



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3 -
كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري
قسم صحافة



الفضائيات الإخبارية ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر -دراسة ميدانية على عينة من ولايات الشرق الجزائري-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام و الاتصال

فرع: صحافة

إشراف:
أ.د/الطاهر اجنيم

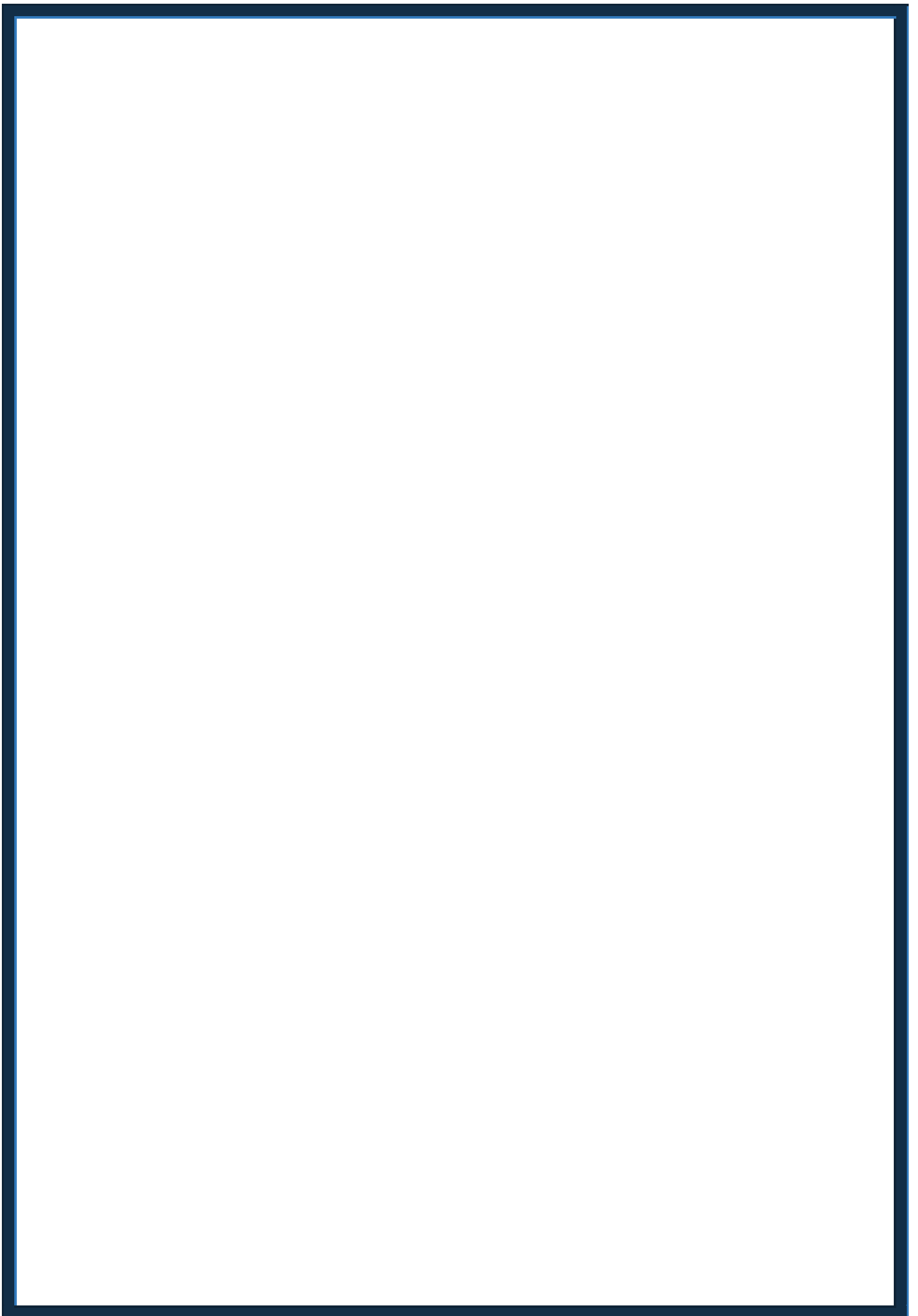
إعداد الطالبة:
رندة هنوز

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا
مشرفا ومقررا
عضوا مناقشا
عضوا مناقشا
عضوا مناقشا
عضوا مناقشا

