام والرأي العام من أجل الوصول إلى حل يرضي الجميع، وهكذا تتحول الجماعة الضاغطة إلى حزب سياسي وذلك عندما تصبح وظيفتها الاتصالية منحرفة، وفي نفس درجة الأحزاب تكشف نفسها على أنها وسائل اتصالية فعالة في التنظيم السياسي.(1)

### 3- الاتصال عن طريق الاتصال غير الرسمي "CONTACTS INFORMELS":

تحدثنا حتى الآن عن وسائل الإعلام القديمة والحديثة بوجه عام، ولم نشر إشارة كافية إلى وسيلة أخرى يعرفها الجميع، وهذه الوسيلة هي من وسائل الاتصال المعروفة في كل زمان ومكان وهي "الاتصال الشخصي" أو المباشر، وعليها تعتمد الدعاية في كل شكل من أشكالها والسبب في ذلك كله أن الناس يتأثرون عادة بطريقة الاتصال الشخصي أكثر مما يتأثرون بطريق الصحف والإذاعة أو التلفزيون، ذلك أنهم مع هذه الوسائل لا يعيرون انتباههم إلا إلى الأشياء التي تمهم، ولكنهم مع الاتصال الشخصي مضطرون إلى الاستماع لمن يحدثهم في موضوعات غير معلومة لهم من قبل، ثم أنه في حالة الاتصال الشخصي المباشر يسهل على المتحدث أن يقدر رد الفعل المباشر على من يحدثهم، كما يسهل عليه أيضا أن يكيف نفسه وحديثه تبعا لذلك، وهذا مالا يتيسر للصحيفة أو الراديو.

ويضاف إلى ذلك كله أنه من اليسر علينا دائما أن نقنع بوجهة نظر أناس بيننا وبينهم صلات في حين أنه ليس من السهل أن نقنع بوجهة نظر الكتاب والمذيعين، الذين قل أن نعرفهم كما نعرف الأصدقاء.(2)

هذا الشكل MODE من الاتصال الذي يكون "وجهها لوجه"، يعتبر أساسيا في المجتمعات البدائية والتقليدية، ولكن يظهر أنه مهم في المجتمعات المتطورة كذلك، رغم ازدهار L'ESSOR وسائل الاتصال الجماهيري MASS MEDIA.

1- الطاهر بن خرف الله، المرجع السابق، ص.98.

2- عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1984، ص.89.

أظهرت دراسات "بول لازارسفلد" حول تأثير وسائل الاتصال الجماهيري والدعاية، أن وسائل الاتصال الجماهيري لا تصل إلى الجماهير بصفقتها جماعة غير متميزة، الجماعة التي يتكون فيها الرأي تتصرف وكأنها جماعة مهيكلية، فوسائل الاتصال الجماهيري لا تحدث تأثيرات على الجمهور إلا بعد مرورها على أشخاص معينين يلعبون دورا كبيرا في عملية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد، وهم بمثابة صلة الربط في ما بين وسائل الإعلام والجمهور ويمثلون في قادة الرأي LES GUIDE DE L'OPINION، فكل واحد منهم يقوم بإقناع الجماعات البدائية GROUPE PRIMAIRES (العائلة، رفقاء العمل...) التي ينتمي إليها.

تأثيرات أجهزة النشر الجماعية LES ORGANES يجب أن تدرس وكأنها تتم على مرحلتين أو موجتين، الأولى: تصل "قادة الرأي"، والثانية تنتشر من هؤلاء القادة إلى الجمهور. ويتميز قادة الرأي حسب "شوارزنبرغ" بعدة خصائص: يبدو أن لديهم أكثر حجم من المعلومات من الأشخاص الذين يحيطون بهم، وهم أكثر اهتماما بوسائل الإعلام ATTENTIFS، يقرؤون كثيرا الصحف ويستمعون للراديو ويشاهدون التلفزيون. لازارسفلد وبييرلسون و قودي يكتبون إذا: "الأفكار تنتقل من الراديو والصحافة إلى قادة الرأي ومنهم إلى الطبقات الأقل حركية MOINS ACTIVISTES، الانتشار يتم على مرحلتين متتاليتين حيث أن قادة الرأي ينشرون تأثيرات وسائل الإعلام إلى الأفراد (1).

## سادسا: تأثيرات الاتصال السياسي.

1- اتضاح حدود المسايرة والمغايرة: تتضح المسايرة حيث يبدي الأفراد سلوكا متفقا مع المثبرات الواصلة، بينما تنطوي المغايرة على قدر من المقاومة. وتبلور الحدود بين المسايرة والمغايرة أمر اعتيادي، إلا أن اتساع هذه الحدود يقود إلى المسايرة المفرطة أو المغايرة المفرطة، وهو ما يعد تطرفا أو تعصبا.

2- تحول الأنظار إلى موضوعات سياسية محددة: من بين ما ينطوي عليه التحويل؛ تركيز الانتباه على موضوعات بعينها في السياسة الدولية على مستوى أسباب الظواهر وعلاقتها

1-ROGER GERARD SCHWARZENBERG, IBID, P.132, 133.



وحلولها، وتتم القنوات الوافدة في وضع ظواهر معينة في بؤرة الاهتمام السياسي أو تحويل أخرى عن مواقعها أو عن موضوعاتها الأساسية إلى مواقع وموضوعات بديلة، مع نقل مشاعر عاطفية ووجهات نظر معينة إزاء الموضوعات البديلة، ويتأتى ذلك نتيجة إثارة القنوات الوافدة موضوعات سياسية والتركيز عليها مع التعتميم على أخرى، خصوصا أن وكالات الأنباء العالمية وشبكات التلفزيون الدولية هي المصادر الأساسية للمعلومات بالنسبة لبلدان العالم المختلفة، بما فيها الوطن العربي.

**3- إثارة الشك السياسي:** منذ وقت مبكر؛ كان يشار إلى أن التلفزيون يثير الشك السياسي لدى المجتمع، على أساس أنه لا يبدي احتراما كافيا للأعراف والتقاليد والرأي العام والأخلاق الشائعة ويهز الثقة برجال الحركة السياسية، خصوصا أن الزعماء السياسيين لم يعد في وسعهم ممارسة السلطة بالطريقة نفسها التي كانت تجري من قبل، بعد أن أُتيح للناس بمن فيهم أولئك الذين يعيشون في القرى النائية أن يُكونوا وجهات نظر خاصة بهم.

**4- الإغراق في الأخبار السياسية:** تُعنى القنوات الوافدة بالأحداث والوقائع السياسية على مستوى العالم كله، وهي بهذا تستميل المشاهدين إلى التعرض للأخبار ومتابعتها. وقد وُجد أن الطرق الحية أو شبه الحية في تقديم الأخبار والأحداث المصورة، تحفز المشاهدين على إبداء اهتمام أكثر، فضلا عن تزايد الاهتمام بالأحداث والوقائع شيئا فشيئا وتزايد الرغبة في الاستزادة منها.

**5- الوفرة الاتصالية السياسية:** وصف الإنسان بنعوت شتى كالقول إنه كائن اجتماعي، أو كائن مدبر أو كائن ناطق أو كائن سياسي، ويبدو أن صفة أخرى تتبلور ليلبسها البشر من خلال القول أن الإنسان يتحول رويدا رويدا إلى "كائن تلفزيوني"، حيث أنه يستمد من التلفزيون الكثير من المعلومات.

وقبل سنوات قليلة؛ وقبل ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية الدولية، كان يشار إلى أن المعرفة الإنسانية تتضاعف كل خمس سنوات، وهذا ما يجعل الإنسان في حالة تخلف بالغة الشدة عن زمانه وعصره إذ لم يعالج ذلك الأمر بسرعة. (1)

1- هادي نعمان الهيبي، "الاتصال التلفزيوني واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي"، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 34، أوت 2004، ص- ص. 67-69.

واليوم تتخذ حركة الاتصال تيارا جارفا لا يمكن لأحد أن يكون في معزل عنه، وإن هذه الحركة قد زادت واتسعت بفعل الاتصالات الفضائية، وبذلك أصبح الناس أمام فيض من المعلومات والأفكار والمشاعر، بحيث أمكن القول إن الوفرة الاتصالية أصبحت أكبر ظواهر العصر وخصوصا في دول العالم الصناعية.

لكن القنوات الوافدة عبر الفضاء تجعل بلدان العالم الثالث بما فيها الوطن العربي، تحيا هذه الظاهرة بأي شكل من الأشكال، وتشكل الوفرة الاتصالية عبئا على الإنسان في كثير من الأحيان، إذ يجد الإنسان نفسه بفعل الوفرة الاتصالية في مواقف محيرة أو مربكة، أو يجد أن عليه أن يكون من راكبي الموجة أو من السائرين في الركب أو كمن يفكر بعقل غير عقله، أو يفكر بعقلية القطيع. وهكذا تلغى الوفرة الاتصالية بعضهم إلى العزلة وإلى عدم الاكتراث أو إلى مزيد من المغالاة في الانشغال بها، وقد ينظر بعضهم إلى ذلك التدفق الاتصالي الواسع على أنه إثراء لفكر الإنسان، ويرى آخرون فيه اغتصابا عقليا وحربا نفسية وتحويلا عقائديا.

وبوجه عام فإن المواطن العربي يجد نفسه مضطرا إلى استهلاك كم غير قليل من المعلومات بوعي أو من دون وعي، وهذا الأمر يجعل منه منشغلا بها، بمن في ذلك أولئك الذين يصرون على أنهم عازفين عنها غير آبهين بها.

## 6- شيوع الأفق الغربي في النظرة السياسية: تعرض القنوات التلفزيونية أفكار سياسية

شئ، إلا أن كل ما يعرض عبر هذه القنوات يظل على نطاق الأفق الغربي، وعلما هذا فإن القنوات تسهم في إبقاء فكر الغرب حيا في نفوس الكثيرين. ليس في الغرب وحده بل في العالم كله، إلا أن الغرب لدى الكثيرين في العالم الثالث هو المثل والنموذج. (1)

وطغيان الفكر الغربي يقود إلى تشكل أطر مرجعية لنسبة عالية من المجتمع في تقديراتها وأحكامها السياسية، إذ يحتمل أن يميل الكثيرون إلى التعرض للتلفزيون الوافد بقصد استيحاء وجهات نظرهم وتلقى حلول جاهزة حول المسائل السياسية، ويزيد من تأثير ذلك أن طرح تلك الأفكار والحلول عبر القنوات، يقود القنوات إلى انتقالها إلى المجالس واللقاءات الشخصية، وقد لاحظ الباحث في دراسات استطلاعية أجريت في القاهرة عام 1979م، أن كثير من الأحاديث الشخصية التي يتبادلها الموظفون تنطوي على وجهات نظر منتقاة من وسائل الإعلام، إلا أن المتحدثين ينسبونها إلى أنفسهم باعتبارها

1- هادي نعمان الهيشي، المرجع السابق، ص ص. 73.

آرائهم الشخصية أو استنتاجاتهم الذاتية. (1)

وعلى أية حال يمكن القول أن التلفزيون الوافد سيقود إلى بلورة أفق غربي في النظرة السياسية و يجعل نسبة عالية من الأفراد تنظر إلى الأفكار بعيون غربية.

**7- شيوع تسميات وتعميمات سياسية براقية:** من المحتمل أن تقود فترات التعرض الطويلة للقنوات الوافدة إلى شيوع رموز لغوية صغيرة بديلة من مفهومات فكرية أو سياسية واسعة، من دون أن تكون الرموز اللغوية مفسرة أو محللة للمواقف، بل هي أقرب إلى أن تكون إجابات مسكّنة عن تساؤلات سياسية حذرة أو معقدة، وهذه الرموز شائعة بالأساس في الاتصال السياسي الدولي في بعض المواقف فيما يطلق عليه التعميمات البراقية أو تكرار تعابير أو مصطلحات في ما يطلق عليه التسميات، وهذه التعميمات والتسميات توهم مستخدميها بأنهم يفهمون الموقف أو يفسرونه في الوقت الذي يشكل استخدامه تضليلاً للآخرين أو إبهامات للذات.

**8- المقارنة والتطلع السياسي:** يجد الأفراد من دون وعي-في الغالب- عند تعرضهم لمشاهد وصور جديدة أنفسهم يجرون المقارنات بين واقعهم وما يتعرضون له، وتشكل هذه الصور والمشاهد مثيرات لإجراء المقارنات والإحساس بتباين المستوى والشعور ببعض تناقضات الواقع، وهذه المشاعر تقود إلى نتائج متباينة كالانبهار أو الغضب أو الشعور بالمرارة، الأمر الذي يرسم نظرة قائمة للواقع السياسي وإلى المستقبل.

إلا أن أخطر المشاعر التي قد تنجم عن ذلك هي تلك التي تنطوي على شيوع الاعتقاد بأن الأمة لا يمكنها أن تتطور وتصل إلى مستوى أفضل، حيث القنوط في الحياة وحمود التطلع. وكان "لازارسفلد" قد أطلق على الشعور باليأس والانكفاء نتيجة لذلك اسم "ثورة خيبة الآمال" والتي تصيب شعوب العالم الثالث.

وكانت بحوث رائدة متعددة قد أشارت إلى حقيقة أن الأخطار لا تكمن في المواد التلفزيونية الأجنبية ذات المضمون الدعائي السافر، بل في مواد كثيرة قد لا يظهر فيها التعارض مع وجهة النظر السائدة في هذا البلد النامي أو ذاك، ولا تتنافى مع الاتجاهات السياسية القائمة والمرغوب فيها، كذلك التي تقتصر على تقديم صور العوالم أكثر تقدماً، وتبدو أفكارها مقبولة وغير متحيزة، ومع هذا فهي تقود الناس إلى الشعور بتخلف واقعهم. (1)

1- هادي نعمان الهيبي، المرجع السابق، ص 75، 74.

## المبحث الثاني: الوعي السياسي

أولاً: تعريف الوعي السياسي: لم تبرز كلمة الوعي وتسيطر على الفكر السياسي والاجتماعي كاصطلاح، إلا من خلال منتصف القرن التاسع عشر وعلى وجه الخصوص في الفكر السياسي الماركسي، فقبل ظهور المجتمعات الجماهيرية لم يكن هناك موضوع لاستخدام هذه الكلمة، فقد كانت الإدارة السياسية هي أساس صياغة قانونية للطبقة المختارة، حيث أن العلم يتفاعل مع الإدراك في إطار يكاد يكون متطابقاً.

ولكن عقب نزول الجماهير المتعطشة للحرية إلى ساحة العمل السياسي، كان من الطبيعي أن يطرح موضوع الوعي بالذات، وهكذا تحدث ماركس في البيان الشيوعي عما أسماه الوعي بالانتماء الطبقي، ولذلك فإن أول استخدام لاصطلاح الوعي مرتبط بالمجموعات البشرية الكبيرة ظهر عند ماركس، الذي صاغه مترادفاً مع الطبقات، مقدماً اصطلاح الوعي الطبقي والذي عنى به "الشعور المتزايد الذي ينتاب أعضاء الطبقة البوليتمارية ويجعلها تحس بمركزها الاجتماعي المناقض للمركز الاجتماعي الذي تحتله الطبقة البرجوازية"، إنه شعور مجموعة بشرية (الطبقة) بموقعها الممتاز عن مجموعات بشرية أخرى (الطبقات) والمعادية لها، والمتحالفة معها، تبعاً لطبيعتها، بما يدفع كلا منها إلى الوحدة والتماسك ككتلة موحدة المصالح والأهداف، بفعل وعيها لموقعها وطبيعتها.

### I- الوعي لغة: يقصد بالوعي الإحاطة والإدراك، وأوعاه توعية معناه اكتسبه القدرة على

الوعي، وقد يعبر بالوعي عن الفطنة و الذكاء، فيقال رجل واع وامرأة واعية، وقد يعبر بالوعي عن العقل، واللاوعي عن اللاعقل، أو ما وراء الحواس. (1)

كما أن الوعي هو الفهم وسلامة الإدراك، والوعي هو حفظ القلب لشيء، وعي الشيء، والحديث يعيه وعيا، وأوعاه حفظه وفهمه وقبله فهو واع، وفلان أوعى من فلان. (2)  
تعني كلمة "وعي": "إدراك المرء لما يحيط به إدراكاً مباشراً، ويهتم الإعلام بإثارة وعي

1- عبد الله بوجلالة، "إشكالية تحديد الوعي الاجتماعي"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 14، الجزائر، خريف 1990، ص 43.

2- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد 7، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 2696.

الجمهور لأنه يتقبل الرسالة الإعلامية.(1)

ويعرف قاموس "أكسفورد" الوعي بأنه: "المعرفة المتبادلة بين الأشخاص، أو المعرفة والإيمان الراسخ، والحجج والقناعة التي تؤدي إلى الاقتناع بصحة شيء، أو مجموعة من الأفكار، والانطباعات والمشاعر الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد أو الأشخاص على التفكير.(2)

وتعني كلمة "وعي" في القاموس الفرنسي "maxidico": المعرفة الآنية، والإدراك الحسي (intuitive) والنشر، مثل: الوعي بخطر ما.(3)

**II: الوعي اصطلاحاً:** هناك تعريفات عديدة للوعي تمثل وجهات نظر أصحابها منها:

عرف "جيمس دريفرز": الوعي بأنه الخبرة العقلية والإدراك للأشياء والموضوعات المختلفة، والوعي يماثل الشعور .

وقد تأثر صاحب هذا التعريف بمفاهيم علم النفس التي كانت سائدة في ذلك الوقت منذ أكثر من ثلاثين عاماً، حيث كان هناك خلط بين الشعور والوعي، ونلمس ذلك في الكثير من التعبيرات الوضعية للأدباء، وهم يشيرون إلى فقدان الوعي وهم يعنون الشعور.(4)

ويعبر "كولبورون": "عن الوعي بأنه نشاط يقوم به الكائن الحي نتيجة لإحساسه بموقف ما". ولقد خلط هذا التعريف بين الوعي والسلوك، فالنشاط يتضمن أدياً وسلوكاً، في حين أن الوعي لا يتضمن نشاطاً بالضرورة.

ويرى "طلعت منصور": "أن الوعي هو إدراك للحقائق المتعلقة بظاهرة أو مشكلة ما، وما فيها من علاقات تكشف عن طبيعة الظاهرة أو المشكلة، ومن ثم يمكننا من حسن فهمها، وتدبر أنسب الأساليب للمساهمة في الحل".

وترى "جيهان رشتي" أن الوعي ببساطة: "هو الصورة الذهنية للفرد عن العالم المحيط به". والوعي: هو إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به، فهو حصاد إدراك الناس وتصوراتهم للعالم المحيط

1- أحمد زكي بلوي، معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية: إنجليزي-عربي، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1987، ص26.

2- مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 20، العدد 1، تصدر عن جامعة مؤتة، 2005، ص120  
3-Maxidico, dictionnaire encyclopédique de la langue français, jaques dumes et autre, édition de la connaissance, France, 1997.page259.

4- محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص2699.

بهم، مما اشتمل عليه من علاقات بالطبيعة وبالإنسان وبالأفكار، وهو إدراك تصور يتحدد بحالة بنائية تاريخية لمجتمع معين، بمعنى أن للوعي طابع التاريخي البنائي. (1)

ويقصد بالوعي كمفهوم أنه عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي، يمكن الفرد من إدراك ذاته، وإدراك البيئة المحيطة به، والجماعة التي ينتمي إليها كعضو. (2)

ولهذا المصطلح في الفلسفة: معان متعددة تشير إلى حالات خاصة من الوعي ودرجاته، فالوعي في رأي "الرواقين" حاسة باطنية تدرك النفس بما تواترتها، في حين يرى "القديس طوما الاكوييني" أن الوعي هو إدراك شيء ما، أو معرفته.

وقد كان "لينين" أول من ميز بين الوعي واللاوعي، ذلك أن الإدراكات البسيطة غير الواعية تصبح بالتراكم مجموعات إدراكية واعية.

وفي علم النفس الحديث: يشير مصطلح الوعي أولاً إلى حالة "اليقظة" العادية، ويشير ثانية إلى قدرة الإنسان المتميزة الخاصة على الشعور بذاته، وتميز ذاته عن الآخرين، وعن الكائنات والأشياء الأخرى، ولكن مدرسة علم النفس التحليلي التي رفعت مكانة مصطلح الوعي، لا تحدد هنا إذا ما كانت تعني أيضاً شعور الإنسان بما يفعله، أم مجرد شعوره الباطن الثابت بوجود ذاته المستقلة والتميزة.

ويذهب "جورج ميد" إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى ذاته والقيام بدور الآخرين، وهذا الاستدماج مع الآخر هو شرط أساسي لظهور الوعي طالما أنه يتضمن عملية انعكاسية. (3)

ويرى الباحثون في علم الاجتماع: أن المقصود بالوعي: "هو إدراك الفرد لنفسه كعضو في جماعة"، ويرى "ميد": "أنه ينشأ نتيجة الفعل الاجتماعي"، إذ تمكن عملية التواصل من أن يعي الفرد نفسه من منظور الآخر، أي يقوم بدور الآخر إزاء نفسه، وأن استدخال الآخر على هذا النحو، لهو شرط ضروري في قيام الوعي، فالذات تصبح موضوعاً لذاتها.

ولقد استخدم مفهوم الوعي في علم الاجتماع ليدل على مشاعر "الإدراك الشخصي"، أو ليدل على الشعور العام بالذات، ولقد استخدم "مان" هذا المفهوم عام (1973م) بإعطاء الوعي

1- محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص ص، 2702، 2703.

2- محمد الجوهري، المرجع السابق، ص 28.

3- محمد منير حجاب، المرجع السابق، 2704.

الطبقي اهتماما كبيرا، مستندا إلى روح المفهوم الكلاسيكي للوعي وأوضح "مان" عدة مراحل يتحرك الوعي ويتطور من خلالها، وهي على النحو التالي:

- الهوية الطبقيّة: وتعني تحديد الطبقة التي ينتمي إليها الفرد.

- الطبقة المعارضة: وهي طبقة تتعارض مصالحها مع مصالح الفرد.

- الطبقة الكليّة: عندما يعرف الشخص تحديد موقعه الطبقي، وموقعه من الطبقات الأخرى بالمجتمع الذي يعيش فيه.

بمعنى أن الوعي هو إدراك الانتماء إلى طبقة اجتماعية، والتوحد معه، والشعور بالتضامن مع الآخرين في الطبقة نفسها، أي أن الوعي هو: "مكانة الطبقة، والوعي ببناء الطبقة، والوعي بمصلحة الطبقة".

والوعي الاجتماعي، هو مجموعة الآراء السياسية، والأخلاقية الموجودة في المجتمع، وأشكال الوعي تتنوع بتنوع الواقع الاجتماعي، فقضية الوعي يحددها البناء الاجتماعي، كما أن البناء الاجتماعي يحدد شكل الوعي ويبلوره، بمعنى أن هناك علاقة جدلية بين البناء الاجتماعي والوعي، كما أن هناك علاقة بين الأيدولوجيا والوعي، حيث أن الأيدولوجيا متضمنة في الوعي، وتعد مستوى من مستوياته.

والوعي الاجتماعي: "هو اهتمام الأفراد بالتعرف على أحوال مجتمعهم، والمشاركة في تحمل مسؤولية حل المشاكل الاجتماعية، وتحسين أحوال المجتمع". (1)

وينطوي الوعي في الإعلام: على وقوف الفرد على الفكرة الجديدة لأول مرة، وشعوره بحاجة شديدة إلى مزيد من المعلومات عنها، والوظيفة الأساسية لهذه المرحلة هي فتح الطريق لسلسلة المراحل التي سوف تعقبها، مؤدية في النهاية إلى تبني الفكرة الجديدة، أو رفضها.

ويرتبط الوعي ارتباطا وثيقا بوسائل الإعلام، فالوعي ينبغي أن يأتي في مقدمة الأدوار التي تضطلع بها وسائل الإعلام، هذا لأن الوعي هو المدخل الحقيقي لتأكيد إرادة الإنسان، وتحريرها، وضمان لكل إمكانيات التحدي والتصدي، وبناء المجتمع وتنميته، وأن دور وسائل الإعلام في التأثير على درجة هذا الوعي يكشف عن الدور الإنساني لهذه الوسائل. ويدعم هذا الرأي أن كثيرا

1- أحمد زكي بدوي، المرجع السابق، ص 239.

من الأبحاث تشير إلى أن وسائل الإعلام تلعب أدواراً متفاوتة في أهميتها وتأثيرها لتوعية الأفراد، وإقناعهم، وتغيير اتجاهاتهم، وأساليب سلوكهم، فالوعي ينبغي أن يسبق حتى كافة الأدوار الإعلامية، فهو يسبق حتى الإقناع، وحتى التزويد بالمعارف و المعلومات، ولعل هذا هو نفس الترتيب الذي يشير إليه "روجرز" في كتابه عن انتشار الأفكار المستحدثة، فهو يتحدث عن التوعية أولاً، ثم يأتي بعدها الإقناع، ثم إتخاذ القرار وتثبيته. (1)

**III: تعريف الوعي السياسي:** يقصد بالوعي السياسي: " عملية إدراك الفرد لذاته، وللظروف السياسية المحيطة به، وتكوين اتجاه عقلي نحو القضايا العامة للمجتمع." (2)

والوعي السياسي: " هو مجموعة القيم، والاتجاهات، والمبادئ السياسية، التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحللها، ويحكم عليها، ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها." (3)

**IV: التعريف الإجرائي للوعي السياسي:** تأسيساً على ما سبق ذكره من تعريفات للوعي السياسي، وانطلاقاً من نتائج الدراسات السابقة التي اهتمت بعلاقة وسائل الإعلام ومتغير الوعي والمعرفة السياسية، والتي كشفت نتائجها أن وسائل الإعلام تمثل مصدراً أساسياً للمعلومات السياسية بالنسبة للأفراد وخاصة التلفزيون، إذ توصلت إلى أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام، أدى ذلك إلى زيادة الوعي المعرفي السياسي، لذا فإن التعريف الإجرائي لهذه الدراسة هو:

"الوعي السياسي هو الحجم المعرفي من الأخبار، والمعلومات، والآراء، والاتجاهات السياسية، التي تهتم بالقضايا العربية و الدولية، والتي يتلقاها الشباب الجامعي من متابعتهم للحصص الإخبارية السياسية في قناة الجزيرة الفضائية."

1- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المرجع السابق، ص 2704.

2- محمد الجوهري، المرجع السابق، ص 289.

3- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المرجع السابق، ص 2706.



ثانيا: النظريات المفسرة للوعي السياسي.

## I: الاتجاهات الكلاسيكية في الفكر السياسي الاجتماعي وقضية الوعي السياسي: لما

كان الفكر السياسي والنظريات السياسية تعبر عن واقع حقيقي عايشته المجتمعات الإنسانية على مر العصور، فإن التعرف على هذا الفكر وارتباطه بواقع وظروف اجتماعية وتاريخية معينة يعد مصدرا أو منبعاً هاماً لتتبع الجذور التي نشأت عنها الاتجاهات النظرية المختلفة التي تشهدها الدراسات السياسية في صورتها المعاصرة، وذلك انطلاقاً من فكرة تتابع الفكر السياسي، والذي يعبر عنها البعض بقوله: "إن مفكري العصر الحديث إنما يعرضون ثمرة الفكر البشري مجتمعاً منذ عصور موعلة في القدم."

والواقع أن التأمل لتاريخ الفكر السياسي يمكنه أن يلاحظ أن رؤى المفكرين والفلاسفة للموضوعات السياسية، اختلفت حسب ظروف العصر الذي يعيشون فيه، وربما يفسر ذلك الاختلاف بين رؤى الفلاسفة والعلماء عبر المراحل التاريخية المختلفة فيما يتعلق بنظرهم لموضوع "الوعي السياسي"، والمعرفة السياسية، ومناقشتهم وتحليلاتهم حول دور المواطنين في الحياة السياسية.

### 1-فني العصر اليوناني: والذي يُرجع إليه علماء السياسة المثل العليا الحديثة كالعدالة، والحرية، والحكومة الدستورية، ومبدأ سيادة القانون، وحق المشاركة السياسية. والذي سوف نتطرق فيه إلى أفكار كل من: أفلاطون و"أرسطو". (1)

### أفلاطون: 427،347 ق،م ينتمي إلى عائلة أرستقراطية، وكانت له ميول ومطامح سياسية في مطلع حياته، إلا أقيام عددا من الشخصيات بالمؤامرات واستغلال الظروف العويصة التي مرت بها المدينة لصالح طبقات معينة، قد أقنعت بالابتعاد عن المسرح السياسي. (2)

فجد أفلاطون يربط بين السلوك السياسي، وبين الاستعداد الطبيعي للفرد حسب الطبقة التي ينتمي إليها، ويحاول إقامة نظام سياسي يوضع فيه كل فرد في المكان الذي يتناسب مع استعداده وقدراته الفطرية طبقاً لطبقته الاجتماعية. (3)

فحسب رأيه فإن الدور الرئيسي للدولة، يتمثل في تنظيم الطبقات الاجتماعية، وتقسيم العمل بين الفئات الاجتماعية التي يتكون منها المجتمع، وقد قسم أفلاطون المجتمع إلى ثلاثة طبقات هي:

1- صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2002،

2- عمار بوحوش، النظريات والأنظمة السياسية، ط2، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984.

3- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص20.

طبقة الحكام، وطبقة الحراس، وطبقة العمال، وأعطى لكل طبقة وظيفة أساسية تقوم بها في

ميدان اختصاصها، وأنجاز ما عهد إليها. (1)

وعلى كل طبقة أن تقوم بالوظائف التي خصتها الطبيعة لتوليها، يقول أفلاطون في هذا الصدد: إن الملاح يظل ملاحاً، ليس قاضياً، والاسكافي إسكافياً، وهكذا.."، ولما كانت الطبقة الممتازة التي يتولى الحكم سوف تُورث أبنائها ميراثها، فقد عُني أفلاطون بتقديم نظام من التربية كفيل بإعداد الحكام إعداداً يحقق في النهاية تولي هذه الطبقة الحكم وثباتها فيه وضمان توريثها أبنائها. (2)

و يرى أن المساهمة الفعالة وليدة لتعميم الثقافة ومعرفة الوسائل التي تمكن المجتمع من التغلب على المشاكل التي تعرقل الجهود الرامية لتحسين الوضعية الاجتماعية، ولهذا تصور أفلاطون الدولة بمثابة منظمة تعليمية، لأن العلم في نظره يمكن الإنسانية من تفهم الطبيعة البشرية، كما أنه بقدر ما تتوفق الدولة في تعميم الثقافة بقدر ما تزداد القدرة على معالجة المشاكل التي تواجه الأفراد (3)، وأكد على أن من تتوافر له المعرفة يجب أن يمنح حق الاستحواذ على السلطة، أي أن مؤهله الوحيد لتلقي السلطة هو تلك المعرفة، فالسياسي عند أفلاطون هو المؤهل بمعرفته لفن السياسة لتولي الحكم ومن ثم فقد يكون الحاكم سياسياً وقد لا يكون كذلك وحينئذ يكون مجرد طاغية لا حاكماً، وهذا يعني أن جوهر السلطة عند أفلاطون يتمثل في المعرفة، وبالتالي فإن أفضل الحكومات في نظره هي حكومة الذين يعلمون، أما حكومة الحكمة أو المعرفة، فلكي تحكم المدينة حكماً صالحاً يجب أن يصبح الفلاسفة ملوكاً، وأن يصبح الملوك فلاسفة. (4)، وذلك لكون أنه كلما كان الحاكم الفيلسوف أكثر تعلماً ومعرفة، كلما زاد ذلك من وعيه بالقضايا والمشكلات التي تواجهه في حكمه، وبالتالي احتمال التغلب عليها و احتمال حلها يكون كبيراً، ولذلك فقد انتهى إلى القول بضرورة التوحيد بين وظيفة المعرفة، وبين وظيفة الحكم السياسي، وقد عبر عن هذا بقوله الشهير: "ما لم يتولى الفلاسفة الحكم في الدول، أو يتحول من نسميهم حكاماً إلى

1- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص70.

2- أميرة حلمي مطر، الفلسفة السياسية من أفلاطون إلى ماركس، ط6، القاهرة دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1999، ص19.

3- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص71.

4- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص20.

فلاسفة حقيقيين، وما لم نرى القدرة السياسية تتحد بالفلسفة، وما لم تسن قوانين دقيقة تبعد من لم يجمعوا بين هاتين القوتين، فلن تنتهي الشرور من الدول، بل من الجنس البشري". (1)

ويقول كذلك: "أن المصائب لن تتوقف إذن بالنسبة للناس قبل أن يصل للسلطة عرق من الفلاسفة الأتقياء والحقيقيين، أو أن يأخذ رؤساء المدن، بفضل نعمة إلهية التفلسف حقيقة". (2)

وذكر أفلاطون على لسان "سقراط" إلى أن يحكم الفلاسفة كملوك، أو إلى أن يتصرف الملوك كفلاسفة، سيكون من المستحيل اقتران السلطة والفلسفة، ومن ثم خلق مدن تعكف على تجنب الشر، وتحقيق الخير".

فالفلاسفة-حسب أفلاطون- يتحلون بالمعرفة اللازمة لفهم ما هو مطلوب لضمان تحقيق مدينة منظمة على نحو سليم، متضمنا ذلك كيفية خلق علاقات جيدة بصفة دائمة بين المدينة والمدن الأخرى. (3)، والفيلسوف هو الرجل الوحيد الذي يستطيع أن يتصور القوانين العادلة، وأن يلقتها للآخرين بأصولها وبراهينها، فتدوم في المدينة، بينما تصور السياسيين فهو ظني، لا ينقل إلى الغير، فيقبر معهم. (4)

ومن هنا ينتهي أفلاطون إلى الرأي الذي يرى في الحكم علما متخصصا، وأنه لا يجب أن يترك العامة، ولا للآراء الشخصية، فيقف على الطرف المقابل للديمقراطية (5)

ويتمسك أفلاطون بموقفه المحافظ، ويؤكد خوفه الدائم من مشاركة الشعب في الحكم، ويرر رأيه دائما بأن الحاكم فنان وطبيب، عليم بأسرار الحكم وبما فيه فائدة لشعبه، وهو لا يخضع إلا لما يملكه عليه فنه، وهو في غير حاجة إلى أي قيد يفرضه عليهم ممن يسوسهم، ذلك لأن المريض لا يوجه الطبيب المعالج. (6)

1- أميرة حلمي مطر، مرجع سبق ذكره، ص 21.

2- جان جاك شوفالييه، تاريخ الفكر السياسي من المدينة الدولة إلى الدولة القومية، ترجمة محمد عرب صاصيلا، لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1985، ص 37.

3- ستيفن ديلو، التفكير السياسي والنظرية السياسية والمجتمع الدولي، ترجمة ربيع وهبة، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 2003، ص 110.

4- مصطفى غالب، أفلاطون، في سبيل موسوعة سياسية، ج 4، دار ومكتبة هلال، 1985، ص 89.

5- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 21

6- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 26.

والخلاصة أن أفلاطون قصر المعرفة السياسية والوعي السياسي على قلة لها مواصفات خاصة، ليست لها صفات من العامة.(1)

أرسطو: ولد بمدينة "سطاغير TAGIRE" بتراقيا، عام 382 ق م، والتحق بأكاديمية أفلاطون، وداوم الدراسة بها فترة عشرين عاما تمثل مرحلة التلمذة بآثينا.(2)

كما يعتبر أكبر عالم سياسي في العالم الغربي لمساهمته الكبيرة في إدخال المنهجية إلى علم السياسة، وتحليل الدساتير اليونانية، والتعرف على أنظمة الحكم قبل أن يبدي رأيه في القضايا السياسية.(3) كما قدم أرسطو عبارة اتخذت من بعده كمقدمة لكل الدراسات في مجال المعرفة السياسية حيث قال بأن "الإنسان كائن سياسي بطبعه"، أي أنه ما من إنسان إلا ولديه درجة من السيطرة على الآخرين، وفي نفس الوقت لديه درجة من الاستعداد لطاعة الآخرين، وهذان المتناقضان يسميان، علاقة "الأمر والطاعة"، والتي اصطلح على تسميتها "جوهر السياسة في الإنسان(4)". ويتضح لماذا يعد أرسطو الإنسان حيوان اجتماعيا وسياسيا، فالبشر بخلاف الحيوانات لديهم قدرة أخلاقية بالطبيعة، ولكنهم في نفس الوقت ولدوا بترعات لتجنب الالتزامات المرتبطة بترعاتهم الأخلاقية، وفي المدينة يتعلم الأفراد كيف يعيشون على نحو أخلاقي، فالمدينة منظمة بحيث توفر للإنسان التحرر من سيطرة الشهوة والشهرة، وقد ذكر أرسطو أن الإنسان عندما يصل إلى الكمال يكون الأفضل بين الحيوانات، ولكن إذا انعزل عن القانون والعدالة، يكون الأسوأ على الإطلاق، ولا يصل الأفراد إلى هذا الكمال إلا عندما ينفضون عن أنفسهم أي ميل أو نزوع نحو الانعزال ويصبحون في رباط سياسي مع الآخرين، حيث أن العلاقات مع الآخرين تعلم قيما أخلاقية مهمة توجه الأفراد نحو تدعيم الصالح العام، وخارج هذا الارتباط السياسي مع الآخرين لن يكون هناك اعتراف بقيم من قبيل الشجاعة والاعتدال والكرم والعدالة.(5)

ويتضح من فكر أرسطو أيضا اهتمامه "بالمشاركة PARTICIPATION"، حيث رفض

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 20

2- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق ص 35.

3- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 75.

4- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 21.

5- ستيفن ديلو، المرجع السابق، ص 138.

الدولة المثالية التي خططها أفلاطون في "الجمهورية"، وكان مثله الأعلى الحكم الدستوري، لا الاستبدادي، حتى ولو كان ذلك الاستبداد المستنير الذي يصدر عن الملك الفيلسوف، ولهذا انطلق من خلال كتابه "القوانين" مطالباً بضرورة الاعتراف بالحقيقة التي مؤداها "أن القانون في أية دولة صالحة يجب أن يكون السيد الأعلى، ويعتقد أرسطو أن ضرورة القانون ترجع إلى التسليم بأن الحكمة الجماعية لشعب من الشعوب أسمى حتى من حكمة أعقل المشرعين، فالأفراد في حياتهم الجماعية ومشاركتهم يكمل بعضهم بعضاً. وفي ضوء ذلك يتضح تصور أرسطو لمفهوم الدولة، فمير في رأيه يجب أن تكون شركة بين قوم يعيشون معا لتتبع أفضل حياة ممكنة. (1)

وفي الباب الثالث من كتابه "السياسة" يرى أن المواطن هو الذي يشترط فيه الكفاءة على تحمل مسؤوليات القيام بالمشاركة في الحياة السياسية العامة، كعضوية الجمعية الشعبية، أو وظائف القضاء في المحاكم التي ينطبق على من لهم الحق في ذلك حتى وإن لم يكونوا يشاركون بالفعل، وهؤلاء يُكونون قاعدة كبيرة في المدن الديمقراطية أو قد تضيق في ظل النظم الأوليغارشية كإسبرطة وقرطاجة، إذ تقتصر هذه المهام على عدد قليل من الناس. (2)

وقد رأى أرسطو أن تتولى الدولة مهمة التربية، ذلك لأن الدولة هي التي تشكل المواطن بحسب المثل الأعلى الذي تتطلبه، ذلك لأن أخلاق الأفراد وعاداتهم في كل مدينة كفيلة بقوام الدولة، ويتفق أرسطو مع أفلاطون في ضرورة البدء بالتربية في سن مبكرة.

ويرى أرسطو أن السبب الرئيسي في قيام الثورات، هو اختلاف آراء الناس في العدالة، فالبعض يظن أنه إذا ما أحست الأغلبية بظلم من الأقلية، أو إذا أحست الأقلية بإهانة، إذا ما عوملت من الكثرة على أنهم مساوون لها. (3) كما يرى أن الدولة أو السلطة الحاكمة هي التي تهتم للأفراد الأسباب المادية والأدبية للحياة الفاضلة، وتحمي حياتهم، وتعتهدهم بالتعليم والتربية، فيتعاونون على اكتساب الفضائل، وتحقيق إنسانيتهم. (4)

هذا وتمثل الصداقة عند أرسطو فضيلة "غاية في الضرورة لحياتنا"، وتعد أساساً للجماعة لأنها تُشير إلى علة ملزمة للناس بأن يتعاونوا من أجل غايات مشتركة، وبحسب أرسطو تساهم الصداقة في تواءم الناس بصدد أمور رئيسية تواجه المجتمع بعد هذا الوئام الذي يمثل سمة المواطنين في المدينة على ما هو في

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 22.

2- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 41.

3- أميرة حلمي مطر، المرجع نفسه، ص 47.

4- مصطفى غالب، أرسطو، في سبيل موسوعة فلسفية، الجزء 8، دار ومكتبة هلال، 1985، ص 143.

صالحهم، واتخاذ نفس القرارات، والعمل أيضا بمقتضى القرار، وفي حديثه عن الأمور الكبيرة أشار أو أرجع أرسطو لتلك القضايا المهمة من قبيل: هل يصح القيام بتحالف مع الدول الأخرى أم لا؟ أو هل من الضروري أن نجعل جميع الوظائف انتخابية أم لا؟...، وبذلك يمكن أن يوجد اتفاق بصدد مسائل مهمة بحيث لا يتمزق المجتمع بسبب خلافات على قضايا رئيسية، ولهذا السبب بالذات يمكن تحقيق "الصدقة السياسية POLITICAL FREINDSHIP" المعنية بكل مصالح الحياة وأيضاً ما يؤثر عليها، علاوة على أن الناس سيساهمون سياسياً في تأمين الاستقرار المستمر للمجتمع، فوجود صدقة سياسية يساعد على فهم سبب قول أرسطو: "يبدو أن الصدقة ستجمع المدن على كلمة سواء، كما سيبدو المشرعون أكثر اعتناء بالصدقة من اعتناءهم بالعدالة"، وفي هذا الشكل من النظام لن يكون للناس حاجة إلى العدالة أو بمعنى آخر ليس هناك حاجة إلى نظام من القوانين أو القواعد التي تفرض نظاماً عادلاً لأنه بالمحافظة على روابط الصدقة، سيتصرف الناس كما ينبغي، بدون أي نوع من الحث الخارجي. (1)

ولن تتأتى هذه الصدقة السياسية التي تساهم بشكل كبير في استقرار المجتمع، إلا عن طريق وعي المواطن بكل صغيرة وكبير عن الحياة السياسية في الدولة، ولن يكون هذا الوعي إلا إذا وجدت درجة معينة من التعليم للأفراد، ولذلك شدد كل من أفلاطون و أرسطو على ضرورة تعميم التعليم في الدولة.

**أما في العصر الوسيط:** فقد ارتبطت المعرفة السياسية في أوروبا بالدين المسيحي وأخلاقه، مع ارتباطها لدى بعض المفكرين بالتحليل الفلسفي اليوناني، دون الاعتماد على الملاحظة.

"شيشرون cecero": (106، 43 ق، م)، من أبرز فلاسفة هذا العصر نجد شيشرون الذي أسهم في الفكر السياسي من خلال ما ألقاه من أضواء على نظرية الرواقين في القانون الطبيعي، تلك النظرية التي تتلخص في أنه يوجد قانون عام ينبثق من واقع حكم العناية الإلهية للعالم كله، كما ينبثق عن الطبيعة العقلية والاجتماعية للبشر، تلك الطبيعة التي تجعل الجنس البشري أدنى ما يكون إلى الله، وفي هذه النظرة تكمن فكرة دستور دولة واحد في كل مكان يلتزم بأحكامه جميع الناس وجميع الأمم. (2)، لم يكن شيشرون فيلسوفاً سياسياً أو صاحب أكاديمية علمية مثل

1- ستيفن ديلو، المرجع السابق، ص 43

2- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 23.

أفلاطون وسقراط، لكنه كان محامياً وسياسياً مقتدراً، وتكمن قدرته بصفة خاصة في براعته الفائقة في تحليل أفكار العلماء الذين سبقوه، وإبراز آرائهم حتى يطلع عليها ويتعرف من خلالها على التطورات السياسية في العصور السابقة. (1)

وتوصل شيشرون إلى نتيجة مؤداها: أن الدولة لا تستطيع البقاء والاستمرار ما لم يرتكز بناءها على التزامها بالاعتراف بالحقوق التي تربط مواطنيها بعضهم ببعض، فإن سلطتها تنبثق من قوة الأفراد مجتمعين، فالناس بمثابة منظمة تحكم نفسها بنفسها، وتملك القدرة اللازمة للاحتفاظ بكيانها واستمرارها، والدولة عنده تخضع لقانون الله، أو القانون الطبيعي، ذلك القانون الأعلى الذي يسمو فوق كل التصورات البشرية والمنظمات الدنيوية. (2)

وتجسد مساهمته الأساسية في الفكر السياسي، بتحليله لثلاثة أفكار رئيسية هي: أن الدولة تمارس سلطتها وفقاً للقانون، وأن الشعب هو مصدر السيادة، وأن الأفراد متساوون أمام القانون وفي المعرفة. (3)، يقول شيشرون: "أن العيب الخاص الذي يقع على عاتق الحاكم، يكمن في أن يفهم جيداً، أنه حتى ولو كان ملكاً، فإنه ممثلها فقط (المدينة)، ولهذا فإن عليه أن يدعم كرامتها وشرفها، ويحترم قوانينها، ويميز بين حقوق كل فرد، ويتذكر بأن كل هذه الالتزامات قد أسندت لأمانته، إلا أن احترام القوانين، لا يكفي بحد ذاته إذ أن عليه أن يضع الحق موضع التطبيق (الحق فوقه، وفوق المدينة نفسها)، فالحاكم هو القانون الناطق، والقانون هو الحاكم الأبكم. (4)

سينيكا: (4ق، م، 65م) ولد سينيكا في قرطبة، وأتى إلى روما وقد أغرم بالفلسفة وهو في سن المراهقة، وكانت له حياة مليئة وكثيرة التقلب. (5)

هذا وتعتبر أفكار سينيكا بصدق عن الوضعية السيئة التي انتقلت إليها روما بعد وفاة شيشرون بجوالي قرن، فهو على عكسه تماماً لم يضع ثقته في أية حكومة مدينة، ولم يكن له أمل في استعادة مجد روما، وما دامت أخلاق الناس قد انحطت وسيطر على أفرادهم الجشع، وحب التملك، إلى درجة أن أصبحت الحياة فوضى، ولم يعد هناك أي شيء اسمه المصلحة العامة، والمشكل العويص

1- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 107.

2- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 23.

3- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 108.

4- جان جاك شوفالييه، المرجع السابق، ص 132.

5- المرجع نفسه، ص 136.

في نظره، أن الحكومة لا تستطيع أن تخلق الرجال الفضلاء، طالما كانت الناحية الأخلاقية منعقدة. (1)، كما ذهب سينيكا إلى أن الرجل الحكيم (الواعي) ينبغي أن يزوي بالانسحاب من المجتمع الذي يعيش فيه، وأصر على قيام الرجل العالم بواجبه الأدبي تجاه المجتمع، وبالتالي فهو يتصور وظيفة للمثقف (كلما كان الرجل مثقفا، كلما كان واعيا أكثر بالأمر المحيط به)، من خلال مشاركة اجتماعيا حتى ولو لم يتقلد منصبا سياسيا. (2)

وينبغي للرجل المصلح في نظره أن لا يزوج نفسه في خضم الأحداث التي تجري من داخل المجتمع الفاسد والمنحل، بل يجب أن يسعى لتعليم الناس وإفادتهم بتعلمه وخبرته، وينصح كل رجل أن لا يحترف السياسة لأنه من الصعب على الرجل الفاضل أن يؤدي واجبه مادام المحيط الذي يعيش فيه مكثفا بالغيوم السوداء ومصابا بانحلال خلقي وسياسي، أما الرجل المفيد والخلاق فهو ذلك المصلح الذي يتطوع للعمل من تلقاء نفسه، بدون أن يحتل منصبا سياسيا، ومن غير أن يتمتع بسلطة عليا، لأن هذه الأعمال تنبع من الإنسان وشعوره بالمصلحة العامة. (3)

يقول سينيكا: "احذر من تصبح قيصرا، ومن أن تدع نفسك تتأثر به، لأن هذا هو ما يحدث، ابق بسيطا، طيبا، طاهرا، وقورا، طبيعيا، صديقا للعدالة، تقيا، عطوفا، ودودا، مصمما على العمل كما ينبغي...، كم هم مبتذلون رجال السياسة هؤلاء، الذين يعتقدون أنهم يتصرفون كفلاسفة، أذكر لي أسماء الاسكندر، وفيليب، وديميتريوس، وسنرى إذا ما عرفوا جيدا ماذا كانت تريد الطبيعة الكلية، وما إذا ثقفوا أنفسهم، أما إذا لعبوا دورا مأساويا، فلا شيء يدعو لتقليدهم، أن طريقة عمل الفلاسفة بسيطة ومتقنة فلا تدفعني للغرور... ماذا كان الاسكندر وقيصر، وبومبي، إلى جانب ديوجين، وهيراقليطيس، وسقراط...؟ ماذا أعطوا، ولأي شيء كانوا مستعبدين؟ (4)

**الفلسفة السياسية في الإسلام:** جاء الإسلام فوجد العرب الذين كانوا متفرقين قبائل وعصبيات، وكون منهم أمة واحدة قوية متماسكة، وأسس لهم دولة اتسعت حدودها تضم أجناسا شتى، وممالك وإمبراطوريات كان لها شأو بعيد في الحضارة والمدنية القديمة، ووجد المسلمون في القرآن الكريم والسنة النبوية، أهم أركان التشريع الذي ساروا عليه في تنظيم مجتمعهم،

1- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 110

2- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 24

3- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 111.

4- جان جاك شوفالييه، المرجع السابق، ص 141.



وتسيير دفة أمورهم، من هنا لم يفصل الإسلام بين الدين والدينا، ولم يأخذ بما أخذت به العصور الوسطى المسيحية، من التفرقة بين سلطة الكنيسة وسلطة البابا، أو سلطة الصليب والسيف.

لذلك لم يكن للفيلسوف الإسلامي الذي يحاول البحث في نظام مجتمعه السياسي، أن يغفل الشريعة وأحكامها، وكان لابد أن يتأثر الفكر الفلسفي السياسي بما توصل إليه فقهاء الإسلام ومتكلموه، الذين عكفوا على تفسير العقيدة، واستنبطوا الأحكام والقواعد العلمية لنظام الدولة وحياة المجتمع مستنيرين في كل ذلك بكتاب الله وسنة رسوله محمد" صلى الله عليه وسلم"، أو ما توصل إليه الصحابة أو الفقهاء من نتائج استخلصوها بالاجتهاد بالرأي أو القياس.(1)

ومن ذلك الحديث الشريف: "من أصبح ولم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم"، والاهتمام هو التدبر لرعاية الشؤون، ورعاية الشؤون هي السياسة، والوعي هو الإدراك المركز، والوعي السياسي هو النظرة إلى العالم من زاوية خاصة لأن النظرة إن لم تكن من الزاوية المذكورة، كانت سطحية لا وعيا، أما النظرة إلى المجال المحلي وحده، فتفاهة لا غير.(2)

والوعي السياسي في الإسلام لا يخص السياسيين والمفكرين، وإنما هو عام، ويمكن أن يكون حتى لدى العامة، والأميين، كما يمكن إيجاده لدى العلماء المتعلمين، والوعي السياسي حاجة ملحة لا غنى عن تأمينها لدى الأمة الإسلامية وبدون هذا الوعي لا يمكن إدراك قيمة الإسلام في حياة الأفراد والمجتمع.(3)

وبالإضافة إلى الفقهاء وعلماء الدين، كانت هناك أيضا مصادر تستمد منها الفلسفة السياسية في الإسلام مثل التفكير العلمي، الذي سار عليه الأمراء والوزراء، أو وصايا الحكماء، والأدباء، ومن ذلك كتاب "أخلاق الملوك" المنسوب للجاحظ، وكتاب "سراج الملوك" لأبي بكر الطرطوشي، وكتاب "كليلة ودمنة" لابن المقفع، الذي ترجمه عن الفارسية.

وتأثر الفكر السياسي الإسلامي بالتراث اليوناني واضح كل الوضوح، وكان أعظم تأثرهم بفلسفة أفلاطون، حيث كانت غايته السياسية عندهم تحقيق السعادة في الدنيا والآخرة، على نحو ما ذكر "الفارابي"، فألف مؤلفيه "تحصيل السعادة" و"تبيينه على سبيل السعادة"، ولقد وجدوا في

1- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 49

2- سميح عاطف الزين، الإسلام وثقافة الإنسان، ط 8، لبنان، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1982، ص 708.

3- سميح عاطف الزين، الثقافة والثقافة الإسلامية، ط 4، لبنان، بيروت، الشركة العالمية للكتاب، 1993، ص 691.

مؤلفات أفلاطون السياسية "الجمهورية" و"القوانين"، كما وجدوا في كتاب "الأخلاق"، ما يحقق هذه العادة، فارتبطت الأخلاق السياسية، كما ارتبطت بالشريعة، وبما نص عليه الوحي.

وأفصحت الفلسفة السياسية في الإسلام عن أهمية النبوة في توجيه أمور المجتمع وسياسة البشر، وعملوا على التوفيق بين ما يدعوا إليه الدين وما تدعو إليه الفلسفة، ومن هنا كانت الغاية من العقل والوحي واحدة، وعملوا على التوفيق بين الفلسفة والشريعة.(1)

وعلى ضوء هذه الأسس قامت الفلسفة السياسية في الإسلام، ويمكن لنا أن نتخذ نموذج لنوضح ذلك عند الفارابي، وهو رأس من تمثلوا لتراث اليونان، وله شرح مختصر على نواميس أفلاطون.(2)

الفارابي: (حول 870، 950م) أبو نصر الفارابي أشهر فلاسفة الإسلام، وأستاذ ابن سينا، لم يتخلى عن النظر في شؤون السياسة، وتدبير أمور العمران البشري، كان أبو نصر فيلسوفاً، موسيقياً، أديباً، شاعراً، وعالماً بشؤون الثقافة في عصره.(3)

تعادل منزلة الفارابي منزلة أفلاطون عند اليونان، إذ قدم أهم محاولة للتوفيق بين الفلسفة، وبين ما ينبغي أن تكون عليها الحياة السياسية والدينية، لكي تتحقق السعادة والحياة الصالحة الكاملة للبشر، ومن أهم مؤلفاته في مجال الفلسفة "السياسة المدنية وتحصيل السعادة"، وكتاب "آراء أهل المدينة الفاضلة".

ويتفق الفارابي مع أفلاطون كثيراً إذا ما قارنا بين كتاب القوانين لأفلاطون، وكتاب آراء أهل المدينة الفاضلة، فكلاهما يبدأ فلسفته السياسية من قضية أساسية هي تأكيد وجود الله والعناية الإلهية.(4)

هذا ويفرد الفارابي فصلاً كاملاً في ذكر خصال رئيس المدينة الفاضلة، فيقول هذا هو الرئيس الذي لا يرأسه إنسان، هو الإمام وهو الرئيس الأول للمدينة الفاضلة، ولا يمكن أن تصير هذه الحال إلا لمن اجتمعت فيه بالطبع اثنا عشر خصلة قد فطر عليها، ومنها أن يكون تام الأعضاء، جيد الفهم والتصور لما يقال، جيد الحفظ لما يسمع، جيد الفطنة، ذكياً، حسن العبادة، محباً للعلم،

1- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 50

2- المرجع نفسه، ص 52

3- علي شلق، العقل السياسي في الإسلام، لبنان، دار الهدى للطباعة والنشر، 1985، ص 70

4- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 53.

غير شره في المأكول والمشروب، محبا للصدق محبا للكرامة، وأن يكون الدرهم والدنيا هينة عنده، محبا للعدل ومبغضا للحدور.

وبالإضافة إلى هذه الصفات الأخلاقية الفطرية، يشترط له من الصفات المكتسبة، التضلع في الفقه، والقدرة على مباشرة أعمال الحرب، ذلك أن الفارابي، قد اختلف عن أفلاطون وأرسطو إذ تصور إمكانية قيام دولة تظم المجتمع الإنساني كله، وأجاز الحرب المقدسة لنشر رسالة الإسلام على الأرض، فلم يكفي بتبرير الحرب الدفاعية، وهو يستعمل كلمة الجهاد في كتاب "الفصول المدنية"، الذي يعد تلخيصا للقوانين.

ولم تكن عنايته بقيام الدولة المثالية إلا محاولة منه لتوحيد الأمة الإسلامية، وعودة الخلافة القوية، في ظل حاكم مركزي قوي بعد أن ضعفت الخلافة العباسية، وقامت الدويلات، ذات الفرق والاتجاهات الدينية المختلفة، وكثر الشقاق بين الفرق الإسلامية من معتزلة، وشيعية، وخوارج. (1)  
لم ينل الوعي السياسي اهتمام الفلاسفة و المفكرين الإسلاميين لانشغالهم وتركيزهم على أمور أكثر أهمية مثل تسيير أمور الدولة الإسلامية، وأمور الحكم. (2)

**قضية الوعي السياسي في عصر النهضة:** مع بداية عصر النهضة، بدأت مرحلة جديدة في الفكر السياسي، والاجتماعي، كان لها أثرها في الفلاسفة والمفكرين الاجتماعيين، والسياسيين الذين جاءت أفكارهم معبرة عن التغيرات السياسية والاجتماعية والمعرفية الجديدة في أوروبا، وبرزت أسماء كان لها بصماتها على الفكر السياسي والاجتماعي فيما بعد، وكان من أبرزهم:

**مكيافيللي:** "MECHIAVELLI NICOLAS" (1469، 1526م) كانت النظريات

السياسية التي تركز على اعتبار الدولة هيئة تستهدف خدمة المصالح العليا للأفراد، مثل العدالة، وتوفير الحياة الكريمة، والحرية، ولما جاء ميكيافلي، حمل معه نظرية دينامية تجعلها هيئة تبحث عن القوة والعظمة، كي تضمن لنفسها البقاء وتدعم نفوذها، وبهذا يكون فصل القوة عن الأخلاق والدين، فالدولة في نظره نظام له قوة مستقلة عن بقية الأشياء، فإذا كانت الدولة قوية ومنظمة فإن بقية الأشياء كلها تتحسن وينعم الناس بمزاياها وفوائدها، أما إذا كانت الدولة ضعيفة وغير

1- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص، 5.

2- المرجع نفسه، ص، 61.

قادرة على انتهاج سياسة واضحة المعالم، فإن كل شيء يتدهور وفي نهاية الأمر و تعم الفوضى في البلاد. (1)

كان نيقولا "ميكيافلي" سياسيا واقعيا، مغايرا لمن ناقشناهم، فيمن تناولوا السياسية من منظور فلسفي، وأخلاقي، أو ديني، لذلك كان اهتمامه الرئيسي منصبا على التوعية، وكيفية الوصول إلى السلطة والاحتفاظ بها. (2)

وقد حاول ميكيافلي أن يبين ما ينبغي أن يكون عليه سلوك الأمير إزاء رعيته وأيضاً أصدقائه، وأعدائه من الملوك والأمراء، فقد ذهب إلى أن الأمير يعيش في جو من المخاطر أهمها المخاطر الداخلية، من سلوك الرعية، والمخاوف الخارجية من الدول المجاورة. ولهذا فإن الغرض من السياسة عند ميكيافلي هو المحافظة على القوة السياسية وزيادتها، وهذا هو معيار نجاحها أو فشلها، والأمير الذي يهتم به ميكيافلي هو التجسيد الكامل للفكر الواعي، والثاقب الذي يستغل فضائله ووزائله، على حد سواء لتحقيق نظام فعال للحكم. (3)

ومن الصفات الأساسية التي يقترحها على الأمير: عدم الانفعال، والاستفادة من الفرص التي تتاح له، وأن يكون له من القوة ما يمكنه ارتكاب المعاصي إذا اقتضت مصلحة البلاد ذلك، وأن يكون نبيا، ولبقا، بحيث يفهم نفوس البشر جيدا، وأن يكون مستعدا لمحاربة الشر بالشر، وأن يستعمل الناس لقضاء أغراضه حسبما تتطلبه الظروف، وأن يكون واثقا من نفسه ولا يهاب ولا يتردد، وأن يتخلص من الجنود المرتزقة وينشأ جيشا وطنيا من أبناء بلاده. (4)

أما في مجال السياسة الخارجية فيقول ميكيافلي: "أن الأمير الجديد يحتاج بشكل بديهي، لأن يكون خصوصا متربصا لمخططات جيرانه، ويجب عليه أن يكون في نفس الوقت، أسدا و ثعلبا، فإن لم يكن إلا ثعلبا فإنه لن يرى الفخاخ، إلا أن الغابة الدولية مليئة بالفخاخ، وإن لم يكن إلا ثعلبا فإنه يكون عاجزا أمام الذئاب، إلا أن الغابة مليئة بالذئاب، أنه يحتاج على حد سواء، لأن يكون ثعلبا من أجل كشف الفخاخ، وأسدا من أجل ترويع الذئاب". (5)

1- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص ص. 123، 125.

2- ستيفن ديلو، المرجع السابق، ص 209.

3- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص ص، 17، 28.

4- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 128.

5- جان جاك شوفالييه، المرجع السابق، ص 243.

ومن هنا يمكن القول بأن ميكافللي اهتم بالوعي السياسي للحاكم القوي، ودوره في خلق نظام الحكم الفعال، فالحاكم الواعي إذن ليس المهندس الذي يبني الدولة فحسب، ولكن أيضا مهندس المجتمع بكل سنته الأخلاقية، والدينية والاقتصادية، وهذا يعني أن ميكافللي يربط بين وعي الحاكم وقدرته على إحداث التغيير الاجتماعي، والسياسي في المجتمع.

وعلى الرغم من تصور ميكافللي للواقع الذي اعتمد على التجربة التي اكتسبها نتيجة مشاهداته السياسية، واطلاعه على التاريخ السياسي، إلا أنه لم يقدم إلا مجرد مجموعة من قواعد العمل التي ينبغي على الأمير الالتزام بها، لتأكيد سلطانه وأنه قد صور هذه القواعد من الواقع بالملاحظة، وهو إذا ارتبط في تصويره لهذه القواعد بملاحظة الواقع، فيكون قد بدأ علميا، بيد أنه إذا وقف من ثانيا ملاحظة الواقع عند حد تصوير قواعد العمل السياسي التي تقتضيها فاعلية الحكم، يكون قد انتهى بواقعيته إلى "ما يجب أن يكون"، ولذلك يرى البعض "أن منهجه لا ينتمي إلى العلم التجريبي بمدلوله المعاصر الذي يبدأ من الواقع لينتهي إلى تفسيره والكشف عن حقائقه، وليس إلى التغيير فيه إلى جانب ما يجب أن يكون عليه".

**جان بودان: "JEAN BODIN"** اهتم جون بودان في كتبه الستة للدولة 1576م بمفهوم السيادة واعتبرها الأساس الذي يدور حوله التنظيم السياسي وهو الدولة، ومن خلال اهتمامه بالدفاع على الملكية المطلقة في عصره، جعله غير مهتم بموضوع الوعي السياسي للحماهير التي طالبها بالخضوع للملك صاحب السيادة. (1)

ويرى بودان أن الدولة هي صاحبة السيادة، وتتلخص أفكاره في مايلي:  
على الناس أن يظهروا نوعا من الطاعة السلبية للحكام، والدولة قوة تسعى للمحافظة على نفسها كقوة، وأن قوة الدولة فوق قوة الجميع، وأن الدين مسألة تخص كل فرد، والوحدة ليست في الدين وإنما في الدولة، وهي -الدولة- التي تتحكم في الدين. (2)

**توماس هوبز: "THOMAS HOBBS"** اهتم بفكرة العقد الاجتماعي، التي أقام على أساسها المجتمع البشري، وكانت هي نفسها فيما بعد أساسا راسخا للديمقراطية (3) وأسند "هوبز"

1 - صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 28، 29.

2 - عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 130.

3 - صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 30.

سلطة الملك إلى فكرة وجود "عقد اجتماعي" يرضى به الشعب، وكان اشترط الرئيس في هذا العقد أن توجه الحكومة لحماية حرية الأفراد، ومن ثم كان للناس أن يتفقوا في ظل هذا العقد الاجتماعي الجديد، الذي نظر إليه "هوبز" على أن يخضعوا إلى حكم نظام ملكي قوي مقابل حرية شخصية يضمنها الملك ويرعاها. (1)، ومع فكرة العقد الاجتماعي، ظهرت فكرة الحرية السياسية من جديد، وقد خصص لها فصل في كتابه الشهير "التنين leviathan"، وقد فهم الحرية على أنها السلوك الذي لا تصادفه عقبات أو أنها الفعل الذي لا يقف أمامه عوائق أو قيود، فيقول: "الإنسان الحر هو الذي لا تعوقه العوائق على فعل ما يرغب فعله". (2)

فالحرية عند هوبز كالماء مثلا إذ ينحدر من أعلى الجبال إلى الوديان ما لم يوجد عائق خارجي يمنع حركته، فعندئذ تتصف حركته بالحرية، ومن هنا يكون الأفراد أحرارا طالما لا تعوق إرادتهم القوانين، وعليهم أن يخضعوا للقوانين ويسيروا بمقتضاها إلا في حالة واحدة هي إذا تعارضت مع حفظ بقائهم" (3)

**جون لوك: "John Locke" 1632، 1704م، يعد "لوك" مؤسس الاتجاه الديمقراطي الليبرالي في الفلسفة السياسية، وكان من أهم ركائز الثورة على الحكم التعسفي، والسلطان المطلق للملوك، والكنيسة، والمدافع الأكبر على كفاح الطبقة البرجوازية النامية من أجل حصولها على أكبر قدر من الحرية السياسية، والاقتصادية، في مقابل الحكم الإقطاعي، ومن أبرز المدافعين على إقامة حكم دستوري، وتحقيق الحرية الفكرية والتسامح الديني. (4)، لم يقف لوك عند مخالفة "هوبز" في تصويره لحالة الطبيعة، وإنما راح يخالفه في تكييفه لطبيعة العقد السياسي وفي مضمونه وآثاره، فالجميع عند لوك أطراف في العقد بما في ذلك أعضاء الهيئة الحاكمة يلتزمون به جميعا، وأن الناس لم يتنازلوا عن حرياتهم وحقوقهم الطبيعية جمعا، وإنما عن ذلك الجزء اللازم منها لحماية وتدعيم ما تبقى لهم، فالحقوق والحريات الطبيعية عنده مستمرة بعد قيام الجماعة السياسية، أن العقد لا يُنشئ إلا هيئة سياسية مقيدة السلطات، فإن تعدت سلطاتها أو ظلت غايتها انحل الرباط بينها وبين الشعب مصدر كل سلطة، وأصبحت مقاومتها مشروعة. وإن تعسف من**

1- ستيفن ديلو، المرجع السابق، ص 241.

2- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 30

3- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 82.

4- أميرة حلمي مطر، المرجع السابق، ص 86.

يتولون السلطة استعمال السلطة على غير مقتضيات العقد، كان للشعب أن يياشر سلطته العليا- نتيجة لوعيه السياسي- فيغير شكل الحكومة، أو يسند الحكم إلى غير القائمين به. (1)

**جان جاك روسو "J.J.ROUSEAU": 1712، 1778م** تتميز أفكار "روسو" بالدقة وإعطاء سيادة الشعب اعتبارها، فالإنسان في نظره أناني وتتضارب مصلحته مع المصلحة العامة، لكن مصالح الأفراد المختلفة هي التي تدفعهم إلى الاتفاق على عقد اجتماعي، يعتبر ضروريا لتوفير الأمن والاستقرار في كل مجتمع. "ويعتقد روسو أن أية حكومة، لديها استعداد دائم نحو الفساد وتغليب المصالح الخاصة لأفرادها على المصالح العامة، ومن ثم فالفساد محتمل باستمرار، ولهذا وجب على الشعب ألا يقف موقفا سلبيا، وإنما عليه أن يسهر على صيانة القوانين، وأن يهتم بشؤون الحكم في بلده، وأن يكثر الشعب من اجتماعاته لمناقشة الأعمال الحكومية، فتلك هي الشروط الأساسية لاستمرار الحكم الديمقراطي السليم.

والشيء الملاحظ على نظرية "روسو"، أنه يحرص على وضع السلطة في يد الشعب، لا في يد الحاكم، وأن توكيل الحاكم باتخاذ القرارات نيابة عن الشعب، لا يعني أنه صاحب السيادة أو السلطة المطلقة، فالشعب في رأيه، يحتفظ لنفسه بحق محاسبته إذا أخطأ، وإبعاد من الحكم إن أساء التصرف. (2)

وبالتالي فإن روسو يرى بأن الشعب على درجة من الوعي السياسي، التي تسمح له بمراقبة ومحاسبة الحاكم حول الأخطاء التي يقوم بها، أو إذا أساء التصرف في السلطة. وعلى الرغم من أن قضية الوعي السياسي، لم تكن من القضايا التي عالجها روسو، إلا أن مطالبته بضرورة رقابة الشعب، على حماية القوانين، واهتمامه بشؤون الحكم، إنما تشير إلى اهتمامه بأهمية الوعي السياسي، ودوره في الحفاظ على الديمقراطية والقانون.

**منتسكيو "MONTESQUIEAY": 1689، 1755م** ينتمي إلى عائلة نبيلة مشهورة، تقيم في "بورجو" الفرنسية، اشتهر بكتابه "روح القوانين" الذي كتبه سنة 1748م، وحاول فيه أن يدافع على الحرية عن طريق توضيح وظائف السلطة التشريعية، والتنفيذية، والقضائية. (3)

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 31، 32.

2- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 144.

3- عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 142.

اهتم من خلال كتابه "روح القوانين"، بأهمية الربط بين البيئة الجغرافية، والاقتصادية والتاريخية، وبين النظام السياسي، وحلل النظم السياسية في إطار بيئاتها مركزا على أثر العوامل الإيكولوجية، كالمناخ، والتربة، والسكان، والعلاقات بين الأجناس والدين والأخلاقيات، والعادات، وقد دفعه هذا الإدراك لطبيعة أثر البيئة المحيطة بالنظام على بناءه ووظائفه، إلى تجاوز نص القوانين للوصول إلى روحها. (1)

يقول "متسكيو" في هذا الصدد: "أن عدة أشياء تحكم البشر، المناخ، الدين، القوانين، والمبادئ الأساسية للحكم، الأخلاق، وأساليب السلوك، ومن هنا تتشكل روح عامة تنجم عنها. ويقدر ما يؤثر أحد هذه الأسباب في أمة بمزيد من القوة، بقدر ما تستسلم له الأسباب الأخرى. (2)

رغم ما تضمنته كتابات مفكري عصر النهضة من أفكار تنكرت لأساليب التفكير الفلسفي الوسيطة، وهيأت الجو الملائم للاتجاه التجريبي، إلا أن النظرة الفلسفية ظلت هي المتسلطة في تلك الحقبة على روح العصر، وكل ما في الأمر أن أخلاقيات الكنيسة لم تعد هي وحدها التي تمثل المقدمات التي يبدأ منها فلاسفة المجتمع، وإنما انفسح المجال إلى جانبها للمقدمات العقلية البحتة، كما يتضح أيضا تركيز المفكرين على الدولة، مع بداية الاهتمام بالحرية الفردية، والتي كان لها أثرها فيما بعد في اهتمام المفكرين بموضوعات المشاركة والمعرفة والوعي السياسي. (3)

**قضية الوعي السياسي في القرن الثامن عشر:** شهد القرن الثامن عشر، العديد من الأفكار التي كان لها آثارها على الفكر الاجتماعي، والسياسي، والتي منها الفصل بين العلم والفلسفة، ونمو النزعة التجريبية، ومحاولة تطبيق مناهج العلوم الاجتماعية في فهم ودراسة مسكّنات المجتمع، وأزمات الإنسان، خاصة تلك المشكلات المترتبة على الثورة الصناعية، وقد أحدثت مثل هذه الأفكار تغييرا جذريا في مجال المعرفة الاجتماعية والسياسية، مما كان له صدها في تفسير الظواهر الاجتماعية، والسياسية، وفقا لقواعد المنهج العلمي.

وفي هذا الإطار ولدت فكرة قيام علم دراسة المجتمع، وقد وردت عبارة " الفيزياء الاجتماعية" في فلسفة سان سيمون saint Simon للدلالة على المعرفة الاجتماعية، متأثرة

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 35.

2- جان جاك شوفالييه، المرجع السابق، ص 415.

3- صابر عبد ربه، مرجع سبق ذكره، ص 35، 36.



بمفاهيم علم الفيزياء، وقد استخدم "كونط" في بادئ الأمر هذه العبارة للدلالة على علم المجتمع كعلم موضوعي، وأعطاه فيما بعد اسمه المعاصر "علم الاجتماع"، وقد عبر "دوركهايم Durkheim" عن نفس الفكرة من بعد كونط عندما ذهب بأنه يتعين أن نعالج الأحداث الاجتماعية بنفس منهج العلوم الطبيعية (الملاحظة والتجريب). وقد تزامن مع هذه التحولات، تغيرات اجتماعية وسياسية جديدة، ناتجة عن الثورة الصناعية، التي أفرزت المعبرين عنها في مجال الفكر الاجتماعي، والسياسي والمعرفي، ولعل أبرز هؤلاء "عمانوئيل كانط E.KANT" و"هيجل HEGEL" و"ماركس MARX"، وغيرهم من المفكرين، فقد كان "كانط" المؤطر الفلسفي للعقل الغربي الحديث أو الحدأة الأوربية، بصفته امتدادا لديكارت، أما هيجل فتضمن فلسفته السياسية عنصرين هامين هما: الجدل ونظريته في الدولة القومية، باعتبارها تجسيدا للسلطة السياسية. (1)

ويرى البعض أن هيجل هو أبرز من ناقش قضية الوعي السياسي، وساهم في تطويرها، فقد ذهب إلى أن أولى عمليات الفهم وأبسطها، تبدأ بالتجربة الحسية، كما أن ارتقاء الوعي إلى مستوى الفهم يعني الارتقاء إلى مستوى المطلق الذي يتجاوز الظواهر المحسوسة إلى ما وراء العالم الظاهر من أجل الغوص في أعماق الباطن. وقد كانت لفلسفة هيجل تأثيرها في المذاهب السياسية التي شهدها القرن التاسع عشر.

وكان للتيارات الفكرية التي انطلقت في القرن الثامن والتاسع عشر، آثارها في الفكر السياسي في القرن العشرين، والذي شهد منذ بداياتها العديد من الأحداث الجسام، فقد شهد تحولات جذرية وعميقة شملت كافة أوجه الحياة الفكرية، والثقافية، والعلمية، والسياسية والاجتماعية، ونتج عن تلك التحولات، والتغيرات، بزوغ العديد من الاتجاهات، والتيارات في كل مناحي الحياة ومظاهر النشاط الإنساني، ومنها بالطبع السياسي (2)، إضافة إلى بروز جماعات الضغط، والأحزاب السياسية التي تلعب دورا هاما في تشكيل الحياة والعلاقات السياسية، وأيضا وضوح دور الرأي العام في التوجيه السياسي.

وكان من بين القضايا التي بدأ الاهتمام بها سواء من علماء السياسة أو الاجتماع، قضية

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 37-39.

2- المرجع نفسه، ص 41، 42.

العلاقة بين الفرد والمجتمع، ودور الفرد في الحياة السياسية، وبات واضحاً أنها علاقة عضوية مركبة، ليس فيها سابق أو لاحق، فالفرد لا يوجد إلا في مجتمع، كذلك لا يقوم المجتمع إلا على أساس الأفراد، وكان لاهتمام علماء السياسة والاجتماع بقضية العلاقة بين الفرد والمجتمع، دوراً مهماً في الاهتمام بالقضايا المرتبطة بالوعي السياسي كالمشاركة السياسية، والسلوك السياسي، والانتخابات وغيرها من الموضوعات التي أدت إلى ظهور العديد من المفاهيم والنماذج البحثية الجديدة، لعل أبرزها الثورة السلوكية في علم السياسة، ومفهوم النظام السياسي الذي أخذ يحتل المكانة التي كان يحتلها مفهوم الدولة من قبل.

ومن العرض السابق يمكن استخلاص النقاط التالية:

- 1- ارتبطت المعرفة السياسية منذ الفكر اليوناني القديم، بالاعتبارات الفلسفية والأخلاقية، فقد كان المفكرون السياسيون، يسعون إلى تصوير ما ينبغي أن يكون عليه المجتمع، وكانوا ينشدون في مجال التنظيم السياسي قواعد مثالية دون الاهتمام بواقعه.
  - 2- لم تكن قضية الوعي السياسي، من بين القضايا التي استحوذت على اهتمام المفكرين السياسيين، وبالتالي لم يكن هناك نظرية حول موضوع الوعي السياسي في الفكر الكلاسيكي، بل سيطرة النظرة الفلسفية، والقانونية، والتاريخية على دراسة الموضوعات السياسية.
  - 3 - أن الدراسات السياسية تأثرت منذ عصر النهضة -كغيرها من الدراسات الإنسانية- بالترعة التحررية والاتجاه نحو التجريب والمنهج العلمي. (1)
  - 4 - تعد محاولات كل من "كانط" و "هيجل"، من أولى المحاولات التي اهتمت بموضوع الوعي السياسي بشكل منظم ومتعمق. بالرغم من عدم استنادها على منهج علمي، وارتباطها بأراء ذاتية لهاذين المفكرين.
  - 5- إن موضوع الوعي السياسي لم ينل القدر الكافي من الاهتمام من جانب الفلاسفة والمفكرين السياسيين، وربما يرجع ذلك إلى انشغالهم بأشكال الحكومات وطبيعة السلطة، وغيرها من الموضوعات المشابهة.
- ويمكن القول أن بداية الاهتمام بالوعي السياسي قد جاء نتيجة تغيير نظرة العلماء إلى السلطة

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص- ص، 44-46.

وممارستها في الواقع، وانتشار مفاهيم الديمقراطية وما يرتبط بها من حق المشاركة والتصويت وتكوين الأحزاب السياسية والتقارب وسيادة الشعب، وكذا التقارب بين كل من علم السياسة وعلم النفس وظهور علم النفس السياسي، وعلم السلوك السياسي، وهو ما أدى إلى الاهتمام بدراسة الموضوعات كالتنشئة السياسية والإدراك والوعي والدوافع والشخصية والسلوك السياسي سواء الفردي أو الجماعي. (1)

**الاتجاهات السوسيولوجية والاهتمام بالوعي السياسي:** احتلت قضية الوعي السياسي مكانة واضحة في التراث السوسيولوجي، وتباينت بشأنها آراء وأفكار العلماء الاجتماعيين طبقاً لاهتماماتهم، واتجاهاتهم في دراسة المجتمع والظواهر الاجتماعية، كما نالت قضية الوعي السياسي، اهتمام علماء السياسة أيضاً، خاصة مع بداية الاتجاه السلوكي في الدراسات السياسية التي يعتبرها البعض الميلاد الثاني لعلم السياسة، وفيما يلي نعرض لآراء علماء الاتجاه الوظيفي حول قضية الوعي السياسي:

**الاتجاه البنائي الوظيفي:** تشكل البنائية الوظيفية، اتجاهها أو تيارا من التيارات السائدة في علم الاجتماع، ويسمى أحيانا الاتجاه البنائي الوظيفي، وينظر هذا الاتجاه إلى المجتمع على باعتباره نسقا اجتماعيا مترابطا ترابطا داخليا، ينجز كل عنصر أو مكون من مكوناته وظيفة محددة. (2)

كما يرى مفكرو هذا الاتجاه، المجتمع على أنه نسق SYSTEM، يتكون من وحدات اجتماعية متكاملة، وأن لوظيفة وبناء هذه الوحدات، فاعلية في تحقيق التوافق إلى جانب احتياجات النسق الاجتماعي، وينظرون إلى العلاقات الخاصة ببناء الأجزاء والوحدات وعمليات النسق الاجتماعي على اعتبار أنها أنساق يرتبط بعضها بالآخر من خلال قيم وأهداف عامة في الغالب تكون مشتركة. (3)

والاتجاه الوظيفي لا يعنى كثيرا بدراسة الإطار التاريخي، والسياق البنائي للنظم السياسية، ذلك أنه يعتمد اعتمادا أساسيا على تحليل النشاطات السياسية، كما تبدوا في الواقع الفعلي، وبغض

1- المرجع نفسه، ص 48، 47.

2- عبد الباسط عبد المعطي و عادل مختار الهوارى، في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 198، ص 99.

3- صابر عبد ربه، مرجع سبق ذكره، ص 52.

النظر عن طبيعة الوحدات البنائية، سواء كانت مجتمعات قبلية، أو أمم حديثة، أو مؤسسات دولية. ويذهب هذا الاتجاه، إلى أن علم السياسة يجب أن يهتم بدراسة مختلف أنماط السلوك السياسي، والجهود التي يبذلها الأفراد (وكذلك الجماعات) من أجل ممارسة السلطة السياسية، وعلى الرغم من أن هذا التحديد لمجال علم السياسة، يعود إلى القرن التاسع عشر، إلا أنه لقي قبولا كبيرا منذ منتصف القرن العشرين (1)

هذا ويعتمد الاتجاه الوظيفي في مجال الدراسات السياسية، على المسلمات الأساسية للاتجاه العضوي، الذي اعتمدت عليه نظريات علم الاجتماع المبكرة، حيث تؤمن الوظيفة بالاعتماد المتبادل بين عناصر المجتمع المختلفة، وتكامل الأجزاء في كل واحد، وهي المقولة ذاتها التي دارت حولها فكرة الاتفاق عند "كونط"، وفكرة الضمير الجمعي عند "دوركايم"، وفكرة التوازن عند "باريتو".

"أوجست كونط Compt Auguste" 1757، 1798م فيلسوف وعالم اجتماع فرنسي ولد في مدينة مونبلييه الفرنسية، وتخرج من جامعة البوليتيك (2).

قسم "أوجست كونط" موضوع الدراسة في علم الاجتماع، إلى فرعين رئيسيين هما "الاستاتيكا"، و"الديناميكا" (3)

وفيما يتعلق بفكرة كونط عن الوعي فتوضح من أفكاره حول علم الاجتماع الذي عرفه في مؤلفه "الفلسفة الوضعية" بأنه دراسة ظواهر العقل الإنساني والأفعال الإنسانية الناتجة عنه، والأفكار بالنسبة "لكونط" هي التي تحكم العالم، وتجعله منظما أو هي التي تحيله إلى حالة من الفوضى، والحالة الفكرية هي التي توجه وتحدد كل ماعدها من صور الحياة الاجتماعية، كما ذهب كونت إلى جوهر العملية التاريخية وهو تطور الفكر، والذي يرى أنه مر بثلاث مراحل (4) أو ما يسمى قانون المراحل الثلاث.

1- السيد الحسيني، علم الاجتماع السياسي: المفاهيم والقضايا، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعي، 1994، ص. 28.

2- عبد الوهاب الكيلاني، الموسوعة السياسية، الجزء 5، ط2، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1990، ص. 274.

3- علي عبد الرزاق حلب، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1991، ص. 177.

4- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص. 53.

فمنذ وجد البشر وهم يحاولون فهم الطبيعة الإنسانية، إلا أنهم لم يفكروا دائما بواسطة نفس الطرائق، ولم يصلوا إلا ما هم عليه حاليا، إلا بمرور ثلاثة أحوال أو عصور من متتالية: العصر اللاهوتي، والعصر الماورائي (الميتافيزيقي)، والعصر الوضعي. (1)

**دوركايم DURKHEIM**: 1858، 1917م، عالم اجتماع فرنسي، ولد في "أينال"، يعتبر زعيم المدرسة الفرنسية لعلم الاجتماع، ومنشئ علم الاجتماع الحديث، وأحد دعائم الحركة العلمية بصفة عامة، في النصف الثاني من القرن التاسع عشر. (2)

وأما عن اهتمام دوركايم بقضية الوعي، فتتضح من خلال مناقشته لمفهوم الضمير الجمعي "collective consciousness" الذي يصوغ الأشكال والقوالب التي يفكر من خلالها الأفراد، فهذا الضمير يمثل عنده الشكل الأعلى للحياة العقلية، حيث هو "وعي مجموعات الوعي"، وهذا يعني أن الضمير الجمعي عند دوركايم، يشير إلى المجموع الكلي للمعتقدات والعواطف العامة بين معظم أعضاء المجتمع، التي تشكل نسقا له طابع متميز، ويكتسب هذا الضمير العام واقعا ملموسا، فهو يدوم خلال الزمن ويدعم الروابط بين الأجيال، كما يؤكد دوركايم أن الضمير الجمعي يعيش بين الأفراد، ويتخلل حياتهم، إلا أنه يكتسب مزيدا من القوة والتأثير والاستقلال، حينما يتحقق نوع من التماثل الواضح بين أفراد المجتمع، ذلك أن الضمير الجمعي يعد نتاجا للتماثل الإنساني، وهذا هو الموقف السائد في المجتمعات التقليدية التي تتميز بالتضامن الآلي "mechanical solidarity"، حيث يسيطر هذا الضمير العام على عقول الأفراد وأخلاقهم.

ويمكن القول في شأن مساهمة دوركايم في مسألة الوعي: أنه يرى أن الوعي الجمعي سابق للوعي الفردي، لأن وجود المجتمع سابق على وجود الفرد - حسب رأيه -، وبالتالي فهو يؤكد على ضرورة انصياع الإنسان لما هو قائم في المجتمع.

هذا، ويمكن القول بأنه بعد الحرب العالمية الثانية، تلقت البنائية الوظيفية سهام نقد متتالية، ومن

1- أندريه كريسون، تيارات الفكر الفلسفي من القرون الوسطى حتى العصر الحديث، ترجمة: نهاد رضا، ط2، بيروت وباريس، منشورات البحر المتوسط ومنشورات عويدات، 1982، ص.319.

2- زيدان عبد الباقي، التفكير الاجتماعي نشأته وتطوره، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 1981، ص.355.

ثم كان عليها أن تطور نفسها وتحدد معالمها من جديد، وجاءت محاولات كل من "بارسونز T.Parsons" و"ميرتون R.merton". في هذا الإطار. (1)

ويمكن التعرف على رؤية بارسونز لقضية الوعي من خلال التعرف على نظريته في الفعل الاجتماعي، والتوجيه القيمي، ودور الأفكار والمعتقدات في الحياة الاجتماعية، ويرتكز الإطار النظري لبارسونز على أربعة مفهومات هي: "الفعل الاجتماعي social action"، "الموقف"، "الفاعل actor"، "توجيهات الفاعل actor's situation".

ويرى بارسونز أن كل فعل عبارة سلوك، ويتصف الفعل: بعنصر اتخاذ القرار الذي يقع بين المنبه والاستجابة، ووحدة التحليل: هي الفاعل الذي قد يكون فرداً، أو مجموعة، أو مجتمعاً، أما الموقف: فهو أي ظرف يكون الفاعل فيه مضطراً لاتخاذ قرار يختار بموجبه بين أدوار بديلة يقوم بها، وحين يوجد الفاعل في موقف ما ويكون عليه أن يقوم فيه بفعل معين فإن هناك ما يحدد اختياره لنوعية ذلك الفعل، وهذه المحددات هي ما أسماها "بالتوجيهات orientation"، وقد ميز بارسونز بين ما أسماه بالتوجيهات الدافعية، والتوجيهات القيمة.

وتشير التوجيهات الدافعية: إلى تلك الجوانب من توجيهات الفاعل نحو موقفه، والتي ترتبط بالإشباع أو الحرمان الفعليين أو الممكنين لاحتياجات الفاعل.

أما التوجيهات القيمة: فتشير إلى مراعاة بعض المعايير الثقافية، أو إلى تلك الجوانب من توجيهات الفاعل التي تجبره على أن يأخذ في اعتباره، إمكانية تطبيق معايير معينة ومحكات اختيار، حين يكون في موقف يسمح له بأن يختار السلوك الذي يقوم به. (2)

وفيما يتعلق بتصور بارسونز للنسق السياسي، نجد أنه يهتم بتوضيح دوره (وظيفته) في الحياة الاجتماعية متمثلاً، في متابعة أهداف الحياة الاجتماعية (تحديد الأهداف)، والعمل على بلوغها، ثم أنه انطلق في تحليله للنسق السياسي من "القوة" باعتبارها صلب بنية النسق السياسي، والقوة كما يتصورها بارسونز: هي قدرة المجتمع على تعبئة وتحريك موارده من أجل تحقيق الأهداف التي تعبر عن مصالح عامة، كما تعني أيضاً المقدرة على صنع قرارات نافذة، وهي تسري على كافة أعضاء

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص، ص56، 57.

2- المرجع نفسه، ص، ص59، 60.

المجتمع.

وانطلاقاً من مفهوم القوة كما يتصوره بارسونز، يمكن القول: بأن كل فرد في المجتمعات المتقدمة لديهم قوة، فأصحاب الأصوات الانتخابية لديهم قوة، شأنهم شأن رئيس الدولة، ففي حالة التصويت يتبادل كل من الطرفين حقه في استخدام القوة لصياغة العملية السياسية، والفكرة الرئيسية التي يقدمها بارسونز حول القوة، هي أنها تمثل "سلعة إيجابية" متاحة للاستخدام من كافة أعضاء المجتمع من أجل تحقيق أهداف مجتمعية، ومن ثمة تستفيد كافة الجماعات من استخدامها.

أما "روبرت ميرتون R. Merton": فيمكن أن نتعرف على اهتمامه بالوعي، من خلال معرفتنا لمناقشته للعلاقة بين الفرد والمجتمع، وتناوله لمفاهيم الامتثال والانحراف، ففي دراسته عن البناء الاجتماعي واللامعيارية، اهتم بتحليل المصادر الاجتماعية والثقافية للسلوك المنحرف، وحاول من خلال هذه الدراسة أن يبين كيف يمارس البناء الاجتماعي ضغوطاً محددة على أشخاص معينين في المجتمع لممارسة سلوك غير امتثالي، بدلاً من ممارستهم لسلوك امتثالي. وهذا يعني أن ميرتون نظر إلى السلوك الانحرافي باعتباره محصلة للبناء الاجتماعي. وتحدث حالة الامتثال، حين يتقبل الأفراد الأهداف الثقافية ويمثلون لها، وفي نفس الوقت يتقبلون الأساليب التي يحددها النظام الاجتماعي، بوصفها أساليب مشروعة لتحقيق هذه الأهداف.

ويتضح من مناقشة ميرتون، أن مصدر المعرفة- في رأيه- يرجع إلى بنية الثقافة السائدة في المجتمع، فسلوك الفرد يرتبط بالبناء الاجتماعي، والثقافة السائدة في المجتمع، فالأهداف والغايات، تحدد معايير المجتمع الثقافية التي تشكل الإطار المرجعي للطموح، وكذلك القواعد والإجراءات المسموح بها لسلوك الفرد، وتأتي استجابة الفرد نتيجة وعيه بهذه المكونات الثقافية، فإما يحدث الامتثال نتيجة تقبل الفرد للأهداف والقواعد التي تمكنه من تحقيق هذه الأهداف، وإما يحدث الاغتراب نتيجة عدم التوافق معها وبالتالي تصدر السلوكيات الناتجة عن وعي الفرد بالأوضاع التي لا تتناسب مع أهدافه، ولا تمكنه من تحقيق هذه الأهداف، فالرفض ومحاولة تغيير الواقع لا يتم بدون وعي الفرد بما يدور في المجتمع وإدراكه لأهمية التغيير الذي يبدو في سلوك التجديد أو التمرد. (1)

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق الذكر، ص- ص، 61-64.

واهتم "سوروكين Sorokin" بموضوع الوعي والمعرفة، وقد رد أشكال المعرفة إلى الثقافة، وانعكاس معايير الثقافة على المدركات العقلية للإنسان، ومن هنا كانت الصلة في تمايز العقليات، وتباين أساليب المعرفة، طبقا لاختلاف لون الثقافة السائدة، فالثقافة السائدة عند سوروكين هي "الأساس الوجودي" الذي عنه ينبثق الفكر وتشكل المعرفة عن طريق اكتساب السمات الثقافية، ومن ثم يتكون ما يسميه سوروكين "بالعقلية الثقافية culture mentality".

ويتضح من نظرية "سوروكين"، أنها تتميز بزعمتها التصورية، واتجاهها المثالي، حيث رد كل أشكال المعرفة إلى الثقافة، وانعكاس معاييرها على المدركات العقلية للإنسان.

ومما سبق يتضح أن اهتمام علماء الوظيفة بموضوع الوعي مرتبط بثقافة المجتمع وأثر المعايير الاجتماعية، و الثقافة في تشكيل الوعي الإنساني، ويرى "فارما varma" أن التحليل الوظيفي، لعب دورا مهما في بناء النظريات العامة، التي راح يقدمها علماء السياسة التحريبيون المعاصرون، تفسيراً للحياة السياسية من أمثال: "لاسويل laswell"، و"دال dall"، و"استون eston"، و"الموند almond"، وغيرهم.

وسوف يتضح عند الحديث عن "الاتجاه السلوكي" كيف تأثر أبرز علماء هذا الاتجاه بأفكار علماء الوظيفة، وخاصة نظريات "ميرتون" و"بارسونز"، كما تأثرت الصفوة بأراء الوظيفيين في رؤيتهم للوعي. (1)

**الاتجاه الماركسي:** أن التعرف على موقف الفكر الماركسي من قضية الوعي السياسي يتطلب التعرف على بعض المقولات التي شكلت البناء المنهجي للنظرية الماركسية، وتتكون الماركسية من شقين متكاملين، "المادية الجدلية"، و"المادية التاريخية".

والموضوع الأساسي للمادية الجدلية "dialectical materialism"، هو القضية الفلسفية التي تدور حول علاقة الوعي بالوجود، وتسلم الماركسية بأن المادة، والوجود أساس الوعي أو الفكر، فالوجود هو الأولي والوعي هو الثانوي. (2)

1- المرجع السابق، ص 68، 67.

2- المرجع نفسه، ص 69.



أما المادة التاريخية "historical materialism" فهي: علم القوانين العامة لتطور المجتمع،

وهي تعميم موضوعات المادة الديالكتيكية على دراسة الحياة الاجتماعية. (1)

كما أن المادة التاريخية، تعتبر مكونا أساسيا مهما من مكونات النظرية الماركسية، وهي في ذات الوقت تمد علم الاجتماع بإطاره التطوري الأساسي، أو بعبارة أخرى تعد نظريته الأساسية التي تقدم إجابة علمية في مسألة السوسولوجية المعرفية. (2)

والوعي أو العقل، وفقا للتصور الماركسي ما هو إلا ظاهرة تابعة للمادة، فالوعي لا علاقة له بدون الجسم، وما هو إلا إنتاج الدماغ، وبالتالي فإن المادة هي المعطى الأول أما الوعي أو العقل فإنه المعطى الثاني و التالي دائما، وينتج عن ذلك أن الوعي ليس هو الذي يحكم المادة ويقودها، وإنما المادة هي التي تحكم الوعي وتوجهه، وترى المادة الجدلية أن المادة لا تحدد الوعي وتوجهه بشكل مباشر أو توماتيكي، وإنما هي تفعل ذلك من خلال توسط المجتمع بينها وبين الإنسان. (3)

وفيما يتعلق بتطور المجتمع ذهب "ماركس" أن تطور المجتمع إنما هو نتاج للتفاعل المستمر بين الإنسان والطبيعة من خلال العملية الإنتاجية، وتعبير "الإنتاج" في رأي ماركس يحمل معنيين:

1- علاقة البشر بالطبيعة، وهذه العلاقة تحددتها "قوى الإنتاج" "force of production".

2- علاقة البشر فيما بينهم، ويعبر عنها: بعلاقات الإنتاج "relation of production". (4)

فقوى الإنتاج: "تعني الوسائل والآلات التي يؤثر بواسطتها في الطبيعة، كما تعني بالإضافة إلى الآلات، البشر الذين يستخدمونها بفضل ما يملكون من معرفة، ومهارة، وتقاليد مهنية، ومعارف اكتسبتها الأجيال المتعاقبة".

أما علاقات الإنتاج: "فهي مجموعة الروابط الاقتصادية التي تقوم بين الناس، كتنظيم العمل، وشروط التبادل، والبيع والشراء، وتوزيع المنتجات، وكل نمط من أنماط روابط الإنتاج، يتحدد قبل كل شيء، في نظر ماركس بشكل ملكية وسائل الإنتاج".

1- عبد الرزاق مسلم الماحد، مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع، بيروت، منشورات المكتبة العصرية، دون سن، ص93.

2- عبد الباسط عبد المعطي و عادل مختار الهوارى، في النظرية المعاصرة لعلم الاجتماع، الإسكندرية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1986، 50.

3- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص69.

4- المرجع نفسه، ص80.

ويتضح من فكر ماركس، أن هناك وحدة ديايكتيكية، بين قوى الإنتاج، من جانب، وبين علاقات الإنتاج، من جانب آخر، وهذا التناقض بين هذين الجانبين هو القوة المحركة للمجتمع. ويمكن تحديد بعض المقولات السوسولوجية، التي ارتكزت عليها التحليلات السياسية والاجتماعية عند "ماركس"، وخاصة فيما يتعلق منها بدور الأفكار السياسية في الحياة الاجتماعية والتفاعل بين النظام الاجتماعي، والنظام السياسي، وذلك على النحو التالي:

1- أوضح ماركس، أن الظروف المادية هي التي تحدد الأفكار، بمعنى أن الظروف المادية للناس هي التي تحدد وعيهم وليس العكس.

2- أوضح الفكر الماركسي، أن الأفكار السياسية مرتبطة بالأوضاع الاقتصادية التي يشغلها أصحاب هذه الأفكار، فالأفكار المسيطرة خلال كل عصر من العصور هي دائما أفكار الطبقة الحاكمة، فالأفكار والقيم الأخلاقية، والفلسفية، والدينية، والقانونية، التي تروج لها المؤسسات التعليمية وغيرها في المجتمع الرأسمالي (1)، هي أفكار البرجوازية التي تعرف: "بأنها طبقة أصحاب رؤوس الأموال، المالكين لوسائل الإنتاج"، الذين يوظفون العمال الأجراء التي تخدم مصالحها الاقتصادية، وتقلل من الوعي الطبقي للبوليتاريا التي تعرف بأنها: "طبقة العمال الأجراء OUVRIERS SALARIERS، الذين لا يملكون وسائل الإنتاج ومضطرون لبيع قوة عملهم"، من خلال "الوعي الزائف". (2)

3- يتضح من الفكر الماركسي، كذلك ربطه بين الطبقة، والسلوك السياسي، فقد أوضح ماركس أن الصراع السياسي بين الطبقتين الرئيسيتين في النظام الرأسمالي، وهما البرجوازية والبوليتاريا، ينشأ عن ظاهرة تقسيم العمل والخاصة لوسائل الإنتاج، واستغلال الطبقة الرأسمالية المالكة لوسائل الإنتاج للعمال.

4- ربط الفكر الماركسي بين التغير السياسي وزيادة الوعي الطبقي للعمال، فمع زيادة السكان، وتركز ملكية وسائل الإنتاج، ومع زيادة حجم الطبقة العاملة باستمرار، ومع سوء ظروف العمل التي تعيشها وتعظم الاستغلال يخلق لدى أفراد أعضائها وعيا بالمصالح المشتركة، وحينما يبلغ الوعي الطبقي درجة عالية، تبدأ هذه الطبقة في تنظيم صفوفها وتوجه نحو تحطيم جهاز الدولة،

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص72.

2- KARL MARX ET FRIEDRICH ENGELS, INSTITUT DU MARXISME-LENENISM, EDITION DES PROGRES, MOSCOU ; TOME 1, 1955, PAGE.25

وتحرير نفسها من الخضوع لسيادة البرجوازية، ويستحوذ العمال على وسائل الإنتاج. (1)  
تاريخ كل مجتمع - في رأي ماركس - منذ القدم وحتى أيامنا هذه، هو تاريخ الصراع بين الطبقات (2)، فذلك مبدأ أساسي لفهم حركة التاريخ الديالكتيكية، فالحرب التي تنشأ بين الطبقات المستغلة، والطبقات المستغلة، عبر التاريخ تنتهي في كل حقبة بإعادة تكوين المجتمع الثوري في عمومها (3).

ومما سبق يتضح أن ماركس هاجم المثالية و تزعم المادية، هنا وقد اهتم الماركسيون الجدد، والذين أعادوا قراءة الماركسية من الإطار التصوري والمنهجي لها، بقضية الوعي، ونذكر منهم: (4)  
جورج لوكاش George Lukacs: والذي اهتم بقضية الوعي من خلال مناقشته للطبقات الاجتماعية، والتي اعتبرها هي المحرك الأساسي للتاريخ، وهي العامل الأساسي في تشكيل الوعي، فالوعي الطبقي عند "لوكاش" ليس مجموع أو متوسط ما يفكر به الأفراد، فهذا الوعي الأمبريقي الآني السيكولوجي، أما الوعي الطبقي فهو رد الفعل - فكريا وموقفا وسلوكا - العقلاني المناسب لوضع خاص في عملية الإنتاج.

لوسيان جولدمان "L. Goldman": ذهب إلى أن الوعي الطبقي يتكون من الأفكار والمشاعر، التي يمتلكها أفراد الطبقة عندما يُقدرون موقعهم الطبقي تقديرا صحيحا، كما نبه "جولدمان" إلى خطورة أساليب الاتصال الجماهيري التي قد تحدث وعيا بالواقع، قاصرا ومحدودا، يصعب التعامل معه من وجهة نظر مستقلة.

أنطونيو جرامشي "Antonio Gramsci": اهتم "جرامشي" بقضية الوعي من خلال اهتمامه بدور المثقفين في بلورة فكر الطبقة التي ينتمون إليها وصياغته في مواجهة فكر الطبقات الأخرى، وبما يتلاءم مع تحقيق مصالحها، فالمثقفون عنده هم منظمو الوعي، إلا أن المثقفين المؤهلين ذهنيا، وفكريا، لا يستطيعون قيادة الطبقة، إلا من خلال حزب سياسي، فالمشكلة - عنده - ليست نشر الثقافة، والفكر، بل تحويل هذه الثقافة إلى سلوك عملي، فتحويل الثقافة إلى إيديولوجية تقود

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 72، 73.

4- INSTITUT DU MARXISME-LENENISM, IBID, PAGE26

2- محمد علي محمد، المفكرون الاجتماعيون، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1983، ص 46

3- علي عبد الرزاق حلي، مرجع سبق ذكره، ص 106.

4- صابر عبد ربه، مرجع سبق ذكره، ص 75.

الجماهير، فضلا عن قيام الحزب بمهمة قيادة الصراع الطبقي. (1)

**اتجاه الصفوة وقضية الوعي:** يعد مفهوم الصفوة "ELITE" أحد المفاهيم المحورية في الكتابات الاجتماعية، والسياسية المعاصرة، وعلى الرغم من حداثة إلا أن، معناه قد تردد في الفكر الاجتماعي منذ زمن بعيد، ومن الطبيعي أن تختلف معالجة العلماء الاجتماعيين لهذا المفهوم، باختلاف الفترة الزمنية التي ينتمون إليها، وباختلاف المنطلقات الفكرية التي ينطلقون منها "كالطبقة الحاكمة" أو "الصفوة السياسية" أو "القلة الحاكمة"، وعلى الرغم من تواجد اختلاف ملحوظ بين المعاني التي تشير إليها هذه المفاهيم، إلا أن القضية المشتركة هي وجود قلة مسيطرة تتحكم في القرارات السياسية والاقتصادية، وغالبية خاضعة لهذه القرارات، وذلك برغم الأساليب الديمقراطية الهادفة إلى التعبير عن الإرادات الجمعية (2) ويظهر لدى الصفوات الوعي بالجماعة، والتماسك والتأمر، وهي تحافظ على الحكم لأنها تسيطر على القوة. (3)

ولبيان موقف رواد هذا الاتجاه من قضية الوعي نعرض فيما يلي لأهم أفكار هؤلاء الرواد، والتي تتضح من خلالها تصوراتهم حول الوعي.

**فلفريدو باريتو "Vilfredo Pareto"** استخدم باريتو مفهوم الصفوة للإشارة إلى التفوق في مجالات الذكاء، والمهارة، والقدرة، والقوة.. الخ، ويؤكد وجهة نظره قائلا: "أن نابليون لم يكن مجنوناً، أو شخصاً عادياً كملايين البشر، لقد كان يتمتع بخصائص نادرة. (4)

ويعرف باريتو الصفوة على أنها: "تعدى القلة القليلة من الأفراد الذين حققوا نجاحاً ملحوظاً في الأنشطة التي يمارسونها، واستطاعوا بالفعل أن يرقوا إلى أعلى مراتب التسلسل المهني، فرجل الأعمال الناجح، والفنان المبدع، والسياسي الماهر، والمعلم المتميز، هي كلها أمثلة لأشخاص ينتمون إلى الصفوة".

ويعرفها كذلك على أنها: "تشمل القلة الحاكمة في كل المجتمعات الإنسانية، وهذه الأقلية

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 77، 76.

2- السيد الحسيني، المرجع السابق، ص 145.

3- أحمد سليمان أبو زيد، علم الاجتماع السياسي: الأسس والقضايا من منظور نقدي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص 407.

4- السيد الحسيني، المرجع السابق، ص 155.

تستحوذ على أكبر قدر من القوة، والهيبة من جهة، وتتميز بقدرتها الفائقة على إقناع الجماهير بالخضوع لسيادتها، لأن في ذلك تحقيق لمصالح الجماهير، من جهة أخرى". (1)

والسلوك في نظر باريتو، محكوم بالرواسب العميقة الجذور في التكوين السيكولوجي للإنسان، (2) ولقد حدد باريتو عددا من الرواسب الهامة، قسم أغلبها إلى فئتين بحيث تمثل مفتاح تفسيرنا للمجتمع، بما ينطوي عليه من سيطرة الصفوة، وما يحدث لها من تفسيرات، أما الفئة الأولى: من الرواسب فهي تشمل تلك الرواسب التي تعكس "غريزة التكامل" وهي قدرة توجد عند الإنسان نحو ربط الأفكار بعضها ببعض، من خلال أعمال الخيال الخلاق، وتشمل منتجات هذه الغريزة، الفنون، الايديولوجيا، الأحزاب السياسية، والمناورات. وتعكس الفئة الثانية: من الرواسب غريزة استمرار التجمعات ودوامها، ويشير هذا الراسب إلى النزعة المحافظة، فهو يترع نحو الاستقرار والنظام العام، ومن الناحية السياسية يؤكد هذا الراسب الانتظام والتضامن، ويؤكد باريتو أن تباين توزيع هذه الرواسب يعتبر عنصرا أساسيا في المجتمع، فهو المسئول عن بناء الصفوات وعلاقتها بالجماهير، وهنا نجد باريتو يفرق بين نوعين من الصفوات، الصفوة الحاكمة، والصفوة الغير حاكمة. (3)

وفي إطار رؤيته السيكولوجية للبشر، نجد باريتو يربط بين الوعي والرواسب، فهو يقسم المجتمع إلى الصفوة واللاصفوة، والصفوة تمثل أبناء الطبقات العليا في المجتمع والذين يتميزون بالوعي والإدراك العقلائي لطبيعة المواقف، أما أبناء الطبقات الذين أطلق عليهم اللاصفوة فلا يتميزون بالوعي، و بالإدراك العقلائي لظروف حياتهم، أو وجودهم نتيجة للعواطف غير المنطقية التي تدفعهم إلى الفعل.

والطبقة الدنيا أو اللاصفوة ليست موضع اهتمام باريتو، لأن تأثيرهم السياسي في المجتمع يكون منعما تماما، ولا يمكن أن يصلوا أبدا إلى الحكم ولا بد أن، يظلوا محكومين وخاضعين للصفوة.

وهكذا نرى أن التنظيم السياسي للمجتمع في رأي باريتو يعتمد على كيفية توزيع الرواسب التي تربط بالفرائز، أو العواطف الفطرية بين الناس في المجتمع. وينصح باريتو الصفوة في مجلده

1- محمد علي محمد، المرجع السابق، ص 179.

2- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 79.

3- محمد علي محمد، دراسات في علم الاجتماع السياسي، الإسكندرية، دار الجامعات المصرية، 1985، ص 349.

الضخم في علم الاجتماع الصفوة، بأن تستغل مشاعر الجماهير الجاهلة وغير الواعية، التي تعجز دائما عن أن تتعلم، ويجب على هذه الصفوة أن تستغل إلى أقصى درجة الخرافات التي تسود بين الجماهير الجاهلة، ولكن يجب عليها ألا تصدق هذه الخرافات، أي، تجعلها وسيلة لا غاية، كما أن على الصفوة الحاكمة أن تحول دون وعي الجماهير بذلك. (1)

**موسكا G. Mosca**: يقول: "عرفت كل المجتمعات منذ فجر التاريخ حتى الآن طبقتين، طبقة حاكمة والأخرى محكومة، أما الطبقة الحاكمة فهي أقل عددا، وأكثر قدرة على إنجاز المهام السياسية، وأميل إلى احتكار القوة وما يرتبط بها من مزايا، وفي مقابل ذلك فإن الطبقة المحكومة هي الأكثر عددا والأقل تنظيما، وبحكم وضعها فهي تخضع لسيطرة الطبقة الحاكمة بمقتضى قواعد محددة". (2)

ويتضح من أفكار "موسكا" ربطه بين القدرة التنظيمية والوعي، فالطبيعة التنظيمية التي تتصف بها الطبقة الحاكمة عند موسكا إنما، تعني امتلاكها للوعي، فلا يمكن أن يتصور التنظيم بدون وعي، ولذلك نجد أنه يؤكد في كتاباته أن كل طبقة سياسية تتعقل قواعدها بالنظر إلى صياغة سياسية مقنعة.

**روبرت ميشلز R. Michels**: يتضح اهتمام "ميشلز بالوعي من خلال ربطه بين الأليجاركية والوعي، فالصفوة القيادية ذات المستوى الرفيع من المعرفة والخبرة والتدريب هم الذين يشغلون المراكز العليا التي تكسبهم هبة ونفوذ، وتجعلهم يتبنون اتجاهات محافظة-نتيجة وعيهم بمصالحهم- وبالتالي ينفصلون عن الجماهير. (3)

**رايت ميلز W. Mills**: هتم "ميلز" بقضية الوعي، من خلال ربطه بين نقد المجتمع الأمريكي ونقد علم الاجتماع فيه، واهتمامه بقضية اغتراب الإنسان الأمريكي وتزيف وعيه، وبالتالي طبعه باللامبالاة والقصور فيما يتعلق بالتغيير والإيحاء للإنسان بأن مشكلته ليست مشكلة اجتماعية بنائية، وإنما هي نفسية شخصية تعود إلى القدرات النفسية للإنسان في التكيف مع الواقع المحيط به.

1- صابر عبد ربه، مرجع سبق ذكره، ص 81.

2- السيد الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص 53.

3- صابر عبد ربه، مرجع سبق ذكره، ص ص، 83، 82.

كما يبدو اهتمام "ميلز" بالوعي عندما ذهب إلى أن علم الاجتماع يتمثل دوره، في مساندة مواطنيه على تجاوز المشكلات، وتبني تصور يساعد على إدراك القضايا الكبرى، وهو إذا تمكن من ذلك- في رأيه- يكون قد ولج مرحلة تحويل الوعي الإنساني. (1)

بعد عرض أفكار الصفوة يمكن استخلاص أن: نظريات الصفوة تؤكد على أن التغيير يحدث من أعلى إلى أسفل، كما أنهم يعدون اللامساواة ظاهرة حتمية في وجودها، كما يلاحظ تأثير الصفوة بآراء "ميكيافلي"، الذي طالب الصفوة بأن تستغل كل الوسائل التي تحول دون وعي الجماهير، وهذا في حد ذاته يكشف زيف نظرية الصفوة التي يذهب روادها إلى القول بأن تفوق الصفوة وغناء الجماهير شيء أبدي. (2)

**الاتجاه الفنومولوجي:** تعرف الفنومولوجيا في معجم علم النفس والطب النفسي، كما يلي: "فنومولوجيا وجودية، أو ظاهراتية وجودية" "existential phenomenology" هي الوعي المباشر الفوري بأنفسنا، وخبرتنا الفريدة، واضعين جنباً جميع تصوراتنا القبلية، وفروضنا وتحليلاتنا، الفنومولوجيا الوجودية تعني معرفة أنفسنا، بدلا من المعرفة عن أنفسنا. (3)

والواقع أن المنهج الفنومولوجي ليس منهجا استنباطيا كما أنه ليس بمنهج تجريبي، وإنما هو ينحصر أولا بالذات في الكشف عما هو "معطى" وإلقاء الأضواء على هذا "المعطى"، فهذا المنهج لا يصطنع طريقة التفسير بالالتجاء إلى بعض القوانين، كما أنه لا يقوم بأي نشاطا ابتداء من بعض المبادئ، بل هو ينظر مباشرة إلى ما هو في متناول الوعي، إلا وهو "الموضوع"، ومعنى هذا أنه يستهدف "الموضوعي"، ويحاول الكشف عما اصطلاحنا على تسميته باسم "الظاهرة". (4)

يرى "بوشنسكي L.M.bochenski"، أن الاتجاه الفنومولوجي phenomenological perspective"، يمثل مرحلة انتقالية ما بين فكر القرن التاسع عشر في الحضارة الغربية، والنصف الأول من القرن العشرين فيها، الفنومولوجيا - في رأيه - إحدى القوى التحريرية الكبرى في

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص86.

3- المرجع نفسه، ص90.

3- جابر عبد الحميد و علاء الدين كفاي، معجم علم النفس والطب النفسي، الإنجليزي-عربي، ج3، القاهرة، دار النهضة العربية، 1990، ص1207.

4- زكريا إبراهيم، دراسات في الفلسفة المعاصرة، ج 1، دار مصر للطباعة، الناشر مكتبة مصر، دون سنة، ص327.

الفكر الغربي في القرن العشرين، وهي أكثر انقطاعاً وانفصالاً عن الفكر الأوربي السابق عليها. فالإتجاه الفنونولوجي يمثل محاولة نقدية للاتجاهات السوسولوجية التي تميل إلى التقرب بين العالم الاجتماعي-الثقافي، من ناحية، والعالم الطبيعي من ناحية أخرى، في محاولة لإعادة النظر في كثير من المسلمات النظرية والمنهجية الشائعة في الفكر السوسولوجي الحديث. ولذلك جاءت دراسة قضايا المعرفة والوعي في إطار هذا الإتجاه مرتكزة على مفهوم أساسي في الفلسفة الظاهراتية، وهو "قصديه الوعي" أي كونه موجهاً نحو الموضوع. (1)

ومعنى ذلك أن أصحاب الفلسفة الظاهراتية يرون أن معرفتنا بالعالم الفيزيقي إنما تأتي عن طريق خبرتنا الذاتية به، وهذه الخبرة هي التي تمكننا من إدراك جوهر الأشياء، والفلاسفة الظاهراتيون، يبدعون بتجاهل الواقع الموضوعي، حيث يمكنهم توجيه اهتمامهم للواقع كما يوجد في الوعي أو الشعور، وعلى هذا فإن الظاهرة موضوع الدراسة تكون تلك التي تعبر عن نفسها بطريقة مباشرة في الوعي أو الشعور.

ويرتكز الظاهراتيون على تمييز الفيلسوف "كانط" بين مفهومي "الظاهرة phenomenon"، و"الشيء في ذاته noumenon"، فالظاهرة كما عرفها "كانط" هي الشيء أو الحدث كما يبدو لنا من خبرتنا، أما الشيء في ذاته فهو الذي يوجد مستقلاً عن قدراتنا المعرفية، والشيء في ذاته ليس معروفاً لنا ولكن الظاهرة هي الشيء الذي يمكننا معرفته.

أن الوعي أو الشعور هو وسيلتنا لفهم العالم، فأني فهم لشيء موضوعي لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال وعينا بذلك الشيء، ولا وجود للواقع مستقلاً عن وعينا أو شعورنا، وجوهر الأشياء هو ما يفهمه العقل الإنساني من خلال الوعي عن طريق خبرته بالعالم، والموضوعية تتحقق عن طريق الوعي الذاتي أي عن طريق وعينا، وفي هذا الإطار وحول نفس المعنى يذهب "هسرل hesslerl" إلى أنه ينبغي أن نتجه إلى الأشياء ذاتها، وهذه هي القاعدة الأولى والأساسية في المنهج الفنونولوجي، وكلمة "شيء" تعني "المعطى"، أي ما نراه أمام وعينا، هذا المعطى يسمى "ظاهرة" لأنه يظهر أمام الوعي، ولا تدل كلمة "شيء" على أن هناك شيئاً مجهولاً يوجد خلف الظاهرة، ولذلك فإن الفنونولوجيين يميلون إلى استخدام مصطلح الظاهرة الذي يمثل اشتقاق الفنونولوجيا للإشارة إلى كل ما هو واضح وثابت في الإدراك أو الوعي، وبهذا المعنى تسعى

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص 90، 91.



إلى وصف ظواهر الوعي، وتوضيح كيفية تشكلها.(1)

ومما سبق يمكن استخلاص أن، الاتجاه الفونومولوجي يعتمد على مجموعة من المفاهيم عن الوعي والقصدية، وهذه المفاهيم تنطلق من إطار فلسفي، كما أنها تتضمن نظرية وصفية للمعرفة كما تبدو في شعور الأفراد، كما يتصف هذا الاتجاه بالتركيز على دراسة المعاني والخبرات المشتركة بين الأفراد في المجتمع، بوصفها أساسا للحياة الاجتماعية، ويهمل الصراعات والاختلافات الواقعية داخل المجتمع، كما تجاهل هذا الاتجاه مسألة الصراع الطبقي، والواقع الاجتماعي، والاقتصادي للمجتمع، ودرسوا الخبرة اليومية، وأسلوب التفكير كما لو كانوا منفصلين عن هذا الواقع ولا يتأثران به. (2)

**الاتجاه السلوكي في علم السياسية ودراسة الوعي السياسي:** يذهب "فارما S.P.Varma" إلى أن الاتجاه السلوكي أحدث تغييرا جذريا في التحليل السياسي المعاصر، من حيث المادة والمنهج، وأدوات التحليل، إلى الحد الذي جعله يوصف بأنه ثورة في مجال الدراسات السياسية، وفيما يتعلق بقضية الوعي السياسي، فإن بعض الباحثين يرون أن الحركة السلوكية كان لها أثرها الواضح في إثارة الاهتمام بقضية الوعي السياسي، متأثرة بذلك بعلم النفس، لأن هناك مجال اهتمام لكل من علم النفس، والعلوم السياسية بدراسة موضوعات مثل التنشئة السياسية، والإدراك والوعي، والدوافع الشخصية، والسلوك السياسي سواء الفردي أو الجماعي.(3)

لا شك أن محاولة أصحاب الاتجاه السلوكي الوصول إلى صيغة علمية للدراسات السياسية من خلال تطوير التعميمات الإمبريقية المنظمة واستخدامها في تفسير الظواهر السياسية من خلال التركيز على السلوك السياسي، قد أسهم في إثارة الاهتمام بمسألة الوعي السياسي، ويمكن تحديد ذلك على النحو التالي:

أولاً: أن اهتمام السلوكيين بتحليل النشاطات السياسية للأفراد والجماعات -الرسمية وغير الرسمية- يعني أنهم قد تمكنوا من نقل بؤرة الاهتمام من الدراسات السياسية من الدولة والقوانين، والداستير، والفلسفة السياسية، إلى الإنسان الفرد وسلوكه السياسي ودوره في الحياة السياسية،

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص ص، 90، 91.

2- المرجع نفسه، ص104.

3- المرجع نفسه، ص109.

وكل هذا بالطبع أحدث اهتماما بالثقافة السياسية، والوعي السياسي للأفراد، والمتغيرات السوسولوجية، والسيكولوجية، المرتبطة بالسلوك السياسي، كما أدى الاهتمام بموضوعات التنشئة السياسية، ودورها في تربية مواطنين أكثر وعيا وأكثر مشاركة في الحياة السياسية.

ثانيا: كان لاهتمام السلوكيين بالأنشطة، وإنما السلوك السياسي المتفاعلة دورا مهما في خلق مزيد من التقارب بين علم السياسة، من جانب وبين علم الاجتماع من جانب آخر، وذلك انطلاقا من أن السلوك السياسي، كغيره من الأنشطة السلوكية المتعددة للإنسان، والتي تتم في بيئة معينة لها خصائصها وقيمها وسماتها الثقافية، وأصبح ينظر إلى البيئة الاجتماعية على أنها المجال الأوسع، وفي هذا الإطار نجد "جورج كاتلن" G.Catlin يفضل استخدام السياسة بالمعنى الأرسطي، بأنها تشمل كافة الأنشطة التي تمارس داخل كل جوانب المجتمع، وبالتالي فإن "كاتلن" يرى أن علم السياسة ليس علما منفصلا عن علم الاجتماع، كما نبه إلى أهمية الاستفادة من علم الاجتماع عند دراسة الموضوعات السياسية.