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3
جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3
جامعة باجي مختار عنابة
جامعة 8ماي 1945-قائمة
جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3
جامعة باجي مختار- عنابة

أ.د/ ادريس بولكعبيات
أ.د/ الطاهر اجنيم
د/عبد الغني أعراب
د/منية دحدوح
د/عادل جريوة
د/لبنى أحمان



شكر وتقدير

باسم الله ولله الحمد على كثير نعمه و فضله و جوده و كرمه ،و الصلاة

والسلام على رسول الله وبعده:

أتوجه بأسمى آيات الشكر و التقدير و العرفان بالجميل لأستاذي القدير
المشرف على هذا العمل أ.د الطاهر اجغيم على نصائحه العلمية وتوجيهاته
القيمة، والتي استرشدنا بها ليس فقط في هذا العمل و إنما منذ سنوات
التدرج، فله منا خالص الدعوات بأن يجعلها الله في ميزان حسناته.

كما أتوجه بخالص احترامي و تقديري لأعضاء اللجنة المناقشة الأجلاء وعلى
رأسهم أ.د/ ادريس بولكعبيات ، د/عبد الغني أعراب د/منية
دحدوح،د/عادل جربوعة،د/لبنى أحمان ، و أشكرهم على تفضلهم
بمناقشة هذا العمل.

كما لا يفوتني أن أوجه خالص شكري وامتناني للسادة المحكمين على
أداة الدراسة، وكل من ساعدني من قريب أو بعيد من أهلي و أصدقائي.



الاهداء



الحمد لله حمدا كثيرا مباركا فيه أن وفقني وسددني في حياتي ، وبلغني أن
أرى هذا العمل كما أردت له أن يكون، فله الحمد والمنة .
كما أود أن أتوجه بخالص حبي وامتناني إلى الذين كانوا سببا فيما أنا عليه الآن:
"أمي" وقرّة عيني وصاحبتي وقُدوتي حفظها الله وأدام عليها صحتها وقوتها.
إلى معلمي الأول "أبي" الحبيب رحمة الله عليه
إلى من كان لي في مرتبة الأب و الأخ و الصديق خالي محمد
إلى خالتي التي أحبها كثيرا كريمة
إلى عمي ياسين سعدون وسعاد سعدون ، وعمي عبد الحفيظ سلمانني
من القلب شكرا لكم
إلى إخوتي الأحباء راضية ، عبد الحق ، أميرة،
إلى الذين صدقوا في محبتي وكان لي مكان في قلوبهم

الفضائيات الإخبارية ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر

-دراسة ميدانية على عينة من ولايات الشرق الجزائري-

يهدف البحث الحالي إلى الكشف عن الدور الأكثر تعقيداً للقنوات الفضائية الإخبارية كأداة للاتصال الدولي السياسي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر ، ولقد انطلقنا من التعرف على عاداتهم ودوافعهم لمشاهدة الفضائيات الإخبارية ، ثم دراسة العلاقة بين اعتمادهم على الفضائيات الإخبارية و التمثلات والسلوكيات السياسية. ووفقاً لذلك استرشدنا بالفرضيات البحثية التالية:

1. هناك تقدير عال لأداء الفضائيات الاخبارية لدى المبحوثين بناء على الأبعاد الأداء المهني للفضائيات الاخبارية على المستوى السياسي.

2. هناك علاقة بين الاعتماد على الفضائيات الاخبارية و نوعية التمثلات حول البيئة السياسية لدى أفراد العينة (القضايا السياسية الجزائرية، التحول الديمقراطي، الإصلاح السياسي، ثورات الربيع العربي...).

3. هناك علاقة بين الاعتماد على الفضائيات الاخبارية و نوعية السلوكات السياسية لأفراد العينة (المشاركة السياسية المؤسسة، المشاركة السياسية غير المؤسسة).

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح لعينة عرضية من 335 طالباً جامعياً في ثلاث مدن رئيسية في الجزائر: سطيف، وقسنطينة، وباتنة، وصمنا استبياناً بناء على أبحاث معاصرة أخرى في مجال الإعلام والوعي السياسي. وخلصت النتائج الرئيسية لهذه الدراسة فيما يلي:

1. أكثر القنوات مشاهدة لدى المبحوثين هي: قناة " الجزيرة" و France24 .

2. أبرز القضايا السياسية التي تهم المبحوثين على الفضائيات الإخبارية هي: القضايا الجزائرية والحرب في سوريا، والقضايا الأقل أهمية بالنسبة إليهم هي السياسة في الولايات المتحدة الأمريكية، وروسيا، وتركيا.

3. هناك تقديرات عالية المستوى بين المستجيبين لقنوات الأخبار الفضائية على أساس بعض أبعاد الأداء المهني في المجال السياسي مثل: تنوع مصادر الأخبار. الجودة العالية للإنتاج، والمهارات العالية للإعلاميين .

4. توجد علاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية والتمثلات الإيجابية نحو بعض القضايا السياسية مثل الربيع العربي، والدمقرطة، ومن ناحية أخرى هناك علاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية والتمثلات السلبية نحو بعض القضايا السياسية الأخرى مثل قضايا السياسة في الجزائر، والتركيز على الصراعات السياسية في المنطقة العربية.

الملخص

5. هناك علاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر للمعلومات و السلوكات السياسية عبر الطرق غير الرسمية مثل المناقشات السياسية ، أو البحث عن الأحداث السياسية عبر دعائم أخرى ، ولكن القنوات الفضائية الإخبارية لا تستطيع تغيير سلوكياتهم لتكون أكثر نشاطاً وأكثر تفاعلاً في الأحزاب السياسية أو المجتمع المدني.

الكلمات المفتاحية: الفضائيات الإخبارية؛ الوعي السياسي؛ الأخبار؛ الاتصال السياسي.

ABSTRACT

News Satellite Channels and their role in developing the political awareness among university's youth In Algeria

-A field study applied to a sample in the east Algerian province-

Abstract:

Our research explores the more complicated role of News Satellite Channels as a tool of political International communication in developing the political awareness among university's youth In Algeria, it begun by exploring their habits and motivations for watching news satellite channels, then examined the relationship between their dependency on news satellite channels and their political representations and political behaviors. Accordingly the Following hypothesis have guided this research:

- *The respondents have a high level estimation for the news satellite channels based on their professional performance in politics*
- *There is a relationship between the dependency on news satellite channels and the representation to political issues (Algerian issues, political reform, Arab spring, democratic transformation...)*
- *There ie a relationship between the dependency on news satellite channels and their political behaviors (Formal and informal political participation)*

A survey was administrated to an accidental sample of 335 university's students in three major east cities in Algeria: Setif, Constantine, Batna at their large universities, and we designed questionnaire guided by other contemporary

ABSTRACT

research about media and political awareness. The main findings of this study are:

- *The high rated channels according to respondents are Al-Jazeera and France 24.*
- *The most highlighted issues that interest the respondents are: Algerian Issues and the war in Syria , and the less interested issues are the politics in USA, Russia ,and Turkey.*
- *There is a high level estimation among respondents for the news satellite channels based on some professional performance in politics : The diversity of news resources; the high quality of production, and the good skills of presentators.*
- *There is a relationship between the dependency on news satellite channels and the positive representation to some political issues as Arab Spring, and the democratization, and in other hand there is a relationship between the dependency on news satellite channels and the negative representation to some other political issues as politics in Algeria, and the focus on political struggles in Arab area.*
- *There is a relationship between the dependency on news satellite channels as source of information and the political behaviors in informal ways like discussions, making research on the political events in other supports, but news satellite channels could not change their behaviors to be more active and more engaged in political parties or civic society.*

Key words: News Satellite Channels ; political awareness; News.

فهرس المحتويات

أب	مقدمة
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
02	1-الإشكالية
05	2-تساؤلات الدراسة
05	3-أسباب اختيار الموضوع
06	4-أهمية الدراسة
07	5-أهداف الدراسة
08	6-منظور الدراسة
09	7-الدراسات السابقة
26	8-فرضيات الدراسة
27	9- تحديد المفاهيم
31	10-مجالات الدراسة
32	11-منهج الدراسة
33	12- مجتمع البحث وعينة الدراسة
36	12- أداة جمع البيانات
الفصل الثاني: الأخبار و السياسة : مقارنة ارتباطية	
40	1-الاتصال السياسي كمدخل أساسي
41	2-العناصر العامة للصناعة الإخبارية
48	2-1-الخبر كسلعة
49	2-2-سوق الأخبار
54	3-2-جمهور الأخبار و أنماط الاستهلاك
57	3-الاتجاهات النظرية لدراسة الأخبار
58	3-1-الاتجاه الاقتصادي