ولعل هذا ما دفع الباحثين إلى القول بأن: هناك استحالة في فصل الفرد عن الوسط الاجتماعي الذي يعايشه، فمعرفة الفرد ووعيه في كل الأوقات لا تتم إلا من خلال الوسط الاجتماعي الذي يحيط به، وهو ما يعني أن الوجود السياسي والاجتماعي حقيقة شاملة. (1)

ثالثا: أدى تراجع المنهجية التاريخية والقانونية، إلى تمكن علماء السياسة خلال عقدي الستينات والسبعينات، من طرح مجموعة من المناهج والأدوات البحثية، التي شكلت إضافات منهجية هامة في دراسة الموضوعات السياسية، بما فيها الوعي السياسي، إضافة إلى قيام بعض علماء السياسة باستعارة المنهج العلمي السائد في العلوم الطبيعية الاجتماعية، (كعلم الاجتماع وعلم النفس)، مؤكداً أن على علماء السياسة دراسة الموضوعات السياسية دراسة علمية عبر الملاحظة، ووضع الفروض وجمع البيانات، وفي ضوء إطار نظري يسمح باختيار الفروض والتأكد من صحتها امبريقيا، ذلك من أجل الوصول إلى تعميمات حول الظواهر والموضوعات السياسية. (2)، ويذهب "فارما" بأن الاهتمام بدراسة وعي الفرد واتجاهاته ودوافع سلوكه، أدت إلى زيادة الاهتمام باستخدام المقابلة كمصدر من مصادر البيانات، كما زاد الاهتمام بأساليب تحليل المضمون

1- اصابر عبد ربه، المرجع السابق، ص، ص. 124، 125.

2- المرجع نفسه، ص، ص. 127، 128.

والأساليب الإحصائية إضافة إلى استخدام المسح الاجتماعي واختبارات الصدق. ويمكن القول بأن المدرسة السلوكية باتجاهها نحو الاهتمام بالسلوك السياسي للفرد، في إطار الجماعة وتأكيدا على تعددية الجماعات الإنسانية، ودورها في الحياة السياسية، ساعدت على الاهتمام بدراسات الوعي السياسي، فالاهتمامات المختلفة للجماعات المتعددة داخل المجتمع، إنما تجسد وعي هذه الجماعات بمصالحها.

رابعا: أن السلوكية وسعت من مجال الدراسات السياسية، وأعطت موضوع الوعي السياسي اهتماما كبيرا، من خلال تأكيدها على أن سلوك الفرد ونشاطه السياسي، لا ينفصل عن نشاط الجماعة، وبذلك برز موضوع الوعي السياسي، كأحد الموضوعات المرتبطة بالسلوك، بدلا من التركيز على المؤسسات والدساتير والفلسفات السياسية.

خامسا : التقارب بين علم السياسة، وعلم الاجتماع، أثار الاهتمام بدراسة المتغيرات السوسولوجية، ذات الصلة بموضوع الوعي السياسي، كالتنشئة السياسية، والتربية السياسية، والانتماءات، والاتجاهات السياسية، والمشاركة، وغيرها من الموضوعات التي تبحث في مختلف الجوانب المرتبطة بالوعي السياسي، وخاصة ما يتعلق منها بالبيئة الاجتماعية على اعتبار، أنها تمثل المجال الأوسع الذي يتشكل من خلاله السلوك السياسي للفرد، وفي هذا الإطار يقول "جورج كاتلن": "بأن علم السياسة نسق لا يمكن فصله على أي مستوى عن علم الاجتماع، كما ذهب إلى أن الدراسة السوسولوجية للجماعات المتفاعلة بين الأفراد، وآلاف العلاقات بين الجماعات قدمت الأساس الحقيقي للمقارنة الصحيحة، وهي أفضل طريقة- في رأيه- لدراسة الواقع السياسي.

سادسا: كان لتأثر علماء السياسة، بعلماء النفس أثره الواضح أيضا في إثارة الاهتمام بموضوعات الوعي السياسي، والمشاركة السياسية، ودوافعها، والاتجاهات السياسية، وهي قضايا تتصل بالجوانب السيكولوجية والثقافية في آن واحد. (1)

سابعا: أن اهتمام علماء السلوكية، بدراسة السلوك السياسي للجماعات غير الرسمية، قد أفسح المجال أمام العديد من الدراسات حول الجماعات غير الرسمية ذات التأثير في القرار السياسي، أو بمعنى آخر بالقوى السياسية المؤثرة في القرارات السياسية داخل المجتمع مثل جماعات الضغط

1 - صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص، 129.

والنقابات والأحزاب، كما يعني التركيز على العمليات السياسية المؤثرة في شكل التفاعل داخل المجتمع كالمنافسة والصراع والتعاون.

ثامنا: أن تركيز علماء السلوكية على السلوك السياسي، قد أدى إلى تشعب وتعدد الاهتمام بأبعاد هذا لسلوك، دور مؤسسات المجتمع في تشكيله كالأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام والأحزاب... الخ، بذلك تكون السلوكية قد غيرت من تناول التقليدي للمتخصص في الدراسات الاجتماعية والسياسية، فيما يتعلق بدراسة السلوك السياسي، فأوضحت أهمية العوامل البيئية، التي شكلا في مجملها الإطار الاجتماعي المراد البحث فيه.

### المطلب الثالث: مراحل التنشئة السياسية والوعي السياسي:

إن المتبع لتاريخ الفكر الإنساني، يلمس اهتماما واضحا بالتنشئة السياسية كإحدى العمليات التي يقوم بها المجتمع، في ثنايا عملية التنشئة الاجتماعية، ففي الحضارات المختلفة (الفرعونية- الإغريقية)، نجد دلائل على انشغال الفلاسفة والمفكرين، بالبحث عن أنجع السبل لتنشئة وإعداد طبقات اجتماعية بعينها سياسيا، وعقليا، أو مواصفات المواطن الصالح في المجتمع، كذلك العناية بتربية طبقة الحكام، أو الصفوة باعتبارها محور الحياة الاجتماعية.

وعلى الرغم من هذا الاهتمام المبكر-على المستوى الفلسفي- بهذه العملية، نظرا لدورها الحيوي في تحقيق الاستقرار داخل المجتمعات المختلفة، إلا أن المفارقة المثيرة للدهشة هي أن الاهتمام بالتنشئة السياسية بصورة علمية منظمة، لم ينشط إلا حديثا- في الستينات من القرن السابق، ولم يكن ليتم بمنأى عن الفرد الذي صار محور اهتمام النظم السياسية.

### أولا: تعريف التنشئة السياسية.

1- يعرفها "كينث لانجتون K-LANGTON" فيقول: "التنشئة السياسية تعبر عن كيفية نقل

المجتمع لثقافته السياسية من جيل لآخر". (2)

2- ويرى "كليري KLEARY": "بأن التنشئة السياسية هي وظيفة النظام السياسي وكل

1- صابر عبد ربه، المرجع السابق، ص ص، 129، 130.

2- رعد حافظ سالم، التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي، الأردن، دار وائل للنشر، 2000، ص 37.

النظم تحاول الحفاظ على ثقافتها، وهي عملية تطبع المواطن على الثقافة السياسية، وتناج هذه العملية هو خلق قيم ومعايير واتجاهات نحو النظام السياسي. بمختلف مستوياته المحلية والقومية". (1)  
3- كما يجد كل من "جانين بريمان BREMAN" و"آلان غيليدان GELEDAN" التنشئة السياسية بأنها: "صيرورة تكوين الأفراد طبقا للأشكال الثقافية، والقيم، والمعايير الخاصة بالمجتمع، وبالمجموعات التي ينتمي إليها هؤلاء الأفراد". (2)

4- ويعرف "سمير خطاب" في كتابه "التنشئة السياسية والقيم" التنشئة السياسية بأنها: "تلك العملية، التي تسعى كافة مؤسسات التنشئة من خلالها إلى اكتساب الفرد (طفلا-فمراهقا-فراشدا)، القيم، والمعايير، اللازمة لتحقيق التكيف مع أهداف المجتمع، ليس فقط من أجل الحفاظ على الوضع القائم في نقل الثقافة السياسية من جيل لآخر بصورة جامدة وآلية، لكن تتضمن كذلك عملية تغيير أو خلق الثقافة السياسية الملائمة لاستقرار المجتمع". (3)

5- "هي تلك العملية التي يكسب الفرد من خلالها اتجاهاته نحو السياسة ويطورها". (4)

6- كما عرفت التنشئة السياسية على أنها العملية التي من خلالها يكسب الفرد الاتجاهات والتوجهات نحو الظواهر السياسية، من جهة، وينقل المجتمع المعايير، والمعتقدات السياسية من جيل إلى الجيل القادم، من جهة أخرى".

7- كما وصفت التنشئة السياسية بأنها العملية التي يتعرف من خلالها الفرد على النظام السياسي، والتي تقرر مداركه السياسية وردود أفعاله إزاء الظواهر السياسية". (5)

ويمكن استخلاص بعض الخصائص التي أوردتها الباحثون، أو ما تميزت به تعريفاتهم، فنجد

أن التعريفات المختلفة، قد ركزت على أن التنشئة السياسية:

1. عملية من شأنها إكساب الطفل معارف وقيم واتجاهات سياسية.

2. تساعد على دعم أو تغيير الثقافة السياسية السائدة.

1- المرجع نفسه، ص40.

2- سعيد عيادي، رسالة ماجستير، التنشئة السياسية بين المدرسة والبيئة الثقافية، جامعة الجزائر، معهد علم الاجتماع، 1990-1991، ص.85، بحث لم ينشر

3- سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، دس، ص.41.

4- محمد علي محمد، دراسات في علم الاجتماع السياسي، ص.136.

5- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 17، 18.

3. عملية مستمرة طوال حياة الفرد.

4. تقوم بها كافة مؤسسات التنشئة في المجتمع.(1)

**ثانيا:مراحل التنشئة السياسية:** لا تتم عملية التنشئة السياسية بشكل حتمي أو تلقائي، بل أما تحتاج إلى هياكل يتم من خلالها اكتساب العواطف والمعايير السياسية، كما تخضع عملية التنشئة السياسية إلى تأثير عوامل عديدة ومختلفة سيتم مناقشتها في النقاط التالية:

**أولاً:الأسرة:** تُعلم الأسرة أبناءها اللغة، وآداب الحديث والسلوك، وفق نظامها الثقافي ومعاييرها، واتجاهاتها،وتحدد لهم الطرق، والأساليب، والأدوات، التي تتصل بتشرب هذه الثقافة(2)، ومن خلال هذه العملية الأولية تأخذ التنشئة السياسية مكانها في سلوك الطفل،بل إن ما يتعلمه الطفل في تلك الفترة قد يتحول إلى ما هو سياسي أوقد يندمج فيه على الأقل(3)، لذلك تعتبر الأسرة من أهم عناصر التنشئة الإجتماعية بصفة عامة، والسياسية بصفة خاصة،وتكسب الأسرة هذه المكانة لكونها البيئة الاجتماعية الأولى التي تتولى الفرد منذ حياته المبكرة، وتعمل على إشباع حاجاته الأساسية، كما أن التفاعل بين الأسرة، والفرد يكون أشد كثافة، وأطول زمناً،هذا إلى جانب العلاقة الانفعالية التي تربط الفرد بالأسرة.

فلقد توصل "هريبرت HYMAN" من خلال فحصه للعديد من الدراسات التي عنت بالتعرف على مصادر هايمان السلوك السياسي،إلى أن الأسرة في كل الثقافات تحتل المرتبة الأولى في التنشئة السياسية، نظراً لما لوحظ من تشابه بين الآباء والأبناء في المعرفة السياسية، والاختيار الحزبي،كما تشير نتائج البحوث الحديثة، إلى وجود تشابه بين الأبناء والآباء، في الانتماء الحزبي والالتزام، بالقضايا والآراء السياسية. (4) ويعود اعتبار كون الأسرة من بين أهم هياكل التنشئة الاجتماعية والسياسية، لعدة أسباب:

- 1- سهولة وصول الأسرة إلى الأشخاص المراد تنشئتهم.
- 2- تكون التنشئة في الأسرة عملية مستمرة، تتم بصفة تلقائية، انسيابية، غير محددة بأوقات معينة

1- سمير خطاب، المرجع السابق، ص.41.

2- صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط2،عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2000، ص.20

3- إسماعيل علي سعد،أصول علم الاجتماع السياسي، ص.145.

4- سمير خطاب، المرجع السابق، ص.49.

أو أماكن معينة كبقية هيئات التنشئة الأخرى.

3- تكاد تنفرد الأسرة بقوة الروابط الشخصية والعاطفية، التي تربط بين أعضائها، بالمقارنة مع بقية الهيئات، بحكم قوة هذه الروابط الشخصية والعاطفية.

4- يقضي الطفل بداية حياته مع الأسرة، هذه البداية يكون فيها الطفل أكثر تقبلا واستجابة للتنشئة السياسية، مما يعطي الأسرة أهمية كبيرة.

ويكمن دور الأسرة في التنشئة السياسية في جوانب عديدة منها:

المشاعر الأولية الإيجابية أو السلبية، تجاه السلطات السياسية، وتجاه الامتثال لقواعد ورغبات من هم في السلطة، كما تساهم في نقل الارتباطات والانتماءات الحزبية من الوالدين إلى أبنائهما، وجعل الأبناء يكتسبون قيما سياسية وقيما اجتماعية ذات أبعاد سياسية تشجع على المشاركة وتقبل الرأي الآخر، واحترام حقوق الآخرين، كما تحدد الأسرة أيضا للفرد هيئات التنشئة السياسية التي سيتصل بها، وذلك من خلال الوضع الاجتماعي والبيئة الاجتماعية الذي توفره الأسرة، ففي أمريكا مثلا يتعرض أبناء أسرة بيضاء في ضاحية ثرية لعملية تنشئة سياسية تختلف عن التنشئة السياسية التي يتعرض لها أبناء أسرة سوداء تعيش في وسط المدينة.

وبالرغم من الدور الكبير الذي تلعبه الأسرة في عملية التنشئة السياسية، إلا أن هناك عوامل

أخرى تحول دون احتكار الأسرة هذا الدور، ومن بين هذه العوامل:

- 1- عدم اهتمام الوالدين بالسياسة بشكل عام، أو بقضايا سياسية معينة.
- 2- عدم رغبة الآباء بنقل توجهاتهم السياسية إلى أبنائهم، فقد أثبتت بعض الدراسات بأن هناك عددا كبيرا من العائلات التي لم تقم بتنشئة أولادها تنشئة حزبية معينة. عدم اتفاق الوالدين على توجهات سياسية معينة.

3- سوء العلاقة بين الوالدين والأبناء.

كما أثبتت بعض الدراسات أن الفرد يصبح أكثر ميلا للاستقلالية عندما يتقدم في العمر، مما

يضعف دور الأسرة في التأثير على تنشئته. (1)

وهكذا ومما سبق ذكره، يمكن القول بأن الأبناء يميلون عادة إلى التأثر بالسلوك السياسي للآباء

1- سمير خطاب، المرجع السابق، ص-ص. 70-74.

مما يجعلهم يميلون إلى تقليد آباؤهم أو التوحد بهم في الانتماء الحزبي، أو الآراء، والقيم السياسية، لكن يتوقف ذلك على مدى كفاءة الوالدين في إرساء دعائم الاحتكام إليهما، كنماذج جذابة ومقنعة بالنسبة للإبن. (1)

**ثانيا: المدرسة:** تعتبر المدرسة المؤسسة الهامة بعد الأسرة، فهي معدة في المقام الأول لخلق المواطن الصالح، بالرغم من تباين قدرات التلاميذ، فهي تعكس ظروف وأحوال وأفكار أعضاء المجتمع الذي يوجد فيه، ومن بينهم الوالدين (2)، و تمثل المدرسة، المؤسسة الرسمية الأولى التي توظفها النظم السياسية، في بث، وترويج قيم معينة تنفق وأهدافها لدى صغار النشء. (3) ومن بين بعض العوامل التي تعطي للمدرسة أهمية في التنشئة السياسية ما يأتي:

- 1- تعتبر المدرسة أول هيئة مستقرة يلتقي بها الطفل بعد ابتعاده نسبيا عن رعاية والديه، والتي يتعرض لها، وهو في أهم سنوات تكوين الاتجاهات والقناعات السياسية.
- 2- يصبح الطفل أكثر اتصالا وتفاعلا مع النظم الاجتماعية التي تختلف فيها الأدوار وتمايز أكثر، منها في الأسرة، حيث تكون سلطة المدرس، على سبيل المثال، أقرب إلى السلطة السياسية عن سلطة الوالدين في الأسرة.
- 3- الارتباط الوثيق بين التعليم ومكونات البناء الاجتماعي، والثقافي كافة، وخصوصا التنشئة السياسية.

وبشكل عام، تقوم المدرسة بعدة وظائف على صعيد التنشئة السياسية، فهي تحاول نقل المعلومات، والأحاسيس الإيجابية نحو الأمة إلى تلاميذها، أي خلق الولاء القومي والوطني، وتقوم المدرسة بنقل القيم، والمثل السياسية السائدة في المجتمع، وتعريف المواطنين بالمبادئ التي يقوم عليها النظام السياسي، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من أجل خلق الدعم لهذه الأنظمة واستمرارها. (4)

وهكذا فإن التعليم في كل الأحوال، هو السبيل إلى التنشئة السياسية الملائمة للنظام السياسي، ويتم من خلال نقل المعارف السياسية بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة، وتأكيد الشعور

1- سمير خطاب، المرجع السابق، ص.50.

2- إسماعيل علي سعد، أصول علم الاجتماع السياسي، بيروت، دار النهضة العربية، 1988، ص.377.

3- سمير خطاب، المرجع السابق، ص.50.

4- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص.88.



بالوطنية والولاء، وبث القيم والاتجاهات الإيجابية للأفراد نحو بلدهم، ونظامهم السياسي، لكن كيف تقوم المدرسة بهذا الدور؟، يمكن تصور دور المدرسة في هذا الشأن عبر طريقتين هما:

أ- المحتوى الصريح للقرارات، الذي يؤكد بصورة مباشرة على تنمية قيم، واتجاهات معينة، مثل مقررات التربية الوطنية، والتربية المدنية، والدارسات الاجتماعية.

ب- المحتوى غير المباشر، أو ما يسميه رجال التربية المنهج الخفي *hidden curriculum* والذي يتمثل في طبيعة النظام المدرسي، وما يحويه من أنشطة وفعاليات تصاحب المقررات، والتي قد تساند أو تعارض ما تؤكد المقررات الصريحة، بالإضافة إلى دور المدرس أيضا وقيمه واتجاهاته.

ومن الجدير بالذكر أن المدرسة تبلغ أقصى درجات الفاعلية في التنشئة السياسية، إذا كان ثمة تطابق بين ما تنشره المقررات الدراسية، وما يعايشه الفرد من خبرات. (1)

**ثالثا: جماعة الرفاق أو النظراء:** من بين الجماعات الأولية المهمة في عملية التنشئة السياسية بعد الأسرة هي جماعة النظراء *peer group*، التي يمكن أن تعرف على أنها: "الجماعة التي تتميز بامتلاكها عامل مشترك معين، كالسن، أو الوظيفة، أو المستوى الاقتصادي،... الخ" (2)، وتبدأ منذ الطفولة إلى الكهولة، وتتكون من زملاء الفصل أو الجامعة أو العمل... الخ، وأهم ما يميز علاقة الفرد بنظرائه التكافؤ والشعور بالندية، ولهذا تتزايد درجة الترابط بينهم، كذلك التأثير المتبادل، ولا شك أن لتلك الجماعات دورا أساسيا في نقل وتعزيز القيم التي يكتسبها أعضاء تلك الجماعات (3)

ويقرر علماء السياسة على وجه العموم، أن دراساتهم قد أثبتت أن سلوك الفرد إنما يتأثر بسلوك أقرانه وأصدقائه، بل بمعتقداتهم السياسية أيضا، وتعتبر دراسة عالم النفس الاجتماعي "تيودور نيوكمب" من أهم الأعمال في هذا الصدد، فقد وجد أن الطلاب يطورون علاقات قوية ببعضهم البعض في الحرم الجامعي، ومن ثمة يتأثرون بأفكار بعضهم البعض السياسية. (4)

فكلما كانت جماعة النظراء مهتمة بالشؤون السياسية، كلما زاد تأثيرها على أعضائها، كما

1- سمير خطاب، المرجع السابق، ص. 51، 52.

2- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 74.

3- سمير خطاب، المرجع السابق، ص. 54.

4- إسماعيل علي سعد، أصول علم الاجتماع السياسي، المرجع السابق، ص. 375.

أنه كلما زادت درجة ارتباط الفرد بجماعة النظراء، كلما زاد تأثير هذه الجماعة عليه. (1) ويظهر أن تأثير جماعة النظراء مستمر، يبدأ منذ مرحلة الطفولة إلى مرحلة المراهقة. وتمتاز مرحلة المراهقة بأنها أكثر أهمية من مرحلة الطفولة في تطوير المعرفة والقناعات، والاتجاهات لأعضائها، إذ يكون فيها الأعضاء أكثر تماسكا، وتعاوناً، وتأثراً والتزاماً برأي المجموعة، وأكثر وعياً بالأمور السياسية، ويستمر هذا التأثير إلى مرحلة النضوج التي تتميز بعقلانية أكثر من مرحلة المراهقة، والتي يزداد فيها النشاط السياسي بشكل عام وتحدد الهوية السياسية لجماعة النظراء، وبعد الدراسة يلتحق الفرد بالعمل فيلتحق بجماعة العمل ونظراء التنظيمات الدينية والاجتماعية وأصدقاء الحي.

كما تحدث معظم عمليات التنشئة السياسية التي تقوم بها جماعة النظراء، بشكل غير مباشر وبلا وعي، وبشكل غير رسمي. (2)

ويجب أن لا نبالغ في دور جماعة الرفاق، حيث يتوقف تأثيرها في الفرد على غياب التنشئة الوالدية، لكن بقدر نجاح الأسرة (الوالدين) في إرساء دعائم راسخة في شخصية الابن، بقدر يتقلص تأثير باقي منافذ التنشئة الأخرى في التأثير على الابن. (3)

**رابعا: النظام السياسي:** يتوقف دور النظام السياسي، كهيئة تقوم بعملية التنشئة السياسية على أهدافه من وراء هذه العملية، وترتبط أهداف النظام السياسي بفلسفة نظام حكمه. إذ أن من بين أهم أهداف النظام السياسي من عملية التنشئة السياسية هو ضمان استمرار تأييد المواطنين له، وأن يتقوا في قيادته السياسية، ويتوقعوا أنماط سياسية معينة، فحسب نظرية السيطرة فإن هدف النظام السياسي من التنشئة السياسية، هو تخفيف حدة التوترات، والصراعات، الناتجة عن التوزيع غير المتكافئ للقيم، الذي يعكس باستمرار تحيز لصالح الفئة الحاكمة. (4)

ويستخدم النظام السياسي عددا من الوسائل من أجل تحقيق أهدافه، ويأتي في مقدمتها المدرسة ووسائل الإعلام، ويبدو أن مختلف الأنظمة السياسية تستخدم المدرسة كوسيلة لتحقيق أهدافها، إذ تخصص مبالغ ضخمة على التعليم الرسمي، كما هو الحال في أمريكا والاتحاد السوفيتي سابقا،

1- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 76.

2- المرجع نفسه، ص. 79.

3- سمير خطاب، المرجع السابق، ص. 55.

4- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 80، 81.

إذ أن تنشئة الأطفال في سن مبكرة على الشعور الإيجابي نحو النظام السياسي، قد يدعم النظام ويخلق صعوبة للفرد من التخلص من هذا الشعور في مرحلة الرشد.

كما وتلجأ الأنظمة السياسية إلى وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق تنشئة سياسية تخدم أهدافها، وتتبع هذه الأنظمة أسلوبيين يعززان سيطرتها على هذه الوسائل وهما الرقابة والدعاية.(1)  
**خامسا: الدين:** يمكن القول بأن هناك عوامل عديدة تؤثر في دور الدين في التنشئة السياسية، نذكر منها:

- 1- مدى تدخل الدين في السياسية، فكلما كان الدين أكثر انغماسا في السياسية، كلما أثر ذلك أكثر على تنشئة أعضائه سياسيا.
- 2- درجة إيمان الفرد بهذا الدين، فكلما زادت درجة إيمان الفرد بالدين، كلما زاد تأثير الدين عليه.(2)

**سادسا: المنظمات الطوعية:** المنظمة: "هي جماعة اجتماعية لها حدود شخصية، وثقافة فرعية مشتركة، التي شكّلت من أجل تحقيق هدف، أو غرض ما، من خلال الجهود المشتركة"، ويشير مصطلح الطوعية إلى اهتمام الناس بالتفاعل الاجتماعي الطوعي أو الاختياري، وتشمل المنظمات الطوعية، اتحادات العمل والزراعة، والاتحادات الخيرية والدينية، والسياسية والتعاونية وغيرها. وتساهم هذه المنظمات في التنشئة السياسية، وذلك من خلال توفيرها لجو اجتماعي يوفر فرصة لتبادل الآراء والأفكار والمعلومات السياسية، كما توفر تدريب على ممارسات من قبيل تشكيل القوائم الانتخابية، ووضع البرامج لها والدعوة لهذه القوائم، وحشد المؤيدين لها، وممارسة حق الاقتراع، كما توفر فرصة لالتقاء أعضاء من مختلف التركيبة السكانية للمجتمع.(3)

**سابعا: وسائل الإعلام:** نظرا لأهمية هذا العنصر في عملية التنشئة السياسية، وخاصة بعد انتشار التلفزيون الذي أصبح من أهم وسائل الإعلام تأثيرا ونشرا لجميع أنواع المعرفة في كل المجالات، وذلك في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، ومع التطور المذهل لهذه الوسائل، كان من المناسب أن نولي هذا العنصر مبحثا مستقلا، لكي نلقي عليه الضوء، بشيء من التوسع، لمعرفة دوره في عملية التنشئة السياسية، وتزويده للأفراد بالمعارف السياسية التي من شأنها أن تزيد من

1- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص.82.

2- المرجع نفسه، ص.85.

3- المرجع نفسه، ص.96.

الوعي المعرفي السياسي لديهم، وخاصة دور التلفزيون موضوع الدراسة. من خلال هذا العرض، الذي تطرقنا من خلاله، لمراحل التنشئة السياسية، بدءا بالأسرة والمدرسة مروراً بجماعة النظراء أو الرفقاء أو النظام السياسي، ونظام الدين السائد في المجتمع والمنظمات الطوعية وكذا وسائل الإعلام، نجد أن العلاقة بين مراحل التنشئة السياسية والوعي السياسي علاقة وطيدة، إذ أن الفرد أو المواطن من خلال جميع مراحل حياته يتشرب ويتعلم ويتطلع، على مختلف المعلومات المتعلقة ببيئته السياسية، ويتعرف على الثقافة السياسية السائدة في مجتمعه، وكذا على الثقافات العالمية من خلال وسائل الإعلام المختلفة التي حولت العالم إلى قرية كونية، مما يساعده على أن يكون واعياً، وعلى دراية كافية بما يدور حوله من قضايا وأحداث سياسية.

**المطلب الرابع: وسائل الإعلام والوعي السياسي:** تقوم وسائل الإعلام (الصحف، الراديو، التلفزيون) بدور لا يقل أهمية عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى في عملية التنشئة السياسية، ولئن كان هذا الدور يمثل سلاحاً ذو حدين، ففي الوقت الذي يتم فيه عن طريقها نقل القيم والمعايير الاجتماعية المتفق عليها بين أفراد المجتمع، فإنها في الوقت نفسه تقوم بصورة غير مباشرة بتغيير هذه القيم والمعايير وإحلال أخرى جديدة (سلبية)، مما يؤثر سلباً على شخصية الأفراد. (1)

كما أن وسائل الإعلام تمثل مصدراً مهماً من مصادر التنشئة السياسية للفرد، هذه الحقيقة التي لم ينتبه إليها بعض أساتذة الاجتماع والمتخصصين فيه الذين اهتموا في كثير من دراساتهم وبحوثهم التي تناولت موضوع التنشئة السياسية وأهملوا الدور الكبير لوسائل الإعلام، هذه الدراسات وبخاصة تلك التي ظهرت في منتصف عقد الستينات وفي السنوات الأولى من عقد السبعينات ركزت على دراسات "كلابنر KLAPPER" وغيره من الباحثين الذين سلكوا طريقه، والتي كانت تدور حول نتيجة محورية أساسية هي: أن لوسائل الإعلام تأثير في عملية التنشئة السياسية للفرد ولكنه تأثير غير مباشر، إذ يكون تأثيراً في عملية التنشئة السياسية للفرد، ولكنه تأثير غير مباشر إذ يكون من خلال عوامل وسيطة أخرى مثل الجماعات الصغيرة المحيطة بالفرد، وقادة

1- سيمر خطاب، المرجع السابق، ص. 55.

الرأي، وكل ذلك ينطلق من أدبيات نظرية "انتقال المعلومات على مرحلتين TWO- STEP FLOW of COMMUNICATION، وقد ظهرت دراسات علمية عارضت هذا الرأي ونقضت الفرضية التي قامت عليها هذه الدراسات والتي تقول: إن وسائل الإعلام له تأثير غير مباشر في عملية التنشئة السياسية، وإن دورها يقتصر على تعزيز مواقف سابقة ترسخت في عقول الناشئة من خلال وسائل غير مباشرة مثل الأسرة والمدرسة والأقران.

هذا الرأي المعارض انطلق من ثلاث حقائق مهمة هي:

الحقيقة الأولى: أن الناشئة في سنوات عمرهم الأولى ليست لديهم مواقف سابقة تجاه العوامل التي تشكل منها الحياة السياسية في بيئتهم التي يعيشون فيها، حتى نقول إن وسائل الإعلام تعزز من هذه المواقف أو تغيرها، والسؤال الجوهري الذي يطرح نفسه في هذا السياق هو: كيف تعزز وسائل الإعلام مواقف سياسية لم تكن موجودة أصلاً وابتداءً.

الحقيقة الثانية: أن نتائج دراسات "كلاير" كانت معتمدة على دراسات سابقة اهتمت بقياس وجهات النظر تجاه قضايا معينة، ومدى انتماء الناشئة إلى المدارس السياسية المتنوعة التي تموج بها بيئتهم السياسية، ودور وسائل الإعلام في اتخاذ القرارات حيال الانتماء إلى هذه المدارس، هذا كله لا يدخل في مجال التأثير الذي تحدته وسائل الإعلام، بل هو نتيجة لهذا التأثير، إذ إن تأثير وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية هو تأثير تراكمي يعتمد على اكتساب الثقافة والمعلومات السياسية، وبناء المواقف السياسية أما الرأي فهو تحصيل حاصل ليس إلا.

الحقيقة الثالثة: أن المؤيدين لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، قد نقضت آراءهم نتائج الدراسات اللاحقة التي أكدت على أن لوسائل الإعلام دوراً مباشراً في عملية التنشئة السياسية، وأن تأثير هذه النظرية يكون في تعزيز مواقف سابقة للفرد ساهمت في بناءها المعلومات التي استقاها من وسائل الإعلام خلال سنوات عديدة، وإن كانت وسائل الإعلام تمثل حافزاً للناشئة لمناقشة القضايا السياسية العامة في لقاءاتهم مع أقرانهم أو مع أعضاء أسرهم كوالدين والإخوة - كما تقول بذلك نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين- فإن هذا النشاط يعد أثراً مباشراً من تأثير وسائل الإعلام على الناشئة. (1)

1- محمد بن سعود البشر، المرجع السابق، ص، ص. 133، 134.

وخلاصة القول إن نتائج الدراسات الحديثة التي أجريت في مجال العلاقة بين وسائل الإعلام والتنشئة السياسية، تؤكد على أهمية الأثر الذي تحدثه هذه الوسائل في تكوين الفرد سياسيا واجتماعيا، وبخاصة في مرحلتَي الطفولة والشباب، ويأتي التلفزيون في طليعة هذه الوسائل من حيث مستوى التأثير<sup>(1)</sup>.

ومن العوامل التي تساعد وسائل الإعلام بأن يكون لها دور في التنشئة السياسية هي:

- 1- لوسائل الإعلام قدرة غير عادية في الاستيلاء على عقول الناس والتأثير الكبير على آرائهم إزاء القضايا المهمة.
- 2- انتشار وسائل الإعلام بعد ثورة الاتصالات التي وسعت من نطاق استخدامها وقصرت المسافات داخل الدولة الواحدة، وبين الدول المختلفة. بالإضافة إلى تدفق المعلومات على مدار الساعة وخلال زمن قصير جدا.
- أما دور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية فهو يكمن في:
  - 1- خلق ثقافة جماهيرية بدل الثقافات الفرعية، خلق الولاء للوطن.
  - 2- أنها تساعد على المحافظة على الأنظمة السياسية واستمرارها. (2)
  - 3- نقل العديد من الرسائل السياسية وأكثرها أهمية أخبار الأحداث السياسية اليومية.
  - 4- توفير معلومات جديدة وخلق صور جديدة عن القادة السياسيين.
  - 5- تأثير وسائل الإعلام على السلوك السياسي للناخبين، إذ تقوم هذه الوسائل بإجراء استطلاعات للرأي العام وتظهرها على شاشات التلفزيون وفي الصحافة والإذاعة محدثة تأثير قويا.
  - 6- نقل التراث من جيل لآخر.
  - 7- معظم وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمي، ذلك أن بعض هذه الوسائل كالتلفاز، والإذاعة، لا تحتاج إلى مهارات القراءة والكتابة. (3)

**تأثير وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية:** يقسم أساتذة الاتصال السياسي أنواع تأثير وسائل الإعلام إلى ثلاثة أنواع: التأثير المعرفي والتأثير العاطفي والتأثير السلوكي.

1- محمد بن سعود البشير، المرجع السابق، ص.135.

2- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص.93.

3- المرجع نفسه، ص.95.

وقبل أن نتحدث عن كل واحد من هذه الأنواع الثلاثة، يحسن أن نقدم التعريفات التالية:  
 التأثير المعرفي: "cognitive effect" ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية.

التأثير العاطفي: "affective effect" ويقصد به تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الناشئة تجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية.

التأثير السلوكي: "behavioral effect" ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية.

وستحدث الآن عن كل واحد من هذه الأنواع، ونذكر بعضا من الدراسات التي أجراها المتخصصون لمعرفة مراحل هذا التأثير في عملية التنشئة السياسية.

1- التأثير المعرفي: انطلاقا من الحقيقة التي تقول: إن تنمية الوعي المعرفي السياسي هو نتيجة لعملية تعليمية يمر بها الفرد، فقد ركز الباحثون في دراساتهم على مدى تأثير وسائل الإعلام في تنمية هذا الوعي المعرفي السياسي لدى الناشئة. وخلصت نتائج دراساتهم إلى أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا في هذا الصدد، وأكدت على أن وسائل الإعلام تقدم المعلومات الضرورية للناشئة، والمتعلقة بالمتغيرات الأساسية للبيئة السياسية مثل: النظام السياسي، والأعراف، والقيم السياسية السائدة في المجتمع، والكيفية التي تمارس بها السياسة في هذا النظام أو ذلك، وعن المؤسسات السياسية الهامة في المجتمع. (1)

لقد أصبحت وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا البيئة السياسية داخل المجتمع أو خارجه، وما من شك في أن ما يقدمه التلفزيون مثلا يساعد في زيادة الوعي المعرفي الذي يمثل البنية التحتية لعملية التنشئة الإجتماعية والتي تتحدد من خلالها المواقف وتقرر النشاطات السلوكية.

وفي هذا يؤكد "لين lane" على أن ما يتيح التلفزيون للفرد من فرص التزود بمعلومات حول البيئة السياسية المحيطة به من شأنه أن يطور حاسة الرغبة في التفاعل مع البيئة السياسية، ويقول: إن التعرض لوسائل الإعلام يؤدي إلى اشتراك الفرد في حوارات ومناقشات حول القضايا السياسية التي تعرضها، وكلما اشترك الفرد في مثل هذه الحوارات والمناقشات، كلما زاد تعرضه لوسائل

1- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 136، 137.

الإعلام وبطريقة عكسية، لأنه يحتاج لهذه الوسائل في بحثه عن معلومات متعلقة بقضايا ناتجة عن هذه الحوارات والمناقشات.

ومن الدراسات التي أجراها المتخصصون لمعرفة تأثير وسائل الإعلام على متغير الوعي والمعرفة السياسية كذلك، دراسة "دومينيك dominick" التي أجراها سنة 1972م، وكذلك دراسة "ميللر miller" و"آسب ASP".\*

والخلاصة أن هذه الدراسات تقرر حقيقة مهمة وهي أنه وفي هذا الوقت الذي يشهد ثورة هائلة وتقدما كبيرا في وسائل الإعلام والاتصال، لا ينبغي على القائمين على وسائل الإعلام أن يتجاهلوا الدور الكبير الذي تلعبه هذه الوسائل في تزويد المواطنين وغيرهم بالمعلومات المتعلقة بقضايا بيئتهم السياسية الداخلية والخارجية، وأن لا تتعاس هذه الوسائل عن تقديم المعلومات الصحيحة لجمهورها وبخاصة الناشئة منهم، لأن المواقف التي تتبناها هذه الشريحة من جمهور الوسيلة الإعلامية، ومن ثم تحديد المشاركة الفاعلة من عدمها يعتمد أساسا على كم وكيف المعلومات المقدمة لهم.

ولذلك تقدم الباحثة "جرير GRABER" مثلا توضح فيه كيف تؤثر المعلومات السياسية التي يقدمها وسائل الإعلام على السلوك السياسي، والتفاعل بين المواطنين والحكومة، وتقول إنه وفي المجتمعات التي تعتمد الحكومات على المشاركة الشعبية وبخاصة في مواسم الانتخابات، أو في الحالات التي يكون فيها الشعب رقيقا على نشاطات الحكومة، فإن على وسائل الإعلام أن تقدم معلومات كافية وصحيحة لأفراد المجتمع، حتى يكون تفاعلهم مع الحكومة ومع نشاطاتها على مستوى يؤهلهم للقيام بهذا الدور. وإذا ما فشلت وسائل الإعلام في أداء هذه المهمة فإن ذلك يعني سوء فهم للبيئة السياسية و يؤدي إلى خلط في المفاهيم أو عدم إمكانية المشارك بالكلية.

**2- التأثير العاطفي:** النوع الثاني من التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام على الناشئة هو التأثير العاطفي أو الشعوري، ومعناه أن مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية يقود إلى مرحلة أخرى من مراحل التأثير وهي الاهتمام بهذه القضايا ومتابعتها، وهذا التغير والانتقال من مرحلة إلى أخرى يؤثر ويتأثر بآتماط التعرض لوسائل الإعلام.

إن الدراسات التي أجراها المتخصصون في هذا الصدد والتي ركزت على متغير الاهتمام بالبيئة

\* أنظر الفصل الأول، الدراسات السابقة، ص15.



السياسية، تؤكد على أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من اهتمام الفرد بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه إلى البحث عن المعلومات التي تشبع فضوله، وهذا الاهتمام بدوره ينعكس أيضا على حجم التعرض لهذه الوسيلة الإعلامية. (1)

الدراسات التي خلصت إلى مثل هذه النتيجة كان معظمها يركز على الفرضية العلمية التالية: الأشخاص الذين لديهم معلومات كافية عن البيئة السياسية سيكونون أكثر ميلا من غيرهم إلى البحث عنه معلومات أكثر من وسائل الإعلام، لأنهم أكثر قدرة من الآخرين في فرز ماله علاقة باهتمامهم الشخصية. ولذلك فإن ذلك النوع من الدراسات التي تتناول تحليل مضمون البرامج الإخبارية في التلفزيون -على سبيل المثال- كان يبحث في تأثير هذه النوعية من البرامج على المشاهدين، ومن هذه الدراسات دراسة "أتكين ATKIN"، و"جالواي GALOWA"، و"نيمان NYMAN" سنة (1976م)، التي ركزت على الفرضية التي تقول: إن ثقافة الناخب واهتمامه بالقضايا السياسية تؤثر وتتأثر بأنماط التعرض لوسائل الإعلام، إذ توقع الباحثون في دراستهم أن هناك علاقة سببية بين هذين المتغيرين، أي أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من المعرفة السياسية التي تعرضها الوسائل الإعلامية، وأن هذه المعرفة وذلك الاهتمام يزيد أيضا من حجم التعرض لوسائل الإعلام بطريقة عكسية.

ومن خلال عينة الدراسة التي شملت 148 طالبا من جامعة ولاية "كلورادو" الأمريكية، والتي وزعت عليهم استبيانا تناولت موضوع الانتخابات الرئاسية عام 1972، كشفت نتائج إجابات العينة أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام (التلفزيون بشكل خاص) ومتغيري الثقافة السياسية والاهتمام بقضايا البيئة السياسية، ويلخص الباحثون النتائج التي توصلوا إليها في دراستهم بقولهم: إن المعلومات التي أدلى بها أفراد العينة تؤكد على أن المتغيرين الأساسيين في الدراسة (المعرفة السياسية والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية) يمثلان إسهاما ذا أهمية في مجال البحث في دوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام كما أن نتائج هذه الدراسة تؤكد على أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من المعرفة السياسية لدى الأفراد ومدى اهتمامهم ومتابعتهم لقضايا يهتمهم السياسية ومن خلال متابعة كل فرد من أفراد العينة تبين أن الاهتمام الشخصي بالسياسية

1- رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 140. 139.

يدفعهم لقراءة الأخبار المتعلقة بالحملات الانتخابية، أو مشاهدة هذه الأخبار في التلفزيون، وفي المقابل فإن هذا التعرض يزيد من رغبة الشخص واهتمامه بالمتابعة مما يدفعه إلى التعرض لوسائل الإعلام.

3-التأثير السلوكي: مرحلة التأثير السلوكي تعد أهم مراحل تأثير وسائل الإعلام في التنشئة السياسية، إذ هي الترجمة الحقيقية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية، وما أفرزته هذه المعارف وتلك المعلومات من مواقف واتجاهات تساعد على المشاركة الفاعلة في العملية السياسية. ويؤكد هذا ما ذهب إليه كل من "تشافي CHAFEE" و"جاكسون بيك JACKSON BEECK" و"دورال DURALL" من أن وسائل الإعلام تسهم إسهاما كبيرا في توعية المواطن وتشجيعه على الاهتمام ببيئته التي يعيش فيها مما ينعكس على سلوكه تجاهها ومحاولة مشاركته فيها-خاصة في الوقت الراهن الذي يشهد ثورة اتصالية كبيرة وبخاصة التلفزيون الذي أصبح أداة اكتساب المعارف والمعلومات للمواطن العصري.

أما "لويلن lewellen" 1976 فقد بحث العلاقة بين التعرض للتلفزيون والمشاركة السياسية في دراسة مسحية شملت عينة من طلاب المرحلة الثانوية في العاصمة الأمريكية واشنطن، بلغ عدد أفرادها 1811 طالبا.

وفي سؤاله لهم عن مدى مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية التي تعرض القضايا العامة، والشؤون السياسية، ومدى متابعتهم للأخبار التلفزيونية، وعلاقة ذلك بالمشاركة في أنشطة الأحزاب السياسية، تبين له أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وأنماط المشاركة السياسية. كما أوضحت نتائج الدراسة انه كلما زاد تعرض أفراد العينة للبرامج التلفزيونية، كلما زادت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة المتاحة لهم في بيئتهم السياسية. (1)

وبالرغم من دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية، إلا أن هناك بعض الانتقادات التي توجه إليها وهي كالآتي:

1- يقتصر دور وسائل الإعلام، غالبا على نقل تنشئة سياسية تمت من قبل هيئات أخرى كالأسرة، والمدرسة.

2- تعزز وسائل الإعلام عادة توجهات سياسية قائمة بدلا من خلق توجهات جديدة.

1-رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص-ص، 141-144.

- 3- يتوقف تأثير وسائل الإعلام على المحيط الاجتماعي، الذي يحدد أي وسائل الإعلام التي يتعرض لها الفرد، ويؤثر على الطريقة التي يفسر بها الفرد ويستجيب لرسائل معينة.
- 4- قد تختلف أهداف وسائل الإعلام عن أهداف قنوات التنشئة السياسية الأخرى، مما يضعف دورها.
- 5- كما قد تؤدي إلى خلق سلوك العنف من خلال عرض برامج يحتوي معظمها على أحداث عنف، ويحاول أن يقلدها الأفراد خصوصاً الأطفال والمراهقين، كما قد تثير الفتنة وتهايم مناخ الصراع والحرب. (1)

---

1 - رعد حافظ سالم، المرجع السابق، ص. 69.

## الفصل الثالث

# قناة الجزيرة النشأة والتطور

جامعة الأمير  
عبد القادر  
للعلوم الإسلامية

## المبحث الأول: الفضائيات الإخبارية:

### I- الأنواع الصحفية المستخدمة في التلفزيون.

#### 1- الخبر التلفزيوني: من الناحية اللغوية: "تعبّر كلمة أخبار عن مواد يتم نشرها من خلال

المرسل، لتشكل معلومات بالنسبة للمستقبل، ومصطلح أخبار باللغة الإنجليزية NEWS يشير إلى الاتجاهات الأربعة (الشمال، الشرق، الغرب، الجنوب)". (1).

أما من الناحية الاصطلاحية، فيقول الخبر الصحفي والإذاعي إبراهيم وهي: "إن الخبر الإذاعي والتلفزيوني هو تاريخ اللحظة المقبلة فإذا كان الحدث قد وقع أمس، فهو خبر يصلح للصحافة، أما بالنسبة للإذاعة والتلفزيون فالخبر يدخل في مصاف التاريخ الحديث". (2).

إن الخبر هو أبرز الأشكال الفنية الإخبارية، وهو أساس العمل الإخباري سواء كان صحفياً أو إذاعياً أو تلفزيونياً، إلا أن الخبر التلفزيوني شأنه شأن الخبر الإذاعي تحكمه عدة اعتبارات ترتبط بمخاوص الوسيلة؛ وهي:

- ضرورة أن تكون القصة الخبرية مفهومة وواضحة، فالمستمع أو المشاهد ليست لديه القدرة على العودة إلى الخلف لفهم جزء من الخبر صعب الفهم.

- الأخبار المسموعة أو المرئية، عبارة عن حوار مشترك بين المذيع والجمهور، أحدهم يقول والآخر يستمع أو يشاهد.

- تقدم الأخبار يجب أن يكون بشكل رسمي في أغلب الأحيان حتى يمكن تصديقها، وتدفع المشاهد أو المستمع للاقتناع بها، لذا التردد والنطق الخاطيء أو ما شابه ذلك من الأخطاء يضعف الخبر وتأثيره. (3).

#### 2- الرسالة الإخبارية: هي أحد القوالب الإخبارية المفضلة لدى الجمهور، حيث ينتقل مع

المراسل الإخباري إلى موقع الحدث، وهو ما يجعله يشعر أنه أحد المشاركين فيه خاصة إذا ما كان المراسل على درجة عالية من الكفاءة والوعي تتيح له أن ينقل للمشاهد صورة واضحة عن الحدث،

1- منى الحديدي، "الخبر"، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، تونس، 2001، ص. 94.

2- خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات الإخبارية، مصر، دار الأمين للطبع والنشر والتوزيع، 2005، ص. 25.

3- خالد مجد الدين محمد، المرجع نفسه، ص. 58.

ويفسر له جوانبه المختلفة.

والرسالة الإخبارية في مفهومها العام: "تقرير إخباري، يُبث عبر الأقمار الصناعية، ينقل من خلاله مراسل المحطة تفاصيل حدث ما، وتكون مادته الإخبارية في صورة القالب التقريري الشامل أي إنها يمكن أن تتضمن الخبر والتعليق والتحليل والتفسير والجانب التاريخي في الوقت نفسه". وتختلف الرسالة الإخبارية عن التقرير الإخباري في عنصر الوحدة المكانية، حيث يختص كل مراسل بمنطقة أو دولة بعينها يغطي أخبارها، فيما يمكن أن يتضمن التقرير الإخباري أكثر من حدث في أكثر من بقعة في العالم. (1)

**3- التصريح الإخباري:** يعتبر من أسهل أنواع التغطية، ويتمثل عادة في التصريحات والبيانات التي يدلي بها المتحدثون الرسميون لرئاسات الجمهوريات والحكومات والبرلمانات والنقابات والمنظمات الدولية والوطنية الكبرى. (2)

**4- المقابلة الإخبارية:** نوع من المقابلات؛ يستخدم في نشرات أخبار التلفزيون وحصصها الإخبارية، يبحث المندوب عن إجابة مختصرة مركزة وفي الصميم، على سؤال أو سؤالين محددين لهما صلة بواقعة معينة، ويمكن أن تنعقد المقابلات في موقع الحدث أو المناسبة القائمة. (3)

**5- التقرير الإخباري:** هو أحد القوالب الفنية المميزة حالياً في الخدمات الإخبارية، سواء الإذاعية أو التلفزيونية، لكنه لم يظهر في بداياته بشكله الحالي، بل تطور أيضاً متأثراً بالإمكانيات التكنولوجية المواكبة لتطور التلفزيون كوسيلة اتصالية.

ويتيح التقرير تقديم قصة إخبارية متكاملة العناصر، تضم آخر تطورات الحدث وتفسير وشرح دقائقه وتحليل ما بين السطور، فضلاً عن ما يتاح للتقرير من إمكانية استخدام جميع أنواع وسائل الإيضاح الصوتية، سواء كان صوتاً طبيعياً أو مقطعاً صوتياً أو تعليقا، وكذلك وسائل الإيضاح المصورة سواء فيديو أو جغرافيك.

وهو من القوالب الجاذبة للمشاهد، لما توفره له من الوقت والجهد في البحث عن مزيد من

1- خالد محمد الدين محمد، المرجع السابق، ص. 88.

2- عرفة أحمد عامر، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الآداب، 2003، ص. 55.

3- كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة: محمود شكري العدوي، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1993، ص. 44.

التفسير، والإيضاح لحقائق الحدث، ويمكن تقسيم أنواع التقارير من حيث نوعية التغطية إلى قسمين:

أ- تقارير التغطية الميدانية (من موقع الحدث).

ب- تقارير التغطية المسجلة (من داخل الاستوديو). (1)

**6- المقال الافتتاحي:** وهو نوع صحفي يقوم على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها، بما يكشف عن سياسة الصحيفة ورؤيتها في مجال الحياة اليومية، سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، لكن غالباً ما يهتم بالقضايا الجادة، تاركا القضايا الخفيفة لغيره من الفنون الصحفية الأخرى، ويتولى رئيس التحرير بنفسه كتابة المقال الافتتاحي إذا كانت القضية سياسية وتستدعي الإدلاء برأي حاسم وبناء. (2)

تقتضي الحاجة استغلال المقالات الافتتاحية في بداية النشرات الإخبارية والبرامج الخاصة للإذاعة والتلفزيون، وأخذت هذه العادة عن الصحافة المطبوعة التي تكب مقالاتها الافتتاحية في الصفحة الأولى وفي أهم زاوية وفي إطار واضح، وبسيط ومتميز.

وإذا كان القارئ للصحيفة يملك حرية الاختيار في بدء قراءة الصحيفة من أي صفحة أراد يقدم ويؤخر، فإن المشاهد لا يمكنه ذلك.

يقوم المقال الافتتاحي على مزج منسجم بين الصورة والصوت والنص، وفي خاتمة المقال يمكن استغلال صورة أو أحاديث تنسجم مع غرض المقال، ويفضل بعض كتاب المقالات الافتتاحية أن تكون الدعوة إلى اتخاذ مواقف عن طريق أشخاص أو شخصيات مشهورة ومؤثرة في المجتمع. (3)

**7- الروبرتاج:** "هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها ومنشأها وتكوينها وتطوراتها، بحيث تحمل الكاميرا إلى المشاهدين صورة الحاضر وتخلق فيهم الإحساس بالمشاركة، يولد هذا الإحساس تأثيراً قويا-نتكلم هنا عن الروبرتاج التلفزيوني-لا تستطيع أي وسيلة إعلام جماهيرية أخرى تحقيقه، وهو الذي نسميه قوة تأثير الحضور أو المشاركة". (4)

يقسم الروبرتاج في التلفزيون إلى نوعين:

1 - خالد مجد الدين محمد، المرجع السابق، ص. 67.

2- فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1981، ص. 183.

3- إبراهيم زيوش، فن كتابة الأخبار للإذاعة والتلفزيون، الجزائر، مطبعة جريدة الوحدة، د.ت، ص. 63.

4- أ. بورتسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة: أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1990، ص. 132.

أ- الروبرتاج الحي: وهو الروبرتاج الذي يطلق عليه المحترفون اسم "تغطية"، ويدور حول حدث أنسي يقدم المعلومات ذات الطابع الإخباري، ويكون حضور الصحفي واضحا في الصورة التي تغطي الحدث، باعتباره الشخصية الأساسية والمركزية.

ب- الروبرتاج الموضوعاتي: وهو الذي يدور حول القضايا والأحداث غير الآنية، ولا يلتزم بتقديم أخبار ومعطيات مرتبطة بحدث بعينه، بل ينطلق منها لرصد نبضات المجتمع وتقديم السلوك الإنساني. (1)

8- التعليق التلفزيوني: يوظف التعليق في النشرات والحصص الإخبارية بالتلفزيون؛ وفق

ثلاثة أشكال هي:

أ- التعليق على الصورة: يقوم هذا النوع على كتابة نص لصورة موجودة بغرض تفسيرها.

ب- التعليق بالصورة: تستخدم فيه الصورة، ويقوم على كتابة نص للربط بين مختلف الصور.

ج- التعليق المصور: تعليق إخباري يشبه تعليق الإذاعة، ولكن تستخدم فيه الصور، والتصريحات، والبيانات، كشواهد وأدلة لإقناع الجمهور. (2)

9- التحقيق التلفزيوني: التحقيق الصحفي كنوع صحفي لا يصبو إلى تقديم أخبار

ومعلومات عن الوضعية أو المشكل، ولا يهدف إلى وصفها بنوع من التأنى والتفصيل، وإن فعل ذلك فيصهره في إطار نظرة متماسكة ومتكاملة، تصب في اتجاه طرح المشكل قصد الدراسة والتحليل، يجيب عن سؤال مركزي وواحد لماذا؟ (3)

10- البث المباشر: قالب إخباري آخر يميز لكنه مكلف جدا، وعلى الرغم من تكلفته

الباهظة إلا إنه يحقق لنشرات الأخبار والحصص الإخبارية قيم الحالية والحداثة، وقد ساعد على انتشاره تقدم تكنولوجيا الأقمار الصناعية، وإمكانية تغطية أخبار الكرة الأرضية بنحو ثلاث أقمار صناعية فقط.

وهو هدف تسعى له كل المؤسسات الإخبارية، لما يحققه من سبق إخباري يتيح للمحطة الإخبارية

جماهيرية واسعة. (4)

1- عرفة أحمد عامر، المرجع السابق، ص. 55.

2- نصر الدين العياضي، إقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ت، ص. 28.

3- نصر الدين العياضي، المرجع نفسه، ص. 60.

4- خالد مجد الدين محمد، المرجع السابق، ص. 106.



ومن القوالب الإخبارية المستحدثة:

**11- عناوين الأخبار:** مع مرور الوقت تطورت الحياة الإنسانية، وما أصبح يميزها من سرعة ورغبة في المعرفة دون بذل جهد أو تضيق وقت في تفاصيل لا فائدة منها، أصبح على معدني النشرات الإخبارية أن يراعوا مثل هذه التغيرات، ومن ثم أصبح هناك ما يعرف بأخبار "الروك أند رول"، وهي شكل من الأشكال الإخبارية التي ابتكرتها محطات الأخبار الأمريكية لتناسب مع جماهيرها، وخاصة المحطات الكبلية حيث تقدم الأخبار بشكل سريع " hot shots"، ومدة هذه الخدمة نحو ثلاثين دقيقة وتضم عشرات الأخبار.

ومع انتشار وتطور مثل هذا الشكل الخبري (ويصفه البعض بالخبر التلغرافي)، تولد شكل إخباري جديد عرف باسم "عناوين الأخبار Head lines"، والتي أصبحت جزءاً أساسياً بعد ذلك من كل خدمة إخبارية يُسهل النشرة وتُحتتم بها، بل قد تُفضل بعض المحطات الإخبارية أن تكون هناك عناوين أخرى في منتصف خدماتها، تعتبر تنويها للمشاهد عما سيتابعه إذا استمر في مشاهدة خدمتها الحالية. (1)

**2- شريط الأخبار:** أحدثت الأشكال الإخبارية؛ وبدأ استخدامها في أواخر التسعينات من القرن المنصرم، وهو عبارة عن شريط ملون يوضع في أسفل الشاشة تُبث عليه عناوين أهم الأخبار، وكان استخدام شريط الأخبار في البداية من أجل بث بيانات البورصة والأخبار الاقتصادية بالقنوات الإخبارية المتخصصة، إلى أن اتسع استخدامه في معظم المحطات خاصة الإخبارية، وقد ساعد على انتشاره عدة عوامل:

أ- تصاعد وتيرة الأحداث الساخنة في العالم، ورغبة القنوات غير المتخصصة في الأخبار في ملاحقة هذه الأحداث دون قطع برامجها العادية لإذاعة هذه الأنباء.

ب- رغبة القنوات المتخصصة في جذب المشاهد بتوفير آخر الأخبار العاجلة والطارئة فور وصولها للمحطة، إلى أن يتم إذاعتها مفصلة في خدماتها اللاحقة.

ج- دراسات اتجاهات المشاهدين التي أكدت نمو اتجاهات التعرف على آخر الأخبار بنظرة سريعة وفي وقت قصير. (2)

1- خالد مجد الدين محمد، المرجع السابق، ص. 111.

2- خالد مجد الدين محمد، المرجع نفسه، ص. 119.

وفي الختام يمكن القول: إن المتوج التلفزيوني؛ بسبب استفادته من التقنيات الجديدة والمبتكرات التكنولوجية، أدى إلى ميلاد أنواع هجينة، على أن العديد من الأنواع التلفزيونية لازالت تحتفظ بأسمائها الموجودة والمعروفة بها في الصحافة المكتوبة، خاصة تلك التي يقال عنها أساسية، وهذا يدل بشكل أو بآخر، على أن مضمون النوع الصحفي واحد، والوظيفة هي ذاتها تقريبا، لكن الاختلاف يكمن في طرق العرض، والتقديم، الذي تفرضه طبيعة الوسيلة، فالأنواع الصحفية أصبحت تعتمد على أدوات إضافية-خاصة بالتلفزيون-تزيد في مقدرتها على إظهار الأشياء وتشخيصها، وعلى التمشهد والإيجاء أيضا.

فالمقابلة الصحفية يجريها المندوب في الموقع ويضمها إلى التقرير، وتجري أيضا عبر الهاتف والأقمار الصناعية، وأيضا داخل الاستوديو مع الضيوف من المتخصصين وصانعي القرار. كما أن التعليق عبر الهاتف أو تعليق شخصية عبر الأقمار الصناعية في بداية النشرة، يعتبر افتتاحية، كما أن عمليات التغطية بالهاتف في النشرات الإخبارية تعتبر أهم أشكال التغطيات الإخبارية. (1)

## II- نماذج من التغطية التلفزيونية للأحداث السياسية: إن علاقة التلفزيون بالسلطة

تبدو واضحة من خلال الفعاليات التي تؤديها في المجال السياسي، وفي مقدمتها الوظيفة الإخبارية والتفسيرية و الإقناعية.

فأخبار الزعماء السياسيين ونشاطاتهم وبياناتهم وخطبهم وأحاديثهم ومقابلاتهم ومناظراتهم، فضلا عن الحملات الانتخابية والحروب والفضائح وغيرها، أصبحت مادة يومية رئيسية في برامج التلفزيون التي يتلقاها المشاهد، سواء رغب في ذلك أم لم يرغب، حتى إن بعض الباحثين يرى: "أن التلفزيون في الواقع يولي السياسية اهتماما أكبر بكثير مما يشعر المشاهدون أنهم بحاجة إليه أو يريدونه".

وإذا كان هذا الرأي يبدو صحيحا في الأيام العادية التي تخلو من الأحداث المهمة، عندما يبدو الجمهور مسترخيا ولا تشغله القضايا السياسية، فإن أهمية التلفزيون ودوره المؤثر يظهران بوضوح في أوقات الأزمات والحروب والأحداث السياسية الخطيرة، فيصبح أغلب المشاهدون متحفزين لتابعة تلك الأحداث عبر شاشة التلفزيون، ومن البديهي القول أن التلفزيون يعكس في برامجه

1- خالد مجد الدين محمد، المرجع السابق، ص. 120.

تلك الأحداث والنشاطات والصراعات، ومن بينها وربما من أهمها الأحداث السياسية. (1)  
وفي مايلي عرض لبعض نماذج من التغطية التلفزيونية لبعض الأحداث، والأزمات السياسية:  
كل العالم شاهد قصف إحدى القرى الفيتنامية بالنابالم، حيث بدت فتاة أصابها حمم النار  
تجري وتصرخ وهي عارية، كما شاهد العالم تلك الصور المروعة لانفجار القنبلة الذرية في  
ناكازاكي و هيروشيما، وصورة الشهيد محمد الذرة الذي قتل بالرصاص الإسرائيلي بين  
أحضان والده وقد جابت صورته جميع أنحاء العالم. (2)  
سنة 1952م ملايين الأمريكيين رأوا لأول مرة الديمقراطية، وهي تعمل عند حجر أساسها  
لتختار مرشحها للرئاسة.