61	2-3-الاتجاه السياسي
64	3-3-الاتجاه المهني
68	4-3-الاتجاه التكنولوجي
69	5-3-الاتجاه الثقافي
70	3-المحددات السياسية للأخبار الدولية -تفسيرات نظرية-
71	1-3 تطور الطلب على الأخبار الدولية
73	2-3-النظريات المفسرة للتبادل الإخباري على الصعيد الدولي

الفصل الثالث: إيكولوجيا الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية

88	1-البث الفضائي في المنطقة العربية ودعائه
88	1-1-من الناحية التقنية
91	2-1-من الناحية التشريعية
105	2- الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية
105	1-2- بنية النظام الإعلامي العربي ومستوياته
107	2-2- نشأة الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية
110	3-2- مراحل تطور الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية
114	4-2- الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية وتوجهاتها
124	5-2- الإشكاليات السياسية المتعلقة بالفضائيات الإخبارية

الفصل الرابع: الوعي السياسي -مفاهيم ونظريات-

138	1-الجذور الفكرية و السياسية للوعي
141	2-المفاهيم المرتبطة بالوعي السياسي
141	1-2- التنشئة السياسية
142	2-2-الثقافة السياسية
143	3-2-المشاركة السياسية
145	4-2-التنمية السياسية

146	5-2- الإصلاح السياسي
149	3- مصادر الوعي السياسي
154	4- مستويات الوعي السياسي
156	5- الوعي السياسي في منظومة وسائل الإعلام
158	6- تأثيرات وسائل الإعلام على تكوين الوعي السياسي
158	6-1- التأثيرات المعرفية
159	6-2- التأثيرات الوجدانية
161	6-3- التأثيرات السلوكية.
الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات الميدانية	
166	1- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بال محور الأول عادات وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية
177	2- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بال محور الثاني حول إدراك الشباب الجامعي لأبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية
204	3- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة الثالث: حول الفضائيات الإخبارية وتمثلات الشباب الجامعي حول القضايا السياسية
234	4- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بال محور الرابع حول الفضائيات الإخبارية والسلوكات السياسية للشباب الجامعي
الفصل السادس: نتائج الدراسة	
258	1-النتائج العامة للدراسة
258	1-1- عادات وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية
260	1-2- إدراك الأبعاد المهنية للأداء الإعلامي للفضائيات الإخبارية في المجال السياسي
265	1-3- الفضائيات الإخبارية و التمثلات السياسية
272	1-4- الفضائيات الإخبارية واتجاهات السلوكات السياسية
276	2-نتائج الدراسة في ضوء فرضيات الدراسة
282	خاتمة
284	قائمة المراجع
298	الملاحق
299	استبيان الدراسة الميدانية

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع	34
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	35
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الانتماء السياسي	35
04	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على نوع الفضائيات الإخبارية التي يتابعونها.	166
05	يبين توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول عدد المرات التي يطلعون فيها على الأخبار عبر الفضائيات الإخبارية بشكل يومي	167
06	يبين توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مكانة الفضائيات الإخبارية كمصدر للأخبار	168
07	يبين توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب دوافع اعتمادهم على الفضائيات الإخبارية	169
08	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلاتهم للفضائيات الإخبارية	171
09	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مشاهدتهم للنشرات الإخبارية	172
10	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم لشريط الأخبار	173
11	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للبرامج التحليلية	174
12	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للبرامج الحوارية	176
13	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تحديدهم لمتى ملكية الفضائيات الإخبارية	177
14	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تحديدهم لتوجهات الفضائيات الإخبارية	179
15	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مؤشرات تصنيفهم للتوجهات السياسية للفضائيات الإخبارية	182
16	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مراعاتهم لتوافق الفضائيات الإخبارية وتوجهاتهم	183
17	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مستويات الثقة من خلال نوع الفضائيات الإخبارية	184
18	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول أسباب الثقة في الفضائيات الإخبارية العربية	185
19	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب أسباب ثقتهم في الفضائيات الإخبارية الغربية	186
20	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة "تقدم الفضائيات الإخبارية معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر	187