وعلى شاشات التلفزيون؛ رأى الجمهور القضايا الكبرى والصغيرة وهي تناقش على منصات  
اللجان الرئيسية، وراقبوا معارك الانتقاد التي يشنها الأعضاء ليس فقط أمام المؤتمر، بل أيضا داخل  
لجان الاعتماد. (3)

بحسب إحصائيات أمريكية رسمية وغير رسمية، زادت العمليات الإرهابية ما بين 1986م  
و1970م، بفعل الحضارة المرئية المسموعة، وأصبح اختيار العمليات وتوقيتها مرتبط إلى حد كبير بمدى  
التغطية الإعلامية التي يمكن أن تحظى بها، بل بإمكانية نقلها مباشرة على الهواء. (4)  
في أواخر عام 1978م نادى المتظاهرون في مدينة "قم"، بإنشاء حكومة جديدة بقيادة آية الله  
الخميني الذي كان في المنفى، ولفترة وجيزة امتدت عدة أشهر من تشرين الثاني عام 1978م، نقلت  
الشبكات من باريس أخبار نشاطات الخميني وعملت كقناة ربطت ما بينه وبين إيران وبقية العالم،  
وأثناء كانون الثاني عام 1979م، وبعد أن غادر الشاه إيران، قام التلفزيون بدور قناة لإيصال الرسائل  
بين الخميني وحكومة رئيس الوزراء شاپور بختيار المتداعية. (5)

1- مصطفى فلهي، صناعة العقل في عصر الشاشة، عمان، الدار العلمية للنشر والتوزيع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص.ص، 49، 50.

2- نوار العبيدي، الحرب الإعلامية في حرب الخليج الثالثة: مظاهر ومدارس، عناية، الجزائر، مطبعة المعارف، ماي 2003، ص. 24.

3- والتر كرونكايت، "تغطية أعباء الحملات الرئاسية"، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، دهنيس ماكويل وآخرون، تعريب: زين نجاتي،  
القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2004، ص. 85.

4- أحمد زين الدين، "الإعلام والصراعات: متغيرات قد قلب الصورة"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، الجامعة اللبنانية،  
كلية الإعلام الوثائق، 2004، ص. 39.

5- جيمس إف. لارسون. دوريس إيه جريبر، "التلفزيون والسياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية: قضية أزمة الرهائن في إيران"،  
سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة: أسعد بوليدة، مراجعة: فاروق حرار، ط 2، عمان، الأردن، دار البشر، 1999، ص. 401.

كان يكفي لحزب الله "اللبناني"، أن يصطحبوا مصورا ليسجل العملية العسكرية ضد الإسرائيليين في جنوب لبنان، ليقطعوا الطريق على التظليل الإسرائيلي، وبما أن الحزب يمتلك قناة تلفزيونية فضائية (المنار) كانت صورة العمليات تلف العمورة في ثوان.

ومن يتذكر الضربة الأمريكية لليبيا عام 1986م، وبعدها بيضع سنوات للسودان حيث قصف مصنع الأدوية، ويتذكر أيضا التحضيرات التي سبقتها لتبريرها. (1)

كما شاهدنا الصور التي تناقلتها التلفزيونات -التلفزيون الجزائري قبل انتشار الفضائيات- حول الحرب العراقية-الإيرانية، التي دامت سبع سنوات والتي أطلق عليها حرب الباصات. (2) تغطية الزيارة التاريخية للرئيس المصري أنور السادات إلى إسرائيل، وأدت بمدير دائرة الأخبار في إحدى شبكات N B C، إلى القول: "يبدو بالتأكيد أن وسائل الإعلام هي المجال الرئيسي للمفاوضات، ولا شك في أننا كنا وسيلة الاتصال". (3)

تم التخطيط لسيناريو اغتيال الرئيس الأمريكي السابق رونالد ريغن، ونفذ في بداية الثمانينات، وفي ساعة قريبة من زمن الذروة التلفزيونية prime time، يظهر الرئيس الأمريكي على شاشة القنوات التلفزيونية الثلاث الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية في أكبر موعد إخباري، يخاطب 62 مليون أمريكي، شاحب الوجه مرعوبا وإبصارا عن عزمه على الاستمرار في تنفيذ خطته، بفضل هذه الصورة تعاطف معه قطاع واسع من الأمريكيين في ظرف تميز بتدهور شعبيته. (4)

ولم يكن لمنظمة الأمم المتحدة أن تتحرك لولا تلك الصورة المأساوية لآثار قصف سوق مدينة سرايفو ببوغسلافيا، ولم يكن للإنزال الأمريكي بالصومال أن يحدث، لولا تلك الصور التلفزيونية الدرامية عن جوع الأطفال الصوماليين الصارخ. (5)

1- أحمد زين الدين، المرجع السابق، ص.41.

2- نصر الدين العياضي، "إعلام الحرب أم الحرب على الإعلام؟"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، جامعة الجزائر، 2004، ص.31.

3- إدمون غريب، "الإعلام الأمريكي والغرب"، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، المجلد 23، الجامعة الأمريكية، واشنطن، 2001، ص.71.

4- نصر الدين العياضي، "كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، جامعة عجمان، 2001، ص.8.

5- نصر الدين العياضي، المرجع نفسه، ص.6.

ويضيف بطرس غالي موضحاً جانباً آخر من الدور الذي أصبحت تلعبه وسائل الإعلام في الأزمات والحروب، وفي بعض الحالات وليس كلها تنفجر الأحوال الناجمة عن تلك الحروب على شاشات التلفزيون في العالم، وتمارس ضغطاً سياسياً على الأمم المتحدة لكي ترسل قوات لتسهيل العمليات الإنسانية وحمايتها. (1)

في أواخر الثمانينات أتاحت فرصة إخبارية عالمية كبيرة أمام شبكة CNN، وكان لها نتائج مثيرة وغير متوقعة بالنسبة لها، ففي مايو 1989م كان الرئيس الروسي جورباتشوف في زيارة رسمية للصين، ولأن هذه الزيارة مثلت أول قمة منذ العام 1958م، بين زعيمين من دولتين شيوعيتين في العالم، فقد تسابقت الشبكات التلفزيونية الأمريكية الكبرى على تغطيتها، وبمحض الصدفة وقعت مواجهات "تيان أنمان" خلال الأربع وعشرين ساعة التالية، وقد شعرت الحكومة الصينية بخيبة أمل كبيرة بسبب التغطية العالمية لأحداث الميدان التي قدمتها CNN. (2)

لقد كانت دهشة المشاهدين كبيرة واستنكارهم أكبر، عندما شاهدوا ليلة الاحتفال بقدم السنة الميلادية 1990م على الشاشة الصغيرة جثثاً متراسة مغطاة بشراشيف بيضاء في تيمشوارا برومانيا، التي قدمت كضحايا لاستيلاء تشاوشيسكو. (3)

اقتصرت الإعلام العربي في معالجته الإعلامية للانتفاضة الفلسطينية، على نقل الإنسان العربي الفلسطيني الذي يواجه آلة الحرب الإسرائيلية الضخمة بالحجارة والأدوات البسيطة، الأمر الذي أدى إلى خلق شعور بالمهانة والضعف لدى الإنسان العربي. (4)

إن أحداث حرب الخليج الثانية؛ قد رفعت الإعلام إلى مقام الدعم اللوجستي للأزمة، وقد أصبحت القناة التلفزيونية CNN أهم وسيلة تواصل بين الأطراف المتحاربة. (5)

كانت CNN مستعدة جيداً لأن تكون وسيلة الإعلام الأولى في العالم، التي تقدم تغطية حية لأزمة الخليج 1991م، ولم تنقل أحداث ضرب العراق فقط ولكن نقلت أيضاً اجتماع

1- مصطفى فلحي، المرجع السابق، ص.6.

2- توماس ماك فايل، الإعلام الدولي: النظريات-الاتجاهات-الملكية، ترجمة حسني محمد نصر و عبد الله الكندي، العين، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص. 201.

3- نصر الدين العياضي، "كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها؟"، المرجع السابق، ص.8،9.

4- محمد سعد أبو عامر، "الإعلام العربي والسياسة الخارجية"، المستقبل العربي المجلد 16، 1993، ص.91.

5- عبد الوهاب الرامي، "الحرب الإعلامية والتلفزيون"، مجلة إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، الرباط، المعهد العالي للإعلام والاتصال، 2002، ص.61.

صدام حسين بالرهائن البريطانيين، وعندما أراد الملك حسين ملك الأردن إذاعة بيان عن أزمة الخليج، قامت CNN بيته على الهواء مباشرة.

وبدأ زعماء العالم يتصلون ببعضهم البعض حول أزمة الخليج من خلال CNN، كما كان هؤلاء الزعماء في أمريكا الشمالية وأوروبا والشرق الأوسط، يعرفون تطورات الحرب لأنهم كانوا ملتصقين معا بالتغطية الحية لشبكة CNN. (1)

ولاسيما ما نقلته BBC و CNN من صور الدمار والضحايا، التي خلفها القصف الصاروخي لبغداد، وإذا كان التبرير آنذاك جاهزا مسبقا(صدام كان يستخدمه مركزا للاتصالات). (2)

عاش العرب أحداث أزمة الخليج(غزو الكويت) وتعايشوا معها من خلال العيون الإعلامية، يكفي أن نشير إلى أن شبكة السي، أن، أن، كانت تنقل الأحداث على مدى الأربع والعشرين ساعة على الهواء مباشرة. (3)

ولعل أقرب الصور التي تناقلتها تلفزيونات العالم عن كوارث حاقت بالرعايا الأمريكيين، هي تلك المتعلقة بحادثتي 1998م، ضد السفارتين الأمريكيتين بكينيا و تزانيا، وهي صور مؤلمة تناقض المبدأ المتمثل في الاقتناع بأن الأمريكي لا يقهر. (4)

كانت حرب كوسوفو التي اندلعت في ربيع عام 1999م، مختلفة عن حرب الخليج من عدة زوايا. (5)

واستطاعت السي، أن، أن تقدم تغطية مكثفة للحرب من وجهات نظر متعددة، وإلى جانب السي، أن، أن، قامت كل الشبكات الرئيسية الكبرى والشبكات الأوروبية، بتغطية النزاع في كوسوفو. (6)

1- توماس ماك فايل، المرجع السابق، ص.203.

2- مهوند القادري، "قراءة أولية في مشهد التغطية الإعلامية للحرب على العراق"، مجلة إنحد إذاعات الدول العربية، العدد1، الجامعة اللبنانية، كلية الإعلام والتوثيق، 2004، ص.53.

3- محمد سعد أبو عود، "الإعلام العربي والسياسة الخارجية"، المرجع السابق، ص.9.

4- عبد الوهاب الرامي، "العالم الإسلامي: جدلية الأنا والآخر"، مجلة إنحد إذاعات الدول العربية، المغرب، العدد2، جامعة الرباط، 2002، ص.79.

5- توماس ماك فايل، المرجع السابق، ص.199، 200.

6- توماس ماك فايل، المرجع نفسه، ص.214.

نقلت الفضائيات العربية على سبيل المثال حديث الرئيس الأمريكي بوش، يليه حديث مستشارة الأمن القومي غوندوليزا رايس، يليها مباشرة حديث لوزير الخارجية كولن باول وبعده الناطق باسم البيت الأبيض، وعلى الطرف الآخر حديث طونسي بلير رئيس الوزراء البريطاني، هذه الأمور كلها كانت تحدث في اليوم الواحد. (1)

تشيني يؤكد أن السلطة المركزية العراقية انهارت، لكنه يستبعد وقوع قتال في الأيام القادمة. رامسفلد يتهم سوريا بأنها سمحت لعدد من رموز النظام العراقي بالعبور إلى أراضيها. (2) مقتطفات من نشرة أخبار الحادي عشرة مساءً، في اليوم التالي لسقوط بغداد؛ بقناة الجزيرة الفضائية:

قوات المارينز والدبابات الأمريكية تسيطر على وسط بغداد وتنتشر في معظم أرجائها، المعدات العسكرية والمباني في بغداد، تتعرض لأعمال نهب على نطاق واسع. في غضون الساعات الثماني والأربعين الأولى التي أعقبت الاعتداء على مركز التجارة العالمي، تم إنشاء تجمعات pools للقنوات الأمريكية التي كانت تشتغل بتوجيه من الشرطة ورجال الإسعاف وكان يخصص لها فقط بتصوير حطام المبانيات عن بعد. (3)

غطت قناة CNN سقوط "كابول في يد قوات التحالف، يوم الثلاثاء (13-11-2001). (4)

انفردت إحدى القنوات التلفزيونية العربية بإنتاج وبث الأخبار المتعلقة بالحرب على أفغانستان، ولجأت الكثير من القنوات التلفزيونية الأجنبية لشراء صورها. (5)

- 1- إياد عبيد، "الإعلام والإعلام المضاد: نموذج حرب احتلال العراق"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، الجامعة اللبنانية، كلية الإعلام والتوثيق، 2001، ص.67.
- 2- الحبيب الغربي وآخرون، "الفضائيات العربية وتفطية الحرب على العراق"، العرب والإعلام الفضائي، مجموعة من المؤلفين، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة المستقبل العربي العدد 34، ص.ص.124، 125.
- 3- عبد الوهاب الرامي، "العرب والعالم العربي والإسلامي: جدلية الأنا والآخر إعلامياً"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، 2002، ص.75.
- 4- نصر الدين العياضي، "تحليلات الثابت والمتحور في الوضع الإعلامي العربي"، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، جامعة عجمان-جامعة الجزائر، 2000، ص.28.
- 5- محمد أسعد أبو عامود، الإعلام العربي والسياسة الخارجية، المرحع السابق، ص.30.

وقد انفردت قناة الجزيرة أثناء الحرب على أفغانستان، بعد لقاءات مباشرة وصور حية عن الحرب، حتى أسموها CNN العرب. (1)

### III- نماذج من الفضائيات الإخبارية العالمية:

#### 1- الفضائيات الإخبارية العربية:

أ- شبكة الأخبار العربية Arab News Network: انطلقت شبكة الأخبار العالمية العربية ANN بيت برانجها من استوديوهاها في لندن في 18 أيار 1997، وهي شبكة خاصة مرخصة من قبل الجهات البريطانية المتخصصة بالإشراف على البث التلفزيوني I T V، وتبث الشبكة برانجها عبر القمر الأوربي يوتلسات، والقمر هوت بيرد، وتقدم القناة نشرة إخبارية كاملة كل ساعة وموجز للأبناء كل نصف ساعة، تتضمن آخر الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية، إضافة إلى القصص الإخبارية التي يعيها المراسلون في شتى الدول العربية والعالم وبرامج ترفيهية بسيطة. (2)

كما تعتبر شبكة الأخبار العربية القناة العربية الأحدث بين القنوات الفضائية في العالم العربي، حيث يديرها ابن أخ الرئيس السوري حافظ الأسد، الذي يطمح أن تصبح القناة إخبارية إقليمية بمستوى شبكة CNN، وتشير مجلة "العربي" الأسبوعية أن مؤسس الشبكة يهدف إلى الحديث عن القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في العالم العربي، ولا يتخلل من مناقشة الأمراض الاجتماعية الموجودة في البلدان العربية، ويذكر سومر الأسد في حديث لصحيفة FINANCIAL TIMES البريطانية، أن القناة ظهرت وتأسست لتقول للعرب أن أصواتهم ستسمع. (3)

ويؤكد سومر الأسد صاحب القناة أن خلافا بين والده رفعت وعمه الرئيس حافظ الأسد، قاد البعض إلى أن يتصور أن القناة تستخدم كسلاح سياسي، أكثر من كونها منفذا إخباريا

1- نوار العبيدي، المرجع السابق، ص. 59.

2- محمد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، عمان، الأردن، دار المستقبل العربي للنشر والتوزيع، 2001، ص. 176.

3- جون أترمان، إعلام جديد سياسة جديدة، ترجمة عبد الله الكندي، فلسطين، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص. 80، 81.



ناضحا ورزينا، فعندما أفضى الرئيس السوري أخاه رفعت من منصبه ككاتب للرئيس في ربيع 1998م، اقترحت مطبوعتين عربيتين على الأقل أن أنشطة رفعت الإعلامية (أو تلك التي يقوم بها ابنه) كانت وراء قرار الإقصاء وتعرض كل المناقشات التي تحدثت عن الشد أو الاختلاف الذي سببته القناة في صيف 1997، بين مختلف الأجنحة في عائلة الأسد لموضوع عرض شريط تلفزيوني لاستضافة رفعت الأسد للأمير الملكي السعودي عبد الله بن عبد العزيز، وفسرت الحكومة السورية عرض ذلك في القناة وكأنه محاولة من رفعت الأسد لإظهار الدعم السعودي له.

أما الحديث عن الصنارة السعودية في شبكة ANN، فكانت موجودة منذ السنة الأولى لبداية البث فيها، ذلك أن مصادر تمويل الشبكة أقل وضوحا من غيرها من القنوات العربية خاصة في غياب مستثمر محدد وواضح، وتلمح مصادر مقربة سومر الأسد في صحيفة عربية في لندن أن الأموال التي تمول بها القناة يدفعها الأمير عبد الله بن عبد العزيز، ويرجح بعض المراقبين رفعت الأسد كمصدر للتمويل، ولكن القناة شجعت على انتشار الشائعات عن الدعم السعودي لمضاعفة ودفع الاستثمار الخارجي من السعوديين وغيرهم.

ووسط هذه الرؤية غير الواضحة عن تمويل القناة، بدأت عملية نقل الأخبار في القناة تلفت الانتباه، وبدأ المهنيون والمذيعون من مقر القناة من لندن بالظهور وبث نشرة متميزة من حيث المعلومات الدقيقة، ويبدو أن المشاكل بين القناة والحكومة السورية بدأت تتضاءل، عندما أطلقت الأخيرة سراح مراسل القناة في سوريا، كما أن القناة بدورها قللت بشكل عام نغمتها الناقدة حيال النظام السوري.

لقد أطلقت قناة أن، نوعا من الألفاز، فيما يخص قطاع القنوات في المنطقة العربية، ففي الوقت الذي يرتاب فيه البعض من أولوياتها السياسية والوسيط الممول لها، فإن تقييم القناة في الفترة الزمنية القادمة سيكون من التطورات المهمة، من جانب آخر ينظر البعض إلى أن مجموعة التخمينات المطروحة عن الشبكة غير صحيحة، وأنها مجرد عمل تجاري يباع لمن يقدم المبلغ الأكبر، وينظر إلى الشبكة على أنها امتياز له هيئته وأهميته. (1)

وتحاول الشبكة في تغطيتها الإخبارية أن تكون موضوعية، وأن تنحى منحأ مستقلا عن السياسة

1- جون أترمان، المرجع السابق، ص ص. 82، 83.

الرسمية لسوريا، وتستعد القناة لاستثمار 60 مليون دولار على مدى أكثر من خمسة أعوام لإقامة استوديوهات جديدة وغرف تحكم وغرف مونتاج، وتوفير المعدات اللازمة للبث على الهواء على مدار الأربعة والعشرين ساعة.

وتسعى القناة أيضا للانضمام إلى البوكيه الرقمي في الشرق الأوسط، والوصول إلى المشاهدين في الخليج العربي من خلال القمر العربي عربسات على الحيز الترددي "سي"، وتبث الإرسال حاليا من قناة الكيبل في قطر وفي البحرين والإمارات، وتستعد لأن تكون جزءا من محطة "سارة فيجن" في السعودية.(1)

وتقوم القناة بتغطية الأنباء الدولية بشكل مباشر وشامل، على منطقة الشرق الأوسط، وتتمتع بإطار إعلامي رفيع المستوى، ويعتمد إنتاجها على أحدث ما توصلت إليه مجالات التقنية في عالم تطور مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، وتركز الشبكة على استمرارية بثها لآخر الأنباء على مدار الساعة، بالإضافة لإعطاء الأفضلية للبرامج الوثائقية والترفيهية العربية.(2)

## 2- الفضائيات الإخبارية العالمية:

أ- الشبكة الإخبارية العالمية Cable News Network: أسست محطة CNN في الأول من حزيران -يونيو- 1980، من قبل تيد تيرنر الذي تعود ملكيتها له، ويقوم عملها على أساس التغطية الحية للأحداث العالمية على مدى الـ 24 ساعة يوميا باستخدام الأقمار الصناعية. وبدأت المحطة عملها في منزل صغير بمدينة أطلانطا ATLANTA وتتألف من قسمين، قسم الشعبة الخارجية الأولى وقسم الأخبار، ولجأت المحطة في أيامها الأولى إلى الاستعانة بالعناصر الأساسية ذات الخبرة الكبيرة ممن كانوا يعملون في الصحافة والتلفزيون، كما استعانت بأصحاب المواهب من الشباب الذين أعطوا للمحطة القدرة على تجاوز قلة الإمكانيات المادية. وهكذا ولدت الحقيقة المعروفة لدى المحطة والمتبعة حتى الآن، وهي استخدام الشباب المتخرجين حديثا من الجامعات وتشغيلهم مباشرة بعد تخرجهم، ذلك أنهم متحمسون للعمل في المحطة بهدف إثبات قدراتهم، ويمثل هؤلاء الشباب الآن العمود الفقري للمحطة، فبالرغم من صغر أعمارهم إلا أنهم محترفون وجادون في تغطيتهم للأحداث التي تجري في العالم.

1- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 176.

2- إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المخطات الفضائية، عمان، الأردن، دار الشروق، 1999، ص. 143.

وكان ملاك المحطة يتألف من 1700 موظف حتى عام 1992، بينما كان يتألف من 300 موظف في بداية عملها، وبعد البداية الموفقة للمحطة أصبحت تتعامل بنديّة مع المحطات الأمريكية الأخرى ABC وNBC وCBS. (1)

وللمحطة ثلاثة مديرين تنفيذيين هم تيد تيرنر الذي يشغل منصب نائب الرئيس التنفيذي لجمع المعلومات والمسؤول عن البث العالمي للمحطة، وعن 95 مراسلا، أما الثاني فهو فيونار المنتج التنفيذي للمحطة، والثالث هو توم جونسون المسؤول عن المحطة، والذي تولى رئاسة المحطة في آب-أغسطس-1990، وتركز في أيدي هؤلاء المديرين القرارات الحاسمة التي تتخذها المحطة وفيما يخص عملها الإعلامي أو الإداري. (2)

لقد تغيرت عملية جمع الأخبار والمعلومات عالميا بسبب شبكة تيد تيرنر الإخبارية CNN، وبدأ عهد جديد في العمل الإخباري بعد أن أصبحت الحدود الوطنية غير ذات قيمة في عصر الأقمار الصناعية وشبكات الكايل، ورغم أن دولا وشركات عديدة كانت قد دخلت السوق الإعلامي العالمي بخدمات إخبارية، إلا أن آيا منها لم يحقق النجاح الذي حققته شركة تيد تيرنر الإذاعية وجوهرتها المملّكية CNN.

وتعد السي، أن، أن وهي قسم من شبكة تيرنر الإذاعية، الشبكة الرائدة عالميا في مجال الأخبار الدولية، وكانت شركة تلم وارنر TIME WARNER قد اشترت في أكتوبر 1996م شبكة تيرنر الإذاعية بمبلغ 6.54 بليون دولار، وأصبح تيد تيرنر نائبا لرئيس تلم وارنر.

وقد تولد عن هذا الاندماج مجموعة إعلامية عملاقة لا مثيل لها، تمتلك القدرة على التغطية الحية والفورية لأخبار العالم وبنها للجمهور في جميع أنحاء العالم، وقد لعبت السي، أن، أن دورا رياديا في ابتكار أساليب جديدة للعمل التلفزيوني، واقتحام مناطق جديدة في مجال صناعة الأخبار التلفزيونية من خلال سعيها لتقلص تغطية خيرية فورية متعمقة وغير متحيزة. (3)

وتستخدم السي أن أن اللغة الإنجليزية كلغة رئيسية في البث، بينما تستخدم في الترجمة التي تظهر على شاشة التلفزيون، العربية والألمانية والفرنسية والإيطالية والروسية والإسبانية. (4)

1- إباد شاعر البكري، المرجع نفسه، ص. 173.

2- إباد شاعر البكري، المرجع السابق، ص. 174.

3- طوماس ماك فايل، المرجع السابق، ص. 199، 200.

4- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 123.

وبخصوص التغطية، فإن بث المحطة يغطي جميع مناطق العالم ودوله باستثناء القطب الشمالي والقارة القطبية الجنوبية وكرين لاند، وأقسام من الجزء الشمالي الشرقي من سيبيريا. (1) وفيما يخص تغطية المحطة المنطقة العربية، فقد اتفقت مصر مع الشبكة بموجب عقد تم توقيعه عام 1990م، على استقبالها وإرسالها وإعادة بثها بالشفرة على المشتركين من الهيئات والأفراد، وهذه الشبكة اتفاقيات مماثلة مع دول عربية أخرى.

وتعد CNN المحطة الأولى بين قنوات أوربت الإخبارية، التي توفر لمشاهديها أهم الخدمات الإخبارية المختلفة والمتخصصة؛ وآخر التطورات المحلية والعالمية. (2) وتمتلك CNN 28 مكتبا، تسعة منها مكاتب محلية أي داخل الولايات المتحدة الأمريكية، و19 مكتبا خارجيا، بضمنها ثلاثة مكاتب في المنطقة العربية في عمان والقاهرة والقدس المحتل، وللمحطة مذيعون ومندوبون في 120 دولة على مستوى القارات كلها، ويعد مكتبها في لندن المكتب الرئيس للمحطة، ويعمل بها 55 موظفا، فضلا عن قيامه بمسؤوليات التنسيق المتعلقة بالأقمار الصناعية، ويمكن السيطرة على الكاميرات العاملة في هذا من خلال مكتب المحطة بآتلانتا، وقد أصبح مكتب لندن مركزا لجمع المعلومات الإقليمية في أوروبا، ومكانا لإنتاج وبث حوالي نصف برامج المحطة، ويعمل في جميع المكاتب 2000 مراسل موزعون في 120 دولة، بضمنهم مراسلون غير أمريكيين تهدف المحطة من خلالهم إلى تغيير صورتها كمحطة أمريكية وإضفاء طابع العالمية عليها. (3)

ونظرا لما تمتلكه المحطة من أجهزة تكنولوجية غاية في الحداثة، والإمكانات البشرية العالية في التفوق والأداء وتقديم الأخبار بأسلوب البث المباشر، احتلت CNN المكانة الأولى بين القنوات الإخبارية في العالم، حيث تعمل على البث الحي للأحداث ساعة وقوعها، معتمدة في توزيع خدماتها إلى الشبكة الأرضية (الكوابل) في الولايات المتحدة الأمريكية، وعلى الأقمار الصناعية المرتبطة بالكوابل أو بالترددات الإذاعية في دول العالم الأخرى. (4)

فشبكة CNN أعطت المتفرج مقعدا أماميا بتقديمها تقارير حية وغير مشفرة، وإذا كانت جزئية

1- إباد شاكر البكري، المرجع السابق، ص 180.

2- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص 128.

3- مجد هاشم الهاشمي، المرجع نفسه، ص 174.

4- مجد هاشم الهاشمي، المرجع نفسه، ص 125.

عن الأحداث، حيث يرى الإنسان العادي هذه الأحداث في الوقت نفسه الذي يراه فيه صانعو القرار. (1)

ولا يقل عدد المشاهدين لشبكة CNN داخل الولايات المتحدة في اليوم عن مليون منزل، وعندما تقع أحداث رئيسية سواء في الصين أو البوسنة أو كوسوفو، فإن معدلات المشاهدة تصل إلى القمة، وتستأثر بالعدد الأضخم من مشاهدي الأخبار التلفزيونية.

ورغم وجود منافسين لها مثل شبكة MSNB، وشبكة FOX NEWS، فإن CNN تحتفظ بقوة مركزها الأول بين الشبكات التلفزيونية الإخبارية.

لقد نجح تيد تيرنر مؤسس CNN، في تحويل شركته إلى خدمة إخبارية عالمية موثوق بها، وذلك بمساعدة الصحفيين البارزين، وقد مثلت القناة فتحاً جديداً في مجال الأخبار والتغطية الإعلامية العالمية، مستخدمة في ذلك استراتيجيات قوية تتراوح من تغطية الأخبار وقتما وحيثما تقع وبث الأخبار العاجلة قبل الآخرين، وتقدم تغطية حية من مواقع الأحداث، وقد جعلت كل هذه الاستراتيجيات من شركة تيرنر الرائدة في تشكيل الأحداث الدولية. (2)

وبالرغم من هذه النجاحات إلا أن المختصين يؤشرون بمجموعة من السلبيات والإيجابيات،

فيؤشر البعض سلبياً في:

- أنها تنظر إلى العالم من وجهة نظر أمريكية.

- أنها مشروع تجاري رأسمالي.

- تتصف المحطة بالتسرع، ولا تتم عن أي فهم ثقافي في العمل، فهي تعرض أخباراً تفتقد للصقل الفني، كما أن عرضها للأحداث الحية ونشرات الأخبار غالباً ما تتضمن تحليلات سطحية ضعيفة.

- توصف بأنها آخر مثال على الامبريالية الثقافية الأمريكية.

- تمتاز بضعفها الفكري في طريقة تغطيتها للشؤون الخارجية، وذلك بسبب التركيز الممل على الثورات والمجاعات والحروب والكوارث.

- قصورها في تغطية الساحات الخلفية والخفية للأحداث.

ويعرض البعض إيجابياً في:

1- إدمون غريب، الإعلام الأمريكي والغرب، المرجع السابق، ص.74.

2- طوماس ماك فايل، المرجع السابق، ص.207،206.

- تحررها من قواعد العمل النقابي.
- تحررها من البيروقراطية في العمل الإعلامي.
- سرعتها في نقل الأخبار، فضلا عن قيامها بالتغطية التلفزيونية من خلال البث المباشر والكامل للأحداث في أماكن وقوعها. (1)
- تمتعها بميزة رفيعة في الوسط الإعلامي العالمي، بشكل يفوق الشبكات الأخرى المنافسة.
- لا ترتبط المحطة بمواعيد ثابتة ونهائية، فالأخبار المثيرة تبث على الهواء مباشرة وفي لحظة وقوعها.

وفي كل الأحوال؛ ومهما كانت تقويمات البعض سواء الإيجابية أو السلبية فإن محطة C NN تعد أفضل نموذج إخباري في العالم، وقد بدأ العالم يقلد هذا النموذج، حيث يهين حاليا لعدة تجارب مماثلة، إذ قامت شبكة NHK اليابانية بدراسة أولية من أجل إنشاء محطة عالمية على غرار CNN، ولكنها تخلت عنها بسبب التكاليف البالغة 800 مليون دولار سنويا، ومن المتوقع أن تظهر تجارب أخرى في كندا وأوروبا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية.

وقد تم اختيار محطة السي أن أن طبقا لاستطلاع الرأي العام الأمريكي، بوصفها واحدة من أفضل أربعة معالم عالمية بارزة في العالم. (2)

**ب- محطة يورو نيوز الإخبارية Euro News:** دفع النجاح الساحق للقنوات الأمريكية والبريطانية إلى سعي الدول الأوروبية إلى إيجاد محطة تلفزيونية إخبارية أوروبية مشتركة، وكانت فكرة الـ Euro News، تعود إلى العام 1986م حيث قامت لجنة من الخبراء للبث التلفزيوني والسمعي في دول المجموعة الأوروبية، بعرض مشروع إنشاء محطة فضائية متخصصة للأخبار. (3)

وفي عام 1988م شكّل فريق من خبراء متخصصين من المحطات التلفزيونية الوطنية الفرنسية والإيطالية والبلجيكية واليوغسلافية والإسبانية والألمانية، مع مراقبين من هيئات التلفزيون الفنلندي والهولندي لدراسة جدوى المشروع، وقد أنجز الفريق أعماله لإقامة محطة أوروبية مشتركة باسم يورو نيوز، وذلك عام 1990م.

1- طوماس ماك فايل، المرجع السابق، ص. 189.

2- طوماس ماك فايل، المرجع نفسه، ص. 190.

3- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 134.

محطة أمريكية تغطي الأحداث من وجهة نظر أمريكية أساسا، بينما حدد الهدف من محطة الأورونيوز تقديم خدمات إعلامية على وفق إطار أوروبي، ويعتمد لغتهم الوطنية، على أن يكون مصدر تلك البرامج هيئات الإذاعة والتلفزيون الأوروبية، ووكالات الأنباء العالمية، من دون أي تدخل أو تأثير سياسي، وقد أنشئت المحطة الأوروبية بعد تعاون 15 محطة تلفزيونية، تمثل أهم المحطات في دول حوض البحر الأبيض المتوسط. (1)

وتبث قناة أورونيوز حاليا على مدار الأربع والعشرين ساعة يوميا، باللغات الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والإيطالية، وتركز القناة إلى جانب الأخبار والشؤون العامة على الفنون الأوروبية العالمية والعلوم والتكنولوجيا في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى السياحة والسفر والأزياء، كما تركز في كل برامجها وبشكل رئيس على إيضاح عواقب القرارات المختلفة وبرامج التنمية السياسية والاقتصادية من وجهة نظر أوروبية. (2)

وتعتمد المحطة أسلوبا جديدا في تقديم برامجها، يختلف عن باقي المحطات العالمية وهو تقديم الصوت على الفيلم، بدلا من إظهار مقدم البرنامج وهو يتحدث، وهو أسلوب أقل تكلفة، ويوفر الحل لمشكلة دبلجة كلام المتحدثين، إلا أن هناك من عدّه أسلوبا مملا ويسبب الإرهاق للمشاهدين.

ويتوزع العاملون في المحطة، منهم 40 فنيا للفيديو و 25 فنيا للإنتاج التلفزيوني، فضلا عن فريق عمل من الصحفيين يضم خمسة محررين، كل واحد منهم يتحدث بإحدى لغات البث الخمس ويقوم بتحرير الأخبار والأحداث بلغته المخصصة، مسجلا تعليقه على ديسك صوتي، ومن ثم تقدم التعليقات على كاسيت، بعدها تجري عملية الإنتاج النهائية، ثم تبث التعليقات المترجمة عبر القمر الصناعي مع صورة الحدث وتستغرق العملية 30 دقيقة، أما الأخبار والأحداث السريعة فتبث خلال 15 دقيقة مع التعليق المباشر.

وتتضمن المحطة مجلسا للمراقبة، يترأسه نائب رئيس مجلس إدارة المجموعة الأوروبية للتلفزيون والراديو UER، ويتألف من ممثلين من هيئات التلفزيون الأوروبية، من راديو وتلفزيون أسباني RTV، وتلفزيون فرنسا FR، وتلفزيون إيطاليا RAI، وراديو وتلفزيون اليونان ERT، وراديو

1- إياد شاعر البكري، المرجع السابق، ص. 206.

2- طوماس ماك فايل، المرجع السابق، ص. 224.

محطة أمريكية تغطي الأحداث من وجهة نظر أمريكية أساسا، بينما حدد الهدف من محطة الأورونيوز تقديم خدمات إعلامية على وفق إطار أوروبي، ويعتمد لغاتهم الوطنية، على أن يكون مصدر تلك البرامج هيئات الإذاعة والتلفزيون الأوروبية، ووكالات الأنباء العالمية، من دون أي تدخل أو تأثير سياسي، وقد أنشئت المحطة الأوروبية بعد تعاون 15 محطة تلفزيونية، تمثل أهم المحطات في دول حوض البحر الأبيض المتوسط. (1)

وتبث قناة أورونيوز حاليا على مدار الأربع والعشرين ساعة يوميا، باللغات الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والإيطالية، وترتكز القناة إلى جانب الأخبار والشؤون العامة على الفنون الأوروبية العالمية والعلوم والتكنولوجيا في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى السياحة والسفر والأزياء، كما تركز في كل برامجها وبشكل رئيس على إيضاح عواقب القرارات المختلفة وبرامج التنمية السياسية والاقتصادية من وجهة نظر أوروبية. (2)

وتعتمد المحطة أسلوبا جديدا في تقديم برامجها، يختلف عن باقي المحطات العالمية وهو تقديم الصوت على الفيلم، بدلا من إظهار مقدم البرنامج وهو يتحدث، وهو أسلوب أقل تكلفة، ويوفر الحل لمشكلة دبلجة كلام المتحدثين، إلا أن هناك من عدّه أسلوبا مملا ويسبب الإرهاق للمشاهدين.

ويتوزع العاملون في المحطة، منهم 40 فنيا للفيديو و 25 فنيا للإنتاج التلفزيوني، فضلا عن فريق عمل من الصحفيين يضم خمسة محررين، كل واحد منهم يتحدث بإحدى لغات البث الخمس ويقوم بتحرير الأخبار والأحداث بلغته المخصصة، مسجلا تعليقه على ديسك صوتي، ومن ثم تقدم التعليقات على كاسيت، بعدها تجري عملية الإنتاج النهائية، ثم تبث التعليقات المترجمة عبر القمر الصناعي مع صورة الحدث وتستغرق العملية 30 دقيقة، أما الأخبار والأحداث السريعة فتبث خلال 15 دقيقة مع التعليق المباشر.

وتتضمن المحطة مجلسا للمراقبة، يترأسه نائب رئيس مجلس إدارة المجموعة الأوروبية للتلفزيون والراديو UER، ويتألف من ممثلين من هيئات التلفزيون الأوروبية، من راديو وتلفزيون أسباني RTV، وتلفزيون فرنسا FR، وتلفزيون إيطاليا RAL، وراديو وتلفزيون اليونان ERT، وراديو

1- إباد شاعر البكري، المرجع السابق، ص. 206.

2- طوماس ماك فايل، المرجع السابق، ص. 224.



وتلفزيون بلجيكا والمجموعة RTBF الفرنسية.

وتنفق المحطة 350 مليون فرنك فرنسي سنويا، و تقوم هيئات الأعضاء بعملية تمويل المحطة، وذلك بتسديد 55% أي ما يعادل 36 مليون دولار من التكاليف السنوية لتشغيل خدمتها، وتكون على شكل أجهزة ومعدات يقدمها إتحاد الإذاعات الأوروبية للمحطة، ونسبة 20% تقوم بتغطيتها إعانات المجموعة الاقتصادية الأوروبية وبعض الحكومات الأوروبية من قبل مؤسسة يوريكا EURAKA السمعية البصرية، والسلطات المحلية والإقليمية ونسبة 25% المتبقية تأتي من الإعلانات التي تبثها المحطة. (1)

وقد وسعت المحطة من قاعدتها المالية، وذلك بزيادة نسبة رأس مالها وإسهامات أعضائها، إذ أقر البرلمان الأوروبي بأهمية دور المحطة، وأسهم بقيمة 2,3 مليون إيكو لعام 1998م، كما تلقت إعانات بقيمة 200 مليون فرنك فرنسي، من المجموعة الأوروبية، ويخطط المديرون التنفيذيون للمحطة لتحقيق أرباح جيدة في الأعوام القليلة القادمة. (2)

ولعل الجانب السلبي البارز في قناة euro news منذ انطلاقتها في عام 1993 أن التمويل الذي يتم تخصيصه لها يأتي بشكل غير مباشر، من المخصصات المالية التقليدية التي تقدمها الحكومات الأوروبية لشبكات تلفزيون الخدمة العامة الوطنية، وتحاول القناة التغلب على هذه السلبية بالاعتماد أكثر- عاما بعد عام- على عائدات الإعلان لكي تصبح أقل اعتمادا على التمويل الحكومي الذي تتلقاه من الدول الأعضاء. (3)

1- إباد شاعر البكري، المرجع السابق، ص. 207.

2- إباد شاعر البكري، المرجع السابق، ص. 208.

3- طوماس ماك فايل، المرجع السابق، ص. 225.

المبحث الثاني: قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية: (Aljazeera Satellite (J S C) Channel تتشابه إلى حد ما البيئة السياسية لدول الخليج العربية المنضوية في مجلس التعاون الخليجي، سواء من حيث أنظمة الحكم وإدارة الدولة والحريات العامة والديمقراطية، أو دور وسائل الاتصال الجماهيري، في الحياة السياسية وعلاقتها بالمجتمع.

وفي عام 1995م تولى الشيخ حمد بن خليفة آل ثاني الحكم في دولة قطر، إحدى الدول الست في مجلس التعاون الخليجي، ليظهر توظيف جديد لوسائل الإعلام الجماهيرية في هذه الدولة الصغيرة التي تمثل شبه جزيرة عند منتصف الساحل الغربي للخليج العربي مساحتها 11,437 متر مربع، ويبلغ عدد سكانها بحسب الإحصائيات الحكومية قرابة 630 ألف نسمة، وهو ما تجلّى في رفع الرقابة على الصحف عام 1995م، وإصدار قانون يقضي بإلغاء وزارة الإعلام و الثقافة، وتوزيع اختصاصاتها، و تحويل بعض إدارتها إلى هيئات مستقلة، وتأسيس قناة فضائية إخبارية عربية سميت الجزيرة عام 1996م. (1)

على الرغم مما يعاينه الإعلام القطري الذي هو جزء من الإعلام الخليجي المعروف برسميته وإقليميته وتعبيره المباشر عن وجهة نظر النظم الحكومية، فإن هذه الدولة الصغيرة التي أخذت تحكمها مجموعة من الذين لم تتجاوز أعمارهم العقد الخامس (الأمير ورئيس الوزراء وزير الخارجية ووزير الإعلام)، بدعوا يبحثون عما يظهر على سطح دولتهم، ليجدوا أن وسائل الاتصال الجماهيري هي في مقدمة ما يحقق لهم غايتهم ولا سيما في ظل المتغيرات الإقليمية والدولية، فقطر المدعومة من الغرب، والتي تحتفظ بعلاقات شبه دبلوماسية مع الكيان الصهيوني تحاول موازنة علاقاتها مع الطرف الآخر المناوئ لسياسات هذه الدول ابتداء من العراق وإيران وليبيا.

وضمن هذا المناخ؛ جاءت فكرة إنشاء قناة فضائية قطرية لا تكون مجرد رقم بين القنوات الفضائية العربية والدولية، بل أن تكون لها شخصيتها المميزة، لتكون قادرة على أداء الدور المطلوب منها على حد تعبير الدكتور حمد بن عبد العزيز الكواري وزير الإعلام القطري السابق.

وهو الدور الذي قد يكون سياسيا أو إعلاميا، لتكون بديلا عن منظومة الإعلام السعودي، التي ظلت مسيطرة على الإعلام العربي ولا سيما في الدول الغربية لسنوات عدة. (2)

1- رحيم مزيد، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، مصر، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002، ص ص. 224، 225.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 10.

**I- النشأة والتطور:** تعد قناة الجزيرة من القنوات الإخبارية المهمة، التي أثارت في انطلاقتها ولا زالت جدلا في الأوساط الإعلامية العربية في كل المجالات، بل وأصبحت قناة مستقلة (عالمية) هكذا وصفت، ووجدت لها مكانة حاضرة بين القنوات العالمية مثل: CNN ، BBC وغيرها. (1)

وهي القناة الفضائية الوحيدة لدولة قطر، وتقوم هذه القناة على الاتزان والموضوعية، فهي تحمل شعار "الرأي والرأي الآخر"، وتقدم خدماتها بشكل مستقل ومحادي، وتعتبر الأولى من نوعها، وقد شرعت الحكومة القطرية في تمويل البنية الأساسية لهذه القناة على أن يتولى القطاع الخاص تملكها وإدارتها مستقبلا، ولها شخصيتها القانونية المستقلة، وتعمل على أسس تجارية مع مراعاة القيم والعادات والتقاليد العربية الإسلامية. (2)

إن فكرة إنشاء قناة فضائية عربية، تنطلق من قطر أطلقها أمير قطر "حمد بن خليفة آل ثاني" الذي أخذ يطور فكرته مع عدد من المختصين بشؤون الإعلام من القطريين والعرب، حيث كلف في بادئ الأمر أحد الإعلاميين بإعداد خرائط لإنشاء محطة فضائية. (3)

وفي ظل الارتقاء الإعلامي والسياسي السعودي، ظهرت قناة الجزيرة على حين غفلة بشكل لم يحسب له المسؤولون السعوديون أي حساب، فلو كانوا يعتقدون أن القناة القطرية ستأخذ هذا المنحى وهذا الحجم، لما كانوا أمروا بإنهاء عقد الشركة بين هيئة الـ "بي، بي، سي" البريطانية وأصحاب شركة الموارد السعودية أوربت، والمتعلق بالمحطة التلفزيونية الإخبارية باللغة العربية، التي أنشأتها الهيئة البريطانية لحساب الشركة السعودية، إذ أن هذه المحطة التي دفعت السعودية تعويضا ماليا ضخما لـ بي، بي، سي عن إيقافها، أصبحت نواة وأساس وهيكل قناة الجزيرة، حيث وجد أمير دولة قطر ووزير خارجيتها، الطموحات للعب دور إقليمي وعربي بمعزل عن السعودية، وحصلت على فرصة ثمينة لشراء قناة تلفزيونية، وعلى درجة عالية من الحرفية والتقنية والمهنية. (4) وبعد إغلاق BBC باللغة العربية، تم التعاقد مع عدد من العاملين فيها، ثم صدر المرسوم

1- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 219.

2- إهاد شاكر البكري، المرجع السابق، ص. 132.

3- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 11.

4- قصي صالح الدرويش، "أخبار فكرة الأمن الإعلامي العربي: العرب قبل وبعد الجزيرة" الحدث العربي والدولي، العدد التاسع، سبتمبر، أكتوبر، 2000، ص. 7.

الأميري ذي الرقم 1 في 8 فيفري 1996، القاضي بإنشاء المؤسسة العامة القطرية للقناة الفضائية، والتي سميت بقناة الجزيرة، لتصبح بعد ذلك قناة الجزيرة في قطر، أكثر شهرة من قطر الدولة. (1) وكان اختيار اسم قناة الجزيرة كشعار بدلا من أن يكون قناة قطر الفضائية، أو القناة الفضائية القطرية كونها هيئة مستقلة تماما عن الحكومة القطرية، ومرافقها الإعلامية.

والجزيرة إسم عام يساهم في إبعاد الوجه الرسمي الموجه عن القناة، فضلا عن كون الجزيرة تبدو متفردة وحدها وسط البحر دون أن تجاورها أراضي أخرى بصورة مباشرة. (2) ويرجع الباحث سعيد محيو التسمية إلى منطقة الجزيرة العربية بقصد الإشارة إلى عروبة القناة واهتمامها بالقضايا العربية.

وبدأت قناة الجزيرة في قطر بثها لأول مرة في الواقع من نوفمبر 1996، لمدة ست ساعات يوميا، وعلى القمر الصناعي العربي عربسات والقمر الصناعي أو تل سات 2، لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية مختصة بالأخبار والبرامج، على غرار القنوات الفضائية العالمية المعروفة مثل: C N N و B B C و E U R O N E W S وغيرها. (3)

وفي أوائل عام 1997م، زادت ساعات البث لتصل إلى 9 ساعات يوميا، ثم 12 ساعة يوميا، إلى أن وصلت ساعات البث اليومي في منتصف عام 1997 إلى 17 ساعة، وفي عام 1999م، بدأت تبث على مدى أربع وعشرين ساعة يوميا.

ولم تكف القناة بزيادة ساعات البث اليومي، بل زادت مساحة تغطيتها للعالم فمن مناطق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، أصبح بث قناة الجزيرة الفضائية يصل إلى معظم بقاع الأرض، بعد أن بدأت منذ انطلاقتها باستخدام البث الرقمي على الموجتين (C، KU)، ثم نظام الكيبل في الولايات المتحدة الأمريكية، ودخلت ضمن باقة شبكة A R T، فوصل عدد المشتركين في أمريكا وحدها، إلى قرابة (مائتي مليون) مشاهد.

وفضلا عما تقدمه؛ فقد زادت قناة الجزيرة من الأقمار الصناعية التي تبث من خلالها برامجها وأخبارها، بعد أن اشتركت في الأقمار الصناعية التالية:

HOTBIRD TV, ECHO STAR111, ECHO, EUTEL SAT , NILE SAT

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.11.

2- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص.224.

3- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.11.

STAR TV ، ليصبح عدد الأقمار الصناعية التي يث من خلالها ستة أقمار صناعية. وتشترك قناة الجزيرة في وكالات الأنباء العالمية الرئيسية، ومعظم وكالات الأنباء الوطنية، كما تشترك في وكالات بيع الصور التي تصل إليها أولاً بأول عبر هذه الوكالات، ومن مختلف أنحاء العالم. (1)

وتبث القناة برامجها على القمر الصناعي العربي عربسات A-2 باتجاه 26 درجة شرقاً، إلى مشاهديها في الوطن العربي، بينما ترسل برامجها إلى أوروبا، عبر القمر الصناعي الأوروبي يوتلسات 3-F ، باتجاه 16 درجة شرقاً.

كما يمكن استقبال برامجها مباشرة عن طريق شبكات الكيبل، في بعض البلدان العربية والأوروبية، إضافة إلى الفنادق والأندية الرياضية والمستشفيات والمجمعات السكنية. (2) وتبث الجزيرة بالنظام الرقمي، بفضل ما جهزت به من أحدث تقنيات الإنتاج، والبث التلفزيوني العالمي. (3)

كما يغطي إرسال الجزيرة كل مناطق الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، ويمكن لمشاهدي القناة استلام بثها بواسطة الأقمار الصناعية، كما في المخطط التالي:

القمر	التردد	الموقع	نوع البث	النطاق	مناطق التغطية
عربسات A-2	4122,75 ميغاهيرتز	26 درجة شرقاً	تمثالي	C	كل الوطن العربي، كل أوروبا، وسط وشمال إفريقيا، غرب آسيا.
يوتلسات هوت بيرد 3	12111,08 ميغاهيرتز	13 درجة شرقاً	رقمي	K U	أجزاء من لوطن العربي، قارة أوروبا، غرب آسيا، شمال إفريقيا
يوتلسات W 2	11446,00 ميغاهيرتز	16 درجة شرقاً	تمثالي	K U	أجزاء من الوطن العربي، قارة أوروبا، وشمال إفريقيا.
إيكو ستار 3	12,297 ميغاهيرتز	61,5 درجة شرقاً	تمثالي	K U	شمال شرق أمريكا الشمالية.
إيكو ستار 4	12,263 ميغاهيرتز	148 درجة غرباً	رقمي	K U	شمال غرب أمريكا الشمالية

1- راجع مزيد، المرجع السابق، ص. 13، 14.

2- إيباد شاكر البكري، المرجع السابق، ص. 132.

3- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 219.

إذ يغطي بث قناة الجزيرة الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق شبكة DISH، وتقع الجزيرة ضمن البوكيه العربي الذي يشمل أيضا، ARTAmerica ,ART movies , LBC ,and ZIKRACHannel (1).

ومع توسع شبكة المعلومات العالمية الإنترنت، أنشئت قناة الجزيرة الفضائية موقعا خاصا بما أطلقت عليه إسم "جزيرة نت، يحدث معلوماته من خلال الأخبار والبرامج السياسية المختلفة التي تبثها القناة على مدار الساعة، ليتمكن بذلك من لا يستطيع إتقاط القناة تلفزيونيا، من متابعة برامجها وأخبارها على موقعها على شبكة الإنترنت، الذي بدأ العمل فعليا منذ تموز 2000، (2) ويتم استقبال البث الحي لقناة الجزيرة من قطر على الإنترنت، باستخدام برنامج ميديا بلير من مايكروسفت، ويبلغ حجم البرنامج 2,700 كيلوبايت.

## II- الهيكلة الإدارية والتمويل والإعلان: يشير قانون إنشاء قناة الجزيرة إلى أنها محطة

مستقلة ذات شخصية معنوية، مركزها الرئيس في مدينة الدوحة. (3) ويدير قناة الجزيرة الفضائية، مجلس الإدارة برئاسة إعلامي شاب متفتح هو الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني وأعضاء آخرين.

وقد وضع مجلس الإدارة خطة خماسية لقناة الجزيرة منذ الانطلاقة الأولى في عام 1996م إلى عام 2001م، لتغطية التكلفة الرأسمالية و التشغيلية، فقد بلغت نفقات الجزيرة لعام 1998م مثلا مائة مليون ريال من إجمالي الميزانية البالغة 500 مليون ريال، أي أن معدل الإنفاق في العام 100 مليون ريال. (4)

ويعقد مجلس الإدارة اجتماعاته شهريا على الأقل إذا كان نصابه مكتملا، ويمارس المدير العام المتابعة والإشراف المباشرين، على جميع أقسام القناة ويحل بدلا عنه في حالة غيابه معاونه، ويصل عدد العاملين في أقسام الجزيرة إلى قرابة 500 موظف. (5)

قدمت حكومة قطر ما قيمته 500 مليون دولار لتمويل القناة على مدى خمس سنوات، على

1- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص.220.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.14.

3- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.14، 15.

4- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص.224.

5- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.14، 15.

برامجها المتنوعة، أن تصبح القناة قادرة على إعالة نفسها من خلال الإعلانات والاشتراكات، ويبدو أن المؤشرات مشجعة في أن تسدد القناة نفقاتها باعتمادها على التمويل الذاتي، عن طريق الإعلانات وبيع نتيجة إقبال المعلنين على الإعلان في قناة الجزيرة، كما أن شركات عديدة ستقوم برعاية برامج عديدة للجزيرة.(1).

وبعد انتهاء مدة الخمس سنوات يتم عرض أسهم القناة، ويمكن لمن يشاء التقدم لشرائها والمساهمة فيها، والقناة هذه الحال مثل أي مشروع استثماري آخر تقرض الحكومة القطرية أصحابه مبلغاً من المال على أن يعاد إليها على شكل أقساط. (2)

ومع أن القناة ستتحول إلى مشروع استثماري بانتهاء مدة السنوات الخمس، فإن هذا لا يعني من وجهة نظر القائمين عليها، السماح لأي كان أن يشتري إسهامها، وتصبح له كلمة الفصل في إدارتها، الأمر الذي يؤكد ما تحاول أن تنفيه الجزيرة من أنها أنشئت للتعبير بطريقة أو بأخرى عن وجهة نظر الحكومة القطرية، ولكن بأسلوب غير مباشر، لكن مثل هذا الطرح يصطدم بالكثير من الشائعات التي تردت حول تمويل قناة الجزيرة، تصدر في أحيان كثيرة ممن تعرض لهم القناة، بشكل يعتبرونه غير مرض لهم، فمرة تتلقى الدعم المالي من العراق ومرة أخرى إنما تمول من الجماعات الإسلامية وثالثة إنما مشروع خاص بوزير الخارجية القطري.(3)

كما تناولت أجهزة الإعلام العربية بعض الكلام، تحدّث عن وجود رجل أعمال عربي في رأس مال الجزيرة، وهو معروف بعلاقاته مع الدولة العبرية، واستثماراته الاقتصادية داخل إسرائيل، وربط ذلك طبعاً بالعلاقات التي أقامتها قطر مع إسرائيل، وما نتج عنها. (4)

لقد استثمرت نفقات الجزيرة في إنشاء أضخم الاستوديوهات، بأحدث الأجهزة التكنولوجية العاملة بالنظام الرقمي الديجيتال، وتبلغ مساحة مبنى الجزيرة 1860 متر مربع أنجزت تصاميمه ومواصفاته الفنية من خلال شركة محلية، وبلغت تكلفة بنائه 10 ملايين ريال، واستقدمت تجهيزات إلكترونية رقمية بالكامل لإدارة ومعالجة الإنتاج والتصوير والإعداد، وبلغت كلفة التجهيزات التقنية التي اشترتها القناة 70 مليون ريال.

1- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 225.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 26.

3- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 27، 28.

4- قضي صالح الدرويش، المرجع السابق، ص. 7.

- الأول هو تخصيص مساحات زمنية لبث الإعلانات، غالباً ما تكون قبل نشرات الأخبار الرئيسية، أو البرامج الحوارية، أو خلالها.

- الثاني هو أسلوب الرعاية، أي بث بعض برامجها برعاية أحد المعلنين الذين يتوجهون إلى الجمهور العربي للترويج عن بضائعهم ومنتجاتهم، وهناك وكيل إعلاني معتمد لدى القناة يتم الاتفاق معه مباشرة على جميع ما تبثه القناة من إعلانات. (1)

وتحدد قناة الجزيرة شروط بث الإعلان فيها، بالسماح بعرض فترة إعلانات تصل مدتها إلى 12 دقيقة كحد أقصى، ولكل 6 دقيقة بث على أن تقسم هذه المدة إلى 4 فقرات، تكون المدة القصوى لكل منها 3 دقائق، وتحتصر القناة بما منح الموافقة على جميع أفلام الإعلانات التي تشترط مراعاة قواعد وحقوق النشر، والترخيص المعتمدة وتحتفظ القناة بحقها في رفض أي إعلان، بدون إعطاء أسباب لهذا الرفض، فضلاً عن اشتراطها عدم تحملها كقناة فضائية، أو كمؤسسة حكومية قطرية، أية مسؤولية عن خطأ في محتوى أي من الإعلانات التي تبثها، وفي حالة إلغاء الإعلان من قبل المعلن، تشترط القناة إبلاغها بإخطار تحريري قبل 15 يوماً على الأقل.

وتمنح القناة عمولة تصل إلى 15% في صور تخفيض عن أسعار بث الإعلانات للوكالات الإعلانية المعتمدة داخل وخارج قطر، ويتراوح سعر بث الإعلان طوله 10 ثوان على شاشة قناة الجزيرة 875 دولار أميركي كحد أدنى، وتزداد هذه الأسعار وفق اللائحة المعتمدة لدى القناة لتصل في 60 ثانية إلى 970 دولار كحد أعلى، و5820 دولار كحد أعلى في 30 ثانية العرض.

وبرغم ما يمثله الإعلان من مورد لهذه القناة، فإن هناك من يرى أن استخدام قناة الجزيرة للإعلان، هو محاولة للتمويه عن مصادر تمويلها الحقيقية، الأمر الذي يرفضه القائمون على القناة ويعدونه جزءاً من حملة الانتقادات التي يوجهها إليه المتضررون من آلية عملها، سواء تغطيتها الإخبارية أم برامجها الحوارية. (2)

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 28، 29.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 30.



- الأول هو تخصيص مساحات زمنية لبث الإعلانات، غالباً ما تكون قبل نشرات الأخبار الرئيسية، أو البرامج الحوارية، أو خلالها.

- الثاني هو أسلوب الرعاية، أي بث بعض برامجها برعاية أحد المعلنين الذين يتوجهون إلى الجمهور العربي للترويج عن بضائعهم ومنتجاتهم، وهناك وكيل إعلاني معتمد لدى القناة يتم الاتفاق معه مباشرة على جميع ما تبثه القناة من إعلانات. (1)

وتحدد قناة الجزيرة شروط بث الإعلان فيها، بالسماح بعرض فترة إعلانات تصل مدتها إلى 12 دقيقة كحد أقصى، ولكل 6 دقيقة بث على أن تقسم هذه المدة إلى 4 فقرات، تكون المدة القصوى لكل منها الـ3 دقائق، وتُحصر القناة بما منح الموافقة على جميع أفلام الإعلانات التي تشترط مراعاة قواعد وحقوق النشر، والترخيص المعتمدة وتحتفظ القناة بحقها في رفض أي إعلان، بدون إعطاء أسباب لهذا الرفض، فضلاً عن اشتراطها عدم تحملها كقناة فضائية، أو كمؤسسة حكومية قطرية، أية مسؤولية عن خطأ في محتوى أي من الإعلانات التي تبثها، وفي حالة إلغاء الإعلان من قبل المعلن، تشترط القناة إبلاغها بإخطار تحريري قبل 15 يوماً على الأقل.

وتمنح القناة عمولة تصل إلى 15% في صور تخفيض عن أسعار في بث الإعلانات للوكالات الإعلانية المعتمدة داخل وخارج قطر، ويتراوح سعر بث الإعلان طوله 10 ثوان على شاشة قناة الجزيرة 875 دولار أميركياً كحد أدنى، وتزداد هذه الأسعار وفق اللائحة المعتمدة لدى القناة لتصل في 60 ثانية إلى 970 دولار كحد أدنى، و5870 دولار كحد أعلى. (2) العرض.

وبرغم ما يمثله الإعلان من مورد لهذه القناة، فإن هناك من يرى أن استخدام قناة الجزيرة للإعلان، هو محاولة للتمويه عن مصادر تمويلها الحقيقية، الأمر الذي يرفضه القائمون على القناة ويعدون جزءاً من حملة الانتقادات التي يوجهها إليه المتضررون من آلية عملها، سواء تغطياتها الإخبارية أم برامجها الحوارية. (2)

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 28، 29.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 30.

### III- أهداف قناة الجزيرة: تطمح أن تكون قناة إخبارية تقدم للمشاهد العربي أخبار

بلغته العربية، تغنيه عن محطة CNN الأمريكية وتعوضه عن محطة BBC البريطانية، التي تبث باللغة العربية، والتي توقفت عن الإرسال عبر محطة أوربت الإذاعية والتلفزيونية.(1)

كما تسعى هذه القناة إلى الابتعاد عن المحلية والإقليمية، فهي تحاول أن تخاطب المواطن العربي بشكل عام، وتكون جسرا إعلاميا حضاريا، يسهل انتقال الخبر للمشاهدين العرب ويتيح لهم الإطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم، في المجالات السياسة والمال والأعمال والبرامج الوثائقية.

وتقدم خدمات إعلانية فورية ومتميزة عبر القناة الفضائية، وتحاول قناة الجزيرة الفضائية، أن تتعامل مع الأحداث بتجرد وحياد ونزاهة تامة؛ دون التحيز لجانب معين. (2)

وتعد الجزيرة مشروعا إعلاميا عربيا متفردا وقفزة نوعية في مسيرة الإعلام العربي الذي كبلته الرقابة وسيطرة الدولة السياسية والإعلامية، فيها مما أدى ذلك إلى تجاهل المشاهد العربي أحيانا وحرمانه من الإطلاع على الحقيقة، وما يجري على الساحة الإعلامية العربية و العالمية من أحداث.

وقناة الجزيرة الفضائية، هي القناة الإخبارية المستقلة التي كسرت هذا الجمود الإعلامي العربي فراحت تواكب الأحداث وتنقل الأخبار من مواقعها، عبر شبكات مراسليها ومكاتبها المنتشرة في أكثر دول العالم، وأعدت جسور التواصل مع المشاهد العربي الذي اعتمد في مصادره الإخبارية و المعلوماتية على وكالات الأنباء وفضائياتها الغربية و الأمريكية، التي عرفت بتشويه الحقائق وتزييفها، وأما تحتكر المعلومات بفضل تقنياتها التكنولوجية، وخبراتها الطويلة في ميدان البث الفضائي العالمي.

كما تحرص الجزيرة على تقديم تغطية إخبارية شاملة لقضايا الساعة والشؤون السياسية والاجتماعية وبرامجها الحوارية الحية، إضافة إلى النشرات الاقتصادية والرياضية، وتسعى الجزيرة وبمسؤولية إعلامية أن تترجم شعارها الذي أعلنته (الرأي والرأي الآخر) بتزويد المشاهد بكافة وجهات النظر دون تحيز ومنذ انطلاقتها تميزت الجزيرة باستقلاليتها، وأسلوبها المحترف في جمع

1- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 132.

2- إياد شاكر البكري، المرجع السابق ذكره، ص. 133.

وبث الأخبار وإعداد البرامج الحوارية المتنوعة.

وهنا يمكن الإطلاع على برامج قناة الجزيرة، التي تعمل على معالجة المواضيع الرئيسية والمصرية التي تم المواطن العربي دون رقابة، ومشاركة المشاهد بحرية عن طريق الهاتف أو الفاكس، والتي لم تتجرأ القنوات العربية الأخرى في تناولها أو البوح بها و التهرب من معالجتها. وقد لفتت الجزيرة انتباه المشاهدين في كثير من الحوارات الجريئة الساخنة، عبر برامجها وتلقت ردود فعل عنيفة وهجومية من بعض الأنظمة العربية، لأسلوبها الغير متحفظ ففي المغرب علقت مناظرة من المفترض أن تناقش في الرباط في 20 نيسان من عام 1999م، وحالت دون استخدام الأستديوهات المحلية هناك، الأردن أغلقت مكتب الجزيرة في عمان لمدة أربع أشهر كعقوبة بالشعور بعدم الارتياح من مناظرة حول الأردن، ومن سلوك مذيعها التي اعتبرها البعض تجاوز على الملك، الكويت تكلف وزير إعلامه بإبلاغ الدوحة باعتراض رسمي حول موقف القناة. (1) أما في السعودية فقد أسماها الناطق الرسمي القناة المشبوهة ووصف برامجها بالسموم، وفي الجزائر انقطع فحأة التيار الكهربائي عن عدة مدن كبرى، وكذلك الحال في مصر التي شنت حملة إعلامية كبرى وقاطعت الجزيرة.

ومنذ بداياتها اتخذت الجزيرة خط إعلامي متميز وشجاع، فقد استطاعت أن تجعل قائد الثورة الليبية معمر القذافي، يتحدث مع الجمهور عبر الهواء مباشرة ويحجب على أسئلتهم ويتلقائهم وحوار مفتوح.

واستطاعت أيضا أن تنفرد بتغطية خطاب الرئيس العراقي الراحل صدام حسين، في التعبير عن الصمود والتحدي، ضد العدوان الأنكلو أمريكي في كانون الأول 1999م مباشرة بدلا من متابعته كالمعتاد من قناة C N N، التي اشترت هي الأخرى تغطية مراسل الجزيرة في بغداد وتعمدتها ولا تنوه إلى عمل مراسلها هناك.

وللشعبية الكبيرة التي تحظى بها قناة الجزيرة، خاطب الرئيس الإيراني الأسبق محمد خاتمي الشعبين الغربي والأمريكي، لتوضيح سياسة بلاده من خلال قناة فضائية عربية.

ولأول مرة تبث الجزيرة مقابلة مطولة مع أسامة بن لادن، فقد منح المشاهد العربي أول فرصة للاستماع إلى بن لادن وهو يتحدث دون تقييد وبلغتهم، ورغم الاتهام الموجه لقناة الجزيرة بأنها

1- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 222، 221.

تروج للأفكار الأمريكية، إلا أنها واجهت ضغوطا من قبل دبلوماسيين أمريكيين لمنع بث المقابلة، إذ عبروا عن خشيتهم من أن تزيد دعوة بن لادن إلى هجمات جديدة و مخاطر يتعرض لها الأمريكيون في الشرق الأوسط. (1)

إن قناة الجزيرة وبسبب عرضها الشامل للأخبار والموضوعات الحساسة، تشكل نفحة من الهواء الذي يختلف عن الجو الذي تعود الإعلام في مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية والدينية، فقد تطرقت البرامج إلى موضوعات جديدة لم يتم ذكرها في السابق مثل: التعذيب في السجون العربية وقتل واختفاء المعارضين السياسيين، وحتى بعض القضايا الدينية مثل حق الرجل المسلم في الزواج من أربع نساء، وكانت البرامج تتطرق حتى إلى أكثر التعاليم الدينية قدسية، واطعة في مواجهة كل من العلماء المسلمين المحافظين والإصلاحيين، ودعاة تحرير المرأة مقابل التقليديين في مواجهات استكشفت كل أشكال الفروقات المتعلقة بالدين الإسلامي في العالم العربي.

ويرى بعض الخبراء أن شعبيتها تشكل دليلا على أن التشدد الإسلامي الذي كان يعتقد أنه في تصاعد في العالم العربي، يواجه تحديا من جيل جديد يتطلع إلى ترسيخ مجتمعات أكثر ديمقراطية وتسامحا.

ويرى العديد من المثقفين في الشرق الأوسط، أن ما تبته هذه القناة، رمزا محركا للإثارة في العالم العربي، بينما اعتبر البعض ما تبته (فتنة) تثير المشاكل، والخلافات وتكشف المخفي والمستور. يقول ديل إيكلمان الأستاذ في كلية داثمونت الأمريكية، الذي زار استوديوهات الجزيرة في الدوحة: "ما تبته لنا الجزيرة، هو أن الناس في كافة أرجاء الوطن العربي يريدون نقاشا مفتوحا للقضايا التي تؤثر على حياتهم، ولم تعد تكنولوجيا الاتصالات الحديثة تمكن الحكومات من وقف ذلك، لقد مضت تلك الأيام التي كانت فيها الحكومات العربية تتحكم بما ينبغي على شعوبها أن تعرفه وأن تفكر فيه". (2)

1- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص.222.

2- مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص.223.

#### IV- أقسام قناة الجزيرة والطبقة البرمجية وبرامج القناة:

##### 1- أقسام قناة الجزيرة: تتكون قناة الجزيرة من الأقسام التالية:

أ- قسم إدارة الأخبار: بإشراف رئيس تحرير الأخبار أو مدير الأخبار مرتبط مباشرة بالمدير العام، ويضم هذا القسم مشرفي النشرات ومنفذيها producer ومساعدين لهم، ومحرري أخبار و مصححين لغويين، وترتبط بهذا القسم وحدة واجبات المراسلين، التي تشرف على جميع مكاتب قناة الجزيرة ومراسليها في جميع أنحاء العالم. (1)

ب- قسم التبادل الإخباري: ويتولى هذا القسم تنظيم الحجوزات عبر الأقمار الصناعية، لضمان إيصال المادة الخيرية وبثها عبر الهواء مباشرة في إطار ترتيبها المعد في النشرة، وتكمن أهمية هذا القسم الذي تعمل فيه مجموعة من المهندسين والفنيين في تأمين البث المباشر على مدار الساعة من جميع مكاتب القناة ومراسليها ومن موقع الحدث في هذه البقعة من العالم أوتلك.

ج- قسم العلاقات البرمجية الإلكترونية: ويضم إحدى عشرة غرفة مونتاج بجهزة بأجهزة مونتاج حديثة، تعتمد على أجهزة الحاسوب في عملية تقطيع ودمج الصور، ويعمل فيه قرابة 35 موظفا، وعادة ما تتم عملية المونتاج بإشراف المحررين، وبمساعدة فنيي المونتاج في المحطة، أما فيما يخص مكتب القناة فإن عملية المونتاج تجري في كل مكتب، وترسل المادة الخيرية جاهزة للبث، وإن كان هذا لا يمنع من إعادة مونتاجها في مركز المحطة، عندما يرى مسؤول النشرة الإخبارية ضرورة الحذف هنا أو التعديل هناك.

د- قسم المكتبة: وتحتوي محطة قناة الجزيرة في الدوحة على قاعتين، إحداهما كبيرة تضم مئات الأفلام والصور والبرامج والتقارير التي تنتجها القناة أو قنوات أخرى، يتم تحديثها في الغالب شهريا، أي إلغاء المواد القديمة وحفظ المواد الجديدة بدلا عنها.

ويعاني موظفوا هذا القسم من ضيق المساحة المخصصة للمكتبة، ضمن تصميم إنشاء المحطة، الأمر الذي يضطرهم أحيانا إلى عدم حفظ بعض المواد.

هـ- قسم الإخراج: ويضم هذا القسم؛ مجموعة من المخرجين الذين يعمل بعضهم في إخراج نشرات الأخبار، بينما يعمل البعض الآخر في إخراج البرامج السياسية التي تبثها القناة، إضافة إلى مخرجي البث.

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 15.

وللمخرجين في قناة الجزيرة خصوصية في تعاملهم مع المادة الإخبارية أولاً، واعتمادهم على النقل المباشر **live** ثانياً، الأمر الذي يتطلب منهم متابعة دائمة لتطورات الأحداث وتمكنا من التقنيات المختلفة المستخدمة في عملية نقل الحدث من موقعه إلى مركز القناة في الدوحة، ومن ثم إلى معظم بقاع الأرض مباشرة وعبر الأقمار الصناعية، فضلاً عن بعض التغطيات الإخبارية المباشرة والمفاجئة التي تتطلب قطع البث والانتقال إلى موقع الحدث.

**و- قسم الكرافيك:** ومهمة هذا القسم؛ إنجاز تصميم وطبع وهيئة مختلف الخرائط والصور، والفواصل التي يحتاجها محرروا النشرات الإخبارية، أو معدوا الحصص السياسية. وأهمية هذا القسم تكمن في كونه يمنح القناة شكلها الخاص المعبر عن شخصيتها، وقد شهد عام 2001 بعض التغيرات في شكل وتصميم نشرات الأخبار والفواصل المختلفة. (1)

ولعل تصميم هوية قناة الجزيرة "الوقوف" أو شعارها "الرأي والرأي الآخر"، أو الفاصل الذي يسبق نشرات الأخبار عندما تظهر الكرة الأرضية وهي تهوي في الماء، ليرتفع بقدر وزنها شعار الجزيرة بالعربية والإنكليزية، في إشارة إلى قاعدة "أرخيليس" المشهورة (وزن الجسم الصافي يساوي وزن الماء المزاح...) تمثل جميعها سمات لهذه القناة، تميز شكلها أو صورتها في البث عن غيرها من الفضائيات العربية أو الأجنبية، تضاف إلى ذلك طريقة التقديم والإلقاء والمعالجة الإخبارية، وغيرها مما هو من اختصاص أقسام أخرى.

**ي- قسم البرامج:** ويتولى هذا القسم الإشراف على مختلف البرامج التي تبثها القناة ومتابعتها واستحداث برامج جديدة وإلغاء برامج أخرى حسب كل دورة برمجية. (2)

**ن- قسم الإنتاج:** يتولى كل ما يتعلق بعملية إنتاج المواد الإخبارية والبرمجية وإعداد الخطط الكفيلة بتأمين مستلزمات العمل، والكلف التخمينية لها. (3)

**ك- قسم المونتاج الإلكتروني:** ويضم إحدى عشرة غرفة مونتاج، مجهزة بأجهزة مونتاج حديثة تعتمد على أجهزة الحاسوب في عملية تقطيع ودمج الصور، ويعمل به قرابة 35 موظفاً، وعادة ما تتم عملية المونتاج بإشراف المحررين وبمساعدة فنيي المونتاج في المحطة. (4)

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 16، 17.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 18.

3- رحيم مزيد، المرجع نفسه، ص. 25.

4- رحيم مزيد، المرجع نفسه، ص. 17.

ل- القسم المالي: وهو المعنى بصرف المستحقات المالية للعاملين، وتنظيم عائدات ومصروفات القناة وتقديم كشف دوري لها إلى مجلس الإدارة، وتأمين عملية الإنفاق المالي على جميع نشاطات القناة الإدارية منها والفنية.

م- قسم العلاقات العامة: المتخصص بإدامة العلاقة بين القناة والمجتمع، وكذلك المتعاملين معها كتنظيم معارض فنية وإرسال باقات زهور وبطاقات تهنئة واستقبال ضيوف القناة. (1)  
ط- إدارة التسويق: يتولى كل ما يتعلق بعقد الإتفاقيات مع شركات الإعلان أو الشبكات والمحطات الفضائية، وكذلك الترويج والدعاية للقناة نفسها، من خلال إصدار الملصقات والنشريات والمطويات التي تتحدث عن القناة. (2)

2- الطبيعة البرمجية للقناة: تعتبر قناة الجزيرة الفضائية ذات طبيعة إخبارية بالدرجة الأولى، تحاول تغطية الأحداث وتحليلها من خلال أربعة محاور:

أ- الأخبار العالمية والدولية: تقدم تغطية إخبارية شاملة تصاحب تطور الحدث، مع التحليل عبر شبكة واسعة من المراسلين الذين ينتشرون في مواقع الأحداث في العواصم العربية والأجنبية، لنقل الأخبار مباشرة والإلمام بجوانب ومحاور الحدث كافة، إضافة إلى متابعة وكالات الأنباء العالمية، لضمان وصول الأخبار لحظة وقوع الحدث.

ب- المناظرات والمناقشات: يتم خلالها استضافة أصحاب الاختصاص، لمناقشة قضايا الساعة السياسية والاقتصادية والدينية والعلمية والفنية، إضافة إلى تناول وجهات النظر من خلال هذه المناظرات والمناقشات.

ج- أخبار المال والأعمال: تقدم قناة الجزيرة نقلا من لندن، آخر أخبار أسعار العملات والموارد المالية، في أسواق البورصة العالمية، مع تقديم تحليل اقتصادي حول أسعار العملات والبورصة في العالم.

د- البرامج التعليمية والوثائقية: تقوم القناة بتقديم البرامج التعليمية والبرامج الوثائقية، إضافة إلى عرض الأفلام حول العلوم الطبيعية والعلمية والتقنية، وتاريخ حياة بعض المشاهير، والرواد من العلماء والمبتكرين في جميع مجالات الحياة.

1- رحيم مزيد، المرجع نفسه، ص. 26.

2- محمد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص. 225.

### 3- برامج قناة الجزيرة:

أ- البرامج الحوارية: وظهرت هذه البرامج منذ انطلاقة القناة وأصبحت عامل الجذب للمشاهد العربي، بما تقدمه من وجهات النظر المختلفة، بعضها متضاد وبعضها الآخر جريء، لم يعتد عليه الإعلام العربي، وبإشراكها المشاهد في الوطن العربي وخارجه، من خلال الاتصال المباشر بهذه البرامج وإبداء وجهة نظره.

وتعد هذه البرامج إحدى أهم سمات هذه القناة ورواجها بين المشاهدين، ويشرف عليها رئيس تحرير البرامج الحوارية، وهذه البرامج هي:

- برنامج أكثر من رأي: وهو برنامج حوار يث على الساعة 18.5 حسب التوقيت العالمي على الهواء مباشرة من لندن، كل يوم جمعة أسبوعياً، يعده ويقدمه سامي حداد، ويتناول فيه استطلاعاً للآراء حول مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية والعلمية والقانونية، ويستضيف خبراء وساسة وزعماء في الحلقة الواحدة، يعبر كل منهم عن رأي مختلف.

- الاتجاه المعاكس: واحد من أشهر برامج قناة الجزيرة، يقدم على الهواء مباشرة في الساعة 18.5 بالتوقيت العالمي، كل يوم ثلاثاء من كل أسبوع، ويستضيف شخصيتين متضادتين، وغالبا ما أثار هذا البرنامج الذي يعده ويقدمه الدكتور فيصل القاسم، مشاكل سياسية وصلت إلى حد توتر العلاقات بين قطر وبعض الدول العربية، أو تهديد دول بسحب سفرائها. (1)

وميزة البرنامج أنه يناقش قضايا حساسة، لم يعتد المشاهد العربي مشاهدتها في الإعلام الرسمي، ويعتمد مبدأ الإثارة في دفع كلا الضيفين المتضادين إلى مهاجمة أحدهم الآخر، وإشراك المشاهدين في النقاش مباشرة.

واستضاف البرنامج في إحدى حلقاته الرئيس الليبي معمر القذافي، كما جلب عشرات الشخصيات السياسية والفكرية وصناع القرار في الوطن العربي والعالم، و فاز البرنامج مع مقدمه بأكثر من استفتاء أجرته صحف ومجلات كأحسن برنامج، وأفضل مقدم برامج سياسية، وكتب عنه عشرات المقالات في الصحف والمجلات العربية والأجنبية وعدد من رسائل الماجستير والدكتوراه. (2)

1- إباد شاكر البكري، المرجع السابق، ص.134، 133.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.19.



- برنامج بلا حدود: وهو برنامج أسبوعي يبث على الهواء مباشرة، من الدوحة أو غيرها من عواصم الأحداث العربية والدولية، كل أربعاء في الساعة 18.5 بالتوقيت العالمي، يستضيف البرنامج الذي يعده ويقدمه أحمد منصور شخصيات سياسية وفكرية واقتصادية وإسلامية، ويشارك في النقاش المشاهدون مباشرة، واستضاف البرنامج عشرات الشخصيات السياسية وصناع القرار في الوطن العربي والعالم، مثل الرئيس اليمني علي عبد الله صالح.

- برنامج الشريعة والحياة: برنامج ديني يتناول أهم القضايا الحياتية ومستجدات الأحداث من منظور إسلامي، يبث كل يوم أحد أسبوعيا في الساعة 18.5 بالتوقيت العالمي، ويقدم البرنامج على الهواء مباشرة ويسمح للمشاهدين بالمشاركة في الحوار، وهو البرنامج الذي تسبب في أزمة سياسية بين قطر وحكام الكويت، عندما أهال أحد مشاهدي البرنامج بالشتائم على حاكم الكويت.

- برنامج شاهد على العصر: ويهتم هذا البرنامج الذي يبث مسجلا في الساعة 16.40 بالتوقيت العالمي يوم السبت من كل أسبوع، يستضيف شخصيات كان لها دور في صنع الأحداث واتخاذ القرارات، مثل القادة العسكريين والسياسيين وزعماء الأحزاب والحركات الوطنية. ويعود ضيوف البرنامج بذاكرتهم إلى اللحظات المهمة في التاريخ العربي المعاصر، لكشف بعض ما بقي في طي الكتمان من الماضي، يعده ويقدمه أحمد منصور، وسمة البرنامج محاولة استفزاز ذاكرة الضيف للخروج بمعلومات تكشف للمرة الأولى أو تزيل اللثام عن سر تاريخي، قد لا يجروء بعضهم عن التحدث عنه. (1)

- حوار في الرياضة: برنامج رياضي أسبوعي يبث على الهواء مباشرة، كل يوم في الساعة 18.05 بالتوقيت العالمي، يركز على القضايا الرياضية المهمة، وآخر مستجداها عربيا وعالميا، ويستضيف في كل حلقة ضيفا أو أكثر للتعليق على الموضوعات الرياضية المختلفة، والرد على استفسارات ومدخلات المشاهدين، ويقدمه المذيع أيمن جادة.

- برنامج لقاء اليوم: برنامج أسبوعي يبث مسجلا في الساعة 22.00 بالتوقيت العالمي، يوم الأربعاء وقد يبث في أيام وأوقات أخرى، بسبب خصوصية هذا البرنامج، الذي يتناوب على تقديمه مراسلوا ومذيعوا قناة الجزيرة، ويناقش ما يستجد من قضايا على الساحتين العربية والعالمية،

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص. 20.

ويستضيف سياسيين وصناع القرار.

- برنامج ضيف وقضية: الذي يث مسجلا في أوقات وأيام مختلفة، ويستضيف شخصية يثار حولها موضوع أو قضية ما، ويقدمه المذيع محمد كريشان، وهو برنامج غير مرتبط بالأحداث، يحاول كل مرة زيارة بلد عربي، وإجراء مقابلات مع عدد من الشخصيات السياسية والفكرية والأدبية والموسيقية.

ب- البرامج المعنية بشؤون الساعة: تبث الجزيرة مجموعة من البرامج المعنية بشؤون الساعة والأحداث الجارية التي تنتج لمتابعة ما يستجد من أحداث، وهي كما يلي:

- برنامج نقطة ساخنة: وهو عبارة عن تحقيق تلفزيوني لمناطق الصراع والتوتر، في العالم، يبحث البرنامج في أسباب هذه النزاعات والكوارث ويستقصي آراء الأطراف ذات الصلة سواء كانت رسمية أو معارضة، فضلا عن آراء السكان.

يث البرنامج مسجلا في أكثر من جزء أحيانا في الساعة 18.35 بالتوقيت العالمي، في يوم الخميس الأخير من كل شهر، يعده ويقدمه وينتجه أسعد طه.

- برنامج بين السطور: يتابع هذا البرنامج ما تنشره الصحف والمجلات العربية والأجنبية، ويستعرض أهم ما تناولته من قضايا ووجهات نظر، كما يتضمن البرنامج إجراء مقابلات مع عدد من الإعلاميين والمختصين، للتعليق على بعض القضايا التي تناولها الصحافة العربية والأجنبية.

يث مسجلا في الساعة 18.05 بالتوقيت العالمي، في يوم الخميس من كل أسبوع، يقدم البرنامج المذيع عبد الصمد ناصر. (1)

- برنامج الملف الأسبوعي: يتناول أهم أحداث الأسبوع، في تقارير إخبارية موسعة وإجراء مقابلات مع المعنيين، يعد ويقدم البرنامج الذي يث مسجلا في الساعة 22.00 بالتوقيت العالمي. يوم الأحد من كل أسبوع، يقدمه المذيع جميل عازر.

- برنامج مراسلو الجزيرة: يقدم تقارير مفصلة يعدها مراسلو الجزيرة، تتناول بعض الشؤون السياسية والاجتماعية والثقافية والإنسانية، مما قد لا تناولها نشرات الأخبار، يث مسجلا في الساعة 18.05 بالتوقيت العالمي، في يوم الجمعة من كل أسبوع، يعده ويقدمه المذيع محمد خير البوريني.

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص-ص 21-23.

- برنامج تحت المجهز: يمثل تنقياً عن حقيقة الأمور السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بواسطة تحقيق تلفزيوني مكثف، ويتضمن مسحا لمنطقة الحدث ومقابلات مع سكانها والمسؤولين فيها، يقدم مسجلا كل ثاني وثالث خميس من كل شهر على الساعة 18.35 بالتوقيت العالمي.

- برنامج سري للغاية: واحد من البرامج المثيرة للجدل، حيث تهتم بكشف القضايا بالغة السرية، كدخول المحافل الماسونية أو اكتشافه استخدام القوات الأمريكية والبريطانية لليورانيوم المنضب في حربها ضد العراق عام 1991م، وعادة ما تثار علامات استفهام عن علاقات الجزيرة وتوجهاتها بسبب ما يعرضه هذا البرنامج من معلومات.

يقدم مسجلا في الخميس الأول من كل شهر، في الساعة 18.35 بالتوقيت العالمي، يعده ويقدمه يسري فوده.

- مرآة الصحافة: برنامج يومي يقدم استعراضا لأبرز تعليقات وتحليلات الصحف العربية والأجنبية، بواسطة مراسلي الجزيرة.

يبث البرنامج الذي يتناوب على تقديمه مذيعو الأخبار في الساعة 15.15 بالتوقيت العالمي كل يوم.

ج- البرامج الثقافية: تقدم الجزيرة برامج ثقافية، وتنتج خصيصا لها، وبعضها من إنتاج القناة نفسها مثل بعض البرامج العلمية والتاريخية وبرامج الطبيعة والبحار، إضافة إلى هذه البرامج فإن هنالك برامج أخرى مثل: برنامج زينة وبرنامج هذه الدنيا وبرنامج السينما في أسبوع. (1)

## V- الأخبار في قناة الجزيرة:

1- نشرات الأخبار في قناة الجزيرة: لكون قناة الجزيرة قناة إخبارية، متخصصة، فإنها تولي الخبر أهمية وتغطية أولوية على البرامج الأخرى، التي تبثها سواء بسعيها المتواصل إلى البحث على مراسلين إخباريين أكفاء وتدعيم الإمكانات التقنية لمكاتبها ومراسليها، أم من خلال ما تميزت به هذه القناة من تقديم 24 نشرة إخبارية عند منتصف كل ساعة على مدار اليوم، أم من خلال الزمن المخصص للأخبار ضمن منهاجها اليومي، والذي يصل إلى قرابة سبع ساعات وخمس وثلاثين دقيقة، أي ما يوازي ربع زمن البث الكلي على مدار الأربع والعشرين ساعة

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص ص. 23، 24.

يوميا.

وهناك ثلاثة أنواع لنشرات الأخبار التي تقدمها الجزيرة يوميا:

أ- النشرات الإخبارية الموسعة: عددها ثلاثة نشرات، زمن كل واحدة منها يصل إلى 65 دقيقة وهي:

- الجزيرة هذا الصباح: وتبث في الساعة 16.30 حسب التوقيت العالمي.
- الجزيرة منتصف اليوم: وتبث في الساعة 6.30 حسب التوقيت العالمي.
- حصاد اليوم: وتبث في الساعة 22.30 حسب التوقيت العالمي. (1)

ب- النشرات الإخبارية الطويلة: وعددها خمس نشرات، زمن الواحدة منها يتراوح بين 27، 28 دقيقة، تبث في أوقات مختلفة تتغير من فترة إلى أخرى بحسب تطور الأحداث العربية والعالمية، في العموم تعرض في الساعات التي تفصل بين بث النشرات الموسعة، والنشرات الموجزة، وتعتمد على ذكر العناوين في مقدمتها، وإن كانت بزمن وعدد أقل مما هو مستخدم في النشرات الموسعة.

ج- النشرات الإخبارية الموجزة: وعددها 16 نشرة، تتراوح مدة كل واحدة منها بين 15، 10، 5، 3 دقائق، وتبث في أوقات مختلفة، وفي الغالب تتضمن هذه النشرات عرضا موجزا لأهم أحداث الساعة، وغالبا ما يقدمها مذيع واحد. (2)

2- أشكال التغطية الإخبارية في قناة الجزيرة: مع سعة مساحة الأخبار زمنيا في قناة الجزيرة المتخصصة بالمتابعات الإخبارية أساسا، تبرز أشكال عدة للتغطيات الإخبارية التي تقدمها في نشراتها المختلفة وهي كما يلي:

أ- تقارير المراسلين: وهي أهم أشكال التغطيات التي تقوم بها قناة الجزيرة، سواء لسعة انتشار مراسليها في العواصم والمدن العربية والأجنبية، أم لأسلوب المعالجة والتصوير والإيقاع السريع لهذه التقارير، مدة التقرير الواحد لا تتجاوز الثلاث دقائق في أحسن الأحوال، كجزء من أسلوبية القناة.

ب- التقارير المعدة في غرفة الأخبار: وهو شكل آخر من التغطيات الإخبارية التي تجريها

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص 31، 32.

2- رحيم مزيد، المرجع نفسه، ص.34.

قناة الجزيرة عندما يتعذر تكليف المراسل بإخاز التقرير من موقع الحدث، فيعزز مسؤول النشرة الإخبارية إلى أحد المحررين، بتجميع ما تبثه وكالات الأنباء حول موضوع الحدث، والاستفادة من الصور التي تحصل عليها عبر اشتراكها في الوكالات، ويكون هذا النوع من التقارير عبارة عن مقدمة يقرأها مذيع النشرة الإخبارية، بعدها يبدأ التقرير بصوت المحرر الذي أنجزه ولا يتجاوز زمنه 2.5 دقيقة.

ج- النشرات ذات المعلومة الواحدة: وهي عبارة عن خبر بمعلومة واحدة، ترافقها صور شخصية أو صورة لموقع ثابت، وهذا الشكل من التغطيات يكون غالباً مع بداية الأحداث المهمة التي لا تتوفر حولها معلومات تفضيلية.

د- الأخبار الاعتيادية (بدون صور): ويتميز هذا الشكل بأهمية وتعدد المعلومات المتوفرة حول الحدث أو موضع ما تعذر الحصول على الصور المرافقة، فتم قراءة الخبر من قبل المذيع بدون صورة Read only.

هـ- الأخبار متعددة المعلومات ومتوفرة الصور: وهو شكل يتميز بتوفر أركان الخبر التلفزيوني المعلومة المهمة والصورة الحديثة، فيتم بثه بالطريقة التالية: تظهر صورة المذيع أولاً وهو يتلو أولى معلومات الخبر، وبعدها تختفي صورة المذيع الذي لا يزال يتلو الخبر لتظهر صورة الحدث متعاقبة واحدة تلو الأخرى وحتى نهاية الخبر. (1)

و- تقارير موفدي قناة الجزيرة: تلجأ معظم القنوات الفضائية والصحف ووكالات الأنباء في الأحداث الكبرى، إلى إرسال موفدين من المركز إلى موقع الحدث لإعداد تغطيات إخبارية مختلفة من هناك.

ي- تغطيات إخبارية بمساعدة ضيوف: تلجأ القناة في نشراتها الإخبارية وبرامجها ومتابعاتها المختلفة إلى الاستعانة بعدد من السياسيين، وصناع القرار والباحثين فسي الشؤون الاقتصادية والمالية والاجتماعية والرياضية، لاستضافتهم على الهواء مباشرة، ومعرفة آرائهم ومحاورهم في العديد من القضايا والأحداث ومستجداتها بأشكال مختلفة، كالاتصال الهاتفي أو المشاركة صوتاً وصورة أو المشاركة من خلال حضور الشخص إلى الاستوديو.

## 3- تحرير الأخبار تصويرها في قناة الجزيرة:

أ- تحرير الأخبار: يعتمد تحرير الأخبار وإعداد النشرات الإخبارية، في قناة الجزيرة على قالب الهرم المقلوب كجزء من أسلوبية القناة، القائم على سرعة الإيقاع في التغطية الإخبارية أو في طريقة الإلقاء سواء بالنسبة لمذيعي الأخبار أو مراسليها.

ويبدأ التعامل مع الخبر؛ بدءاً من لحظة وقوع الحدث بواسطة مراسلي القناة المنتشرين في معظم ساحات الحدث الرئيسية في العالم، الذين يسارعون إلى إعلام مركز المحطة في الدوحة بالتفاصيل الأولى التي قد ينفردون بها عن بقية مراسلي المحطات الفضائية الأخرى، ووكالات الأنباء.

ويشرع المحرر بإعداد خبر أو تقرير إخباري عن الحدث يبدأه في الغالب بمقدمة خاصة تميز الخبر من حيث تحريره عن الوكالات والمحطات الأخرى، ويثبت عنوانه في لائحة مقترحة لعناوين أخبار النشرة المقبلة، والتي يمكن لبقية العاملين الإطلاع عليها كل من خلال جهاز الحاسوب الذي أمامه وإبداء ملاحظاته حسب موقعه ضمن أسرة التحرير، أي أن لرئيس التحرير القدرة على إلغاء موضوع ما ورفع من النشرة، أو التوسع في تغطيته وهكذا، حتى يتم إكمال النشرة بعد أن يتم الاتصال بمراسلي القناة لإعداد تقارير أو تغطيات إخبارية مختلف كل حسب أهمية الحدث ومدى تصدره لأولويات النشرة.

فقد يكلف مراسل ما بإعداد تقرير فيما يكلف مراسل آخر بتهيئة شخصية للحدث معها صورة وصوتاً مباشرة، فيما يكلف ثالث بإجراء مقابلة قصيرة مع شخصية أخرى، وهكذا. ومثال ذلك التغطية الإخبارية التي قامت بها قناة الجزيرة لإعلان نتائج الانتخابات الأمريكية حيث ربطت بمقر المحطة في الدوحة مكاتبها ومراسليها في كل من واشنطن ونيويورك، لنقل نتائج الانتخابات أولاً بأول من جهة، ومراسليها في بغداد والقدس للحدث مع شخصيات عن ردود أفعال عواصمها على نتائج هذه الانتخابات من جهة أخرى، بينما استضافت شخصيات أخرى في استوديوها في الدوحة. (1)

وبعد أن تصبح النشرة معدة وجاهزة، يأتي المذيع المكلف بقراءتها ليقوم باستعراضها على جهاز حاسوب الذي أمامه قبل بدء بث النشرة بدقائق، وسيطر المذيع بواسطة زر موضوع تحت المنضدة على عملية قراءة النشرة المطبوعة على جهاز (مونتر) يوضع أمامه، بحيث يستطيع تقديم

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص-ص. 38-40.

الأسطر واحدا بعد الآخر أثناء قراءته للنشرة آخذا بنظر الاعتبار تعليمات المخرج حول الجوانب التقنية، أي ما يخص الصورة والصوت وتطابق الكلام مع ما يظهر على الشاشة من الصور أو تعليمات محرر النشرة، بل وحتى رئيس التحرير أحيانا عند إطراء المذيع لحوارات مع بعض الشخصيات على الهواء مباشرة، فالملاحظات جميعها تصل إلى الأذن.

وغالبا ما يعقد قسم إداري الأخبار اجتماعا بمحرري النشرات كل يوم خميس ، فيما تكون فيه هناك اجتماعات شبه يومية، وربما أكثر من اجتماع في اليوم الواحد لمناقشة مستوى النشرات ومعالجة الثغرات التي قد تظهر عليها، وتسم أخبار قناة الجزيرة بإيقاعها السريع عند القراءة، مما يشكل عنصر جذب للمشاهد، وهو ما يأتي عبر تحرير الخبر أو التقرير الإخباري بأسلوب يشترط القواعد التالية:

- الاختصار قدر الإمكان في الكلمات.
  - الابتعاد عن التكرار في الكلمات والألفاظ.
  - تحرير الخبر بعد إكمال التصوير، لكي يسهل ربط الكلمة بالصورة فيأتي الكلام واضحا.
  - استخدام الجمل القصيرة قدر الإمكان.
  - حذف أدوات العطف، والأسماء الموصولة بشكل أو بآخر.
  - التركيز على المعلومات الأساسية للخبر، واستبعاد الزائد منها.
  - عدم استخدام الكلمات المحلية، والألفاظ الإقليمية غير المفهومة عربيا. (1)
- ويفترض أن لا تتجاوز عدد كلمات التقرير الواحد من 250-300، كلمة أي بمعدل 15 كلمة في السطر الواحد، وقرابة 17 سطرا في التقرير الواحد.
- أما على مستوى قراءة الأخبار، أو التقارير الإخبارية، فهناك قواعد معمول بها في هذه القناة تلخص بما يلي:

- تقطيع الكلمات تقطيعا صحيحا، ولفظها لفظا دقيقا حسب التقطيع، ولا سيما في الكلمات الأجنبية أو المركبة صعبة التقطيع.
- تقطيع مجمل النص حسب النفس عند القراءة ومعنى الجملة.
- تتم القراءة عبر تلوين صوتي مع بداية الجمل، أي بعد القطع التام.

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص ص. 41، 42.

- ومع نهاية الفقرات والجمل يتم خفض الصوت قليلا.  
 - عند نهاية قراءة الخبر أو التقرير، يجب إعطاء الانطباع لدى المشاهد أو المستمع بأن الخبر قد انتهى.

- التركيز في اللفظ على بعض الصفات، أو الكلمات التي لها دلالة خاصة في الخبر أو التقرير للفت الانتباه إليها.

- قراءة التقرير أو الخبر، مع الأخذ بعين الاعتبار موضوعه، فالخبر الذي يتحدث عن معارك ضارية، هو غير الذي يصور اكتشاف معالم أثرية جديدة.

وغالبا ما يتم التشديد على المذيعين والمراسلين بضرورة الالتزام بقواعد اللغة العربية والنطق السليم للكلمات ومخارج الحروف، وهو ما تعده القناة سمة لها تميزها عن القنوات التي تسمح لمحرريها ومذيعيها ومراسليها، مثل هذه الأخطاء لمصلحة المضمون أو الصورة، بل إن قناة الجزيرة تضع في مقدمة أولويات العمل فيها التمكن من اللغة العربية.

ب- تصوير الأخبار: مع اشتداد المنافسة بين المحطات الفضائية العربية والأجنبية، أصبح البحث عن صورة جيدة لا يقل بهذا الحال أو ذاك عن الحصول على السبق الصحفي، الذي سيظل بحاجة إلى صورة تدعمه.

وفضلا عن اعتماد قناة الجزيرة على مصورين خاصين بها، تلاحق كاميراتهم مختلف الحوادث والأزمات السياسية والاقتصادية فإنها تشترك عبر الأقمار الصناعية بوكالات خاصة بالصورة توفر لها على مدار الساعة صوراً عن معظم ما يدور في العالم من أحداث وتطورات سياسية، واقتصادية، واجتماعية وغيرها. (1)

ولا تعتمد القناة على أرشيف الصور، إلا في حالات خاصة تستوجبها طبيعة الموضوع، أو عدم السماح بتصويره، وفي بعض الأحيان يتم ربط الكاميرا من موقع الحدث بمركز المحطة في الدوحة، عبر الأقمار الصناعية عند التغطيات المباشرة التي ليس هنالك وقت كاف لتركيب المادة، مثلما حدث في التغطية التي قامت بها القناة لأحداث العدوان الثلاثي على العراق عام 2001.

1- رحيم مزهد، المرجع السابق، ص ص. 42، 43.



## VI- عوامل الجذب والمؤاخذات في ما تطرحه قناة الجزيرة:

1- عوامل الجذب والإقبال: على الرغم من الشعار الذي ترفعه قناة الجزيرة (الرأي والرأي الآخر) فإنها أثارت ومنذ انطلاقتها عام 1996م، آراء مختلفة بعضها مؤيد لتوجه وسياسة هذه القناة وبعضها الآخر رافض، ولكل من الفريقين حجج يقدمها.

وللانطلاقة السريعة لقناة الجزيرة وحجم تمويلها، وتبنيها وجهات النظر السياسية المضادة بحرية لا تتناسب مع طبيعة النظام السياسي والاجتماعي الذي تبث منه، وكذلك استحضار وجهة النظر الصهيونية، كانت أبرز نقاط الاختلاف على أداء هذه القناة.

ولا يتردد المسؤولون القطريون أو القائمون عليها في التأكيد على استقلالية القناة، وأنها مجرد مشروع استثماري قرضت الحكومة القطرية أصحابها مبلغا من المال، مثله مثل عشرات المشاريع الاستثمارية المماثلة، وإنها لا تتلقى توجيهات سياسية، أو إعلامية من الحكومة القطرية.

ولقد استقطبت القناة أعداد كبيرة من المشاهدين العرب في الوطن العربي وخارجه بفضل العوامل التالية:

- كونها إخبارية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية، ناطقة باللغة العربية وهو ما يجعلها تركز على التطورات والحوادث السياسية، التي هي في معظم الأحيان تشغل بال المواطن العربي الذي يعاني من مشاكل سياسية واقتصادية واجتماعية.
- الجرأة في طرح ومعالجة الموضوعات المختلفة التي ظل الإعلام العربي الرسمي سنوات عدة يخشى التصدي لها، ففتحت هذه القناة ملفات مثل: المحفل الماسوني، حزب الله، جمهورية الصحراء الغربية.
- الابتعاد عن الرتابة والرسومية التي اعتادتها بعض منابر الإعلام العربي، فركزت على أسلوب وإيقاع مغايرين يعتمدان على السرعة والديناميكية.
- ركزت على التغطية المباشرة لوضع المشاهدين في قلب الحدث.
- عمدت إلى إشراك المشاهد العربي في برامجها الحوارية، من خلال الاتصال الهاتفي المباشر عبر الأقمار الصناعية. (1)
- توجهت إلى المواطن العربي المغترب تتحدث بلسانه العربي الفصيح بديلا للقصود

1-رحيم مزيد، المرجع السابق، ص ص. 43، 44.

### الفضائية الأجنبية.

- عوضت إلى حد ما المواطن العربي، عن الاستعانة بمصادر الأخبار والمعلومات الغربية.
- اعتماد أسلوب مهني محترف في جمع الأخبار وبنها وإعدادها وتقديمها، والبرامج الحوارية. (1)
- كما تعتمد على مهنية متطورة وعلى أداء متقن لمحربي، ومقدمي النشرات الإخبارية والمراسلين، وكذلك المستوى الممتاز لباقي برامج الجزيرة الحوارية والإخبارية. (2)
- توفر قدرا من الحرية في تناول القضايا والتحليلات السياسية والاقتصادية المختلفة، أكثر مما هو متوفر لغيرها من القنوات الفضائية العربية.
- التوجه الكوني لقناة الجزيرة أي أنها قناة عالمية تنطق باللغة العربية، سهل من قبولها لدى المشاهدين العرب.
- تحرص إدارة قناة الجزيرة على توظيف محررين وفنيين ومهندسين، من أقطار عربية مختلفة. (3)
- فحتى لو كان هناك نوايا وخلفية "تطبيعية" فإن القناة، ساعدت على إعادة الحياة والحيوية للتيار العربي المعادي لإسرائيل وللتطبيع، بل ساعدت على بلورة رأي عام عربي ديناميكي من هذه القضية، بعدما كان هذا الرأي العام غارقا في سلبية اليأس لانسداد فرص وإمكانيات التعبير أمامه.
- وهكذا استطاعت الجزيرة أن تحقق تأثيرين متناقضين تطبيع صورة وصوت الإسرائيلي، والتعامل معه تحت راية الضرورة المهنية، وتعميق الرأي العام العربي المعادي للتطبيع، وفتح فضاءات تعبيرية وتعبوية أمامه.
- ويلاحظ في هذا المجال أن تلفزيونات أخرى لدول لا توجد أية شكوك تطبيقية حولها، بدأت تحذو حذو تلفزيون الجزيرة، كما هو الحال بالنسبة لتلفزيون أبو ظبي، حيث بدأنا نشاهد مراسلين يوجهون أسئلتهم مباشرة للمسؤولين الإسرائيليين. (4)
- ولا تقتصر المهنة الجريئة على البرامج، بل إن الجزيرة تميزت بكسر الرؤية التقليدية السخيفة لشكل المذيعين والمذيعات سواء باختيار صحفيين سمر بل سود البشرة، أو بعدم البحث

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص-ص، 45.

2 قصى صالح الدرويش، المرجع السابق، ص.9.

3-رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.49.

4- قصى صالح الدرويش، المرجع السابق، ص.7.

عن الشباب ولا الوسامة، فهناك صاحب الشعر الأبيض وهناك الأصلع، وهناك الشباب وهناك الكهل وكذلك هناك التنوع في الجنسيات، ولعل الجزيرة أول من فتح الباب أمام الصحفيين الوافدين من الجزائر، والذين أثبتوا كفاءة عالية في التحرير وفي التقدم وفي اللغة العربية، التي لم يكن أبناء المشرق العربي يعتقدون بوجودها في الجزائر. (1)

**2- المؤاخذات:** ويؤخذ على السياسة الإعلامية لقناة الجزيرة مجموعة من النقاط نوردتها فيما يلي:

- إنها عبارة عن أداة تستخدمها الحكومة القطرية، ضمن تحركها السياسي الخليجي والعربي والعالمى، فهي مؤسسة قطرية بإدارة وتمويل وإشراف قطري، لم تنشئها الحكومة القطرية بلا هدف سياسي أو بحثا عن إشاعة الحريات، وهي التي تمنع على مواطنيها استخدام الصحون اللاقطة في الحصول على البث التلفزيوني، وتخصر ذلك بنظام الكيل.

- اعتماد مبدأ الإثارة في برامجها وتغطياتها الإخبارية المختلفة لاستمالة جمهور المشاهدين، كما هو الحال في أسلوب "الديكة" المعتمد في الكثير من برامجها وتغطياتها الإخبارية مثل برنامجي الاتجاه المعاكس أو أكثر من رأي. (2)

والحقيقة أن البرامج الصراخية لقناة الجزيرة، والتي يغيب عنها الحوار الفعلي، ونقصد تحديدا الاتجاه المعاكس، لا يساعد على بلورة رأي عام، ولا يساعد أي معارض تستضيفه على شرح وجهة نظره وتوسيع قاعدة مؤيديه، إذ أن الصراخ والطابع الكاريكاتيري للجدل يسفه أي رأي أو وجهة نظر أو موقف مهما كان صائبا. (3)

- عدم وضوح المعايير التي تستخدمها القناة، في إجراء تغطياتها الإخبارية، فقد تركز لأيام على موضوع سرعان ما تراجع عنه، كما حدث في انتقادها للقمّة العربية التي عقدت في القاهرة عام 2000 حول انتفاضة الأقصى والدور المصري فيها، إذ توقفت عن ذلك بعد الحملة السياسية والإعلامية التي شنتها مصر ضد قناة الجزيرة ودولة قطر.

- تقدم قناة الجزيرة لسياسيين وشخصيات صهيونية في برامجها ونشراتها الإخبارية، الأمر الذي

1- قصي صالح الدرويش، المرجع السابق، ص.10.

2- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص.52،53.

3- قصي صالح الدرويش، المرجع السابق، ص.8.

عُدَّ تطبيقاً غير مباشر تقوم به الجزيرة، من خلال إدخال رموز الدولة الصهيونية إلى المنازل العربية.

- التركيز على السلبية في العلاقات العربية-العربية، وإهمال النواحي الإيجابية لاستدراج المشاهد العربي إلى برامجها وتغطياتها الإخبارية.

- الطغيان الناتج في بعض الحالات على الخط العام لتوجه القناة، فمقدم البرنامج السياسي، يحاول قدر الإمكان تجنب انتقاد حكومة بلده، إن لم يتحول بشكل أو بآخر إلى امتداحها.

وأخيراً؛ فإن تناول الإيجابي والسلي في ما يخص سياسة قناة الجزيرة وتوجهاتها، قد يكون (من وجهة نظر الباحث) كفيلاً بالوصول إلى فهم نسبي لطبيعة هذه السياسة المحاطة مرتكزاتها بشيء من السرية، عندما يصر القائمون على استقلالية قناة الجزيرة، وعدم تلقيها توجيهات من أية جهة حكومية أو غير حكومية داخلية أو خارجية، ربما يكون السبب في ذلك المحافظة على صورة مثالية لقناة عربية مستقلة في أعين المشاهدين العرب، وربما التعقيم على أهداف أبعد من المغزى الإعلامي المجرد لوسائل الإعلام المختلفة، مما لا يدخل ضمن إطار الأهداف المباشرة لهذه الأطروحة. (1)

1- رحيم مزيد، المرجع السابق، ص 53، 54.

جامعة الأمير  
عبد القادر عظم  
الإسلامية

الفصل الرابع

عادات وأنماط المشاهدة

سنحاول من خلال هذا الفصل دراسة عاءاء وأنماط مفاهءة عينة الدراسة للءصص السفاسة فف قناء الءزفرة الفضايفة؁ وذلك من خلال ءءلل وءفسفر بفااء الءءاءول المفاصة بكل منهما-العاءاء والأنماط- والمءلقة بفااءا سنوااء اسءقبال الفضاائف؁ والقنواا الإءبارفة المفاهءة؁ بالإضافة إلى معرفة مءة وأفاام وفترةا المفاهءة وءءمها؁ هذا بالنسبة لعاءاء المفاهءة؁ أما معرفة أنماط مفاهءة عينة الدراسة فكانا من خلال البفااءا الإءصائف للءءاءول الءف ءناولا معفة مفاهءة الشباب الءامعف للءصص الإءبارفة؁ ومءف مناسبة أوقاا بء الءصص؁ والبرامء المفضلة لءبهم.

فمعرفة هذه البفااءا من شأنها أن ءففءنا من ناءففن؁ فمن ناءفة هف إءابة على ءساؤلف الدراسة الأولى والءافف؁ للءان فهءفان إلى معرفة عاءاء وأنماط مفاهءة الشباب الءامعف للقناء وكءا أسباب هذا الإقبال؁ ومن ناءفة أءرف فءءفر هذا الفصل مءءلا ءمهفءفا للفصل الموالف الءاص بالوعف السفاسف والشباب الءامعف؁ على اعءبار أنه كلما زاءا ءرءة المفاهءة والءعرض كلما زاءا ءرءة المعرفة والءزواا بالمعلوماا؁ الءف ءؤءف بءورها لزفااة الوعف السفاسف.

وقبل الءءرف إلى ءءلل البفااءا المفاصة بعاءاء وأنماط المفاهءة؁ كان من الضرورف الإشارة إلى ءصائف عينة الدراسة؁ وذلك ءسب ءوزفعها فف الءامعفف؁ والنوع و المءسوف الءراسف؁ وكذلك معرفة عءء الأءهزة المملوكة فف البفء ومءف امءلاك ءهاز الاسءقبال ونوعه؁ وءفءة لذلك ءم ءقسفم هذا الفصل إلى ءلاا أقسام اسءمءا على:

I-ءصائف عينة الدراسة.

II-عاءاء المفاهءة.

III-أنماط المفاهءة.

فءاءاا نءاءء الدراسة كالأف:

## -1 خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (01) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجامعة

الجامعة	التكرارات	ك	%
جامعة منتوري	100	100	54.34%
جامعة الأمير عبد القادر	84	84	45.65%
المجموع	184	184	100%

يتضح من الجدول رقم (01) أن عينة الدراسة الكلية تتكون من 184 مفردة موزعين على كلتا الجامعتين، إذ نلاحظ أن جامعة منتوري تحوي 100 مفردة وبنسبة مئوية تقدر بـ 54.34%، أما جامعة الأمير عبد القادر فتتكون من 84 مفردة وبنسبة مئوية تقدر بـ 45.65%، ويرجع سبب نقصان العينة في جامعة الأمير عبد القادر إلى عدم تمكن الباحث من استرجاع 16 استمارة من أفراد العينة في هذه الجامعة.

جدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجامعة و النوع:

الجامعة	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		التكرارات
	%	ك	%	ك	
ذكور	44.04	37	50	50	87
إناث	55.95	47	50	50	97
المجموع	100%	84	100%	100	184

يتضح من خلال الجدول رقم (02) توزيع عينة الدراسة حسب الجامعة النوع، فنجد أن عينة الدراسة تتكون من 184 مفردة، يمثل الذكور فيها 50 مفردة ونسبة مئوية تقدر بـ 50% ويمثل الإناث 50 مفردة ونسبة مئوية تقدر بـ 50% كذلك في جامعة منتوري. ويمثل الذكور في جامعة الأمير عبد القادر 37 مفردة بنسبة 44.04%، فيما يمثل الإناث 47 مفردة بنسبة 55.95%.

ويلاحظ أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور في جامعة الأمير عبد القادر ويرجع السبب إلى أن الاستثمارات الغير مسترجعة كانت من جانب الذكور.

### جدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع والتخصص.

النوع التخصص	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
إعلام واتصال	17	19.54%	17	17.51%	34
علم الاجتماع	17	19.54%	17	17.52%	34
علم النفس	16	18.39%	16	16.49%	32
دعوة وإعلام	17	19.54%	17	19.52%	34
شريعة وقانون	12	13.79%	17	17.52%	29
مقارنة أديان	08	9.19%	13	13.40%	21
المجموع	87	100%	97	100%	184

يتضح من خلال الجدول رقم (03) توزيع عينة الدراسة حسب النوع والتخصص الدراسي، فبعد عملية تحديد العينة تحصلنا على 06 تخصصات، 3 منها من جامعة منتوري وهي تخصص علوم الإعلام والاتصال الذي أخذت منه 34 مفردة موزعين بالتساوي 17 ذكور و 17 إناث، وتخصص علم الاجتماع الذي يتكون أيضا من 34 مفردة 17 منها ذكور و 17 إناث، أما تخصص علم النفس فيتكون من 32 مفردة 16 منها ذكور و 16 إناث.



أما جامعة الأمير عبد القادر فلقد تحصلنا أيضا على 03 تخصصات هي تخصص الدعوة والإعلام والاتصال الذي أخذت منه 34 مفردة موزعين بالتساوي 17 ذكور و17 إناث، ثم تخصص الشريعة والقانون بـ 29 مفردة 12 منها ذكور و17 منها إناث، أما التخصص الثالث فهو تخصص العقيدة ومقارنة الأديان الذي يتكون من 21 مفردة منها 08 ذكور و13 إناث. ويلاحظ من خلال النتائج الإحصائية التي يبينها الجدول أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور، إذ مثل عدد الذكور الإجمالي 87 مفردة، في حين كان عدد الإناث الإجمالي يساوي 97 مفردة، ويرجع سبب ذلك كما أسلفنا الذكر في الجدول رقم 02 إلى أن عدد الاستمارات الغير مسترجعة كانت من طرف الذكور، وهو ما يبرز هذا الفارق حيث لم تسترجع 13 استمارة عند الذكور، و03 استمارات لدى الإناث.

#### جدول رقم (04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع والسن.

النوع / السن	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
21-18	16	%18,39	27	%27,83	43
25-22	67	%77,01	66	%68,04	133
29-26	03	%3,44	02	%2,06	05
30 فأكثر	01	%1,14	02	%2,06	03
المجموع	87	%100	97	%100	184

يتضح من خلال الجدول رقم (04) توزيع عينة الدراسة حسب النوع والسن، حيث تم تحديد أربعة مراحل عمرية تتراوح ما بين 18 سنة كأقل فئة عمرية نظرا لأن مجتمع البحث هو من الطلبة الجامعيين، وفي الغالب تكون أعمارهم أكثر من 18 سنة لكي يلتحقوا بالجامعة، وأكبر فئة عمرية هي 30 سنة فأكثر، وقد تم تحديد المدى بثلاث سنوات، وفي النهاية تحصلت على أربعة مراحل عمرية، وجاء ترتيبها على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين 22-25 سنة نسبة 77,01% لدى ذكور ونسبة 68.04% لدى الإناث في الجامعتين.

وجاءت هذه الفئة العمرية في هذه المرتبة كون أن أفراد العينة من طلبة السنتين الثالثة والرابعة، والذين غالبا ما تتراوح أعمارهم في هذا السن.

وجاء في المرتبة الثانية المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين 18-21 سنة بنسبة 19.39% لدى الذكور ونسبة 27.83% لدى الإناث في الجامعتين .

وجاء في المرتبة الثالثة المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين 26-29 سنة بنسبة ضئيلة جدا إذ مثلت 3.44% لدى الذكور ونسبة 2.06% لدى الإناث في الجامعتين.

فيما جاءت الفئة العمرية 30 سنة فأكثر في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.14% لدى الذكور ونسبة 2.06% لدى الإناث في الجامعتين.

جدول رقم (05) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع والمستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		النوع
	%	ك	%	ك	
88	47.42%	46	48.27%	42	ذكور
96	52.57%	51	51.72%	45	إناث
184	100%	97	100%	87	المجموع

يتضح من الجدول رقم (05) توزيع عينة الدراسة حسب النوع والمستوى الدراسي، حيث جاء عدد الذكور في السنة الرابعة بنسبة 47.42%، و تمثل الإناث نسبة 52.57% بالجامعتين ويمثل الذكور في السنة الثالثة بنسبة 48.27%، و تمثل الإناث نسبة 51.72% .

جدول رقم (06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عدد أجهزة التلفزيون المملوكة في البيت والجامعة.

الجامعة	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		الاجموع
	ك	%	ك	%	
واحد	28	28%	35	41.66%	63
اثنان	61	61%	37	44.04%	98
ثلاثة فأكثر	11	11%	12	14.28%	23
الاجموع	100	100%	84	100%	184

يوضح الجدول رقم (06) توزيع عينة الدراسة حسب عدد الأجهزة المملوكة في البيت، إذ تبين أن أفراد العينة الذين صرحوا أن أسرهم تمتلك جهازين تلفزيونيين يأتون في المرتبة الأولى بنسبة 61% في جامعة منتوري، و 44.04% في جامعة الأمير عبد القادر، وجاء في المرتبة الثانية الذين صرحوا بأن أسرهم تمتلك جهاز واحد بنسبة 28% بجامعة منتوري، و 41.66% بجامعة الأمير عبد القادر. في حين صرح 11% من الذين أجابوا بأنهم يمتلكون أكثر من جهازين، في جامعة منتوري، و 14.28% في جامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم (07) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عدد أجهزة التلفزيون المملوكة في البيت والنوع

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
واحد	28	32.18%	35	36.08%	63
اثنان	50	57.47%	48	49.48%	98
ثلاثة فأكثر	06	6.89%	14	14.43%	23
المجموع	87	100%	97	100%	184

يوضح الجدول رقم (07) توزيع عينة الدراسة حسب عدد أجهزة التلفزيون المملوكة في البيت والنوع، ومن خلال نتائج الدراسة الإحصائية، اتضح مايلي:

حيث احتلت المرتبة الأولى الذين أجابوا أنهم يملكون جهازين في البيت إذ جاء عدد الذكور بنسبة مئوية تقدر بـ 57.47%، وعدد الإناث بنسبة 49.48%، وجاء في المرتبة الثانية الذين أجابوا بأنهم يملكون جهاز واحد، بنسبة 32.18% لدى الذكور، ونسبة 36.08% لدى الإناث، فيما جاء الذين أجابوا بأنهم يملكون ثلاثة فأكثر المرتبة الثالثة.

جدول رقم (08) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان وضع جهاز التلفزيون في البيت والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة مكان وضع الجهاز
	%	ك	%	ك	
118	34.93%	51	38.95%	67	غرفة الاستقبال
83	28.08%	41	24.41%	42	غرفة الجلوس
69	18.49%	27	24.41%	42	غرفة أحد الإخوة
41	16.43%	24	9.88%	17	غرفة الأب
07	2.05%	03	2.32%	04	أخرى
318	100%	146	100%	172	المجموع

يبين الجدول رقم (08) توزيع عينة الدراسة حسب مكان وضع جهاز التلفزيون في البيت، إذ احتلت غرفة الاستقبال المرتبة الأولى بنسبة 38.95% في جامعة منتوري، ونسبة 34.93% في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما جاءت غرفة الجلوس في المرتبة الثانية مع غرفة أحد الإخوة بنسبة متوية تقدر بـ 24.41% في جامعة منتوري، وجاءت غرفة الجلوس في المرتبة الثانية بـ 28.08% في جامعة الأمير عبد القادر، فيما احتلت غرفة أحد الإخوة المرتبة الثالثة بنسبة 18.49%. أما غرفة الأب فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 9.88% في جامعة منتوري، ونسبة 16.43% تكرارا في جامعة الأمير عبد القادر.

كما يلاحظ وجود أماكن أخرى لوضع جهاز التلفزيون عبّر عليها اختيار أخرى بـ 2.3% في جامعة منتوري، ونسبة 2.05% بجامعة الأمير عبد القادر، وهذه الأماكن هي المطبخ و غرفة النوم.