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
21	الجدول رقم (21) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تنوع الفضائيات الاخبارية في مصادر المواد الإعلامية بين شهود، تصريحات لمسؤولين، إعلام المواطن"	189
22	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تستعين الفضائيات الاخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم"	190
23	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تحقق الفضائيات الإخبارية السبق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام"	191
24	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة والفاعلة سياسيا على الفضائيات الإخبارية"	192
25	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة ": اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث"	193
26	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تنتهك الفضائيات الاخبارية بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على السبق"	195
27	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة تركز الفضائيات الإخبارية على القضايا السياسية المهمة لأجندة ملاكها والمعلنين الاقتصاديين"	196
28	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " هنالك انحياز في اختيار الضيوف والفاعلين السياسين في التغطية الإخبارية"	197
29	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " يتمتع إخراج البرامج في الفضائيات الاخبارية بالجودة الفنية والديكور بالتجديد والحيوية"	198
30	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " اعتماد الفضائيات الاخبارية على الرسوم التوضيحية والخزائط والمواد الأرشيفية يزيد درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية"	199
31	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " لا يراعي الإعلاميون في الفضائيات الاخبارية التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة"	200
32	يوضح توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة " يتمتع الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية بخلفية جيدة حول المواضيع السياسية التي يطرحونها"	201
33	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " الإعلاميون يجيدون التفاعل مع الضيوف والجمهور ولكن لا يديرون الوقت بشكل جيد"	202
34	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " يلجأ بعض الإعلاميين إلى الآداء الاستفزازي لأجل تحقيق شعبية أكثر لبرامجهم"	203

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
35	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول أهم المضامين السياسية التي يتابعونها عبر الفضائيات الإخبارية	204
36	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول الدور السياسي للفضائيات الإخبارية	211
37	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "للقضايا السياسية في الجزائر مساحة مهمة على الفضائيات الإخبارية"	212
38	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تشكك الفضائيات الإخبارية في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون السياسية في الجزائر"	213
39	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "لا تبرز الفضائيات الإخبارية أنشطة المجتمع المدني في الجزائر وتقلل من فاعلية الأحزاب سياسياً"	214
40	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة "تركز الفضائيات الإخبارية على الخلافات العربية ما يزيد حدة التوترات الإقليمية"	215
41	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تشجع الفضائيات الإخبارية على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي"	216
42	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة "تروج الفضائيات الإخبارية للثورات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة"	217
43	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية تظهر الديمقراطية على أنه الحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات"	218
44	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تعبير الفضائيات العربية عن اهتمامات والطموحات السياسية للشوارع العربي أكثر من الأنظمة السياسية"	219
45	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تحرض الفضائيات الإخبارية على إثارة العنف الطائفي وسياسة التمييز"	220
46	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تساهم الفضائيات الإخبارية في تقبل الآخر (الغرب)"	221
47	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية تعمل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر والوطن العربي"	222
48	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية العربية لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الدولة، عودة اللاجئين)"	223
49	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تركز الفضائيات الإخبارية على الصراعات السياسية في العراق أكثر من حالة الإنسانية للشعب"	224

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
50	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " الخطاب السياسي للفضائيات الإخبارية تغير اتجاه اسرائيل (تفادي الحروب والمواجهات المسلحة ...)	226
51	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تؤكد الفضائيات الإخبارية على البعد الإنساني لقضايا اللاجئين"	227
52	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقة للأزمة السورية وتركز على تضليل الرأي العام حولها"	228
53	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تقسيم العراق هو نتيجة طبيعية للنزاعات الطائفية التي كانت الفضائيات الإخبارية عاملا فيها"	229
54	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تحظى قوى المعارضة في العالم العربي بحضور قوي على الفضائيات الإخبارية"	230
55	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تغلب الصبغة الدينية على المواضيع المتعلقة بالإرهاب وجماعته في الفضائيات الإخبارية"	231
56	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تظهر الفضائيات الإخبارية الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقتها"	232
57	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تشجع الفضائيات الإخبارية على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية"	234
58	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تقلل الفضائيات الإخبارية من الدور الحزبي في صنع القرار السياسي في الوطن العربي"	235
59	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تشجعي متابعتي للفضائيات الإخبارية على التحول إلى ناشط سياسي"	236
60	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تجعلني الفضائيات الإخبارية أؤيد فكرة الاحتجاجات الجماعية لإصلاح الأوضاع (إضرابات أو مسيرات احتجاجية تقوم بها الجماعات السياسية أو النقابية)"	237
61	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " متابعتي للفضائيات الإخبارية يزيد من رغبتني في تولي منصب سياسي ما"	238
62	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "أشترك في المناقشات السياسية بالمعلومات التي أحصل عليها من الفضائيات الإخبارية"	239
63	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " متابعتي للفضائيات الإخبارية تزيد من رغبتني في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي."	240