جدول رقم (09) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان وضع جهاز التلفزيون في البيت والنوع

النوع مكان وضع الجهاز	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
غرفة الاستقبال	55	42.30%	63	33.51%	118
غرفة الجلوس	32	24.61%	51	27.12%	83
غرفة أحد الإخوة	28	21.53%	31	16.48%	69
غرفة الأب	12	9.23%	29	15.42%	41
أخرى	03	2.30%	04	2.12%	07
المجموع	130	100%	188	100%	318

جدول رقم (09) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مكان وضع جهاز التلفزيون في البيت والنوع، حيث جاءت غرفة الاستقبال في المرتبة الأولى لدى الذكور بنسبة 42.30%، ونسبة 33.51% لدى الإناث في الجامعتين.

وبالنسبة للذكور جاء عدد الذين يضعون الجهاز في غرفة الجلوس في المرتبة الثانية بنسبة 24.61%، مقابل 27.12% بالنسبة للإناث، في حين جاء في المرتبة الثالثة عدد الإناث اللواتي يضعن الجهاز في غرفة أحد الإخوة بنسبة 16.48% مقابل 9.23% بالنسبة للذكور.

وبالنسبة لغرفة الأب فكانت نسبة الذكور 9.23%، مقابل 15.42% بالنسبة للإناث.

وكان اختيار أخرى بالنسبة للذكور بنسبة 2.30%، ونسبة 2.12% لدى الإناث.

جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية جهاز الاستقبال والجامعة.

الجامعة	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		المجموع
	ك	%	ك	%	
استقبال جماعي	12	%11.42	25	%28.4	37
فردى تماثلي	16	%15.23	10	%11.36	26
فردى رقمي	77	%73.33	53	%60.22	130
المجموع	105	%100	88	%100	193

جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية جهاز الاستقبال، أوضحت النتائج الإحصائية على أنه هناك اختلاف في ترتيب نوعية الأجهزة المملوكة حسب الجامعتين، حيث جاء في المرتبة الأولى من يملكون جهاز استقبال فردي رقمي بنسبة %73.33، وجاء في المرتبة الثانية جهاز الفردي التماثلي بنسبة %15.23، وجهاز الاستقبال الجماعي بنسبة %11.42 في جامعة منتوري.

أما جامعة الأمير عبد القادر؛ فلقد احتل المرتبة الأولى جهاز الفردي الرقمي بنسبة %60.22.

ويكمن الاختلاف في الترتيب مع جامعة منتوري في أن جهاز الاستقبال الجماعي جاء في المرتبة الثانية بنسبة %28.4، وجاء في المرتبة الثالثة جهاز الاستقبال الفردي التماثلي بنسبة %11.36.

جدول رقم (11) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية جهاز الاستقبال والنوع.

النوع	ذكور		إناث		الجموع
	ك	%	ك	%	
استقبال جماعي	11	12.35%	26	25%	37
فردى تماثلي	12	13.48%	14	13.46%	26
فردى رقمي	66	74.15%	64	61.53%	130
الجموع	89	100%	104	100%	193

يوضح الجدول رقم (11) توزيع عينة الدراسة حسب نوعية جهاز الاستقبال والنوع، إذ جاء في المرتبة الأولى من الذكور الذين أجابوا بأنهم يملكون جهاز فردى رقمي نسبة 74.15%، مقابل 61.53% لدى الإناث. واحتل الفردى التماثلي المرتبة الثانية لدى الذكور بنسبة 12.35%، والمرتبة الثالثة لدى الإناث بنسبة 13.46%. وجاء في المرتبة الثالثة لدى الذكور جهاز الاستقبال الجماعي بنسبة تقدر بـ 12.35%، واحتل المرتبة الثانية لدى الإناث 25%.

ويلاحظ من خلال هذه النتائج الإحصائية تحول الجمهور الجزائري من الطريقة التقليدية للالتقاط الفضائيات إلى الطريقة الرقمية الحديثة، وهذا دليل في حدود هذه الدراسة على شغف الجمهور الجزائري للإطلاع على أكبر عدد من القنوات الفضائية، بما يتوافق مع ذوق كل واحد خاصة وأن هذا الجهاز-الرقمي- يوفر شبكة كبيرة من القنوات في شتى المجالات.

حيث نجد تخصص في القنوات الفضائية من حيث البرامج، فنجد القنوات الإخبارية والرياضية وقنوات خاصة بالرسوم المتحركة وأخرى خاصة بالأفلام وأخرى بالأغاني... الخ.

وبالإضافة إلى هذا الكم الكبير من القنوات نلاحظ عنصر الجودة في الصورة الرقمية على حساب الصورة في الجهاز التماثلي.



## II- عادات مشاهدة قناة الجزيرة:

جدول رقم (12) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات استقبال الفضائيات والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة سنوات الاستقبال
	%	ك	%	ك	
14	7.14%	06	08%	08	أقل من سنة
17	9.52%	08	09%	09	سنة
23	8.33%	07	16%	16	سنتان
130	75%	63	67%	67	ثلاث سنوات فأكثر
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (12) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات استقبال الفضائيات، ف جاءت في المرتبة الأولى ويفارق كبير الذين أجابوا بأنهم يشاهدون الفضائيات منذ ثلاث سنوات فأكثر بنسبة 67% بجامعة منتوري، وبنسبة 75% بجامعة الأمير عبد القادر. وجاء في المرتبة الثانية الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القنوات الفضائية منذ سنتان بنسبة 16% بجامعة منتوري، وبنسبة 8.33% بجامعة الأمير عبد القادر. في حين جاء في المرتبة الثالثة الذين أجابوا بأنهم يشاهدونها منذ سنة بنسبة 9%، في جامعة منتوري، وبنسبة 9.52% في جامعة الأمير عبد القادر. وجاءت في المرتبة الرابعة اختيار أقل من سنة بنسبة 8%، بجامعة منتوري، وبنسبة 7.14% بجامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم (13) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات استقبال الفضائيات والنوع.

النوع سنوات الاستقبال	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
أقل من سنة	10	%11.49	04	%4.12	14
سنة	09	%10.34	09	%9.27	17
سنتان	15	%17.24	08	%8.24	23
ثلاثة سنوات فأكثر	54	%62.06	76	%78.35	130
المجموع	87	%100	97	%100	184

يوضح الجدول رقم (13) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات استقبال الفضائيات والنوع، حيث جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يشاهدون الفضائيات منذ أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة 62.06% لدى الذكور، و بنسبة 78.35% لدى الإناث.

في حين جاء في المرتبة الثانية لدى الذكور اختيار سنتان بنسبة 17.24%، وجاء اختيار سنة في هذه المرتبة لدى الإناث بنسبة 9.27%، كما جاء اختيار أقل من سنة لدى الذكور في المرتبة الثالثة بنسبة 11.49%، وجاء في هذه المرتبة اختيار سنتان لدى الإناث بنسبة 8.24%، فيما جاء اختيار سنة في المرتبة الرابعة لدى الذكور بنسبة 10.34%، وجاء اختيار أقل من سنة في هذه المرتبة لدى الإناث بنسبة 4.12%.

جدول رقم (14) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الفضائية الإخبارية المشاهدة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة الفضائيات المشاهدة
	%	ك	%	ك	
157	%33.19	81	%32.47	76	الجزيرة
126	%26.63	65	%26.06	61	العربية
44	%10.24	25	%8.11	19	الحررة
18	%3.27	08	%4.27	10	أ، أن، أن
23	%3.68	09	%5.98	14	العالم
63	%15.98	39	%10.25	24	المنار
15	%3.27	08	%2.99	07	CNN
20	%2.45	06	%5.98	14	EURO NEWS
12	%1.22	03	%3.84	09	أخرى
478	%100	244	%100	234	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الإخبارية المشاهدة، حيث احتلت في جامعة منتوري قناة الجزيرة الفضائية المرتبة الأولى بنسبة 32.47% تلتها قناة العربية بنسبة 26.06%، ثم قناة المنار اللبنانية بنسبة 10.25%، ثم قناة الحررة، ثم قناتي العالم و euro news الفرنسية بنسبة 5.98%، ثم قناة أ، أن، أن بنسبة 4.27%، وقناة cnn الأمريكية

بنسبة 2.99%، وتمثل اختيار أخرى في القنوات التي لم أوردتها في الاستمارة وهي قنوات الإخبارية السعودية وقناة c n b c البريطانية بنسب ضئيلة جدا.

أما جامعة الأمير عبد القادر فقد جاءت قناة الجزيرة الفضائية كذلك في المرتبة الأولى بنسبة 33.1%، ثم قناة العربية بنسبة 26.63%، ثم قناة المنار بنسبة 15.98%، وفي المرتبة الرابعة قناة الحرة بنسبة 10.24%، والمرتبة الخامسة لقناة العالم بنسبة 3.68%، وفي المرتبة السادسة وجاءت قناة c n n مع قناة أ، أن، أن في المرتبة السادسة بنسبة 3.27%، ثم قناة euro news، وتليها اختيار أخرى في المراتب الأخيرة.

ويلاحظ أن قناتي الجزيرة والعربية حازتا على ثقة عينة الدراسة واحتلتا المراتب الأولى، ويفارق كبير على القنوات الأخرى (أكثر من 50% من الإجابات)، واحتلت قناة المنار المرتبة الثالثة في كلتا الجامعتين كون الدراسة الميدانية تزامنت مع التهديدات الأمريكية لسوريا ولبنان، ولم تحتل قناة c n n الأمريكية مكانة متقدمة نظرا لعامل اللغة من جهة وعدم ثقة عينة الدراسة فيما تبته هذه القناة من جهة ثانية خاصة وأنها أداة أمريكية.

جدول رقم (15) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الفضائية الإخبارية المشاهدة والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع القنوات المشاهدة
	%	ك	%	ك	
157	24.92%	83	57.93%	84	الجزيرة
126	18.91%	63	43.44%	63	العربية
44	7.80%	26	12.41%	18	الحرة
18	2.40%	08	6.89%	10	أ، أن، أن
23	3.60%	12	7.58%	11	العالم
63	9%	30	21.37%	31	المنار
15	1.50%	05	6.89%	10	CNN

20	%1.20	04	%11.03	16	EURO NEWS
12	%090	03	%6.20	09	أخرى
478	%100	333	%100	145	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) توزيع عينة الدراسة حسب الفضائيات الإخبارية المشاهدة والنوع، إلا لم نسجل اختلاف على القنوات التي احتلت المراتب الأولى، حيث حافظت هذه القنوات على ترتيبها سواء في الجدول رقم (14) أو في الجدول الحالي.

وهو دليل على أن الجمهور في الجزائر بدأ ينتقل من مرحلة التعرف والاختيار، إلى مرحلة تكوين عادات مشاهدة ثابتة للفضائيات الإخبارية، وهذه النتيجة تدعمه دراسة "بابوري عبد الكريم"، حيث احتلت هذه القنوات نفس الترتيب إذا لم نأخذ بعين الاعتبار القنوات الغير إخبارية، حيث احتلت قناة الجزيرة المرتبة الأولى وقناة العربية المرتبة الثانية وقناة المنار المرتبة الثالثة. (1)

كما احتلت قناة الجزيرة الفضائية المرتبة الثانية بعد قناة اقرأ في دراسة "وردة بوجلال" (2) وترجع المكانة التي تحتلها قناة الجزيرة الفضائية لدى عينة الدراسة كونها تسعى دائما إلى التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع، دون تغليب الاعتبارات التجارية أو السياسية على المهنية، والسعي إلى الوصول إلى الحقيقة وإعلامها وتقديم وجهات النظر دون محاباة أو انحياز لأي منها. (3)

1- بابوري عبد الكريم، عادات وأناط مشاهدة طلبة سكيكدة للفضائيات العربية-دراسة ميدانية-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، 2003-2004، ص111، بحث لم ينشر

2- ورودة بوجلال، الجمهور القسنطيني وقناة اقرأ، دراسة في العادات والأنماط، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، 2003-2004، ص165، بحث لم ينشر

جدول رقم(16) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الفضائية الإخبارية المشاهدة والتخصص.

الاجموع	مقارنة الأديان		القانون والشريعة		الاتصال والإعلام الدعوة		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص القنوات المشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
157	%33.87	21	%33.33	28	%32.65	32	%30.18	16	%33.72	29	%32.63	31	الجزيرة
126	%29.03	18	%27.38	23	%24.48	24	%22.64	12	%29.06	25	%25.26	24	العربية
44	%14.51	09	%10.71	09	%7.14	07	%5.66	03	%6.97	06	%10.52	10	الحررة
18	%3.22	02	%1.19	01	%5.1	05	%5.66	03	%3.48	03	%4.21	04	أ، أن، أن
23	%3.22	02	%3.57	03	%4.08	04	%5.66	03	%5.81	05	%6.31	06	العالم
63	%12.9	08	%16.66	14	%17.34	17	%11.32	06	%9.30	08	%10.52	10	المنار
15	%3.22	02	%1.19	01	%5.1	05	%3.77	02	%2.32	02	%3.15	03	CNN
20	/	/	%3.57	03	%3.03	03	%9.43	05	%6.97	06	%3.15	03	EURO NEWS
12	/	/	%2.38	02	%1.02	01	%5.66	03	%2.32	02	%4.21	04	أخرى
478	%100	62	%100	84	%100	98	%100	53	%100	86	%100	95	الاجموع

يوضح الجدول رقم(16) توزيع عينة الدراسة حسب القنوات الفضائية الإخبارية المشاهدة والتخصص، حيث ذلت النتائج الإحصائية على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب القنوات المفضلة والتخصص، حيث حافظت القنوات الثلاثة الأولى على ترتيبها في جميع التخصصات وفي الجامعتين.

فيما يلاحظ الاختلاف في الترتيب بين التخصصات في القنوات الإخبارية التي تحتل المراتب المتبقية وذلك حسب كل تخصص كما هو مبين في الجدول، فيما تنعدم مشاهدة قناة euro news الفرنسية واختيار أخرى في تخصص العقيدة ومقارنة الأديان، بجامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم (17) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات مشاهدة قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة / سنوات المشاهدة
	%	ك	%	ك	
17	10.71%	09	08%	08	أقل من سنة
11	8.33%	07	04%	04	سنة
30	16.66%	14	16%	16	سنتان
126	64.28%	54	72%	72	ثلاثة سنوات فأكثر
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (17) توزيع عين الدراسة حسب سنوات مشاهدة قناة الجزيرة؛ حيث دلت النتائج على انه ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب سنوات استقبال القناة في كلتا الجامعتين، حيث جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 72%، في جامعة منتوري، وبنسبة 64.28% في جامعة الأمير عبد القادر. وحل في المرتبة الثانية الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ سنتان بنسبة 16% في جامعة منتوري، بنسبة 16.66% بجامعة الأمير عبد القادر. ثم جاء الذين أجابوا بأنهم يستقبلون القناة منذ سنة بنسبة 4%، في جامعة منتوري، أما جامعة الأمير عبد القادر فقد حصلت على نسبة 8.33%. ثم احتل المرتبة الأخيرة اختيار أقل من سنة في جامعة منتوري بنسبة 8%، وفي جامعة الأمير عبد القادر بنسبة 10.71%.

ويمكن القول أن مدة أكثر من ثلاث سنوات من مشاهد أفراد العينة للقناة بنسبة 68.47% من إجمالي العينة، يمنح فرصة كبيرة للمشاهد التعرف على ما يجري من أحداث عربية وعالمية، مما يجعله مدركا ومحيطا وعلى وعي بهذه الأحداث، بالإضافة إلى اطلاعه على باقي القنوات

الإخبارية، أو وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، التي تدعم له ما تلقاه من قناة الجزيرة أو تقدم له وجهات نظر أخرى تسمح له بتوسيع دائرة معارفه ومعلوماته.

### جدول رقم (18) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات مشاهدة قناة الجزيرة والنوع.

النوع	ذكور		إناث		الاجموع
	ك	%	ك	%	
أقل من سنة	08	9.19%	09	9.27%	17
سنة	03	3.44%	08	8.24%	11
سنتان	16	18.39%	14	14.43%	30
ثلاث سنوات فأكثر	60	68.96%	66	68.04%	126
الاجموع	87	100%	97	100%	184

يوضح الجدول رقم (18) توزيع عينة لدراسة حسب سنوات مشاهدة قناة الجزيرة والنوع، احتلت المرتبة الأولى من الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة 68.96% لدى الذكور، و بنسبة 68.04% لدى الإناث. والذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ سنتان بنسبة 18.39% لدى الذكور، و بنسبة 14.43% لدى الإناث، ثم الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ أقل من سنة في المرتبة الثالثة بنسبة 9.19% لدى الذكور، ولدى الإناث بنسبة 3.44%، و الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ سنة بنسبة 9.19% لدى الذكور، ونسبة 8.24% لدى الإناث.



جدول رقم(19) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات مشاهدة قناة الجزيرة والتخصص.

رقم العينة	مقارنة الأديان		القانون والشرية		الاتصال والإعلام الدعوة		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص السنوات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
7	19.04	04	3.44	01	19.76	04	12.5	04	8.82	03	2.94	01	تخصص الإعلام
11	4.76	01	13.79	04	5.88	02	6.25	02	5.88	02	/	/	تخصص الإعلام
30	4.76	01	17.24	05	23.52	08	12.5	04	11.76	04	23.52	08	تخصص الإعلام
26	71.42	15	65.51	19	58.82	20	68.75	22	73.52	25	73.52	25	تخصص الإعلام
84	100	21	100	29	100	34	100	34	100	34	100	34	المجموع

يوضح الجدول رقم(19) توزيع عينة لدراسة حسب سنوات مشاهدة قناة الجزيرة والتخصص، حيث جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ ثلاثة سنوات فأكثر في المرتبة الأولى في جميع التخصصات، وهو دليل على الاهتمام الكبير بهذه القناة رغم الاختلاف في التخصص.

وجاء الذين يشاهدون القناة أكثر من ستان في المرتبة الثانية في جميع التخصصات ماعدا تخصص العقيدة ومقارنة الأديان أين احتلت المرتبة الثالثة، فيما اختلف ترتيب الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ أقل من سنة وسنة؛ ما بين الرتبة الثالثة والرابعة وذلك حسب كل تخصص. كما يلاحظ انعدام الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة منذ سنة في تخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة منتوري.

جدول رقم(20) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والجامعة.

الجامعة	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		أيام المشاهدة
	ك	%	ك	%	
يوم	04	04%	/	/	04
يومان	08	08%	04	4.76%	12
ثلاث أيام فأكثر	21	21%	15	17.85%	36
كل الأسبوع	16	16%	15	17.85%	31
أيام العطل	06	06%	08	9.52%	14
عند برامج معينة	11	11%	08	9.52%	19
حسب الظروف	34	34%	34	41.66%	68
المجموع	100	100%	84	100%	184

يوضح الجدول رقم(20) توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع، حيث يلاحظ من خلال النتائج ارتفاع درجة أيام المشاهدة، ولم تكن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب أيام المشاهدة بين جامعتي منتوري والأمير عبد القادر، حيث حافظت الاختيارات على نفس الترتيب.

فجاء في المرتبة الأولى اختيار حسب الظروف بنسبة 34% بجامعة منتوري، وبنسبة 41.66% بجامعة الأمير عبد القادر، وهو أمر منطقي بالنظر إلى أوقات الطالب الجامعي الموزعة ما بين الجامعة والحى الجامعي والبيت.

ثم جاء اختيار ثلاث أيام فأكثر في المرتبة الثانية بنسبة 21% في جامعة منتوري، و بالتساوي الذين صرحوا بأنهم يشاهدون القناة ثلاثة أيام فأكثر وكل الأسبوع بنسبة 17.85% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الثالثة في جامعة منتوري اختيار كل الأسبوع بنسبة 21%.

ويعتبر ارتفاع أيام مشاهدة قناة الجزيرة في حد ذاته دليل على اهتمام أفراد العينة بهذه القناة وأهمية ما تقدمه لهم من مادة إخبارية، و هو ما يعبر عليه من خلال متابعتهم لها بشكل واهتمام كبيرين رغم ظروفهم الصعبة-المادية أو المعنوية.

أما الذين يشاهدون القناة عند برامج معينة فقد جاء هذا الاختيار في المرتبة الرابعة في جامعة منتوري بنسبة 11%، وبنسبة 9.52% مع اختيار أيام العطل في جامعة الأمير عبد القادر، وجاء اختيار أيام العطل في المرتبة الخامسة بنسبة 6% في جامعة منتوري.

ثم جاء اختيار يومان بنسبة 8% في جامعة منتوري، ونسبة 4.76% بجامعة الأمير عبد القادر، في حين انعدم الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة يوم واحد في الأسبوع بجامعة الأمير عبد القادر، ولم يحصل هذا الاختيار في جامعة منتوري سوى على نسبة 4%.

جدول رقم(21) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والنوع.

النوع	ذكور		إناث		الاجموع
	ك	%	ك	%	
يوم	02	2.29%	02	2.06%	04
يومان	05	5.74%	07	7.21%	12
ثلاث أيام فأكثر	21	24.13%	15	15.46%	36
كل الأسبوع	18	20.68%	13	13.40%	31
أيام العطل	05	5.74%	09	9.27%	14
عند برامج معينة	08	9.19%	11	11.34%	19
حسب الظروف	28	32.18%	40	41.23%	68
الاجموع	87	100%	97	100%	184

يوضح الجدول رقم(21) توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والنوع، صرّح الذين يشاهدون قناة الجزيرة حسب الظروف بنسبة 32.18% لدى الذكور و بنسبة 41.23% لدى الإناث، ثم جاء اختيار ثلاث أيام في المرتبة الثانية بنسبة 24.13% لدى الذكور، و بنسبة 15.46% لدى الإناث، ثم اختيار كل الأسبوع بنسبة 20.68% لدى الذكور و بنسبة 13.40% لدى الإناث، ثم اختيار عند برامج معينة نسبة 9.19% لدى الذكور و بنسبة 11.34% لدى الإناث، ثم اختيار يومان بنسبة 5.74% لدى الذكور و نسبة 7.21% لدى الإناث، وفي الأخير جاء اختيار يوم واحد بأقل نسبة مئوية قدرت بـ 2.29% لدى الذكور ونسبة 2.06% لدى الإناث .

جدول رقم(22) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والتخصص.

المجموع	مقارنة الأديان		الشريعة والقانون		والإعلام الدعوة والاتصال		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
04	/	/	/	/	/	/	6.25%	02	5.86%	02	/	/	يوم
12	4.76%	01	3.44%	01	5.88%	02	9.37%	03	8.82%	03	5.88%	02	يومان
36	4.76%	01	20.68%	06	23.52%	08	9.37%	03	35.29%	12	17.64%	06	ثلاث أيام فأكثر
31	33.33%	07	13.79%	04	11.76%	04	15.62%	05	11.76%	04	20.58%	07	كل الأسبوع
4	9.52%	02	13.79%	04	5.88%	02	12.5%	04	2.94%	01	2.94%	01	أيام العطل
9	/	/	10.34%	03	14.7%	05	6.25%	02	8.82%	03	17.64%	06	عند برامج معينة
8	47.6%	10	37.93%	11	38.23%	13	40.62%	13	24.47%	09	35.29%	12	حسب الظروف
84	100%	21	100%	29	100%	34	100%	32	100%	34	100%	34	المجموع

يوضح الجدول رقم (22) توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والتخصص؛ وجاءت النتائج على الشكل التالي:

أتى في المرتبة الأولى المشاهدة حسب الظروف لدى طلبة الإعلام والاتصال نسبة 35.29%، ثم جاءت المشاهدة كل أسبوع بنسبة 20.58%، ثم عند برامج معينة بنسبة 17.64%، ثم اختيار ثلاث أيام فأكثر بنسبة 17.64%، ثم يومان بـ 5.88%، ثم أيام العطل بـ 2.94%، فيما انعدم الذين أجابوا بيوم واحد.

وفي تخصص علم الاجتماع جاءت المشاهدة ثلاث أيام فأكثر في المرتبة الأولى على خلاف تخصص الإعلام والاتصال بنسبة 35.29%، ثم حسب الظروف بـ 24.47%، ثم كل الأسبوع بـ 11.76%، ثم اختيار يومان مع اختيار عند برامج معينة بـ 8.82%، واختيار يوم واحد وأيام العطل فجاءت على التوالي في مراتب متأخرة بنسب صغيرة.

أما تخصص علم النفس، فلقد جاء الذين يشاهدون القناة حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 40.62%، وفي المرتبة الثانية كل الأسبوع بنسبة 15.62%، ثم أيام العطل بنسبة 12.5%، ثم جاءت ثلاث أيام مع اختيار يومان بـ 9.37%، وجاء كل من اختيارات عند برامج معينة واختيار يوم واحد في المرتبة الأخيرة بنسبة 6.25%.

وما يميز تخصصات جامعة الأمير عبد القادر؛ انعدام الذين أجابوا أنهم يشاهدون القناة ليوم واحد، فيما جاء في المرتبة الأولى حسب الظروف في جميع التخصصات، بنسبة 38.23% في الدعوة والإعلام والاتصال، وبنسبة 37.93% في تخصص الشريعة والقانون، و بـ 47.6% في تخصص العقيدة ومقارنة الأديان.

ثم جاء اختيار ثلاث أيام فأكثر في المرتبة الثانية بنسبة 23.52%، في قسم الدعوة والإعلام والاتصال، و بنسبة 20.68% في قسم الشريعة والقانون، واحتلت هذه المرتبة اختيار كل الأسبوع بنسبة 33.33% في قسم العقيدة، و بنسبة 13.79% بقسم مقارنة الأديان.

فيما احتل المرتبة الثالثة اختيار كل الأسبوع بنسبة 11.76%، في قسم الدعوة والإعلام والاتصال، وكل الأسبوع مع أيام العطل في قسم الشريعة والقانون بنسبة 13.79% لكليهما، وأيام العطل في قسم العقيدة ومقارنة الأديان بنسبة 9.52%.

ثم اختيار عند برامج معينة في تخصص الدعوة والإعلام والاتصال بنسبة 14.7%، و في قسم الشريعة والقانون بنسبة 10.34%، فيما انعدم الذين يشاهدونها لدى تخصص العقيدة ومقارنة الأديان.

ويلاحظ كذلك من خلال النتائج الموضحة في الجدول انعدام الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة يوم واحد في الأسبوع في تخصصات الإعلام والاتصال و الدعوة والإعلام والاتصال وقسم الشريعة والقانون وقسم العقيدة ومقارنة الأديان، وهو أمر منطقي نظرا لكثرة الاهتمام والإقبال على هذه القناة.

جدول رقم(23) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة أيام المشاهدة
	%	ك	%	ك	
29	10.06%	16	8.22%	13	السبت
23	10.06%	16	4.43%	07	الأحد
23	9.43%	15	5.06%	08	الاثنين
28	10.69%	17	6.96%	11	الثلاثاء
29	10.06%	16	8.22%	13	الأربعاء
58	15.09%	24	21.51%	34	الخميس
40	8.8%	14	16.45%	26	الجمعة
87	25.78%	41	29.11%	64	ليس لدى يوم مفضل
317	100%	159	100%	158	المجموع

يوضح الجدول رقم(23) توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة قناة الجزيرة، إذ بين الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب أيام المشاهد حسب مكان الدراسة.

ففي جامعة منتوري بين الجدول أن الذين أجابوا بأنه ليس لديهم يوم مفضل جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة 29.11%، وهو أمر منطقي إذا ما نظرنا إلى الجدول رقم 20 حيث جاءت في

نفس المرتبة حسب الظروف وبالتالي فإن إقبال الطلبة على مشاهدة القناة يخضع لوقت الفراغ الذي يتوفر لديهم خارج مجال الدراسة.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار يوم الخميس بنسبة 21.52%، ويوم الجمعة في المرتبة الثالثة بنسبة 16.45%، ثم يوم الأربعاء بنسبة 8.22%، ويعود سبب المشاهدة في هذه الأيام بسبب انخفاض ساعات الدراسة في نهاية الأسبوع، كما يمثل يومي الخميس والجمعة أيام راحة بالنسبة للطلبة، مما يسمح لهم بقضاء وقت أطول أمام التلفزيون، ثم توالت كل من أيام السبت والثلاثاء والاثنين والأحد بنسب تتراوح ما بين 4% و8% .

أما في جامعة الأمير عبد القادر فقد جاء في المرتبة الأولى اختيار ليس لدى يوم مفضل بنسبة 25.78%، وفي المرتبة الثانية اختيار يوم الخميس بنسبة 15.09%، والمرتبة الثالثة لاختيار يوم الثلاثاء بنسبة 10.69%،

ثم أيام السبت والأحد والأربعاء في المرتبة الرابعة بنفس النسبة المثوية التي قدرت بـ 10.06% لكل منهم، وجاء يوم الجمعة أخيرا بنسبة 8.8%.

جدول رقم(24) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة قناة الجزيرة والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع أيام المشاهدة المفضلة
	%	ك	%	ك	
29	8.28%	13	10%	16	السبت
23	5.09%	08	9.37%	15	الأحد
23	7.64%	12	6.87%	11	الاثنين
28	5.09%	08	12.5%	20	الثلاثاء
29	11.46%	18	6.87%	11	الأربعاء
58	17.19%	27	19.37%	31	الخميس

40	%13.37	21	%11.87	19	الجمعة
87	%31.84	50	%23.12	37	ليس لدى يوم مفضل
317	%100	157	%100	160	المجموع

يوضح الجدول رقم(24) توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة والنوع، إذ دلت النتائج الإحصائية على حفاظ اختيار ليس لدى يوم على المرتبة الأولى بنسبة %23.12 لدى الذكور، ونسبة %31.84 لدى الإناث. وفي المرتبة الثانية يوم الخميس نسبة %19.37 لدى الذكور، ونسبة %17.19 لدى الإناث، و بنسبة %15.18 لدى الإناث. وحلّ في المرتبة الرابعة يومي الإثنين و الثلاثاء بنسبة %12.5 لدى الذكور، ويوم الأربعاء بـ %11.46 لدى الإناث. وجاء في المرتبة الخامسة بنسبة %10 يوم السبت لدى الذكور، بنسبة %8.28 لدى الإناث. ثم جاءت باقي الاختيارات بنسب ضئيلة.

جدول رقم(25) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة قناة الجزيرة و التخصص

المجموع	مقارنة الأديان		القانون الشريعة		الإعلام الدعوة والاتصال		علم النفس		الإعلام علم		إعلام واتصال		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
29	%9.52	04	%7.51	04	%12.5	08	%5.88	03	%12	06	%7.01	04	السبت
23	%14.28	06	%5.66	03	%10.93	07	%3.92	02	%04	02	%5.26	03	الأحد
23	%9.52	04	%16.98	09	%3.12	02	%3.92	02	%04	02	%7.01	04	الإثنين
28	%11.9	05	%9.43	05	%10.93	07	%1.96	01	%04	02	%14.03	05	الثلاثاء



29	%14.28	06	%7.54	04	%9.37	06	%7.84	04	%12	06	%5.26	03	الأربعاء
58	%9.52	04	%18.86	10	%1.56	10	%19.6	10	%20	10	%25.56	14	الخميس
40	%4.76	02	%13.2	07	%7.81	05	%23.52	12	%14	07	%12.28	07	الجمعة
87	%26.19	11	%20.75	11	%29.68	19	%33.33	17	%30	15	%24.56	14	ليس لدي يوم مفضل
317	%100	42	%100	53	%100	64	%100	51	%100	50	%100	57	المجموع

يوضح الجدول رقم (25) توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة والتخصص، إذ دلت النتائج الإحصائية على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب الأيام المفضلة للمشاهدة حسب التخصص، وجاء الترتيب كالتالي:

جاء في المرتبة الأولى اختيار ليس لدي يوم مفضل على غرار الجدولين السابقين في جميع التخصصات.

وجاء في المرتبة الثانية يوم الخميس في تخصصي الإعلام والاتصال وعلم النفس بجامعة منتوري، وتخصص الدعوة والإعلام والاتصال والشريعة والقانون في جامعة الأمير عبد القادر، بنسب مئوية تتراوح ما بين 15% و24%.

فيما جاء في المرتبة الثالثة اختلاف في الأيام المفضلة وهذا حسب كل تخصص: إذ حلّ يوم الثلاثاء في تخصص الإعلام والاتصال ويوم الجمعة في تخصص علم الاجتماع ويوم الخميس في تخصص علم النفس في جامعة منتوري، ويوم السبت في تخصص الدعوة والإعلام والاتصال، ويوم الإثنين في تخصص الشريعة والقانون، ويوم الأربعاء في تخصص العقيدة ومقارنة الأديان.

وجاء في المرتبة الرابعة يوم الجمعة في تخصصي الإعلام والاتصال والشريعة والقانون بمتوسط حسابي يقدر بـ 12.74%، ويوم الأربعاء في تخصص علم الاجتماع وعلم النفس بمتوسط حسابي يقدر بـ 9.92%، ويوم الثلاثاء في تخصص الدعوة والإعلام والاتصال والعقيدة ومقارنة الأديان بمتوسط حسابي يقدر بـ 11.14%.

فيما احتل المرتبة الخامسة يوم السبت في تخصصات الإعلام والاتصال وعلم النفس والعقيدة ومقارنة الأديان، بمتوسط حسابي يقدر بـ 7.41%، ويوم الأحد والاثنين والثلاثاء في تخصص علم الاجتماع بنسبة 04% لكل يوم، ويوم الأربعاء في تخصص الدعوة والإعلام والاتصال، والخميس في تخصص العقيدة ومقارنة الأديان.

جدول رقم(26) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب فترات مشاهدة قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة فترات المشاهدة
	%	ك	%	ك	
12	2.97%	03	7.43%	09	الفترة الصباحية
17	7.92%	08	7.43%	09	فترة الظهيرة
42	16.83%	17	20.66%	25	الفترة المسائية
56	20.79%	21	28.92%	35	فترة السهرة
95	51.48%	52	35.53%	43	حسب الظروف
222	100%	101	100%	121	المجموع

يوضح الجدول رقم(26) توزيع عينة الدراسة حسب فترات مشاهدة قناة الجزيرة، حيث جاء اختيار حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 35.53%، في جامعة منتوري، و بنسبة 51.48% بجامعة الأمير عبد القادر. و في المرتبة الثانية جاءت فتره السهرة بنسبة 28.92% في جامعة منتوري، بنسبة 20.79% بجامعة الأجير عبد القادر. وحلّ في المرتبة الثالثة اختيار الفترة المسائية بنسبة 20.66% بجامعة منتوري، و بنسبة 16.83% في جامعة الأمير عبد القادر. فيما جاءت الفترة الصباحية وفترة الظهيرة في المرتبة الرابعة بالتساوي في جامعة منتوري بنسبة 7.43%، وجاءت فترة الظهيرة في جامعة الأمير عبد القادر وبنسبة 7.92%، فيما حلّت الفترة الصباحية في نفس الجامعة في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.97%.

وما يمكن قوله من خلال هذه النتائج الإحصائية أن كثافة المشاهدة تقل في الفترة الصباحية وفترة الظهيرة، ولكن سرعان ما تبدأ في الارتفاع بداية من الفترة المسائية، وحتى فترة السهرة هذه الأخيرة التي بلغت نسبة المشاهدة خلالها 30.43% في كلا الجامعتين.

جدول رقم(27) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب فترات مشاهدة قناة الجزيرة والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
الفترة الصباحية	08	%7.69	04	%3.38	12
فترة الظهر	12	%11.53	05	%4.23	17
الفترة المسائية	16	%15.38	26	%22.03	42
فترة السهرة	27	%25.96	29	%24.57	56
حسب الظروف	41	%39.42	54	%45.76	95
المجموع	104	%100	118	%100	222

يوضح الجدول رقم(27) توزيع عينة الدراسة حسب فترات مشاهدة قناة الجزيرة والنوع، حافظت أوقات المشاهدة على نفس الترتيب المبين في الجدول رقم(26) في ، وجاء اختيار حسب الظروف في المرتبة الأولى وفترة السهرة في المرتبة الثانية ثم فترة الفترة المسائية في المرتبة الثالثة والفترة الصباحية في الأخير.

ومن خلال النتائج المدونة في الجدول رقم(27) يمكن القول أن هناك اتفاق بين الطلبة والطالبات في أوقات مشاهدة قناة الجزيرة بشكل عام، غير أن الإناث أكثر مشاهدة في الفترة المسائية وفترة الظهر ، لأن الذكور في هذه الفترة يكونون خارج المنزل على خلاف جامعة الأمير.

جدول رقم (28) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب فترات مشاهدة قناة الجزيرة والتخصص.

المجموع	مقارنة الأديان		القانون والشرية		الاتصال والإعلام		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
12	/	/	/	/	%6.52	03	%2.77	01	%13.51	05	%6.25	03	فترات المشاهدة الفترة الصباحية
17	%12	03	%3.33	01	%8.69	04	%8.33	03	%5.4	02	%8.33	04	فترة الظهر
42	%2	05	%6.66	02	%21.73	10	%16.66	06	%13.51	05	%29.16	14	الفترة المسائية
56	%12	03	%23.33	07	%23.91	11	%33.33	12	%27.02	10	%27.08	13	فترة السهرة
95	%56	14	%66.66	20	%39.13	18	%38.88	14	%40.54	15	%29.16	14	حسب الظروف
222	%100	25	%100	01	%100	46	%100	36	%100	37	%100	48	المجموع

يوضح الجدول رقم (28) توزيع عينة الدراسة حسب فترات مشاهدة قناة الجزيرة والتخصص، وذلت النتائج على مايلي:

جاءت اختيارات حسب الظروف والفترة المسائية وفترة السهرة، في المراتب الثلاثة الأولى، إذ حصلت مجتمعة على أغلبية الإجابات ونسبة مئوية تقدر بـ **86.93%** من إجمالي الإجابات. فيما حصل اختياري فترة الظهر والفترة الصباحية على نسبة مئوية تقدر بـ **13.06%**، ويلاحظ انعدام الذين أحابوا بأنهم يشاهدون القناة في الفترة الصباحية في تخصصات الشريعة والقانون و تخصص العقيدة ومقارنة الأديان.

جدول رقم (29) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب حجم ساعات مشاهدة قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة ساعات المشاهدة
	%	ك	%	ك	
17	%8.33	07	%10	10	أقل من ساعة
19	%4.76	04	%15	15	ساعة
12	%3.57	03	%09	09	ساعتان
53	%40.47	34	%19	19	حسب الوقت المخصص
83	%42.85	36	%47	47	حسب الظروف
184	%100	84	%100	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (29) توزيع عينة الدراسة حسب حجم ساعات مشاهدة قناة الجزيرة؛ ودلت النتائج على مايلي:

حلّ اختيار حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 47%، في جامعة منتوري وعلى ونسبة 40.47% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار حسب الوقت المخصص لحصص بنسبة 47%، في جامعة منتوري و بنسبة 42.85% في جامعة الأمير عبد القادر.

ثم حصل اختيار ساعة واحدة في المرتبة الثالثة بنسبة 15%، في جامعة منتوري، وجاء في هذه المرتبة اختيار أقل من ساعة بنسبة 8.33%.

وفي المرتبة الرابعة جاء اختيار أقل من ساعة في جامعة منتوري بنسبة 10%، واختيار ساعة بنسبة 4.76% في جامعة الأمير عبد القادر.

ثم حلّ اختيار ساعتان بنسبة 9% في جامعة منتوري، وبنسبة 3.57% في جامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم(30) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب حجم ساعات مشاهدة قناة الجزيرة والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
ساعات المشاهدة					
أقل من ساعة	09	%10.34	08	%8.24	17
ساعة	08	%9.19	11	%11.34	19
ساعتان	06	%6.89	06	%6.18	12
حسب الوقت المخصص	25	%10.34	28	%28.86	53
حسب الظروف	39	%44.82	44	%45.36	83
المجموع	87	%100	97	%100	184

يوضح الجدول رقم(30) توزيع عينة الدراسة حسب حجم ساعات مشاهدة قناة الجزيرة والنوع، حيث حافظ اختيار حسب الظروف على المرتبة الأولى بنسبة %44.82 عند الذكور، وبنسبة %45.36 لدى الإناث .

فيما جاء اختيار حسب الوقت المخصص للحصص مع اختيار أقل من ساعة في المرتبة الثانية بنسبة %10.34 لدى الذكور، و حسب الوقت المخصص للحصص بـ %28.86 لدى الإناث .

فيما جاءت باقي الاختيارات في المراتب الأخيرة بنسب ضئيلة.

جدول رقم(31) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب حجم ساعات مشاهدة قناة الجزيرة والتخصص

تخصص	مقارنة الأديان		الشرعية والقانون		الدعوة والإعلام والاتصال		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	ساعات المشاهدة
17	%9.52	02	%6.89	02	%8.82	03	%3.12	01	%11.76	04	%14.7	05	أقل من ساعة
19	%20.68	01	%6.89	02	%6.89	01	%15.62	05	%20.58	07	%8.82	03	ساعة
12	%20.68	01	/	/	/	02	%3.12	01	%8.82	03	%14.7	05	ساعتان
53	%33.33	07	51.72	15	%51.72	12	%21.87	07	%17.64	06	%17.7	06	حسب الوقت المخصص
83	%47.6	10	%34.48	10	%34.48	16	%56.25	18	%41.17	14	%44.11	15	حسب الظروف
184	%100	21	%100	29	%100	34	%100	32	%100	34	%100	34	المجموع

يوضح الجدول رقم(31) توزيع عينة الدراسة حسب حجم ساعات مشاهدة قناة الجزيرة والتخصص، حيث دلت نتائج الجدول على أن هناك فروق في ذات دلالة إحصائية في ترتيب حجم ساعات المشاهدة والتخصص.

حيث جاءت حسب الظروف في المرتبة الأولى في جميع التخصصات وفي كلتا الجامعتين بنسب عالية تقدر ما بين %34.68 و %56.25 في كل التخصصات.

ثم اختار حسب الوقت المخصص للتخصص في المرتبة الثانية بنسب كبيرة نسبياً تتراوح ما بين (%17.64 و %51.72).

وتراوح كل من اختيارات أقل من ساعة وساعة وساعتان فأكثر، ما بين المراتب الثلاثة الأخيرة؛ وذلك حسب كل تخصص.

فيما انعدمت المشاهدة لمدة ساعتان فأكثر في تخصص الشرعية والقانون بجامعة الأمير عبد

القادر.

### III- أنماط مشاهدة قناة الجزيرة:

جدول رقم(32) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية المشاهدة. والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		معية المشاهدة
	%	ك	%	ك	
30	%19.04	16	%14	14	بمفردك
81	%39.28	33	%48	48	مع العائلة
04	%3.57	03	%1	01	مع الأصدقاء
69	%38.09	32	%37	37	على حسب الظروف
184	%100	84	%100	100	المجموع

يوضح الجدول رقم(32) توزيع عينة الدراسة حسب معية المشاهدة، إذ دلت النتائج على

مايلي:

جاءت في المرتبة الأولى اختيار مع العائلة بنسبة %48 في جامعة منتوري، و بنسبة %39.28 بجامعة الأمير عبد القادر.

ثم جاءت في المرتبة الثانية حسب الظروف بنسبة %37 بجامعة منتوري و بنسبة %39.28 بجامعة الأمير عبد القادر.

ثم في المرتبة الثالثة اختيار بمفردك بنسبة %14 بجامعة منتوري، ونسبة %19.04 بجامعة الأمير عبد القادر.

وأخيرا اختيار مع الأصدقاء بنسب ضئيلة جدا في الجامعتين تقدر بـ %1 في جامعة منتوري، و بنسبة %3.57 بجامعة الأمير عبد القادر.

وتشير هذه النتائج إلى تمسك العائلة الجزائرية بعادة السهر والتي كانت في وقت ليس ببعيد؛ يلتقي من خلالها أفراد العائلة حول الأب أو كبير العائلة(الجد أو الجدة)، لسماع حكايات ونصائح ومواعظ، والتي تحولت في الوقت الحالي إلى السهر حول جهاز التلفاز، هذا الجهاز الذي



غالبا ما تكون برامج محور حديث أفراد الأسرة، من خلال الأحداث التي تعرضها القنوات الفضائية عامة والفضائيات الإخبارية خاصة، وخصوصا عندما تعرض هذه القنوات ما يجري في الوطن العربي والإسلامي.

ومقارنة هذه النتائج بنتائج الجدول رقم 07 نلاحظ ارتفاع نسبة من يشاهدون التلفزيون مع العائلة جاءت في المرتبة الأولى لأن نسبة كبيرة من أفراد العينة يملكون جهاز أو جهازان، ولأنهم يضعونه في غرفة الاستقبال بـ 118 تكرارا من إجمالي العينة كما هو موضح في الجدول رقم 08، وهذا ما يفسر انخفاض الذين يشاهدون التلفزيون بمفردهم أو مع الأصدقاء.

جدول رقم (33) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية المشاهدة والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
بمفردك	17	19.54%	13	13.40%	30
مع العائلة	27	31.03%	24	24.74%	891
مع الأصدقاء	03	3.44%	01	1.03%	04
على حسب الظروف	38	43.68%	31	31.95%	69
المجموع	87	100%	97	100%	184

جدول رقم (33) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية المشاهدة والنوع، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

في المرتبة الأولى جاء اختيار على حسب الظروف بنسبة 43.68% لدى الذكور و بنسبة 31.95% لدى الإناث.

وحلّ في المرتبة الثانية اختيار مع العائلة بنسبة 31.03% لدى الذكور، وبنسبة 24.74% لدى الإناث.

وفي المرتبة الثالثة حصل الذين أحابوا بأنهم يشاهدون القناة بمفردهم على نسبة 19.54% لدى الذكور، و بـ 13.40% لدى الإناث وهي نتيجة تدل على أن الإناث لا ينالون نفس المساحة من الحرية في مشاهدة التلفزيون بمفردهم على غرار الذكور. ويرجع سبب ذلك إلى أن الذكور لهم فرصة مشاهدة القناة خارج البيت كالمقاهي مثلا، فيما لا تتوفر هذه الفرصة لدى الإناث سوى في الحي الجامعي.

جدول رقم (34) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية المشاهدة والتخصص.

أعمار	التخصص		رأى		إعلام		علم النفس		الإحصاء		رأى		معية المشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
30	14.28%	03	13.79%	04	26.47%	09	9.37%	03	21.87%	07	11.76%	04	بمفردك
81	52.38%	11	52.38%	12	29.41%	10	53.12%	17	59.94%	18	38.23%	13	مع العائلة
04	/	/	/	01	5.88%	02	/	/	/	/	2.94%	01	مع الأصدقاء
69	33.33%	07	33.33%	12	38.23%	13	37.5%	12	26.47%	09	47.05%	16	على حسب الظروف
84	100%	21	100%	29	100%	34	100%	32	100%	34	100%	34	المجموع

يوضح الجدول رقم (34) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية المشاهدة والتخصص، حيث يبين الجدول عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الترتيب حسب معية المشاهدة و التخصص، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى على حسب الظروف في تخصصات الإعلام والاتصال بنسبة 47.05%، وفي قسم الدعوة والإعلام والاتصال على نسبة 38.23%، وفي قسم الشريعة والقانون بنسبة 41.37%، فيما جاء اختيار مع العائلة في هذه المرتبة في تخصصات علم الاجتماع على نسبة 52.94%، وعلم النفس بـ 53.12%، ومقارنة الأديان بنسبة 52.38%.

فيما حلّ في المرتبة الثانية اختيار على حسب الظروف في تخصصات علم الاجتماع وعلم النفس ومقارنة الأديان، بنسب مئوية على التوالي تقدر بـ 28.47%، و 37.5%، و 33.33%، واختيار مع العائلة في تخصصات الإعلام والاتصال والدعوة والإعلام والاتصال والشريعة والقانون على التوالي بنسبة 38.23%، 29.41%، 41.37%.

فيما حافظ اختيار بمفردك على المرتبة الثالثة في جميع التخصصات بنسب مئوية تتراوح ما بين 9% و 22%.

كما حلّ اختيار مع الأصدقاء في المرتبة الأخيرة في جميع التخصصات بنسب مئوية ضئيلة جدا تتراوح ما بين 1% و 4%.

كما يلاحظ من خلال الجدول انعدام الذين يشاهدون القناة مع الأصدقاء في تخصصات علم الاجتماع وعلم النفس وقسم مقارنة الأديان.

جدول رقم (35) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحصص الإخبارية المشاهدة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة الحصص المشاهدة
	%	ك	%	ك	
113	11.53%	51	12.56%	62	الرأي والرأي الآخر
155	17.19%	76	16.12%	79	الاتجاه المعاكس
62	8.14%	36	5.3%	26	أكثر من رأي
16	1.58%	07	1.83%	09	من واشنطن
74	7.46%	33	8.36%	41	بلا حدود

53	%5.65	25	%5.71	28	شاهد على العصر
50	%4.29	19	%6.32	31	ما وراء الخبر
33	%3.39	15	%3.67	18	ضيف وقضية
92	%10.40	46	%9.38	46	نقطة ساخنة
18	%2.26	10	%1.63	08	بين السطور
19	%1.80	08	%2.24	11	مرآة الصحافة
89	%9.72	43	%9.38	46	سري للغاية
26	%2.71	12	%2.85	14	الملف الأسبوعي
62	%7.01	31	%6.32	31	تحت المجهر
70	%6.78	30	%8.16	40	مراسلوا الجزيرة
932	%100	442	%100	490	الجموع

يوضح الجدول رقم (35) توزيع عينة الدراسة حسب الحصص الإخبارية المشاهدة، إذ يبين الجدول عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب الحصص المشاهدة في الجامعتين، إلا أن هذا الاختلاف ليس كلياً، فهناك تشابه في الترتيب، وتمثل هذا التشابه في الحصص التي جاءت في المراتب الأولى وبنسب مئوية عالية، فيما كان الاختلاف في الترتيب في الحصص التي حازت على باقي المراتب بنسب مئوية ضئيلة؛ وجاءت النتائج على الشكل التالي:

احتلت المرتبة الأولى حصة الاتجاه المعاكس بنسبة 16.1%، في جامعة منتوري، و بنسبة 17.19% في جامعة الأمير عبد القادر، وجاءت في المرتبة الثانية حصة الرأي والرأي الآخر بنسبة 12.56% بجامعة منتوري، و بـ 11.53% بجامعة الأمير عبد القادر، تلتها في المرتبة الثالثة حصة سري للغاية وحصة نقطة ساخنة بنسبة 9.38% بجامعة منتوري، وحصة نقطة ساخنة بمفردها في جامعة الأمير عبد القادر بنسبة 10.4%، فيما جاءت حصة سري للغاية في المرتبة الرابعة بنسبة 9.72%.

فيما حصلت باقي الحصص في جامعة منتوري على المراتب التالية وهي على التوالي: بلا حدود، مراسلوا الجزيرة، ما وراء الخبر، تحت المجهر، شاهد على العصر، أكثر من رأي، ثم حصة ضيف وقضية، ثم حصة الملف الأسبوعي، ومرآة الصحافة، ثم حصة من واشنطن، وأخيراً حصة ما بين السطور.

وجاء الترتيب في جامعة الأمير عبد القادر على النحو التالي: حصة أكثر من رأي، بلا حدود، تحت المجهر، مراسلوا الجزيرة، شاهد على العصر، ما وراء الخير، ثم حصة ضيف وقضية، ثم الملف الأسبوعي، ثم بين السطور، فحصة مرآة الصحافة، وأخيرا حصة من واشنطن.

كما تشير النتائج الإحصائية للجدول رقم (35) كذلك على مايلي:

تمثل الحصة التي تحتل المراتب الأربع الأولى نسبة 47.44%، من نسبة الحصة المشاهدة من طرف طلبة جامعة منتوري، ونسبة 48.84% في جامعة الأمير عبد القادر، وهي تمثل نسبة نصف العينة تقريبا في كلتا الجامعتين.

فيما تمثل باقي الحصة (الإحدى عشر المتبقية) مجتمعة نسبة 52.56%، في جامعة منتوري ونسبة 51.16% في جامعة الأمير عبد القادر، وهو دليل على اهتمام عينة الدراسة بهذه الحصة الأربع بشكل خاص.

جاءت حصة تحت المجهر في المرتبة السابعة في كلتا الجامعتين بنسبة 6.32% في جامعة منتوري، وبنسبة 7.01% في جامعة الأمير عبد القادر، كما جاءت حصة ضيف وقضية في المرتبة الحادية عشر في كلتا الجامعتين أيضا بنسبة 6.23% بجامعة منتوري، و بـ 3.39% بجامعة الأمير عبد القادر.

مقارنة بنتائج الجداول رقم (23،24،25) أين احتل فيهم يوم الخميس المرتبة الثانية حسب الأيام المفضلة للمشاهدة، فإن هذا اليوم تبث فيه حصتي سري للغاية التي يقدمها "يسري فودة"، وحصة نقطة ساخنة التي يقدمها "أسعد طه" على الساعة 18.05 بالتوقيت العالمي، واللتي لهما تأثير في ارتفاع نسبة المشاهدة في هذا اليوم.

جدول رقم (36) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحصة الإخبارية المشاهدة والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك .	%	ك	%	
الرأي والرأي الآخر	60	12.95%	53	11.30%	113
الاتجاه المعاكس	75	16.19%	80	17.05%	155
أكثر من رأي	33	7.12%	29	6.18%	62

16	%1.91	09	%1.51	07	من واشنطن
74	%7.46	35	%8.42	39	بلا حدود
53	%6.18	29	%5.18	24	شاهد على العصر
50	%6.18	29	%4.53	21	ما وراء الخبر
33	%3.41	16	%3.67	17	ضيف وقضية
92	%8.10	38	%11.66	54	نقطة ساخنة
18	%1.91	09	%1.94	09	بين السطور
19	%2.77	13	%1.23	06	مرآة الصحافة
89	%9.80	46	%9.28	43	سري للغاية
26	%2.34	11	%3.23	15	الملف الأسبوعي
62	%7.03	33	%6.26	29	تحت المجهر
70	%8.31	39	%6.69	31	مراسلوا الجزيرة
932	%100	469	%100	463	المجموع

يوضح الجدول رقم(36) توزيع عينة الدراسة حسب الحصص الإخبارية المشاهدة والنوع،

وجاءت النتائج كالآتي:

جاء ترتيب حصة الاتجاه المعاكس في المرتبة الأولى بنسبة 16.19% لدى الذكور و بنسبة 17.05% لدى الإناث.

ثم حلت حصة الرأي والرأي الآخر في المرتبة الثانية بنسبة 12.95% لدى الذكور و بنسبة 11.30% لدى الإناث .

وجاءت في المرتبة الثالثة حصة نقطة ساخنة بنسبة 11.66% لدى الذكور، وبنسبة 8.10

% لدى الإناث.

ثم جاءت حصة بلا حدود في المرتبة الرابعة بنسبة 8.42% لدى الذكور، ونسبة 7.46% لدى الإناث.

فيما جاء ترتيب الحصص المتبقية في باقي المراتب بنسب متدنية.

جدول رقم (37) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الحصص الإخبارية المشاهدة والتنخصص.

الجموع	مقارنة الأديان		الشريعة والقانون		الدعوة والإعلام		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
113	13.68	13	11.44	19	10.49	19	13.48	24	12.40	17	125	21	معلمة والإعلام والإحصاء
155	20	19	15.06	25	17.67	32	15.16	27	16.78	23	16.57	19	الإعلام المعكس
62	8.42	08	9.03	15	7.18	13	6.17	11	4.37	06	5.14	09	أكثر من رأي
16	2.10	02	1.20	02	1.65	03	1.12	02	0.72	01	3.42	06	من رأيين
74	7.36	07	18.18	12	7.73	14	5.61	18	3.64	05	10.28	18	بلا حدود
53	5.25	05	4.81	08	6.62	12	8.97	07	7.29	10	5.71	11	شاهد على الصغير
50	3.15	03	6.06	04	6.62	05	7.86	14	8.02	11	3.42	06	ما وراء الخط
33	2.10	02	4.81	08	2.76	16	5.05	09	4.37	06	1.71	03	صيف واقعية

92	% 10.5 2	10	% 1.20	20	% 8.83	04	%7.30	13	% 10.94	15	%10.28	18	نقطة ساجنة
18	% 3.15	03	% 1.80	03	% 2.20	06	%1.12	02	% 2.91	04	%2.28	04	بين السطور
19	%/	/	% 1.20	02	% 1.10	17	%1.68	03	% 1.45	02	%3.42	06	مرأة الصحابة
89	%20	19	% 10.2 4	17	% 9.39	05	%9.55	17	% 8.75	12	%9.71	17	سري للغاية
26	% 1.05	01	% 3.61	06	% 0.07	05	%2.24	04	% 4.37	06	%2.28	04	الملف الأسري
62	% 44.4 4	04	% 9.63	16	% 6.07	11	%6.74	12	% 8.02	11	%4.57	08	تحت الظهور
70	% 9.47	09	% 5.42	09	% 6.62	12	%8.42	15	% 7.29	10	%8.57	15	مراسلوا الجزيرة
932	% 100	95	% 100	166	% 100	181	%100	178	% 100	137	%100	17 5	تجميع

جدول رقم (37) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مشاهدة الحصص الإخبارية والتخصص، حيث ذلت النتائج المبينة أعلاه عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب الحصص الإخبارية حسب التخصص، حيث جاءت النتائج على الشكل التالي:

حصلت على المرتبة الأولى حصة الاتجاه المعاكس وفي جميع التخصصات، وجاءت في المرتبة الثانية حصة الرأي والرأي الآخر في جميع التخصصات كذلك ما عدا تخصص العقيدة مقارنة الأديان أين جاءت في المرتبة الثالثة بعد حصتي الاتجاه المعاكس و سري للغاية اللتان احتلتا المرتبة الأولى بنسبة مئوية تقدر بـ 20%.

فيما احتلت المرتبة الثالثة حصة بين السطور في مرتبة الثالثة عشر في تخصص علوم الإعلام وعلم الاجتماع، بنسبة 2.28% في التخصص الأول و بنسبة 2.91% في التخصص الثاني.



وجاءت حصة سري للغاية في المرتبة الرابعة في تخصص علم الاجتماع، وعلم النفس، واحتلت حصة أكثر من رأي المرتبة السادسة في جميع تخصصات جامعة الأمير عبد القادر، فيما احتلت حصة نقطة ساخنة هذه المرتبة في تخصص الشريعة والقانون.

فيما انعدم الطلبة الذين أجابوا بأنهم يشاهدون حصة مرآة الصحافة في قسم العقيدة ومقارنة الأديان.

جدول رقم(38) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى مناسبة بث وقت الحصص والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة مناسبة الوقت
	%	ك	%	ك	
40	%25	21	%19	19	يناسبي
16	%7.14	06	%10	10	لا يناسبي
128	%67.85	57	%71	71	حسب الحصص
184	100.	84	%100	100	المجموع

جدول رقم (38) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى مناسبة وقت بث الحصص، حيث دلت النتائج الإحصائية بأن الذين أجابوا على اختيار حسب وقت بث الحصص في المرتبة الأولى بنسبة 71%، في جامعة منتوري، وبنسبة 67.85% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار يناسبي بنسبة 19% في جامعة الأمير، وبنسبة 25% بجامعة الأمير عبد القادر.

وجاء اختيار لا يناسبي في المرتبة الثالثة بنسبة 10% بجامعة منتوري، وبنسبة 7.14% بجامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم(39) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى مناسبة بث وقت الحصص والنوع.

النوع / مناسبة الوقت	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
يناسبني	18	20.68%	22	22.68%	40
لا يناسبني	09	10.34%	07	7.21%	16
حسب الحصص	60	68.96%	68	70.10%	128
المجموع	87	100%	97	100%	184

جدول رقم(39) يبين توزيع عينة الدراسة حسب مدى مناسبة وقت بث الحصص والنوع،

المرتبة الأولى عادت لاختيار حسب الحصص بنسبة 68.96% لدى الذكور و بنسبة 70.10% لدى الإناث.

وحلّ في المرتبة الثانية اختيار يناسبني بنسبة 20.68% لدى الذكور و بنسبة 22.68% لدى الإناث.

وجاء في المرتبة الثالثة اختيار لا يناسبني بنسبة 10.34% لدى الذكور و بنسبة 7.21% لدى الإناث.

جدول رقم(40) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أكثر ثلاثة حصص مشاهدة.

المرتبة	الحصة	عدد التكرارات
الأولى	الاتجاه المعاكس	384
الثانية	سري للغاية	156
الثالثة	الرأي والرأي الآخر	50

يوضح الجدول رقم (40) توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أكثر ثلاثة حصص مشاهدة، حيث دلت النتائج على أن أكثر الحصص الإخبارية مشاهدة في قناة الجزيرة الفضائية هي حصة الاتجاه المعاكس التي جاءت في المرتبة الأولى بـ 384 تكراراً، ثم جاءت في المرتبة الثانية حصة سري للغاية بـ 156 تكراراً، وفي المرتبة الثالثة حصة الرأي والرأي الآخر بـ 50 تكراراً. وتدل هذه النتائج على أن الطالب الجامعي وفي حدود هذه الدراسة، يحاول دائماً معرفة المزيد من المعلومات و الأخبار الخفية والخلافية، وعدم الاكتفاء برأي أو اتجاه من طرف واحد، وهو ما توفره هذه الحصص وخاصة برنامج الاتجاه المعاكس الذي فاز مقدمه فيصل القاسم بأكثر من استفتاء أجرته صحف ومجلات كأحسن برنامج، وأفضل مقدم برامج سياسية، وكتب عنه عشرات المقالات في الصحف والمجلات العربية والأجنبية منها وعدد من رسائل الماجستير والدكتوراه،(1)

1- رحيم مزيد، مرجع سبق ذكره، ص20.

جامعة الأمير  
الفصل الخامس

قناة الجزيرة والوعي السياسي

مركز  
العلوم الإسلامية

### III. أسباب الإقبال على قناة الجزيرة.

جدول رقم (41) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الإقبال على الحصة الإخبارية في قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		أسباب الإقبال
	ك	%	ك	%	
27	10	37.04%	17	62.96%	الفضل
19	07	36.84%	12	63.16%	لأن أسرتي تشاهدها
03	02	66.67%	01	33.33%	لأن أصدقائي يشاهدونها
48	21	43.75%	27	56.25%	الميل الشخصي
90	45	50.00%	45	50.00%	من أجل زيادة معارفنا السياسية
146	75	51.37%	71	48.63%	لهم ما يجري من أحداث عربي ودولية
72	43	59.72%	29	40.28%	لأننا نعالج قضايا قومية
21	09	42.86%	12	57.14%	أخرى
426	212	49.77%	214	50.23%	المجموع

يوضح الجدول رقم (41) توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الإقبال على الحصة الإخبارية

في قناة الجزيرة، إذ دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يشاهدون القناة من أجل فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية بنسبة 33.17%، في جامعة منتوري، وبنسبة 35.3%، بجامعة الأمير عبد القادر، ثم جاء في المرتبة الثانية اختيار من أجل زيادة معارفهم السياسية، وبنسبة 21.02% في منتوري، وبنسبة 21.22% بجامعة الأمير عبد القادر.

وجاء اختيار لأنها تعالج قضايا تهمني في المرتبة الثالثة بنسبة 20.28% بجامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الرابعة اختيار الميل الشخصي لهذه القناة بنسبة 21.61% بجامعة منتوري، وبنسبة 9.9% بجامعة الأمير عبد القادر.

وجاء اختيار الفضول في المرتبة الخامسة، وبنسبة 7.94% في جامعة منتوري، وبنسبة 4.71% بجامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة السادسة في جامعة منتوري كل من اختارني لأن أسرتني تشاهدها واختيار أخرى وبنسبة 5.6%، وجاء اختيار أخرى في هذه المرتبة في جامعة الأمير عبد القادر وبنسبة 4.24%، فيما جاء اختيار لأن أسرتني تشاهدها في المرتبة السابعة بنسبة 3.3%. جاء في المرتبة الأخيرة اختيار لأن أصدقائي يشاهدونها بنسبة ضئيلة جدا في الجامعتين. ويتضح من خلال هذه النتائج مايلي:

جاء ترتيب هذه النتائج منطقيا، ومتسلسلا، إذ أن الميل الشخصي للقناة الذي جاء في المرتبة الرابعة بسبب مصداقية القناة، وتقديمها للرأي والرأي الآخر، هو ناتج من أن القناة تعالج قضايا تهم الطالب، وهذه القضايا (القضية الفلسطينية، القضية العراقية، قضية لبنان...) لها بعد لغوي يتمثل في اللغة العربية، وبعدها دينيا هو الإسلام، وكذلك التاريخ المشترك، هذه الأبعاد تدفع الطالب الجامعي إلى محاولة زيادة معارفه السياسية حولها، إذ أنه كلما كان الأمر مهما للمبحوث كلما كان ذلك دافعا على المتابعة ومحاولة الفهم، وبزيادة المعارف السياسية للطالب حول القضايا التي تهمه، فإن ذلك يؤدي حتما إلى فهم ما يجري حوله من أحداث عربية ودولية.

كما أننا نستطيع القول بأن الطالب الجامعي في حدود هذه الدراسة، على درجة لا بأس بها من الوعي، إذ أنه في متابعته لقناة الجزيرة، والحرص الإخباري التي تبثها، إنما هو نابع من وعيه وإدراكه بأنها تقدم مادة إخبارية جادة، وجيد، ومفيدة، وبإمكانها أن تزيد من معارفه السياسية، وهذا الرأي يؤكد أنه الطالب الجامعي لا يشاهد قناة الجزيرة بسبب الفضول وتفضية

الوقت، ولا يتأثر بالمحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه متمثلاً في الأسرة، وجماعة الرفاق، والتي جاء تأثيرها بسبب ضعيفة.

جدول رقم (42) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الإقبال والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
27	%6.11	11	%6.25	16	الفضول
19	%7.22	13	%2.34	06	لأن أسرتي تشاهدها
19	%7.22	13	%6.25	06	لأن أسرتي تشاهدها
48	%7.77	14	%13.28	34	الميل الشخصي
90	%20.55	37	%20.70	53	من أجل زيادة معارفى السياسية
146	%33.88	61	%33.20	85	فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية
72	%13.33	24	%18.75	48	لأنها تعالج قضايا تهمني

21	% 5	09	%4.68	12	أخرى
426	%100	180	100	256	المجموع

يوضح الجدول رقم(42) توزيع عينة الدراسة حسب أسباب إقبال الطلبة على قناة الجزيرة والنوع، حيث جاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء اختيار فهم ما يجري من أحداث-عربية ودولية- في المرتبة الأولى عند الذكور بنسبة 33.20%، و نسبة 33.88% لدى الإناث.

فيما جاء اختيار من أجل زيادة معارف السياسية في المرتبة الثانية لدى الذكور بنسبة 20.70%، ولدى الإناث بنسبة 20.55%.

وجاء في المرتبة الثالثة اختيار الميل الشخصي لهذه القناة لدى الذكور بـ 13.28%، واختيار لأنها تعالج قضايا تمعني لدى الإناث بـ 13.33% .

وجاء في المرتبة الرابعة اختيار لأنها تعالج قضايا تمعني لدى الذكور بـ 18.75%، فيما جاء في هذه المرتبة اختيار الميل الشخصي لهذه القناة بـ 7.77% لدى .

فيما جاءت باقي الاختيارات(الفضول)، ولأن أسرتي تشاهدها، واختيار لأن أصدقائي يشاهدونها)، كأسباب هامشية في هذا السياق.

وبصفة عامة تشير النتائج إلى هيمنة اختيار فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية، لدى الذكور والإناث، في كلا الجامعتين، كما اتفق الذكور والإناث على هامشية اختيارات الفضول، ولأن أسرتي تشاهدها، واختيار لأن أصدقائي يشاهدونها، الذين تراوح ترتيبهم ما بين المراتب من الخامسة إلى الثامنة.

وظهر الاختلاف ما بين الذكور والإناث في ترتيب أسباب الإقبال في اختيارات: من أجل فهم ما يجري من أحداث سياسية، واختيار الميل الشخصي لهذه القناة، واختيار لأنها تعالج قضايا تمعني، الذين تراوح ترتيبهم ما بين المراتب الثانية والثالثة، والرابعة، في الجامعتين.



جدول رقم (43) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الإقبال والتخصص.

مقارنة الأديان	القانون الشرعية		الإعلام الدعوة		علم النفس		علم الاجتماع		إعلام واتصال		التخصص أسباب الإقبال	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
%8.33	02	%	04	%4.08	04	%10.76	07	%5.26	03	%7.60	07	الفضول
%2.12	01	%5.97	03	%3.86	03	%10.76	07	%5.26	03	%2.17	02	لأن أسرتي تشاهدنا
/	/	%4.47	/	%2.04	02	/	/	%1.75	01	/	/	لأن أصدقائي يشاهدوننا
12.76%	06	5.97%	04	%11.22	11	9.23%	06	%8.77	05	17.33%	16	الميل الشخصي
%23.40	11	%4.47	13	%21.42	21	%16.92	11	%26.31	15	%20.60	19	من أجل زيادة معارفي السياسية
%36.17	17	%38.80	26	%32.65	32	%30.76	20	%42.10	24	%29.34	27	لهم ما يجري من أحداث عربية ودولية
%19.14	09	%22.38	15	%19.38	19	%13.84	09	%10.52	06	%15.21	14	لأننا نتابع قضايا قومية
%2.12	01	%2.98	02	%6.12	06	%7.69	05	/	/	%7.60	07	أخرى
%100	47	%100	67	%100	98	%100	65	100%	57	%100	92	المجموع

يوضح الجدول رقم (43) توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الإقبال على قناة الجزيرة الفضائية والتخصص، إذ دلت النتائج الإحصائية على فروق ذات دلالة إحصائية في ترتيب أسباب الإقبال على التخصص حسب التخصص، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

قسم الإعلام والاتصال: جاء في المرتبة الأولى اختيار فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية في المرتبة الأولى بـ 29.34%، وفي المرتبة الثانية من أجل زيادة معارف السياسية بـ 20.60%، ثم اختيار الميل الشخصي في المرتبة الثالثة بـ 17.39%، واختيار لأنها تعالج قضايا تهمني في المرتبة الرابعة بـ 15.21%، وجاءت باقي الاختيارات في المراتب الأخيرة بنسب ضعيفة.

قسم علم الاجتماع: جاء اختيار فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية، في المرتبة الأولى بـ 42.10%، وفي المرتبة الثانية اختيار من أجل زيادة معارف السياسية بـ 26.31%، وفي المرتبة الثالثة اختيار لأنها تعالج قضايا تهمني بـ 10.52%، وفي المرتبة الرابعة اختيار الميل الشخصي للقناة بـ 8.77%، وجاءت باقي الاختيارات في المراتب الأخيرة كأسباب هامشية.

قسم علم النفس: جاء في المرتبة الأولى دائما اختيار من أجل فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية في المرتبة الأولى بـ 30.76%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار من أجل زيادة معارف السياسية بـ 16.92%، وفي المرتبة الثالثة اختيار لأنها تعالج قضايا تهمني بـ 13.84%، وفي المرتبة الرابعة لأول مرة كل من اختيار الفضول، ولأن أسرتني تشاهدها بـ 10.76%، فيما تراجع اختيار الميل الشخصي للقناة إلى المرتبة السادسة بـ 9.23%.

قسم الدعوة والإعلام والاتصال: جاء في المرتبة الأولى اختيار فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية بـ 32.65%، وفي المرتبة الثانية اختيار من أجل زيادة معارف السياسية بـ 21.42%، وفي المرتبة الثالثة لأنها تعالج قضايا تهمني بـ 19.38%، وفي المرتبة الرابعة اختيار الميل الشخصي لهذه القناة بـ 11.22%، وجاءت باقي الاختيارات في المراتب الأخيرة بنسب متوسطة ضعيفة.

قسم الشريعة والقانون: جاء في المرتبة الأولى اختيار فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية بـ 38.80%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار لأنها تعالج قضايا تهمني بـ 22.38%، وجاء في المرتبة الثالثة اختيار من أجل زيادة معارف السياسية بـ 19.40%، فيما جاءت باقي الاختيارات كأسباب هامشية، ونسب ضعيفة تتراوح ما بين 2.98%، و 5.97%.

قسم العقيدة ومقارنة الأديان: جاء في المرتبة الأولى اختيار فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية في المرتبة الأولى بـ 36.17%، وفي المرتبة الثانية اختيار من أجل زيادة معارف السياسية بـ 23.40%، وفي المرتبة الثالثة اختيار لأنها تعالج قضايا تهمني بـ 19.14%، وفي المرتبة الرابعة

اختيار الميل الشخصي لهذه القناة بـ 12.76%، فيما جاءت باقي الاختيارات بالنسبة للطلبة كأسباب هامشية للإقبال على الحمص الإخبارية.

وبصفة عامة تشير النتائج إلى:

هيمنة الذين أحابوا بأنهم يقبلون على القناة من أجل زيادة معارفهم السياسية، حيث احتلت المرتبة الأولى في كل التخصصات، كما احتل اختيار من أجل زيادة معارف السياسية المرتبة الثانية في كل التخصصات، ماعدا تخصص الشريعة والقانون أين احتل المرتبة الثالثة.

يلاحظ الاختلاف في الترتيب ما بين التخصصات في اختياري، الميل الشخصي للقناة، واختيار لأنها تعالج قضايا همني، أين تراوح هذان الاختياران ما بين المرتبة الثالثة والرابعة، في كل التخصصات، ماعدا تخصص علم النفس الذي احتل فيه اختيار الميل الشخصي المرتبة السادسة، واختيار لأنها تعالج قضايا الذي احتل المرتبة الثاني في تخصص الشريعة والقانون.

يلاحظ كذلك من خلال النتائج الإحصائية اتفاق التخصصات على هامشية اختيارات الفضول، ولأن أسرتي تشاهدها، الذين حصلوا على نسب مئوية ضعيفة، في الوقت الذي انعدم الطلبة الذين أحابوا بأنهم يشاهدون القناة لأنه أصدقائهم يشاهدونها في جميع التخصصات، ماعدا تخصصي، علم الاجتماع، وتخصص الدعوة والإعلام والاتصال.

جدول رقم (44) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الإقبال والمستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		المستوى الدراسي
	%	ك	%	ك	
27	6.45%	14	4.20%	13	الفضول
19	4.14%	09	4.78%	10	لأن أسرتي تشاهدها
03	0.46%	01	2.39%	02	لأن أصدقائي يشاهدونها

48	%11.52	25	% 11	23	الميل الشخصي
90	%22.58	49	% 19.61	41	من أجل زيادة معارف السياسية
146	%34.10	74	%34.44	72	فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية
72	%17.51	38	% 16.26	34	لأنها تعالج قضايا قومية
21	%3.22	07	% 6.69	14	أخرى
426	%100	217	%100	209	المجموع

جدول رقم (44) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب إقبال الطلبة على قناة الجزيرة، والمستوى الدراسي، حيث ذلت النتائج الإحصائية على أن:

هناك اتفاق بين طلبة السنة الثالثة والرابعة في اختيار فهم ما يجري من أحداث الذي جاء في المرتبة الأولى بـ 34.44%، بالنسبة لطلبة السنة الثالثة، و بـ 34.10% بالنسبة لطلبة السنة الرابعة.

ونفس الشيء يقال بالنسبة لاختيار من أجل زيادة معارف السياسية، الذي جاء في المرتبة الثانية بـ 19,61% لطلبة السنة الثالثة، و بـ 22,58% لطلبة السنة الرابعة.

وجاء في المرتبة الثالثة اختيار لأنها تعالج قضايا قومية بنسبة 16.26 % لدى الذكور، وبنسبة 17.51% لدى الإناث.

كما جاء في المرتبة الرابعة اختيار الميل الشخصي لدى طلبة السنة الثالثة بنسبة 11%، وبنسبة 11.52% لدى الإناث.

فيما جاءت باقي الاختيارات في المراتب المتبقية بنسب ضعيفة وهامشية.

ويلاحظ بصفة عامة أن: علاقة مستوى التعليم، بالإقبال على قناة الجزيرة، والحصص الإخبارية التي تبثها، علاقة أساسية، حيث أنه كلما ارتفع التعليم، كلما زاد إقبال الطالب الجامعي على هذه الحصص الإخبارية، وبالتالي ارتفاع وعي الطالب السياسي، والعكس صحيح، إذ تتوقف قدرة الفرد على متابعة المسائل السياسية على مدى فهمه، وثقافته.

وهذا ما تبينه نتائج هذا الجدول إذ لم يختلف طلبة السنة الثالثة والرابعة في الأسباب الأساسية للإقبال على القناة، حيث كانت النسب المئوية متقاربة جدا بين السنتين.

### جدول رقم (45) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الصفات التي تتميز بها الحصص والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة الصفات
	%	ك	%	ك	
79	20.7%	41	18%	38	المقدم متميز
92	22.22%	44	22.74%	48	أسلوب الحوار مفهوم
34	8.58%	17	8.05%	17	تفق ومبني
25	5.55%	11	6.63%	14	الإخراج جيد-الديكور-
162	37.87%	75	41.22%	87	موضوعات مهمة
17	5.05%	10	3.31%	07	أخرى
409	100%	798	100%	211	المجموع

دلت نتائج الجدول رقم (45) الذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الصفات التي تتميز

بها القناة أن هناك:

اتفاق تام في ترتيب الصفات التي تتميز بها القناة في الجامعتين، حيث جاء في المرتبة الأولى اختيار موضوعاتها مهمة بنسبة 41.22%، في جامعة منتوري، وبنسبة 37.87% بجامعة الأمير عبد القادر، وجاء في المرتبة الثانية اختيار أسلوب الحوار مفهوم بنسبة 22.74%، في جامعة منتوري، ونسبة 22.22% بجامعة الأمير عبد القادر، وجاء في المرتبة الثالثة اختيار أن المقدم متميز بنسبة 18%، بجامعة منتوري، وبنسبة 20.7% بجامعة الأمير عبد القادر، وجاءت في المرتبة الرابعة اختيار تنفق وميولي بنسبة 8.05%، في جامعة منتوري، ونسبة 8.58% في جامعة الأمير عبد القادر، فيما جاءت باقي الاختيارات في المراتب الأخيرة، بنسب هامشية وضعيفة. وما يمكن قوله من خلال عرض هذه النتائج أن الصفات التي تتميز بها هذه الحصص الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة الفضائية، غاية في الأهمية إذ من شأنها أن توفر للطلاب الجامعي الجو والأسلوب الملائم لتلقي الرسالة الإعلامية، أو الخير، أو مشاهدة الحدث، دون تشويش في الرسالة أو ملل من طرف المستقبل-الطالب الجامعي-، فكون المواضيع المقدمة للمشاهد مهمة، بالإضافة إلى أن أسلوب الحوار مفهوم، وبعيد عن التعقيد، مع وجود مقدم متميز (وهو الحال بالنسبة لكل مقدمي قناة الجزيرة)، كلها تعتبر عوامل من شأنها أن تجعل المشاهد، أو الطالب الجامعي يستفيد من المواضيع المقدمة للنقاش بشكل جيد، ويستوعبها بطريقة تسمح له من الاستفادة منها، وتذكرها.

جدول رقم (46) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الصفات التي تتميز بها الحصص والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
79	19.88%	35	18.88%	44	المقدم متميز
92	22.15%	39	22.74%	53	أسلوب حوار مفهوم
34	10.22%	18	6.86%	16	تنفق وميولي
25	5.68%	10	6.43%	15	الإخراج جيد-الديكور-

162	%35.79	63	%42.48	99	موضوعات مهمة
17	%7.38	13	%2.57	06	أخرى
409	%100	176	%100	233	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (46)، الذي يبين توزيع عينة الدراسة حسب الصفات التي تتميز بها الحصة والنوع، حيث جاءت النتائج الإحصائية على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأن موضوعاتها مهمة في المرتبة الأولى، بـ %42.48 لدى الذكور، و بـ %35.79 لدى الإناث.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار أسلوب الحوار مفهوم بـ %22.74 لدى الذكور، و بـ %22.15 لدى الإناث في جامعة منتوري، و بـ %23.8 لدى الذكور، ونسبة %19.44 لدى الإناث في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما جاء اختيار أن المقدم متميز في المرتبة الثالثة بـ %17.75 لدى الذكور، و بـ %18.26 لدى الإناث.

وجاء باقي الاختيارات في المراتب الأخيرة، إذ تراوحت ما بين المرتبة الرابعة، و الخامسة والسادسة، وبنسب ضئيلة وهامشية.

وبصفة عامة تشير النتائج إلى هيمنة الاختيارات الثلاثة الأولى، حيث اتفق كل من الذكور والإناث وبنسب مثنوية متقاربة جدا، بأن الموضوعات التي تعالجها القناة هي موضوعات مهمة، وتستحق المتابعة، وبأن أسلوب حوارها مفهوم، وكذلك تميز مقدميها الذين يجيدون التحكم في اللغة العربية، التي تعتبر أحد المعايير المهمة للقبول في قناة الجزيرة، وكذلك خبرتهم الطويلة في مجال العمل الصحفي جعلتهم يجيدون فنون الحوار، وتسير الحصة بطريقة جيدة.

كما أن أسباب الإقبال على القناة هو الرغبة في الحصول على أخبار ومعلومات جديدة ومهمة، والإحاطة بما يجري من أحداث عربية ودولية، وليس لأسباب ثانوية تتعلق بالإخراج-

الديكور-،(الذي لا يمكن إهماله في مجال الإعلام التلفزيوني خاصة)،أو راجعة لميول ورغبات الطالب.

جدول رقم(47) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الصفات التي تتميز بها  
الحصص والمستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		الصفات
	%	ك	%	ك	
79	%19.04	44	%19.66	35	المقدم متميز
92	%22.51	52	%22.47	40	أسلوب حوار مفهوم
34	%9.95	23	%8.98	16	تفق وميولي
25	%5.62	13	%6.74	12	الإخراج جيد-الديكور-
162	%38.09	88	%41.57	74	موضوعاتها مهمة
17	%4.76	11	%3.37	06	أخرى
409	%100	231	%100	178	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(47) توزيع عينة الدراسة حسب الصفات التي تتميز بها  
الحصص الإحصائية والمستوى الدراسي،ودلت النتائج الإحصائية على عدم وجود فروق ذات دلالة  
إحصائية في ترتيب الصفات حسب التخصص،ودلت النتائج على مايلي:  
جاء في المرتبة الأولى اختيار لأن موضوعاتها مهمة بـ %41.57 لدى طلبة السنة الثالثة،و  
بـ %38.09 .

كما جاء في المرتبة الثانية اختيار أسلوب الحوار مفهوما بـ %22.47 لدى طلبة السنة  
الثالثة،و بـ %22.51 لدى طلبة السنة الرابعة.



وفي المرتبة الثالثة جاء اختيار المقدم متميز بـ 19.66% لدى طلبة السنة الثالثة، و بـ 19.04% لدى طلبة السنة الرابعة.

فيما احتلت اختيارات تتفق وميولي، واختيار الإخراج جيد-الديكور-، واختيار أخرى، المراتب الأخيرة.

والخلاصة التي يمكن الخروج بها بعد عرض نتائج الجدول رقم (45)، والجدول (46)، والجدول (47)، هي أن طلبة السنة الثالثة والرابعة، ذكور وإناثا، في الجامعتين، يجمعون على أن الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة تقدم موضوعات مهمة، وأسلوب الحوار فيها مفهوم، وتميز مقدمي برامجها، وهو ما ساعد الطلبة على فهم ما يجري من أحداث عربية ودولية، وزيادة معارفهم السياسية، بشكل كبير، حيث احتل هذان الاختياران المراتب الأولى، كما هو موضح في الجدول رقم (41).

### III - أسئلة الوعي السياسي:

جدول رقم (48) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التزود بالمعلومات والمعارف السياسية الجديدة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة التزود بالمعلومات
	%	ك	%	ك	
54	30.95%	26	24%	28	دالما
75	42.85%	36	42%	39	غالبا
55	26.19%	22	33%	33	أحيانا
/	/	/	/	/	أهدأ
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم(48) توزيع عينة الدراسة حسب التزود بالمعارف والمعلومات السياسية الجديدة، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يستفيدون غالبا بنسبة 39% في جامعة منتوري، نسبة 42.85% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الثانية الذين أجابوا بأنهم يستفيدون أحيانا بنسبة 33% في جامعة منتوري، واختيار دائما بنسبة 30.95% في جامعة الأمير عبد القادر.

وفي المرتبة الثالثة الذين أجابوا بأنهم يستفيدون دائما في المرتبة الثالثة بنسبة 28% في جامعة منتوري، واختيار أحيانا بنسبة 26.19% في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما انعدم الذين أجابوا بأنهم لا يستفيدون أبدا مما تقدمه الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة الفضائية.

ويمكن القول بأن هذه النتائج جاءت إيجابية في ما يخص التزود بالمعارف السياسية، فالطالب الجامعي يستفيد في حدود هذه الدراسة بمعارف سياسية جديدة تجعله على وعي ودراية، وإدراك بما يدور حوله من أحداث سياسية، من خلال المعارف والخبرات والاتجاهات التي تنقلها له الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة الفضائية، والتي تخلق وعيا عاما بالقضايا المطروحة للنقاش، وهذا ما يؤكد انعدام الطلبة الذين أجابوا بأنهم لا يستفيدون أبدا مما تبثه القناة.

كما أن الطالب الجامعي يستفيد غالبا أو دائما مما تبثه القناة، في الأيام، و الأوقات التي يكون فيها لدى الطالب أوقات فراغ تسمح له بمتابعة القناة، وهذا ما تدعمه نتائج الجدول رقم(20) أين جاء اختيار ليس لدي يوم مفضل في أيام المشاهدة في المرتبة الأولى، وكذلك ذلت نتائج نفس الجدول على أن أكثر الأيام مشاهدة للقناة هما يوما الخميس والجمعة، اللذان يعتبران يوما راحة(خارج فترة الامتحانات) بالنسبة للطلاب الجامعي، حيث تقل ساعات الدراسة يوم الخميس، وتنعدم أحيانا.

ويكون التزود بالمعلومات السياسية أحيانا في باقي أيام الأسبوع، أو في فترة الامتحانات أين تقل متابعة التلفزيون بسبب التحضير للامتحان، وتشتت تركيز الطالب بين ما تبثه هذه القناة، و مراجعة الدروس.

جدول رقم(49) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التزود بالمعلومات والمعارف السياسية الجديدة والنوع.

النوع / التزود بالمعلومات	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
دائما	25	28.73%	29	29.89%	54
غالبيا	35	40.22%	40	41.23%	75
أحيانا	27	31.03%	28	28.86%	55
أبدا	/	/	/	/	/
المجموع	87	100%	97	100%	184

يوضح الجدول رقم(49) توزيع عينة الدراسة حسب التزود بالمعارف والمعلومات السياسية الجديدة، والنوع، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى اختيار غالبيا لدى الذكور بنسبة 40.22%، و 41.23% .  
 وجاء في المرتبة الثانية اختيار أحيانا لدى الذكور بـ 31.03%، واختيار دائما لدى الإناث بـ 29.89% .  
 وجاء في المرتبة الثالثة اختيار دائما لدى الذكور بـ 28.73% ، واختيار أحيانا بـ 28.86% لدى الإناث.

فيما انعدم الطلبة من الذكور والإناث الذين أجابوا بأنهم لا يتزودون أبدا بالمعارف والمعلومات السياسية، التي تبث في الحصة الإخبارية لقناة الجزيرة الإخبارية.  
 ومنه نستنتج وفي حدود هذه الدراسة أن الإناث أصبحن يقبلن على البرامج والحصة السياسية أكثر من الذكور في بعض الأحيان، وهو عكس ما كان شائعا في دراسات سابقة حول الفرضية القائلة بأن الذكور أكثر اهتماما بالبرامج السياسية من الإناث.

جدول رقم(50) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التزود بالمعلومات والمعارف السياسية الجديدة والمستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		المستوى الدراسي التزود بالمعلومات
	%	ك	%	ك	
54	%37.5	36	%32.95	29	دائما
75	%68.75	66	%36.36	32	غالبا
55	%39.58	38	%30.68	27	أحيانا
/	/	/	/	/	أبدا
184	%100	96	%100	88	المجموع

يوضح الجدول رقم(50) توزيع عينة الدراسة حسب التزود بالمعارف والمعلومات السياسية الجديدة، والمستوى الدراسي، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى اختيار غالبا لدى طلبة السنة الثالثة بنسبة %36.36، و بـ %68.75 لدى طلبة السنة الرابعة.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار أحيانا لدى طلبة السنة الثالثة بنسبة %30.68، و بـ %39.58.

كما جاء في المرتبة الثالثة اختيار دائما لدى طلبة السنة الثالثة بنسبة %32.95، و بـ %37.5 لدى طلبة السنة الرابعة.

مع انعدام الطلبة في السنتين الثالثة والرابعة الذين أجابوا بأنهم لا يستفيدون أبدا من الحصص الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة.

وبشكل عام يمكن القول بأن، هذه النتائج جاءت إيجابية بالنسبة لطلبة السنة الثالثة والرابعة، بحيث تسمح لهم متابعتهم للبرامج السياسية المقدمة في قناة الجزيرة، من تكوين ثقافة سياسية لا بأس بها، حول ما يجري من أوضاع في الوطن العربي، وفي العالم.

**جدول رقم (51) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية المعلومات التي تتلقاها من الحصة الإخبارية والجامعة.**

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		نوعية المعلومات
	%	ك	%	ك	
134	14.13%	68	14.31%	66	الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين
67	7.48%	36	6.72%	31	الصراع بين حركتي حماس وفتح
122	12.68%	61	13.23%	61	الوضع الأمني في العراق
54	6.65%	32	4.77%	22	الصراع بين السنة والشيعة العراقيين
56	54.61%	27	6.29%	29	الوضع اللبناني
83	8.52%	41	9.11%	42	التحديات الأمريكية لسوريا
102	11.85%	57	9.76%	45	الأزمة الإيرانية-الأمريكية
42	3.74%	18	5.20%	24	الأخبار المغاربية والوطنية
37	4.57%	22	3.25%	15	أزمة دارفور في السودان
60	6.44%	31	6.29%	29	قضية الصحراء الغربية
108	11.01%	53	11.93%	55	الإرهاب الدولي
69	6.65%	32	8.02%	37	أنظمة الحكم العربية
07	0.14%	02	1.08%	05	معلومات أخرى
941	100%	480	100%	461	المجموع

يوضح الجدول رقم(51) توزيع عينة الدراسة حسب نوعية المعلومات التي تتلقاها عينة الدراسة من الحصص الإخبارية، حيث ذلت النتائج الإحصائية على وجود فروق في ترتيب المعلومات التي يتلقاها الطلبة حسب كل جامعة، وجاء الترتيب على الشكل التالي:

كان هناك اتفاق بين الجامعتين في المعلومات المتعلقة بالانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة، التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة مئوية تقدر بـ 14.31% في جامعة منتوري، ونسبة 14.13% بجامعة الأمير عبد القادر، وجاء اتفاق حول المرتبة الثانية التي احتل فيها اختيار الوضع الأمني في العراق بنسبة 13.23%، بجامعة منتوري، ونسبة 12.68% بجامعة الأمير عبد القادر، فيما جاء اختيار التهديدات الأمريكية لسوريا في المرتبة الخامسة في كلا الجامعتين، إذ حصل على نسبة 9.11% بجامعة منتوري، ونسبة 8.52% بجامعة الأمير عبد القادر، فيما جاء اختيار قضية الصحراء الغربية، واختيار الوضع اللبناني، في المرتبة الثامنة بجامعة منتوري بنسبة 6.29%، واختيار قضية الصحراء الغربية في هذه المرتبة بمفردها بـ نسبة 6.44% بجامعة الأمير عبد القادر.

وكان الاختلاف في الاختيارات التالية:

جاء في المرتبة الثالثة اختيار الإرهاب الدولي بنسبة (11.93%) بجامعة منتوري، واختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية-حول التجارب النووية-في هذه المرتبة كذلك بنسبة 11.85% بجامعة الأمير عبد القادر، وبالعكس جاء في المرتبة الرابعة اختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية في جامعة منتوري بنسبة 9.76%، واختيار الإرهاب الدولي بنسبة 11.01% بجامعة الأمير عبد القادر.

واحتل اختيار أنظمة الحكم العربية المرتبة السادسة في جامعة منتوري بنسبة 8.02% ، واختيار الصراع بين حركتي فتح وحماس الفلسطينيتين هذه المرتبة بنسبة 7.48% في جامعة الأمير عبد القادر. وبالعكس جاء في المرتبة السابعة اختيار الصراع بين حركتي فتح وحماس بنسبة 6.72% ، واختيار أنظمة الحكم العربية في هذه المرتبة بنسبة 6.65%.

فيما جاءت باقي الاختيارات في المراتب المتبقية، بنسب ضعيفة وهامشية في الجامعتين، تتراوح ما بين 0.41% و 5.61%، وهي على التوالي:

الأخبار المغاربية والوطنية، الصراع بين السنة والشيعة العراقيين، أزمة دارفور، ومعلومات أخرى، في جامعة منتوري.

أما جامعة الأمير عبد القادر فحاجت الاختيارات على الشكل التالي:الوضع اللبناني،أزمة دارفور،الأخبار المغاربية والوطنية،واختيار معلومات أخرى.

جدول رقم(52) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نوعية المعلومات التي تتلقاها من الحمص الإخبارية والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع نوعية بالمعلومات
	%	ك	%	ك	
134	%17.09	72	%12.31	62	الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين
67	%6.21	30	%7.08	37	الصراع بين حركتي حماس وفتح
122	%16.56	57	%12.68	65	الوضع الأمني في العراق
54	%5.18	25	%4.47	29	الصراع بين السنة والشيعة العراقيين
56	%4.66	15	%7.46	41	الوضع اللبناني
83	%6.73	29	%10.82	54	التحديات الأمريكية لسوريا
102	%10.36	40	%9.32	62	الأزمة الإيرانية-الأمريكية
37	%2.07	08	%4.10	29	أزمة دارفور في السودان
60	%5.18	19	%7.08	31	قضية الصحراء الغربية

108	%13.98	57	%10.44	51	الإرهاب الدولي
69	%7.77	26	%8.20	43	أنظمة الحكم العربية
07	%0.51	01	%1.49	06	معلومات أخرى
941	%100	399	%100	542	المجموع

يوضح الجدول رقم(52) توزيع عينة الدراسة حسب نوعية المعلومات التي تتلقاها عينة الدراسة من الحصص الإخبارية و النوع، وجاء الترتيب على الشكل التالي:

جاء الترتيب عند الذكور في على الشكل التالي: في المرتبة الأولى الوضع الأمني في العراق، وفي المرتبة الثانية الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة، وفي المرتبة الثالثة التهديدات الأمريكية لسوريا، وفي المرتبة الرابعة الإرهاب الدولي، وفي المرتبة الخامسة الأزمة الإيرانية الأمريكية، وفي المرتبة السادسة أنظمة الحكم العربية، وفي المرتبة السابعة الوضع في لبنان، والمرتبة الثامنة احتلها اختيار الصراع بين حركتي فتح وحماس، وجاء في المراتب الأخيرة على التوالي: اختيار الصراع بين السنة والشيعة العراقيين والأخبار المغاربية و الوطنية في نفس المرتبة، ثم قضية الصحراء الغربية، ثم أزمة دارفور، ثم معلومات أخرى.

وكان الترتيب عند الإناث على الشكل التالي: جاء في المرتبة الأولى الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة ، وفي المرتبة الثانية الوضع الأمني في العراق و الإرهاب الدولي ، وفي المرتبة الثالثة الأزمة الإيرانية الأمريكية، وفي المرتبة الرابعة أنظمة الحكم العربية، وفي المرتبة الخامسة التهديدات الأمريكية لسوريا، وفي المرتبة السادسة كل من اختيار الصراع بين حركتي فتح وحماس والأخبار المغاربية و الوطنية، وفي المرتبة السابعة كل من اختيار الصراع بين السنة والشيعة العراقيين وقضية الصحراء الغربية، والمرتبة الثامنة لاختيار الوضع في لبنان، وفي المرتبة الأخيرة اختيار أخرى.



جدول رقم (53) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع والقضايا التي تمهمم والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة نوعية المعلومات
	%	ك	%	ك	
110	%15.31	51	%16.52	59	الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين
44	%6.30	27	%4.76	17	الصراع بين حركتي حماس وفتح
95	%14.11	47	%13.44	48	الوضع الأمني في العراق
26	%4.20	14	%3.36	12	الصراع بين السنة والشيعه العراقيين
24	%03	10	%3.92	14	الوضع اللبناني
63	%09	30	%9.24	33	التهديدات الأمريكية لسوريا
93	%12.61	42	%14.28	51	الأزمة الإيرانية-الأمريكية
32	%3.30	11	%5.88	21	الأخبار المغاربية والوطنية
18	%03	10	%2.24	08	أزمة دارفور في السودان
36	%06	20	%4.48	16	قضية الصحراء الغربية
95	%12.61	42	%14.84	53	الإرهاب الدولي
54	%8.70	29	%07	25	أنظمة الحكم العربية
/	/	/	/	/	معلومات أخرى
690	%100	333	%100	357	المجموع

يوضح الجدول رقم (53) توزيع عينة الدراسة حسب أكثر المواضيع التي تم الطلبة في

الحصص الإخبارية ومكان الدراسة، حيث ذلت النتائج الإحصائية على وجود فروق جوهرية في

ترتيب أولويات المواضيع من حيث الأهمية عند الطلبة في جامعتي منتوري، والأمير عبد القادر، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

يولي طلبة جامعة منتوري اهتمامهم بالدرجة الأولى بالانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة حيث جاء هذا الاختيار في المرتبة الأولى بنسبة 16.52%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار الإرهاب الدولي بنسبة 14.84%، وجاء اختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.28%، واختيار الوضع الأمني في العراق في المرتبة الرابعة بنسبة 13.44%، وفي المرتبة الخامسة اختيار التهديدات الأمريكية لسوريا بنسبة 9.24%، فيما جاءت باقي الاختيارات في ذيل اهتمامات طلبة جامعة منتوري، حيث حصلت على نسب ضعيف وهامشية.

كما جاء اختيار الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة في مقدمة أولويات طلبة جامعة الأمير عبد القادر، حيث حصل بنسبة 15.31%، وجاء في المرتبة الثانية اختيار الوضع الأمني في العراق بنسبة 14.11%، وفي المرتبة الثالثة اختيار الإرهاب الدولي مع اختيار الأزمة العراقية الإيرانية بنسبة 12.61%، فيما احتل المرتبة الرابعة اختيار التهديدات الأمريكية لسوريا بنسبة 9%، فيما جاءت باقي الاختيارات في ذيل اهتمامات طلبة جامعة الأمير عبد القادر، حيث حصلت على نسب ضعيف وهامشية.

جدول رقم (54) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع والقضايا التي تمهمم والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين	53	15.96%	57	15.92%	110
الصراع بين حركتي حماس وفتح	19	5.72%	25	6.98%	44
الوضع الأمني في العراق	48	14.45%	47	13.12%	95

26	%3.63	13	%3.61	13	الصراع بين السنة والشيعة العراقيين
24	%3.63	13	%3.31	11	الوضع اللبناني
63	%8.93	32	%9.33	31	التحديات الأمريكية لسوريا
93	%12.84	46	%14.15	47	الأزمة الإيرانية-الأمريكية
32	%4.46	16	%4.81	16	الأخبار المغاربية والوطنية
18	%1.67	06	%3.61	12	أزمة دارفور في السودان
36	%5.86	21	%4.51	15	قضية الصحراء الغربية
42	%13.12	47	%11.44	38	الإرهاب الدولي
54	%6.98	25	%8.73	29	أنظمة الحكم العربية
690	%100	358	%100	332	المجموع

يوضح الجدول رقم (54) توزيع عينة الدراسة حسب أكثر المواضيع التي تم الطلبة في الحصة الإخبارية والنوع ، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

يولي الذكور في اهتمامهم بالدرجة الأولى بالانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة حيث جاء هذا الاختيار في المرتبة الأولى بنسبة 15.96% ، و بـ 15.92% لدى الإناث.

وجاء في المرتبة الثانية الوضع الأمني في العراق، بنسبة 14.45% لدى الذكور، و لدى الإناث بـ 16.4% .

وجاء اختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.15% لدى الذكور، واختيار الإرهاب الدولي لدى الإناث بـ 13.12% .

وفي المرتبة الرابعة الإرهاب الدولي بنسبة 11.44% لدى الذكور، واختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية لدى الإناث بـ 12.84% .

فيما جاءت باقي الاختيارات في ذيل اهتمامات طلبة جامعة منتوري ذكورا وإناثا، حيث حصلت هذه الاختيارات على نسب ضعيف وهامشية.

وما يمكن استخلاصه من هذه النتائج، هو أن أفراد العينة ذكورا وإناثا وفي الجامعتين، يولون اهتماما أكبر بالقضية الفلسطينية، والوضع في العراق، وسوريا، ولبنان، وحتى ما يجري من مفاوضات حول السلاح النووي الإيراني، والملفت للانتباه أن عينة الدراسة لا تهتم أكثر بالأخبار المغاربية، ولا ما يجري في السودان، والصحراء الغربية (رغم القرب الجغرافي)، ولا تضعها في سلم أولوياتها، والسؤال الذي يطرح نفسه، لماذا جاءت هذه النتائج على هذا الشكل؟

وللإجابة على هذا السؤال نقول أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية، وفي حدود هذه الدراسة فرضت أجدتها على الطالب الجامعي، وجعلته يهتم بنفس المواضيع التي توليها هي اهتماما أكبر، وتجعلها تصدر النقاشات، والحوارات، في أغلب البرامج التي تقدمها القناة، ونظرا لنقص التغطية الإخبارية لقناة الجزيرة لمنطقة المغرب العربي، والتي حصرتها في بعض العمليات الإرهابية في الجزائر، والعلاقات الجزائرية المغربية، وكذلك العلاقات الصحراوية المغربية، والتي تقدم نظرة سلبية عن الوضع في هذه المنطقة، ستقوم قناة الجزيرة الفضائية بفتح مكتب لها في منطقة المغرب العربي، (وهو ما صرح به صحفي بقناة الجزيرة لغسان بن جدو في الذكرى العاشرة لتأسيس القناة)، يهتم بما يجري في هذه المنطقة عن كثب، وهو ما سيسمح بطبيعة الحال إلى الاهتمام أكبر، ومعرفة ما يجري في منطقة المغرب العربي، على غرار التغطية الإخبارية لمنطقة الخليج والشرق الأوسط، وبالتالي سيزداد ربما اهتمام الطالب الجامعي بمنطقته على حساب ما يجري في مناطق أخرى.

جدول رقم (55) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع والقضايا التي تمهمهم والمستوى الدراسي.

الجموع	الرابعة		الثالثة		النوع
	%	ك	%	ك	
110	%14.53	59	%20.56	51	الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين
44	%4.67	19	%10.08	25	الصراع بين حركتي حماس وفتح
95	%13.54	55	%16.12	40	الوضع الأمني في العراق
26	%3.20	13	%5.24	13	الصراع بين السنة والشيعة العراقيين
24	%3.44	14	%4.03	10	الوضع اللبناني
63	%8.37	34	%11.69	29	التحديات الأمريكية لسوريا
93	%11.82	48	%18.14	45	الأزمة الإيرانية-الأمريكية
32	%3.94	16	%6.45	16	الأخبار المغاربية والوطنية
18	%2.70	11	%2.82	07	أزمة دارفور في السودان
36	%5.17	21	%6.04	15	قضية الصحراء الغربية
95	%16.50	67	%11.29	28	الإرهاب الدولي

54	%8.62	35	%7.66	19	أنظمة الحكم العربية
690	100	406	100	284	المجموع

يوضح الجدول رقم (55) توزيع عينة الدراسة حسب أكثر المواضيع التي تم الطلبة في الحصص الإخبارية والمستوى الدراسي، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى اختيار الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة لدى طلبة السنة الثالثة بـ 20.56%، و الارهاب الدولي بـ 16.50% لدى طلبة السنة الرابعة.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية بـ 18.14% لدى طلبة السنة الثالثة، واختيار الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة لدى طلبة السنة الرابعة بـ 14.53%.

فيما جاء اختيار الوضع الأمني في العراق في المرتبة الثالثة بـ 16.12% لدى طلبة السنة الثالثة، و بـ 13.54% لدى طلبة السنة الرابعة.

كما جاء في المرتبة الرابعة اختيار التهديدات الأمريكية لسوريا بـ 11.69% لدى طلبة السنة الثالثة، واختيار الأزمة الإيرانية الأمريكية لدى طلبة السنة الرابعة بـ 11.82%.

فيما جاءت باقي الاختيارات في ذيل اهتمامات طلبة جامعة منتوري، حيث حصلت هذه الاختيارات على نسب ضعيف وهامشية.

جدول رقم (56) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب موضوعية قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		موضوعية القناة
	%	ك	%	ك	
159	%89.28	75	%84	84	نعم
25	%10.71	09	%16	16	لا
184	%100	84	%100	100	المجموع

يوضح الجدول رقم(56) توزيع عينة الدراسة حسب موضوعية القناة، حيث دلت النتائج الإحصائية على أن قناة الجزيرة الفضائية تحوز على ثقة عينة الدراسة من حيث المصادقية، حيث بلغ عدد الذين أجابوا بنعم نسبة 48% في جامعة منتوري، وأجاب طلبة جامعة الأمير عبد القادر بنسبة 89.28%، وهو ما يمثل غالبية الطلبة في الجامعتين أي نسبة 86.41% .  
فيما بلغ عدد الذين أجابوا بـ لا بنسبة 16%، في جامعة منتوري، وبنسبة 10.71% في جامعة الأمير عبد القادر. أي بنسبة مئوية تقدر بـ 13.58% في الجامعتين.  
وما يمكن استخلاصه، هو أنه كلما كانت ثقة الجمهور في موضوعية القناة أكبر، كلما كان الإقبال أكثر، وبالتالي تكون الاستفادة أكثر.

جدول رقم(57) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب موضوعية قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة أسباب الموضوعية
	%	ك	%	ك	
108	46.78%	51	55.88%	57	تقدم الرأي والرأي الآخر
90	47.70%	52	37.25%	38	غير متحيزة لجهة معينة
13	5.50%	06	86.86%	07	أخرى
211	100%	109	100%	102	المجموع

يوضح الجدول رقم(57) توزيع عينة الدراسة حسب أسباب موضوعية القناة، حيث دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا يرون بأن القناة تقدم الرأي والرأي الآخر بنسبة 55.88%، في جامعة منتوري، وجاء اختيار أنها غير متحيزة لجهة معينة في نفس المرتبة بنسبة 47.70% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الثانية الذين أحبوا بأن القناة غير متحيزة لجهة معينة بنسبة 37.25% في جامعة منتوري، واختيار أنها تقدم الرأي والرأي الآخر في نفس المرتبة في جامعة الأمير عبد القادر بنسبة 46.78%.

فيما جاءت أسباب أخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة وهامشية في الجامعتين. وهاتان السمتان هما من أهم السمات التي تتميز بهما قناة الجزيرة، وأحد أسباب شهرتها، وهو ما نلاحظه في برنامج الاتجاه المعاكس، الذي احتل المرتبة الأولى في هذه الدراسة (كما هو موضح في جدول رقم 37 والجدول رقم 40، وكذلك برنامج الرأي والرأي الآخر.

جدول رقم (58) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم موضوعية قناة الجزيرة والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة
	%	ك	%	ك	أسباب عدم الموضوعية
04	/	/	22.22%	04	متحيزة للعرب
06	30.76%	04	11.11%	02	متحيزة لإسرائيل
14	46.15%	06	44.44%	08	متحيزة لأمريكا
07	23.07%	03	22.22%	04	أسباب أخرى
31	100%	13	100%	18	المجموع

يوضح الجدول رقم (58) توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم موضوعية القناة، حيث

دلت النتائج الإحصائية على مايلي:



جاء في المرتبة الأولى الذين يرون بأن القناة متحيزة لأمريكا بـ **44.44%**، في جامعة منتوري، ونسبة **46.15%** في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الثانية الذين يرون بأنها متحيزة للعرب بنسبة **22.22%** مع اختيار أسباب أخرى في جامعة منتوري، و بأنها متحيزة لإسرائيل في هذه المرتبة بـ **30.76%** في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما جاء في المرتبة الثالثة اختيار بأنها متحيزة لإسرائيل في المرتبة الثالثة بـ **11.11%**، واختيار أسباب أخرى بـ **23.07%** بجامعة الأمير عبد القادر.

كما نلاحظ انعدام الطلبة الذين أجابوا بأنها متحيزة للعرب في جامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم (59) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تذكر المعلومات المستقاة من الحصص والجامعة.

الجامعة	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		المجموع	تذكر المعلومات
	ك	%	ك	%		
دائما	17	17%	12	14.28%	29	
غالبا	39	39%	34	40.47%	73	
أحيانا	44	44%	38	45.23%	82	
أبدا	/	/	/	/	/	
المجموع	100	100%	100	100%	184	

يوضح الجدول رقم (59) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تذكر المعلومات المستقاة من

الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة، حيث جاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يتذكرون أحيانا، في جامعة منتوري، ونسبة

**45.23%** في جامعة الأمير عبد القادر.

وفي المرتبة الثانية الذين أجابوا بأنهم يتذكرون غالبا بنسبة 39%، في جامعة منتوري، وبنسبة 40.47% في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما جاء في المرتبة الثالثة الذين أجابوا بأنهم يتذكرون المعلومات دائما وبنسبة 17% في جامعة منتوري، وبنسبة 14.28% في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما انعدم الطلبة الذين أجابوا بأنهم لا يتذكرون ما يتلقونه من معلومات من القناة. وما يمكن استخلاصه هو أن هذه النتائج جاءت إيجابية جدا في ما يخص تذكر المعلومات التي تبثها القناة، وهو دليل على اهتمام عينة الدراسة بما تبثه القناة والاستفادة منه في زيادة الحجم المعرفي السياسي لديهم، كما يرجع سبب تذكر المعلومات إلى أهمية الموضوعات المطروحة للنقاش، وكذا تميز مقدمي برامجها، وأسلوب حوارها المفهوم (كما هو موضح في الجدول رقم 45)، هذه الصفات تجعل من الطالب الجامعي يقبل على القناة لاكتساب معلومات ومعارف سياسية جديدة، حول القضايا العربية والدولية بصفة عامة.

جدول رقم (60) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تذكر المعلومات المستقاة من الحصص والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
29	20.61%	20	11.49%	09	دائما
34	28.86%	28	51.72%	45	غالبا
82	50.51%	49	37.93%	33	أحيانا
/	97	/	/	/	أبدا
184	100%	97	100%	87	المجموع

يوضح الجدول رقم (60) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تذكر المعلومات المستقاة من الححص الإخبارية في قناة الجزيرة والنوع، حيث جاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أحابوا بأنهم يتذكرون ما يتابعونه في الححص الإخبارية غالبا في المرتبة الأولى بـ 51,72% لدى الذكور، واختيار أحيانا في هذه المرتبة بـ 50.51% لدى الإناث،

وجاء في المرتبة الثانية اختيار أحيانا بـ 37.93% لدى الذكور، اختيار غالبا لدى الإناث بـ 28.86% .

وجاء في المرتبة الثالثة اختيار دائما لدى الذكور بـ 11.49%، ولدى الإناث بـ 20.61% .

فيما انعدم الطلبة ذكورا وإناثا من أحابوا بأنهم لا يتذكرون ما يتلقونه من معلومات من القناة.

جدول رقم (61) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني مواقف واتجاهات من الححص والجامعة..

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة تبني المواقف والاتجاهات
	%	ك	%	ك	
131	65.47%	55	76%	76	نعم
53	34.42%	29	24%	24	لا
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (61) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني عينة الدراسة لمواقف واتجاهات من الححص في قناة الجزيرة، وبينت النتائج الإحصائية مايلي:

جاء اختيار "نعم" في المرتبة الأولى بنسبة 76% في جامعة منتوري، وبنسبة 65.47% في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما جاء اختيار "لا" في المرتبة الثانية بنسبة ضعيفة، تقدر بنسبة 24% في جامعة منتوري، وجاء بنسبة 34.52% في جامعة الأمير عبد القادر.

نستخلص من هذه النتائج التي جاءت إيجابية جدا، إذ أن نسبة كبير من أفراد العينة أجابوا بأنهم يتبنون مواقف واتجاهات سياسية، من الحصص الإخبارية، تقدر بـ 131 تكرارا من المجموع الكلي للعينة الذي يقدر بـ 184 مفردة، وهو دليل على أن القناة تقدم الجديد، وتساهم في زيادة المعارف السياسية للطلاب الجامعي، هذه المعلومات من شأنها أن تجعل الطالب الجامعي محيط. مما يجري من أحداث سياسية عربية وعالمية، أولا بأول، وفي بعض الأحيان لحظة حدوثها من خلال نقل الحدث مباشرة، واستضافة محللين سياسي يعلقون على الحدث (وكأنها مقابلة رياضية)، ويتلقى الطالب الجامعي هذه الاتجاهات خاصة من خلال الحصص والبرامج التي تستضيف شخصيات معروفة على المستوى الدولي، ومحللين سياسيين وحتى أصحاب القرار، كرؤساء الدول والحكومات، ورؤساء سابقين أمثال الرئيس الراحل "ياسر عرفات"، "إميل لحود"، "معمر القذافي"، "الرئيس اليمني علي عبد الله صالح"، أمين عام حزب الله اللبناني "مقتضى الصدر"، وآخرون ممن لهم خبرة طويلة في مجال السياسة.

### جدول رقم (62) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني مواقف واتجاهات من الحصص والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
131	79.31%	69	71.26%	62	نعم
53	33.33%	29	28.73%	25	لا
184	100%	97	100%	87	المجموع

يوضح الجدول رقم(62) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني عينة الدراسة لمواقف واتجاهات من الحصص في قناة الجزيرة والنوع، حيث دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء اختيار "نعم" في المرتبة الأولى بنسبة 71.26% لدى الذكور، ونسبة 79.31% لدى الإناث .

فيما جاء اختيار "لا" بنسبة ضعيفة في المرتبة الثانية بـ 28.73% لدى الذكور، ونسبة 33.33% لدى الإناث.

وبذلك نستطيع القول بأن طلبة الجامعة في حدود هذه الدراسة لا يتذكرون المعلومات التي يتلقونها من القناة فحسب (كما هو موضح في الجدول رقم60)، بل إنهم يتبنون بعض المواقف والاتجاهات التي يدلي بها ضيوف القناة.

جدول رقم(63) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني مواقف واتجاهات من الحصص والمستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		تبنى المواقف والاتجاهات
	%	ك	%	ك	
131	76.04%	73	64.44%	58	نعم
53	23.95%	23	33.33%	30	لا
184	100%	96	100%	90	المجموع

يوضح الجدول رقم(63) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني عينة الدراسة لمواقف واتجاهات من الحصص في قناة الجزيرة والمستوى الدراسي، حيث دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

أجاب طلبة السنة الثالثة والرابعة في جامعة منتوري على اختيار "نعم" بنسبة عالية، قدرت بـ 64.44% لدى طلبة السنة الثالثة، و بـ 76.04% لدى طلبة السنة الرابعة.

فيما جاء اختيار "لا" في المرتبة الثانية بنسبة ضعيفة في الجامعتين، قدرت عند طلبة السنة الثالثة بـ 33.33% ، والسنة الرابعة بـ 23.95% .  
وما يمكن استخلاصه من الجدول رقم (61) و(62) و(63)، أن طلبة السنة الثالثة والرابعة، ذكورا وإناثا، وفي الجامعتين، يتبنون مواقف واتجاهات من البرامج الإخبارية التي تبث في قناة الجزيرة الإخبارية بنسبة عالية.

### جدول رقم (64) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة المعلومات مع الآخرين والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة
	%	ك	%	ك	مناقشة المعلومات
12	10.71%	09	03%	03	دائما
48	29.76%	25	23%	23	غالبا
114	52.38%	44	70%	70	أحيانا
10	7.14%	06	04%	04	أهدأ
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (64) توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة المعلومات السياسية مع الآخرين، إذ جاءت النتائج الإحصائية على الشكل التالي:  
جاء في المرتبة الأولى الذين أحابوا بأنهم يناقشون ما يتلقونه أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة 70%، في جامعة منتوري، بنسبة 52.38% في جامعة الأمير عبد القادر.  
في حين جاء في المرتبة الثانية اختيار غالبا بنسبة 23% في جامعة منتوري، و بنسبة 29.76% في جامعة الأمير عبد القادر.

في حين جاء اختيار أبدا وغالبا في المراتب الأخيرة بنسب ضعيفة وهامشية قدرت بـ 3% و4% على التوالي في جامعة منتوري، وكذلك الشأن في جامعة الأمير عبد القادر أين حصل اختيار دائما على نسبة 10.71%، واختيار أبدا على نسبة 7.14% .  
ولقد جاءت اختيار أحيانا في عملية المناقشة في المرتبة الأولى، نظرا لأن الطالب الجامعي ليس لديه وقت كاف خلال الأسبوع لمناقشة الأمور السياسية نظرا لاهتمامه وتفرغه لمراجعة الدروس، أو إجراء البحوث المكلف بها من طرف الأساتذة. وجاء في المرتبة الثانية اختيار غالبا وهو في فراغ الطالب، خاصة في نهاية الأسبوع، أو عندما يكون في المنزل مع العائلة.

جدول رقم (65) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة المعلومات مع الآخرين والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
دائما	05	5.74%	07	7.21%	12
غالبا	26	29.88%	22	22.68%	48
أحيانا	54	62.06%	60	61.85%	114
أبدا	02	2.29%	08	8.24%	10
المجموع	87	100%	97	100%	184

يوضح الجدول رقم (65) توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة المعلومات السياسية والنوع، إذ دلت النتائج الإحصائية على ما يلي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يناقشون ما يتلقونه أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة 62.06% لدى الذكور، وبنسبة 61.85% لدى الإناث.

في حين جاء في المرتبة الثانية اختيار غالبا بنسبة 29.88% لدى الذكور، وبنسبة 22.68% لدى الإناث.

وجاء اختيار دائما في المرتبة الثالثة بـ 5.74% لدى الذكور، واختيار أبدا بـ 8.24% لدى الإناث.

وجاء في المرتبة الرابعة اختيار أبدا بـ 2.29% لدى الذكور، واختيار دائما بـ 7.21% لدى الإناث.

### جدول رقم (66) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة المعلومات السياسية والجامعة.

المجموع	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		الجامعة معية المناقشة
	ك	%	ك	%	
62	32	22.06%	30	21.12%	الوالدين
105	56	38.62%	49	35.50%	الأصدقاء
63	28	19.31%	35	24.64%	الإخوة والأخوات
57	29	20%	28	19.71%	الأساتذة
287	145	100%	142	100%	المجموع

جدول رقم (65) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية المناقشة، حيث دلت النتائج المدونة في

الجدول على اختلاف معية المشاهدة حسب مكان الدراسة، وجاءت كما يلي:

جاء في المرتبة الأولى الذين يناقشون ما يتلقونه من معلومات مع الأصدقاء بنسبة 38.62%

في جامعة منتوري، وبنسبة 35.50% في جامعة الأمير عبد القادر.



وجاء في المرتبة الثانية الوالدين بـ 22.06% في جامعة منتوري، وجاء في هذه المرتبة في جامعة الأمير عبد القادر اختيار الإخوة والأخوات بـ 24.60% .  
وجاء في المرتبة الثالثة اختيار الإخوة والأخوات في جامعة منتوري بـ 19.3%، واختيار الوالدين في هذه المرتبة في جامع الأمير عبد القادر بـ 21.12% .  
وجاء في المرتبة الرابعة اختيار الأساتذة في الجامعتين، بـ 20%، في جامعة منتوري، و بـ 19.71% في جامعة الأمير عبد القادر.

وما يمكن استخلاصه من هذه النتائج هو أن عينة الدراسة أكثر مناقشة مع الأصدقاء نظرا لأن عينة الدراسة من الطلبة الشباب، بحيث يمشون معظم وقتهم مع بعضهم سواء في الجامعة أو في الحي الجامعي، أو الحي الذي يسكنون فيه، كما أن الطلبة يناقشون ما يتلقونه في الدرجة الثانية مع الوالدين والإخوة والأخوات، حين يدخلون إلى المنزل في الفترة المسائية، أو فترة السهرة حين تجتمع العائلة حول التلفزيون.

وجاءت المناقشة بدرجة أقل مع الأساتذة نظرا لنقص احتكاك الطلبة بالأساتذة (معظم المناقشات تدور حول البحوث التي يكلف بها الطلبة، أو حول مذكرة التخرج)، وبسبب كذلك انشغالات الأساتذة بأمر أخرى كالبحوث أو الأعمال الإدارية، وكذا نقص أماكن يلتقي فيها الأساتذة مع بعضهم، وكذلك الأساتذة مع الطلبة.

جدول رقم (67) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة المعلومات السياسية والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
62	24,18%	37	18,65%	25	الوالدين
105	26,14%	40	48,50%	65	الأصدقاء
63	27,45%	42	15,67%	21	الإخوة والأخوات
57	22,22%	34	21,64%	29	الأساتذة
287	100%	153	100%	134	المجموع

يوضح الجدول رقم(67) توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة المعلومات السياسية والنوع، حيث جاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أحابوا بأنهم يناقشون ما يتلقونه مع الأصدقاء في المرتبة الأولى بنسبة **48,50%** لدى الذكور، واختيار الوالدين بنسبة **27,45%** لدى الإناث.

في حين جاء في المرتبة الثانية اختيار الأساتذة بنسبة **21.67%** لدى الذكور، واختيار الأصدقاء بنسبة **26.14%** لدى الإناث.

وجاء اختيار الوالدين في المرتبة الثالثة بـ **18.65%** لدى الذكور، واختيار الوالدين بـ **24.18%** لدى الإناث.

وجاء اختيار الإخوة والأخوات في المرتبة الرابعة بـ **15.67%** لدى الذكور، واختيار الأساتذة في هذه المرتبة لدى الإناث بـ **22.22%**.

وما يمكن استخلاصه من الجدول أن الذكور أكثر مناقشة مع الأصدقاء بالدرجة الأولى، ثم مع الأساتذة، ثم مع الوالدين والإخوة والأخوات، في حين تتناقش الإناث بالدرجة الأولى مع الإخوة والأخوات، ثم مع الأصدقاء، الوالدين ثم الأساتذة.

**جدول رقم(68) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية والجامعة.**

المجموع	جامعة منتوري		جامعة الأمير عبد القادر		مناقشة المعلومات
	ك	%	ك	%	
09	02	2%	07	8.33%	دائما
25	10	10%	15	17.85%	غالبا
108	52	52%	49	58.33%	أحيانا
42	29	29%	13	15.47%	أبدا
184	100	100%	84	100%	المجموع

يوضح الجدول رقم(68) توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية، إذ دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم ينشرون ما يتلقونه أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة 59%، في جامعة منتوري، وبنسبة 58.33% في جامعة الأمير عبد القادر.

في حين جاء في المرتبة الثانية اختيار أبدا وبنسبة 29% في جامعة منتوري، واختيار غالبا بنسبة 17.85% في جامعة الأمير عبد القادر.

في حين جاء اختيار غالبا في المرتبة الثالثة بنسبة 10% في جامعة منتوري، واختيار أبدا بنسبة 15.47% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الرابعة الذين أجابوا بأنهم ينشرون ما يتلقونه دائما بنسبة 02% في جامعة منتوري، وبنسبة 8.33% في جامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم(69) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى نشر المعلومات السياسية والنوع.

النوع	ذكور		إناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
دائما	00	0.80%	00	3.09%	00
غالبا	11	12.64%	14	14.43%	25
أحيانا	51	58.62%	57	58.76%	108
أبدا	19	21.83%	23	23.71%	42
المجموع	87	100%	50	100%	184

يوضح الجدول رقم (69) توزيع عينة الدراسة حسب مدى نشر المعلومات السياسية والنوع، و جاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم ينشرون ما يتابعونه في الحصص الإخبارية أحيانا في المرتبة الأولى بـ 58.62% لدى الذكور، و بـ 58.76% لدى الإناث.  
 وجاء في المرتبة الثانية اختيار أبدا بـ 21.83% لدى الذكور، واختيار أبدا لدى الإناث بـ 23.71%.  
 وجاء في المرتبة الثالثة اختيار غالبا بـ 12.64% لدى الذكور، ولدى الإناث بـ 14.43%.  
 فيما جاء في المرتبة الرابعة اختيار دائما لدى الذكور بـ 6.86%، وجاء بـ 3.09% لدى الإناث في جامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم (70) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية والمستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		المستوى الدراسي تذكر المعلومات
	%	ك	%	ك	
09	5,20%	05	4,54%	04	دائما
25	14,58%	14	12,5%	11	غالبا
108	63,54%	61	53,40%	47	أحيانا
42	16,66%	16	29,54%	26	أبدا
184	100%	96	100%	88	المجموع

يوضح الجدول رقم (70) توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية والمستوى الدراسي، حيث دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء في المرتبة الأولى اختيار أحيانا لدى طلبة السنة الثالثة بـ 53,40%، و بـ 63.54% لدى طلبة السنة الرابعة.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار أبدا بـ 29.54% لدى طلبة السنة الثالثة، ولدى طلبة السنة الرابعة بـ 16.66%.

فيما جاء اختيار غالبا في المرتبة الثالثة بـ 12.5% لدى طلبة السنة الثالثة، و بـ 14.58% لدى طلبة السنة الرابعة.

كما جاء في المرتبة الرابعة اختيار دائما بـ 4.54% لدى طلبة السنة الثالثة، و لدى طلبة السنة الرابعة بـ 5.20%.

وما يمكن استخلاصه من هذه النتائج هو أن طلبة السنة الرابعة أكثر نشرا للمعلومات السياسية من طلبة السنة الثالثة، في اختيار أحيانا، فيما تقاربا في اختيار دائما بنسبة ضعيفة، وتفوق طلبة السنة الثالثة على طلبة السنة الرابعة في اختيار أحيانا، في جامعة منتوري.

جدول رقم(71) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمواقف السياسية والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة
	%	ك	%	ك	
14	90.52%	08	06%	06	دائما
25	10.71%	09	16%	16	غالبا
96	54.76%	46	50%	50	أحيانا
49	25%	21	28%	28	أبدا
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم(71) توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمعلومات السياسية،

إذ دلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يعملون على إقناع الآخرين بما يتلقونه أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة 50%، في جامعة منتوري، و بنسبة 58.33% في جامعة الأمير عبد القادر. في حين جاء في المرتبة الثانية اختيار أبدا، وبنسبة 29% في جامعة منتوري، واختيار غالبا بنسبة 17.85% في جامعة الأمير عبد القادر. في حين جاء اختيار غالبا في المرتبة الثالثة بنسبة 10% في جامعة منتوري، واختيار أبدا بنسبة 15.47% في جامعة الأمير عبد القادر.

وجاء في المرتبة الرابعة الذين أجابوا بأنهم ينشرون ما يتلقونه دائما وبنسبة 02% في جامعة منتوري، وبنسبة 8.33% في جامعة الأمير عبد القادر.

جدول رقم (72) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمواقف السياسية والنوع.

المجموع	إناث		ذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
14	7.21%	07	8.04%	07	دائما
25	18.55%	08	19.54%	17	غالبا
96	50.51%	49	49.42%	43	أحيانا
49	29.89%	29	22.98%	20	أبدا
184	100%	97	100%	87	المجموع

يوضح الجدول رقم (72) توزيع عينة الدراسة حسب مدى إقناع الآخرين بالمعلومات السياسية والنوع، وجاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى الذين أجابوا بأنهم يعملون على إقناع الآخرين بالمعلومات أحيانا في المرتبة الأولى بـ 49.42% لدى الذكور، و بـ 50.51% .

وجاء في المرتبة الثانية اختيار أبدا بـ 22.98% لدى الذكور، واختيار أبدا لدى الإناث بـ 29.89% .

وجاء في المرتبة الثالثة اختيار غالبا بـ 19.54% لدى الذكور، واختيار غالبا لدى الإناث بـ 18.55% لدى الإناث.

فيما جاء في المرتبة الرابعة اختيار دائما لدى الذكور بنسبة ضعيفة تقدر بـ 8.04%، و بـ 7.21% لدى الإناث.

وما يمكن استخلاصه من الجدول، هو أن الإناث يعملون على إقناع الآخرين أكثر من الذكور في اختيار أحيانا، وجاء الذكور أكبر من الإناث في اختيار غالبا، كما تفوق الذكور في اختيار غالبا على الإناث، وكذلك تفوق الذكور على الإناث في اختيار دائما.

جدول رقم (73) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمواقف السياسية و المستوى الدراسي.

المجموع	الرابعة		الثالثة		المستوى الدراسي
	%	ك	%	ك	
14	7.29%	07	7.95%	07	تذكر المعلومات
25	14.58%	14	12.5%	11	دائما
96	52.02%	50	52.27%	46	غالبا
49	26.04%	25	27.27%	24	أحيانا
184	100%	96	100%	88	أبدا
					المجموع

يوضح الجدول رقم (73) توزيع عينة الدراسة حسب مدى إقناع الآخرين بالمعلومات

السياسية والمستوى الدراسي، و جاءت النتائج على الشكل التالي:

جاء في المرتبة الأولى اختيار أحيانا لدى طلبة السنة الثالثة بـ 52.27%، و بـ 52.02% لدى طلبة السنة الرابعة.

وجاء في المرتبة الثانية اختيار أبدا بـ 27.27% لدى طلبة السنة الثالثة، ولدى طلبة السنة الرابعة بـ 26.04%.

فيما جاء اختيار غالبا في المرتبة الثالثة بـ 12.5% لدى طلبة السنة الثالثة، و بـ 14.58% لدى طلبة السنة الرابعة.

كما جاء في المرتبة الرابعة اختيار دائما بـ 7.95% لدى طلبة السنة الثالثة، و لدى طلبة السنة الرابعة بـ 7.29%.

وما يمكن استخلاصه من هذه النتائج هو أن طلبة السنة الرابعة أكثر نشرا للمعلومات السياسية من طلبة السنة الثالثة، في اختيارات أحيانا، فيما تقارب المستويين الثالثة والرابعة في اختيار دائما، بنسبة ضعيفة وهامشية.

### جدول رقم (74) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة في الحخص الإخبارية والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		المشاركة
	%	ك	%	ك	
/	/	/	/	/	دائما
/	/	/	/	/	غالبا
07	1.19%	01	06%	06	أحيانا
177	98.80%	83	94%	94	أبدا
184	100%	84	100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (74) توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة في الحخص السياسية، إذ دلت النتائج الإحصائية على سلبية المشاركة، وجاءت على الشكل التالي:



انعدام الطلبة الذين أجابوا بأنهم يشاركون في البرامج الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة الفضائية، في اختيارات دائما وغالبا.

وجاء اختيار الذين لم يشاركوا أبدا في المرتبة الأولى بنسبة 94%، في جامعة منتوري، وبنسبة 98.80% في جامعة الأمير عبد القادر.

فيما جاء عدد الطلبة الذين أجابوا بأنهم شاركوا في الحصص الإخبارية، بنسبة ضعيفة جدا، قدرت في جامعة منتوري بنسبة 06%، وفي جامعة الأمير عبد القادر بتكرار واحد وبنسبة 1.19%.

وترجع أسباب عدم مشاركة عينة الدراسة في الحصص الإخبارية، المتمثلة في طلبة الجامعة بالدرجة الأولى إلى أسباب مادية، كون غالبية الطلبة الجامعيين لا يعملون، بالإضافة إلى ارتفاع سعر المكالمات الدولية، خاصة أن المشارك يضطر إلى الانتظار طويلا حتى يسمح له بالمشاركة.

### جدول رقم (75) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة المشاركة في الحصص الإخبارية والجامعة.

المجموع	جامعة الأمير عبد القادر		جامعة منتوري		الجامعة وسيلة المشاركة
	%	ك	%	ك	
02	/	/	33.33%	02	الهاتف الثابت
04	100%	01	50%	03	الهاتف النقال
01	/	/	16.66%	01	البريد الإلكتروني
/	/	/	/	/	البريد
07	100%	01	100%	06	المجموع

يوضح الجدول رقم (75) توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة المشاركة في البرامج الإخبارية

التي تبثها قناة الجزيرة الفضائية، ودلت النتائج الإحصائية على مايلي:

جاء في المرتبة الأولى الهاتف النقال بنسبة 50% في جامعة منتوري، ثم اختيار الهاتف الثابت بتكرارين وبنسبة 33.33%، وفي المرتبة الثالثة اختيار البريد الإلكتروني بتكرار واحد، وبنسبة 16.66%، وجاء اختيار الهاتف النقال بتكرار واحد في جامعة الأمير عبد القادر، فيما انعدم باقي الاختيارات.

ولم يحصل البريد العادي على أي تكرار، كون هذه الطريقة أصبحت لا تتواءم مع متطلبات العصر، في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال التي اختصرت الزمان والمكان.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

# نتائج الدراسة

جامعة الأمير  
مركز الدراسات للعلوم الإسلامية

## نتائج الدراسة الميدانية: أسفرت الدراسة الميدانية على النتائج التالية:

تميزت عينة الدراسة بالخصائص الآتية:

بلغ أفراد عينة الدراسة من الذكور نسبة 44.04 %، فيما بلغ عدد الإناث نسبة 55.95 % في الجامعتين.

حصل تخصص الإعلام والاتصال وتخصص علم الاجتماع وقسم الدعوة والإعلام بالتساوي على نسبة 55.43 % من مجموع أفراد عينة الدراسة، كان نصيب الذكور منها 19.54 % ونسبة الإناث 17.51 % في كل تخصص، وحصل تخصص علم النفس على نسبة 17.37 % كان نصيب الذكور فيها 18.39 % ونسبة الإناث 16.49 %، ثم جاء قسم الشريعة والقانون بنسبة 15.76 % حصل الذكور منها على نسبة 13.79 % وحصلت الإناث على نسبة 17.52 %، وحصل قسم مقارنة الأديان على نسبة 11.41 % كان نصيب الذكور 9.19 % ونصيب الإناث 13.40 %.

ويرجع سبب الاختلاف في النسب حسب النوع والتخصص إلى عدم تمكن الباحث من الحصول على كل الاستثمارات الموزعة على الباحثين.

تركز أفراد عينة الدراسة في المرحلة السنوية التي تتراوح ما بين 22-25 بنسبة مئوية بلغت 72.28 %، والفترة ما بين 18-21 حصلت على نسبة 23.36 % في الجامعتين.

بلغت نسبة طلبة السنة الثالثة 22.82 % ونسبة الطالبات 24.45 %، كما بلغ عدد طلبة السنة الرابعة نسبة 25 % ونسبة الطالبات بلغت 27.71 % في الجامعتين.

كما أسفرت النتائج كذلك على أن أفراد العينة الذين يملكون جهازان في البيت-التلفزيون- بلغت نسبتهم 53.26 %، تليها نسبة 34.23 % بالنسبة للذين يملكون جهازا واحدا وذلك في الجامعتين، كما أن هذا الجهاز يوضع في غرفة الاستقبال بنسبة 37.10 %، وفي غرفة الجلوس بنسبة 26.10 %، ثم غرفة أحد الإخوة بنسبة 21.69 % في الجامعتين.

الملائم

كيفية حساب النسبة المئوية من الجامعتين: قانون الاحتمال -

الملائم × غير الملائم

يملك أفراد عينة الدراسة جهاز الاستقبال الفردي الرقمي بنسبة 67.35 %، وجهاز الاستقبال الجماعي بنسبة 19.17 %، ونسبة 13.47 % بالنسبة لجهاز الاستقبال التماثلي. ويرجع سبب هذا الترتيب إلى انخفاض أسعار الجهاز الفردي الرقمي من ناحية وعدم وجود قنوات في الفردي التماثلي من ناحية أخرى بسبب تحول أغلبها إلى الجهاز الفردي الرقمي.

وأُسفرت البيانات الخاصة بالعادات والأنماط على مايلي:

يستقبل أفراد عينة الدراسة الفضائيات منذ أكثر من ثلاثة سنوات بنسب كبيرة قدرت بنسبة 62.06% عند الذكور وحصل الإناث على نسبة 37.94%.

أما النتائج الخاصة بالقنوات الفضائية الإخبارية المشاهدة فقد تركزت إجابات الباحثين في الجامعتين حول قناتين أساسيتين هما:

قناة الجزيرة الفضائية موضوع الدراسة التي حصلت على أعلى نسبة من المشاهدة حيث حازت على نسبة 32.84 %، مثل الذكور فيها نسبة 57.93 %، ونسبة 24.92 % لدى الإناث.

وتحصلت قناة العربية على نسبة 26.35 %، مثل الذكور فيها نسبة 43.44 %، وحصلت الإناث على نسبة 18.91 % كذلك، كما حصلت القناتان على نفس الترتيب والنسب المثوية حسب القنوات المشاهدة والتخصص.

أجابت عينة الدراسة أنها تستقبل قناة الجزيرة الإخبارية في الجامعتين منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة كبيرة قدرت بـ 68.47 % كان نصيب الذكور 32.60 % ونصيب الإناث 35.86 %، ومنذ سنتان بنسبة مثوية تقدر بـ 16.30 % من بينهم 8.69 % ذكور ونسبة 7.60 % إناث، وجاء استقبال قناة الجزيرة الإخبارية في كل التخصصات كذلك منذ ثلاث سنوات في المرتبة الأولى.

تشاهد عينة الدراسة قناة الجزيرة في الأسبوع حسب الظروف بأعلى نسبة حيث قدرت بـ 36.95 % نال منها الذكور نسبة 32.18 % والإناث نسبة 41.23 %، ثم جاءت المشاهدة ثلاث أيام في الأسبوع بنسبة 19.56 % حاز الذكور على نسبة 24.13 % والإناث على نسبة 15.46 %.

توصلت الدراسة إلى أن عينة الدراسة في الجامعتين ليس لها يوم مفضل لمشاهدة قناة الجزيرة حيث عبرت عليها إجابات الطلبة بنسبة 24.77 %، وجاء يوم الخميس كأفضل يوم للمشاهدة بنسبة 18.29 %، وتلاه يوم الجمعة بنسبة 12.61 %، وهي نتيجة تعبر عن اضطراب في المشاهدة بسبب عدم وجود يوم محدد خلال الأسبوع لمشاهدة القناة ماعدا يوما الخميس والجمعة اللذان يعتبران يوما راحة لغالبية الطلبة.

عبر الذكور في الجامعتين على أنه ليس لديهم يوم مفضل لمشاهدة القناة بنسبة 23.12 %، وأجابت الإناث بنسبة 31.84 %، وجاء يوم الخميس لدى الذكور بنسبة 19.37 % ولدى الإناث بنسبة 17.19 %، وجاء يوم الجمعة لدى الذكور بنسبة 11.87 % ونسبة 13.37 % لدى الإناث.

كما أسفرت نتائج الدراسة على أن أفضل فترة لمشاهدة القناة في الجامعتين كان حسب الظروف بنسبة 42.79 %، حصل فيها الذكور على نسبة 39.42 % وحصلت الإناث على نسبة 45.76 %، وجاءت فترة السهرة كثاني أفضل فترة للمشاهدة بنسبة 25.22 % حصل فيها الذكور على نسبة 25.96 % وحصلت الإناث على نسبة 24.54 %، وحلت الفترة المسائية في المرتبة الثالثة بنسبة 18.91 %، نال منها الذكور نسبة 15.38 % ونالت الإناث نسبة 22.03 %.

وهي نتائج تعتبر جد منطقية كون الطالب الجامعي يقضي معظم النهار في المحيط الجامعي حيث لا تسنح له فرصة متابعة ما تبثه القناة من برامج في الفترة الصباحية وفترة الظهر. جاءت النتائج الخاصة بحجم ساعات المشاهدة لدى عينة الدراسة في الجامعتين بأعلى نسبة لاختيار حسب الظروف بنسبة 45.10 %، حيث أجاب الذكور بنسبة 44.82 % وأجابت الإناث بنسبة 45.36 %، ثم جاء اختيار حسب الوقت المخصص للحصص بنسبة 28.80 % أجاب الذكور فيها بنسبة 10.34 % وأجابت الإناث بنسبة 28.86 %، وحلّ هذان الاختياران كذلك على نفس الترتيب حسب التخصص.

كما يشاهد أفراد عينة الدراسة في الجامعتين قناة الجزيرة مع العائلة بنسبة 44.02 %، وعلى حسب الظروف بنسبة 37.5 %، ومفردهم بنسبة 16.30 %، وبلغ عدد الذكور الذين يشاهدون القناة مع العائلة نسبة 31.03 %، ونسبة الإناث 24.74 %، ويشاهد الذكور القناة على حسب الظروف بنسبة 43.68 % والإناث بنسبة 31.95 %، أما مشاهدة

الذكور القناة بمفردهم فجاءت بنسبة 19.54% وبالنسبة للإناث فقدت النسبة بـ 13.40%.

جاء ترتيب الحصص المشاهدة في الجامعتين كالآتي: حازت حصة الاتجاه المعاكس على ثقة أفراد عينة الدراسة حيث تحصلت على أكبر عدد من الإجابات قدرت بنسبة 16.63%، وتلتها حصة الرأي والرأي الآخر بنسبة 12.12%، ثم جاءت حصة نقطة ساخنة بنسبة 9.87%، ثم حصة سري للغاية بنسبة 9.54%.

عبر الذكور الذين يشاهدون حصة الاتجاه المعاكس بنسبة 19.16% وعبرت الإناث بنسبة 17.05%، وكانت نسبة الذكور الذين يشاهدون حصة الرأي والرأي الآخر 12.95% ونسبة الإناث قدرت بـ 11.30%، فيما أجاب الذكور بنسبة 11.66% أنهم يشاهدون حصة نقطة ساخنة وأجابت الإناث بنسبة 8.10%، ويشاهد الذكور حصة سري للغاية بنسبة 9.28% وتشاهد الإناث بنسبة 9.80%.

و في الجامعتين حازت حصة الاتجاه المعاكس في كل التخصصات على نسب تتراوح ما بين 15% و 20%، وحصة الرأي والرأي الآخر على نسب تتراوح ما بين 10% و 14%، وحصة نقطة ساخنة على نسب تتراوح ما بين 7% و 11%، وحصة سري للغاية على نسب تتراوح ما بين 8% و 20%.

أجابت عينة الدراسة بأن مناسبة وقت بث الحصص يختلف باختلاف وقت بث الحصص نفسها بنسبة 69.56% أجاب منها الذكور بنسبة 68.96% وأجاب الإناث بنسبة 70.10%، في حين أجاب 21.73% من أفراد العينة بأن وقت بث الحصص يناسبها، أجاب منها الذكور على نسبة 20.68% وأجابت الإناث بنسبة 22.68%.

حاولت الدراسة على المستوى النظري والتطبيقي معرفة أسباب إقبال الجمهور على قناة الجزيرة الإخبارية حيث خُصص فصل كامل عن نشأة وتطور القناة، وإبراز الخصائص والسمات التي تتميز بها و عرض إيجابياتها وسلبياتها، كما حاولت الدراسة الميدانية معرفة أسباب إقبال عينة الدراسة على هذه القناة، إذ بينت الدراسة أن أول سبب لإقبال الشباب الجامعي على القناة نابع من كونه يسعى إلى فهم ما يجري حوله من أحداث عربية ودولية وذلك بنسبة 34.27% في الجامعتين، كما أن رغبة الطالب الجامعي في زيادة معارفه السياسية كانت ثاني سبب للإقبال على

القناة حيث مثل هذا الهدف نسبة 21.12 %، وجاء ثالث سبب للإقبال على القناة كون القناة تعالج قضايا تم الطلبة حيث حصل هذا السبب على نسبة 16.90 %.

وكانت هذه هي الأسباب الرئيسية لإقبال عينة الدراسة على القناة حسب النوع والتخصص والمستوى الدراسي، وهي أسباب تبين رغبة عينة الدراسة في تكوين ثقافة سياسية تمكنهم من أن يكونوا على وعي ودراية بما يجري حولهم وفي العالم.

كما أسفرت الدراسة الميدانية في الجامعتين على أن هناك مجموعة من الصفات تتميز بها الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة تدفع عينة الدراسة إلى متابعتها، فكانت أهم صفة تتميز بها القناة هي صفة أن موضوعاتها مهمة التي جاءت بنسبة 39.60 %، تلتها صفة أن أسلوب الحوار مفهوم بنسبة 22.49 %، ثم جاءت صفة أن المقدم متميز بنسبة 19.31 %.

تساءلت الدراسة منذ البداية حول مدى قدرة الحصص الإخبارية التي تُبث في قناة الجزيرة الفضائية في زيادة الوعي المعرفي السياسي لدى الشباب الجامعي من خلال ما تقدمه من مواضيع وقضايا قابلة للنقاش، على اعتبار أن هذه القناة أكثر القنوات الإخبارية متابعة- كما أسفرت عليه نتائج هذه الدراسة ودراسات أخرى-، وجاءت النتائج الخاصة بهذا التساؤل في الجامعتين إيجابية حيث أجاب 40.76 % من أفراد العينة أنهم يستفيدون غالباً مما تبثه القناة، وبنسبة 29.89 % أنهم يستفيدون أحياناً، وبنسبة 29.34 % أنهم يستفيدون دائماً.

غالباً ما يتزود الذكور بمعلومات سياسية من القناة بنسبة 40.22 % والإناث بنسبة 41.23 %، ويتزود الذكور أحياناً بنسبة 31.03 % والإناث بنسبة 28.86 %، أما الاستفادة دائماً فقد بلغت نسبتها 28.73 % لدى الذكور و 29.89 % لدى الإناث.

يتزود طلبة السنة الثالثة بالمعلومات والمعارف السياسية غالباً بنسبة 36.36 %، وطلبة السنة الرابعة بنسبة 68.75 %، كما يتزود طلبة السنة الثالثة بالمعلومات السياسية أحياناً بنسبة 30.68 % وطلبة السنة الرابعة بنسبة 39.58 %، وكانت الاستفادة دائماً بنسبة 32.95 % لدى طلبة السنة الثالثة ونسبة 37.5 % لدى طلبة السنة الرابعة.

تركز المعلومات التي تلقاها عينة الدراسة من القناة في الجامعتين حول الانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين بنسبة 15.19 %، وحول الوضع الأمني في العراق بنسبة 12.06 %، وعن الإرهاب الدولي بنسبة 11.47 %، تليها الأزمة الإيرانية-الأمريكية بنسبة 10.83 %.



وتوصلت الدراسة إلى أن أولويات الطلبة في الجامعتين تتقارب مع أولويات القناة في ترتيب القضايا المهمة، حيث أجابت عينة الدراسة على أن القضايا التي تهمهم بدرجة أولى تتعلق بالانتهاكات الإسرائيلية في فلسطين بنسبة 15.94 %، وتلاها موضوع الوضع الأمني في العراق والإرهاب الدولي بنسبة 13.76 %، ثم الأزمة الإيرانية - الأمريكية بنسبة 13.47 %.

وبسؤال أفراد عينة الدراسة حول موضوعية القناة أجاب أفراد عينة الدراسة في الجامعتين على أن القناة تتميز بالموضوعية في معالجتها للقضايا والأحداث بنسبة كبيرة بلغت 86.41 %، وترجع أسباب هذه الموضوعية حسب العينة كون القناة تقدم الرأي والرأي الآخر الذي عبرت عليه القناة بنسبة 51.18 %، و أن القناة غير متحيزة لجهة معينة جاءت بنسبة 42.65 %.

ويرى 13.58 % من أفراد العينة أن القناة غير موضوعية، لأنها متحيزة لأمريكا بنسبة 45.16 %، وأنها متحيزة لإسرائيل بنسبة 19.35 %، ومتحيزة للعرب بنسبة 12.90 %.

وتمثل الموضوعية بالنسبة لأي وسيلة إعلامية مطلباً أساسياً تسعى إليه، لأن من شأنه أن يحقق الثقة بين الوسيلة والمستقبل، هذه الثقة التي تعتبر عاملاً مهماً لإقبال الجمهور على أي وسيلة بطوعية ورضا، وهذا ما استطاعت أن تحققه قناة الجزيرة الإخبارية مما زاد من شعبيتها وانتشارها.

وتجلت مظاهر الوعي السياسي لدى أفراد العينة من خلال:

تذكر عينة الدراسة في الجامعتين المعلومات التي تلقاها من الحصص الإخبارية أحياناً بنسبة 44.56 % أجاب الذكور منها على 37.93 % وأجاب الإناث بنسبة 50.51 %، وتذكرها غالباً بنسبة 39.67 % حيث أجاب الذكور بنسبة 51.72 % والإناث بنسبة 28.86 %، وتذكر العينة المعلومات دائماً بنسبة 15.76 % مثل منها الذكور بنسبة 11.46 % ومثلت الإناث بنسبة 20.61 %.

كما أجاب أفراد العينة بأنهم يتبنون اتجاهات ومواقف من الحصص بنسبة 71.19 %، بلغت نسبة من لا سيتبنون المواقف واتجاهات نسبة 28.80 %.

وبلغت نسبة الذكور الذين يتبنون هذه المواقف والاتجاهات في الجامعتين نسبة 71.26 % وبلغت نسبة الإناث 79.31 %، وبلغت نسبة من لا يتبنون هذه المواقف والاتجاهات نسبة 28.73 % لدى الذكور ونسبة 33.33 % لدى الإناث.

وحسب التخصص مثل الذين يتبنون المواقف والاتجاهات في الجامعتين من طلبة السنة الثالثة نسبة 31.52 % ومن طلبة السنة الرابعة نسبة 39.67 %، وبلغت نسبة من لا يتبنون المواقف والاتجاهات لدى طلبة السنة الثالثة 16.30 % ولدى طلبة السنة الرابعة نسبة 12.5 %.

تناقش عينة الدراسة المعلومات التي تتلقاها من القناة أحيانا بنسبة 61.95 % يمثل منها الذكور نسبة 62.06 % والإناث نسبة 61.85 %، ويتناقش أفراد العينة مع الآخرين غالبا بنسبة 26.08 % أجاب الذكور على نسبة 29.88 % والإناث على نسبة 22.68 %، فيما يتناقش أفراد العينة مع الآخرين دائما بنسبة 6.52 % مثل الذكور فيها نسبة 5.74 % والإناث نسبة 7.21 %، في حين أجاب من أفراد العينة ممن لا يناقشون المعلومات المتلقاة من القناة نسبة ضعيفة وهامشية قدرت بـ 5.43 %.

وتركزت معية مناقشة المعلومات السياسية المستقاة من القناة مع الأصدقاء بنسبة 36.58 % عبر عنها الذكور بنسبة 48.50 % والإناث بنسبة 26.14 %، تلتها المناقشة مع الإخوة والأخوات بنسبة 21.95 % مثل الذكور منهم نسبة 15.67 % والإناث نسبة 27.45 %، ثم جاءت المناقشة مع الوالدين بنسبة 21.60 % أجاب خلالها الذكور بنسبة 18.65 % والإناث على نسبة 24.18 %، وكانت باقي النتائج ممثلة في المناقشة مع الأساتذة.

وتركز مظهر نشر المعلومات السياسية لدى عينة الدراسة في الجامعتين من خلال أن أفراد عينة الدراسة ينشرون ما يتلقونه من القناة أحيانا بنسبة 58.69 %، تلتها مباشرة عدم نشر المعلومات ممثلة في اختيار أبدا بنسبة 22.82 %، إذ ينشر الذكور ما يتلقونه أحيانا بنسبة 58.62 % والإناث بنسبة 58.76 %، ومثل الذكور في اختيار أبدا نسبة 21.83 % ونسبة 23.71 % لدى الإناث.

ويعمل طلبة السنة الثالثة في الجامعتين على نشر المعلومات السياسية أحيانا بنسبة 53.40 % وطلبة السنة الرابعة نسبة 63.54 %، وفي اختيار أبدا أبدى طلبة السنة الثالثة أهم لا يناقشون ما يتلقونه من القناة أبدا بنسبة 29.54 % ولدى طلبة السنة الرابعة نسبة 16.66 %.

يساهم أفراد عينة الدراسة في الجامعتين في إقناع الآخرين بالمعلومات التي يتبنونها من القناة أحيانا بنسبة 52.17 % عبر الذكور من خلالها على نسبة 49.42 % والإناث على نسبة 50.51 %، وبلغت نسبة من لا يقدمون على ذلك أبدا من أفراد العينة نسبة 26.63 % منهم 22.98 % ذكور ونسبة 29.89 % إناث.

كما يعمل طلبة السنة الثالثة في الجامعتين على إقناع الآخرين أحيانا بنسبة 52.27% وطلبة السنة الرابعة بنسبة 52.02%، فيما بلغت نسبة طلبة السنة الثالثة ممن لا يعملون على إقناع الآخرين بما يتلقونه من القناة نسبة 27.27% ونسبة طلبة السنة الرابعة بلغت 26.04%.

كما أفرزت نتائج الدراسة الميدانية أن أفراد عينة الدراسة في الجامعتين لا يشاركون في الحصة الإخبارية حيث بلغت نسبتهم 96.19%، في حين بلغت نسبة من يشاركون من أفراد عينة الدراسة في الحصة أحيانا نسبة 3.80%، وذلك عن طريق الهاتف النقال بأعلى نسبة أو الهاتف الثابت أو عن طريق البريد الإلكتروني.

جامعة أمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

# الأخلاق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

## الخاتمة:

لقد جاءت فكرة إجراء هذه الدراسة انطلاقاً من الانتشار والشهرة اللذان حققتهما قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على المستويين العربي والدولي، خاصة بعد تغطيتها المتميزة للحرب الأمريكية على العراق، والحرب على أفغانستان، مما أدى بحشد كبير من المشاهدين إلى متابعة هذه القناة بهدف الحصول على أحدث الصور والأخبار والمعلومات حول الأحداث العربية والعالمية.

وانطلاقاً من هذه الأسباب وغيرها حاولت هذه الدراسة المتواضعة إلقاء الضوء على فئة هي من أهم فئات المجتمع الجزائري، ألا وهي فئة الشباب الجامعي، بهدف معرفة أسباب إقباله عليها، وكذا محاولة معرفة مدى ما يتزود به هذا الطالب الجامعي من معارف سياسية، هذه الأخيرة التي من شأنها أن تجعله على وعي ودراية بما يجري في العالم من أحداث.

وللإجابة على تساؤلات الدراسة؛ ومن أجل الوصول إلى نتائج كمية استخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال وصف جمهور وسائل الإعلام، وتم تحديد هذا الجمهور من خلال اختيار عينة عشوائية بسيطة طبقية منتظمة من طلبة جامعة منتوري وطلبة جامعة الأمير عبد القادر، حيث وزعت عليهم استمارة استبيان كأداة أساسية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية، وبعد تفرغ البيانات في جداول والتعليق عليها وتفسيرها، استطاعت الدراسة في النهاية معرفة عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجامعي لقناة الجزيرة الفضائية، من حيث سنوات استقبال الفضائيات، وساعات وحجم ومدة مشاهدة القناة، ومعية مشاهدتها، وكذلك الحصص المشاهدة والمعلومات المستقاة من هذه الحصص.

كما توصلت الدراسة إلى معرفة أسباب إقبال الشباب الجامعي على مشاهدة الحصص الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة، والتي تركزت حول الرغبة في زيادة معارفهم السياسية، ومحاول فهم ما يجري حولهم من أحداث عربية ودولية حول القضايا والموضوعات التي تمهم.

واستطاعت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيس من خلال إجابات الطلبة على الأسئلة المتعلقة بالوعي المعرفي السياسي، حيث يرى غالبية الطلبة ذكورا وإناثا من أفراد العينة في الجامعتين، أن القناة تساهم فعلا في تزويدهم بالمعلومات والمعارف السياسية التي تخلق لديهم وعيا عاما بالقضايا والأحداث السياسية العربية والدولية، كما أن هذه المعارف السياسية لا تتوقف عن حد خلق الوعي السياسي بل تتعداه أحيانا إلى تبني بعض الأفكار والآراء والعمل على نشرها ومحاولة إقناع الآخرين بها.

وفي الأخير؛ فإن هذه الدراسة المتواضعة تعتبر بداية لدراسات لاحقة تهتم بجوانب أخرى لم يتم التطرق إليها في هذه الدراسة، سواء من ناحية الرسالة الإعلامية التي تبثها القناة أو القائم بالاتصال بها، كما أن هذه القناة أصبحت فضاء مواتيا لطلبة الإعلام والاتصال والباحثين في مجال الاتصال، للبحث والدراسة خاصة بعد الاتساع الذي عرفته القناة في الآونة الأخيرة، حيث ظهرت قنوات؛ فبعد النجاح الكبير الذي حققته القناة الإخبارية والذي لحقت به قناة الجزيرة الرياضية 1 و الرياضية 2، و القناة الرياضية المشفرة + 1 و + 2، أنشئت قناة الجزيرة للأطفال وقناة الجزيرة مباشر وقناة الجزيرة الناطقة بالإنجليزية وقناة الجزيرة الوثائقية.

ولا يسعنا في الأخير سوى أن نرجو من الله عز وجل أن نكون قد وفقنا ولو بقدر ضئيل من خلال هذه الدراسة المتواضعة في تقديم مساهمة بسيطة في مجال البحث العلمي عامة والإعلامي على وجه الخصوص.

# الملاحق

عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية

قسنطينة

كلية أصول الدين و الشريعة

و الحضارة الإسلامية

قسم : الدعوة و الإعلام و الإتصال

تخصص : علوم الإعلام

## إستمارة إبتدائية

### حول موضوع:

دور قناة الجزيرة الفضائية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية بجامعة منتوري و الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -  
في إطار إعداد مذكرة متعلقة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام

إعداد الأستاذ:

د. نصير بوعلي

إعداد الطالب:

الواس طلحة

ملاحظة: بيانات هذه الإستمارة سوف تستخدم لأغراض علمية بحثية، تخدم الباحث في إتمام بحثه لا غير.



قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: المراجع العربية:

I- الكتب:

- 1- أبو جادو. صالح محمد علي ، سيكولوجية التنشئة الإجتماعية، ط2، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2000.
- 2- أبو زيد. أحمد سليمان، علم الاجتماع السياسي: الأسس والقضايا من منظور نقدي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2003.
- 3- أبو زيد. فاروق، فن الكتابة الصحفية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1981.
- 4- أحمد. غريب سيد محمد، علم اجتماع الإعلام والاتصال، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990.
- 5- ألترمان. جون ، إعلام جديد سياسة جديدة، ترجمة عبد الله الكندي، فلسطين، دار الكتاب الجامعي، 2003.
- 6- إبراهيم. زكريا، دراسات في الفلسفة المعاصرة، ج 1، دار مصر للطباعة، الناشر مكتبة مصر، دون سنة.
- 7- البدوي. محمد علي، مناهج وطرق البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، 1998.
- 8- البكري. إياد شاكر ، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، عمان، الأردن، دار الشروق، 1999.
- 9- البشر. محمد بن سعود ، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1998.
- 10- الجوهري. محمد، علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1992.
- 11- الهاشمي. مجد هاشم، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، عمان، الأردن، دار المستقبل العربي للنشر والتوزيع، 2001.
- 12- الهمامي. عبد الله عامر، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، ط2، بنغازي، ليبيا، منشورات جامعة قابوس، 1994.

- 13- الزين. سميح عاطف ، الإسلام وثقافة الإنسان، ط8، لبنان، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1982.
- 14- الزين. سميح عاطف، الثقافة والثقافة الإسلامية، ط4، لبنان، بيروت، الشركة العالمية للكتاب، 1993.
- 15- الحسيني. السيد، علم الاجتماع السياسي: المفاهيم والقضايا، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعي، 1994.
- 16- الماجد. عبد الرزاق مسلم، مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع، بيروت، منشورات المكتبة العصرية، دون سنة.
- 17- المصالحة. محمد حمدان ، الاتصال السياسي: مقرب نظري تطبيقي، ط2، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2002.
- 18- العبد. عاطف عدلي، الاتصال والرأي العام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993.
- 19- العبيدي. نوار ، الحرب الإعلامية في حرب الخليج الثالثة: مظاهر ومدارس، عنابة، الجزائر، مطبعة المعارف، ماي 2003.
- 20- العياضي. نصر الدين ، إقترايات نظرية من الأنواع الصحفية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ.
- 21- التهامي. إبراهيم ، "الدراسات السابقة في البحث العلمي"، أسس المنهجية في البحث العلمي، فضيل دليو وآخرون، قسنطينة، الجزائر، منشورات جامعة منتوري، 1999.
- 22- بوحوش. عمار، النظريات والأنظمة السياسية، ط2، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984.
- 23- بوحفص. عبد الكريم، الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 24- بوعلي. نصير ، التلفزيون الفضائي وتأثيره على الشباب في الجزائر: دراسة ميدانية، عين مليلة، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.
- 25- بورتسكي.أ، الصحافة التلفزيونية، ترجمة: أديب حضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، 1990.

- 26- بن مرسلي. أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
- 27- جبارة. عطية جبارة، علم اجتماع الإعلام، دار الوفاء للطباعة والنشر، 1986 .
- 28- دليو. فضيل ، وسائل الاتصال وتكنولوجياته، قسنطينة، الجزائر، منشورات جامعة منتوري، دون سنة.
- 29- دليو. فضيل، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، الجزائر، جامعة قسنطينة، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2003.
- 30- ديلو. ستيفن ، التفكير السياسي والنظرية السياسية والمجتمع الدولي، ترجمة: ربيع وهبة، القاهرة، المجلس الأعلى للثقافة، 2003.
- 31- وهيي. سحر محمد، بحوث في الاتصال: سلسلة دراسات وبحوث إعلامية، القاهرة، دار الفجر، 1996.
- 32- زيوش. إبراهيم ، فن كتابة الأخبار للإذاعة والتلفزيون، الجزائر، مطبعة جريدة الوحدة، دون تاريخ.
- 33- زعيمي. مراد وآخرون، الإشاعة والرأي العام في الوسط الجامعي، التقرير الجزئي الأول لفرقة البحث، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2000.
- 34- زرواتي. رشيد ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، المسيلة، الجزائر، جامعة محمد بوضياف، 2002.
- 35- حلب. علي عبد الرزاق، الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1991.
- 36- حمزة. عبد اللطيف ، الإعلام والدعاية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1984.
- 37- حسين. سمير محمد، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 1993.
- 38- حسن. حمدي ، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993.

أولا : البيانات الشخصية:

1- الجنس: ذكر ( ) أنثى ( )

2- السن: .....

3- التخصص العلمي: .....

4- المستوى الدراسي: السنة الثالثة ( ) السنة الرابعة ( )

ثانيا: عادات و أنماط المشاهدة:

1- عادات المشاهدة:

5- كم جهاز تلفزيون تمتلك في البيت؟ لا يوجد ( ) واحد ( ) اثنان ( ) ثلاثة فأكثر ( )

6- أين تضعونه؟ غرفة الاستقبال ( ) غرفة الجلوس ( ) غرفة أحد الإخوة ( )

غرفة الأب ( ) أخرى أنكرها: .....

7- هل تمتلك جهاز برابول؟ نعم ( ) لا ( )

8- في حالة الإجابة بنعم ، ما نوعه؟

استقبال جماعي ( ) فردي تماثلي ANALOGIQUE ( ) فردي رقمي NUMERIQUE ( )

9- منذ متى تستقبل الفضائيات عبر البرابول؟

أقل من سنة ( ) سنة ( ) سنتان ( ) ثلاث سنوات فأكثر ( )

10- هل تشاهد القنوات الفضائية الإخبارية؟ نعم ( ) لا ( )

11- في حالة الإجابة بنعم ، ما هي هذه القنوات؟

قناة الجزيرة الفضائية ( )

قناة العربية ( )

قناة الحرة ( )

قناة أ. أن. أن ANN ( )

العالم

المنار

قناة سي.أن.أن CNN

قناة أورو نيوز EURO NEWS

أخرى أنكرها: .....

12- هل تشاهد قناة الجزيرة ؟ نعم ( ) لا ( )

13- في حالة الإجابة بنعم ، منذ متى و أنت تشاهدها ؟

أقل من سنة ( ) سنة ( ) سنتان ( ) ثلاث سنوات فأكثر ( ) 9

14- كم يوم في الأسبوع تشاهد فيه القناة ؟

يوم ( ) يومان ( ) ثلاث أيام فأكثر ( ) كل أسبوع ( ) أيام العطل ( )

عند برامج معينة ( ) حسب الظروف ( ) أخرى أنكرها: .....

15- ما هي الأيام المفضلة لديك لمشاهدة قناة الجزيرة الفضائية ؟

السبت ( ) الأحد ( ) الإثنين ( ) الثلاثاء ( ) الأربعاء ( )

الخميس ( ) الجمعة ( ) ليس لدي يوم مفضل ( )

16- ماهي الفترات التي تشاهد فيها القناة ؟ الفترة الصباحية ( ) فترة الظهر ( )

الفترة المسائية ( ) فترة السهرة ( ) حسب الظروف ( )

17- كم ساعة في اليوم تقضيها في مشاهدة القناة ؟ أقل من ساعة ( ) ساعة ( )

ساعتان فأكثر ( ) حسب الوقت المخصص للحصة ( ) حسب الظروف ( )

## 2- أنماط المشاهدة:

18- مع من تشاهد قناة الجزيرة ؟

بمفردك ( ) مع العائلة ( ) مع الأصدقاء ( )

على حسب الظروف ( )

أخرى أنكرها : .....

19- ما هي الحصص التي تشاهدها عادة ؟

الرأي و الرأي الآخر ( ) الإتجاه المعاكس ( ) أكثر من رأي ( )

من واشنطن ( ) بلا حدود ( ) شاهد على العصر ( )

ما وراء الخبر ( ) ضيف و قضية ( ) نقطة ساخنة ( )

بين السطور ( ) مرآة الصحافة ( ) سري للغاية ( )

الملف الأسبوعي ( ) تحت المجهر ( ) مراسلوا الجزيرة ( )

أخرى أنكرها : .....

20- هل فترات عرض الحصص يناسبك ؟

نعم يناسبني ( ) لا يناسبني ( ) حسب الحصص ( )

21- ما هي الحصص التي تحرص على مشاهدتها أكثر من غيرها ؟

أذكر أهم ثلاث حصص لديك : (1) .....

(2) .....

(3) .....

ثانيا: أسباب الإقبال على الحصص الإخبارية:

22- ما هي الأسباب التي تجعلك تشاهد الحصص الإخبارية في قناة الجزيرة ؟

الفضول ( ) لأن أسرتي تشاهدها ( ) لأن أصدقائي يشاهدونها ( )

الميل الشخصي لهذه القناة ( ) من أجل زيادة معارفي السياسية ( )

فهم ما يجري من أحداث سياسية - عربية و دولية - ( )

لأنها تعالج قضايا تهمني ( ) أخرى أذكرها : .....

23- ما هي الصفات التي تتميز بها هذه الحصص و تجعلك تتجذب إليها ؟

المقدم متميز ( ) الإخراج جيد - الديكور - ( )

أسلوب الحوار مفهوم ( ) موضوعاتها مهمة ( )

تنفق و ميولي ( )

أخرى أذكرها : .....

ثالثا: أسئلة عن الوعي السياسي و مظاهره:

24- هل متابعتك لهذه الحصص يزودك بمعلومات و معارف سياسية جديدة ؟

دائما ( ) غالبا ( ) أحيانا ( ) أبدا ( )

24-أ/ في حالة الإيجاب حول ماذا تدور هذه المعلومات ؟

الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة ( )

- الصراع بين حركتي حماس و فتح الفلسطينيتين ( )  
 الوضع الأمني في العراق ( )  
 الصراع بين السنة و الشيعة العراقيين ( )  
 الوضع اللبناني ( )  
 التهديدات الأمريكية لسوريا ( )  
 الأزمة الإيرانية الأمريكية - حول التجارب النووية - ( )  
 الأخبار المغاربية و الوطنية ( )  
 أزمة دافور في السودان ( )  
 قضية الصحراء الغربية ( )  
 الإرهاب الدولي ( )  
 أنظمة الحكم العربية ( )

معلومات أخرى، أذكرها : .....

24-ب/ في حالة الإجابة ب - أبدا : لماذا ؟

- مواضيعها سطحية ( )  
 لأن مواضيعها قديمة ( )  
 تعتمد على الإثارة أكثر من الخبر ( )

أخرى ، أذكرها: .....

25- ما هي المواضيع و القضايا التي تثير اهتمامك أكثر في هذه الحصص ؟

- الانتهاكات الإسرائيلية في الأراضي المحتلة ( )  
 الصراع بين حركتي حماس و فتح الإسرائيليتين ( )  
 الوضع الأمني في العراق ( )  
 الصراع بين السنة و الشيعة العراقيين ( )  
 الوضع اللبناني ( )  
 التهديدات الأمريكية لسوريا ( )  
 الأزمة الإيرانية الأمريكية - حول التجارب النووية - ( )  
 الأخبار المغاربية و الوطنية ( )

- أزمة دافور في السودان ( )  
قضية الصحراء الغربية ( )  
الإرهاب الدولي ( )  
أنظمة الحكم العربية ( )

..... : أنكرها : معلومات أخرى،

26- هل ترى بأن هذه الحصص تعالج القضايا المطروحة للنقاش بموضوعية ؟

نعم ( ) لا ( )

26-أ/ في حالة الإجابة بنعم ، لماذا ؟

تقدم الرأي و الرأي الآخر ( )

غير متحيزة لجهة معينة ( )

..... : أنكرها : أخرى،

26-ب/ في حالة الإجابة بلا لماذا ؟

لأنها متحيزة للعرب ( ) لأنها متحيزة لإسرائيل ( )

لأنها متحيزة لأمريكا ( )

..... : أنكرها : أخرى،

27- هل تتذكر المعلومات التي تستقيها من هذه الحصص ؟

دائما ( ) غالبا ( ) أحيانا ( ) أبدا ( )

28- هل سبق و أن تبينيت موقفا أو اتجاها تحصلت عليه من هذه الحصص ؟

نعم ( ) لا ( )

- هل تناقش ما تحصلت عليه من معلومات سياسية مع الآخرين ؟

دائما ( ) غالبا ( ) أحيانا ( ) لا أناقش ( )

29-أ/ إذا كان الجواب بالإيجاب، مع من تناقشها ؟

الوالدين ( ) الإخوة و الأخوات ( )

الأصدقاء و الجيران ( ) الأساتذة و المعلمون ( )

..... : أنكرها : أخرى،

30- هل تعمل على نشر المعلومات السياسية التي تتلقاها من هذه الحصص ؟



دائما ( ) غالبا ( ) أحيانا ( ) أبدا ( )

31- هل تحاول إقناع الآخرين بمواقف سياسية تحصلت عليها من هذه الحصص ؟

دائما ( ) غالبا ( ) أحيانا ( ) أبدا ( )

32- هل سبق و أن شاركت في هذه الحصص ؟

دائما ( ) غالبا ( ) أحيانا ( ) أبدا ( )

33- في حالة الإجابة بنعم ، ما هي الوسيلة التي استخدمتها في الاتصال ؟

الهاتف الثابت ( ) النقال ( )

البريد الإلكتروني ( ) البريد العادي ( )

# قائمة المراجع

القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير

# فہرست الموضوعات

عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير

الموضوع  
الصفحة

المقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

5 ص	أولاً: إشكالية الدراسة
6 ص	ثانياً: تساؤلات الدراسة
6 ص	ثالثاً: أهداف الدراسة
7 ص	رابعاً: أهمية الدراسة
7 ص	خامساً: تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة
7 ص	1- تعريف الوعي السياسي
7 ص	2- الشباب الجامعي
7 ص	أ- تعريف الشباب الجامعي
8 ص	ب- خصائص الطالب الجامعي
8 ص	- الخصائص الفسيولوجية
9 ص	- الخصائص العقلية
10 ص	ج - الخصائص الاجتماعية والثقافية
10 ص	- المجال الأسري
10 ص	- المجال الدراسي
11 ص	سادساً: الدراسات السابقة
11 ص	- الدراسة الأولى
12 ص	- الدراسة الثانية
13 ص	- الدراسة الثالثة
14 ص	- الدراسة الرابعة
14 ص	- الدراسة الخامسة
16 ص	- الدراسة السادسة
17 ص	- الدراسة السابعة
18 ص	سابعاً: منهج وأدوات جمع البيانات
18 ص	I- منهج الدراسة
19 ص	II- أدوات جمع البيانات
19 ص	1- خطوات تصميم الاستمارة
20 ص	أ- تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها

ص 20	ج- وضع الأسئلة في أشكالها المختارة
ص 21	د- اختيار الاستمارة
ص 22	هـ- الإعداد النهائي للاستمارة
ص 22	ثامنا: العينة وبعض القياسات المستخدمة
ص 22	I- مجتمع الدراسة
ص 23	II- عينة الدراسة
ص 23	1- وحدة العينة
ص 23	2- إطار الدراسة
ص 24	3- تحديد حجم العينة
ص 24	4- طريقة اختيار العينة
ص 27	III- القياسات المستخدمة في الدراسة
ص 27	1- التكرارات والنسب المئوية

### الفصل الثاني: الاتصال السياسي والوعي السياسي

ص 29	المبحث الأول: الاتصال السياسي
ص 29	أولا: تعريف الاتصال السياسي
ص 33	ثانيا: المداخل النظرية المعاصرة للاتصال السياسي
ص 33	I- النظريات التي تتعلق بالقائم بالاتصال
ص 33	1- نظرية ترتيب الأولويات
ص 37	2- نظرية الاتصال الشخصي
ص 41	II- النظريات المتعلقة بالجمهور
ص 41	1- نظرية الاستخدامات والإشباع
ص 45	2- نظرية المعالجة المعلوماتية
ص 47	ثالثا: نماذج الاتصال السياسي
ص 47	1- النموذج الاستراتيجي
ص 49	2- النموذج النسقي أو المعلوماتي
ص 50	3- النموذج السلوكي
ص 51	4- النموذج النقدي
ص 52	5- النموذج الحواري
ص 53	6- النموذج التقني
ص 54	رابعا: مستويات الاتصال السياسي
ص 54	I- المستوى الوطني للاتصال السياسي
ص 54	1- أهداف الاتصال السياسي الداخلي

ص 54	أ- تأثير في اتجاهات الرأي العام
ص 55	ج- ارقابة على الحكومة
ص 55	- التسويق السياسي
ص 56	2- قنوات الاتصال السياسي الداخلي
ص 56	أ- المؤسسات ذات الطابع التنظيمي
ص 56	ب- الجمعيات غير الحكومية
ص 56	ج- المؤسسات الإعلامية
ص 57	د- القنوات الخاصة
ص 58	II- المستوى الدولي للاتصال السياسي
ص 58	1- أنواع الاتصال السياسي الدولي
ص 58	أ- الاتصال الرسمي المؤسسي
ص 58	ب- الاتصالات على المستوى القيادي
ص 58	ج- الاتصالات المؤسسية غير الرسمية
ص 59	د- الاتصالات الفردية
ص 59	2- أشكال الاتصال السياسي الدولي
ص 60	أ- الإعلام
ص 60	ب- الدعاية
ص 62	3- الفرق بين الاتصال السياسي الداخلي والخارجي
ص 62	خامسا: وسائل الاتصال السياسي
ص 63	I- وسائل الاتصال الجماهيري
ص 63	1- الوسائل المطبوعة
ص 66	2- وسائل الاتصال الإلكترونية
ص 70	أ- الإذاعة
ص 70	ب- التلفزيون
ص 72	II- الاتصال عن طريق المنظمات
ص 72	1- المنظمات السياسية
ص 74	2- المنظمات غير الرسمية
ص 76	3- الاتصال اعن طريق الاتصال غير الرسمي
ص 77	سابعاً تأثيرات الاتصال السياسي
ص 77	1- اتضاح حدود المسaire والمغايرة
ص 77	2- تحول الأنظار إلى موضوعات سياسية محددة
ص 78	3- إثارة الشك السياسي

ص 78	5- الوفرة الاتصالية السياسية
ص 78	6- شيوع الأفق الغربي في النظرة السياسية
ص 79	7- شيوع تسميات وتعميمات براءة
ص 80	8- المقارنة والتطلع السياسي
ص 80	المبحث الثاني: الوعي السياسي
ص 81	أولاً: تعريف الوعي السياسي
ص 81	1- الوعي لغة
ص 81	2- الوعي اصطلاحاً
ص 82	3- تعريف الوعي السياسي
ص 85	4- التعريف الإجرائي للوعي السياسي
ص 85	ثانياً: النظريات المفسرة للوعي السياسي
ص 86	1- الاتجاهات الكلاسيكية في الفكر السياسي الاجتماعي وقضية الوعي السياسي
ص 86	1- في العصر اليوناني
ص 86	2- في العصر الوسيط
ص 91	3- الفلسفة السياسية في الإسلام
ص 93	4- قضية الوعي السياسي في عصر النهضة
ص 96	5- قضية الوعي السياسي في القرن الثامن عشر
ص 101	II- الاتجاهات السوسولوجية والاهتمام بالوعي السياسي
ص 104	1- الاتجاه البنائي الوظيفي
ص 104	2- الاتجاه الماركسي
ص 109	3- اتجاه الصفوة
ص 113	4- الاتجاه الفونولوجي
ص 116	III- الاتجاه السلوكي ودراسة الوعي السياسي
ص 118	ثالثاً: مراحل التنشئة السياسية والوعي السياسي
ص 123	I- تعريف التنشئة السياسية
ص 123	II- مراحل التنشئة السياسية
ص 123	1- الأسرة
ص 123	2- المدرسة
ص 125	3- جماعة الرفاق
ص 126	4- النظام السياسي
ص 127	5- الدين
ص 128	6- المنظمات الطوعية

ص 128	
ص 129	رابعاً: وسائل الإعلام والوعي السياسي
ص 131	1- تأثير وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية
ص 132	1- التأثير المعرفي
ص 133	2- التأثير العاطفي
ص 135	3- التأثير السلوكي
<b>الفصل الثالث: قناة الجزيرة النشأة والتطور</b>	
ص 137	المبحث الأول: الفضائيات الإخبارية
ص 138	I- الأنواع الصحفية المستخدمة في التلفزيون
ص 138	1- الخبر التلفزيوني
ص 138	2- الرسالة الإخبارية
ص 139	3- التصريح الإخباري
ص 139	4- المقابلة الإخبارية
ص 139	5- التقرير الإخباري
ص 140	6- المقال الافتتاحي
ص 140	7- الروبرتاج
ص 141	8- التعليق التلفزيوني
ص 141	9- التحقيق التلفزيوني
ص 141	10- البث المباشر
ص 142	11- عناوين الأخبار
ص 142	12- شريط الأخبار
ص 143	II- نماذج من التغطية التلفزيونية للأحداث السياسية
ص 151	III- نماذج من الفضائيات الإخبارية العالمية
ص 149	1- الفضائيات الإخبارية العربية
ص 149	أ- شبكة الأخبار العربية ANN
ص 151	2- الفضائيات الإخبارية العالمية
ص 151	أ- الشبكة الإخبارية العالمية CNN
ص 155	ب- محطة يورونيوز الإخبارية EURO NEWS
ص 159	المبحث الثاني: قناة الجزيرة
ص 160	I- النشأة والتطور
ص 163	II- الهيكلية الإدارية والتمويل والإعلان
ص 167	III- أهداف قناة الجزيرة.
ص 170	IV- مساهمة قناة الجزيرة والطبعة النرامحية و برامج القناة



### الفصل الرابع: عادات وأنماط المشاهدة

ص 249

ص 250

ص 252

ص 254

ص 255

ص 258

ص 259

ص 260

ص 261

ص 262

ص 263

ص 264

ص 265

ص 266

ص 267

ص 268

ص 269

ص 270

ص 271

ص 272

ص 273

ص 274

ص 275

ص 276

ص 277

ص 278

ص 280

ص 300

ص 303

ص 301

ص 312

51 -	توزيع عينه الدراسة حسب نوعه المعلومات التي تتلقاها من الحصص الإخبارية
52 -	توزيع عينة الدراسة حسب نوعية المعلومات التي تتلقاها من الحصص الإخبارية والنوع
53 -	توزيع عينة الدراسة حسب القضايا والمواضيع التي تهمهم
54 -	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع القضايا و التي تهمهم والنوع
55 -	توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع القضايا و التي تهمهم والمستوى الدراسي
56 -	توزيع عينة الدراسة حسب موضوعية قناة الجزيرة
57 -	توزيع عينة الدراسة حسب أسباب موضوعية قناة الجزيرة
58 -	توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم موضوعية قناة الجزيرة
59 -	توزيع عينة الدراسة حسب مدى تذكر المعلومات المستقاة من الحصص
60 -	توزيع عينة الدراسة حسب مدى تذكر المعلومات المستقاة من الحصص والنوع
61 -	توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني مواقف واتجاهات من الحصص
62 -	توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني مواقف واتجاهات من الحصص والنوع
63 -	توزيع عينة الدراسة حسب مدى تبني مواقف واتجاهات من الحصص والمستوى الدراسي
64 -	توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة المعلومات مع الآخرين
65 -	توزيع عينة الدراسة حسب مناقشة المعلومات مع الآخرين والنوع
66 -	توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة المعلومات السياسية
67 -	توزيع عينة الدراسة حسب معية مناقشة المعلومات السياسية والنوع
68 -	توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية
69 -	توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية والنوع
70 -	توزيع عينة الدراسة حسب نشر المعلومات السياسية والمستوى الدراسي
71 -	توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمواقف السياسية
72 -	توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمواقف السياسية والنوع
73 -	توزيع عينة الدراسة حسب إقناع الآخرين بالمواقف السياسية والمستوى الدراسي
74 -	توزيع عينة الدراسة حسب المشاركة في الحصص الإخبارية
75 -	توزيع عينة الدراسة حسب وسيلة المشاركة في الحصص الإخبارية
	نتائج الدراسة
	الخاتمة
	الملاحق
	قائمة المراجع والمصادر
	فهرس الموضوعات