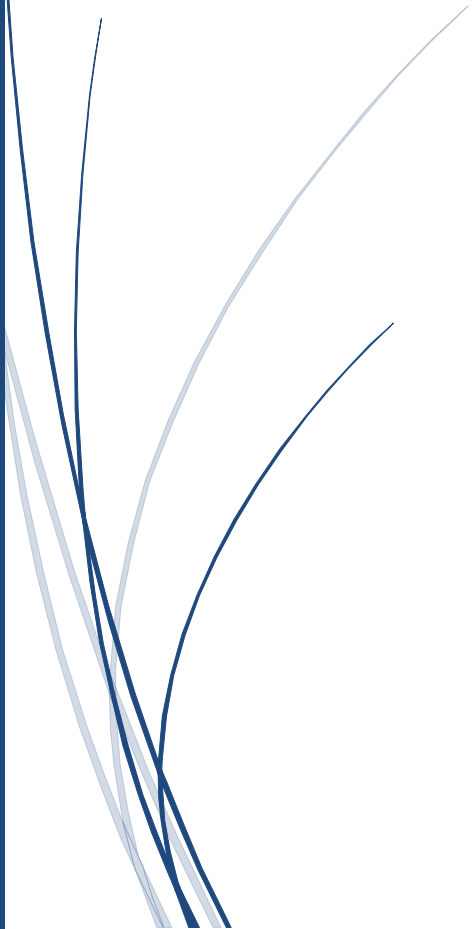
فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
64	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أتابع حلقات الحوار والندوات السياسية على الفضائيات الإخبارية وأشارك في التعبير عن رأيي فيها"	241
65	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أستغرق في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية"	242
66	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أحلل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتي بغض النظر عن آراء المحللين"	243
67	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أعبّر عن رأيي السياسية في المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية"	244
68	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أميل إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين أنجب بأدائهم على الفضائيات الإخبارية"	245
69	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أقتبس بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على الفضائيات الإخبارية في محادثات يومية"	246
70	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أبحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية في الكتب أو عبر الأنترنت وغيرها"	247
71	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " الفضائيات الإخبارية تزيد من ثقتي بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد"	248
72	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أجد إلى مشاهدة اللقاءات السياسية للمسؤولين على الفضائيات الإخبارية عوضا عن حضور تجمعاتهم بشكل شخصي"	250
73	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أقوم بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمني من خلال معارفي التي أستقيها من الفضائيات الإخبارية"	251
74	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أستجيب للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي"	252
75	يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " للفضائيات الإخبارية دور مهم في تشكيل المفهوم الحقيقي للمشاركة السياسية بوصفها تعبيراً عن المواطنة والاشتراك في صنع القرار السياسي"	253

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
34	نمذج لفاعلي الاتصال السياسي في المجتمع حسب لاسويل	01
44	نمذج الاتصال السياسي حسب بارلوف	02
44	نمذج فاعلي الاتصال السياسي حسب جيرالد كلينا و كورن هوستر	03
64	نمذج فاعلي الاتصال السياسي حسب فولتير و برانتز	04

مقدمة



مقدمة

تبرز تنمية الوعي السياسي كأحد أهم المقومات التي تنبني عليها المواطنة في أي دولة؛ بحيث أنه آلية مهمة لدعم سلوك الأفراد باتجاه إدراك بيئتهم السياسية، وتوسيع أفق اهتمامهم بالشأن العام، وبخاصة إذا تعلق الأمر بنوعية الممارسة السياسية التي تتحقق عبر جملة المعارف و المعلومات التي يستقيها المواطنون من مختلف المصادر ، والتي تتنوع تبعاً للبيئة ونمط التنشئة الاجتماعية .

ولعل اللافت و المميز لعصرنا الحالي أن المصادر الدولية و العالمية أصبحت من العوامل المساهمة في زيادة المعلومات السياسية، و أصبح الرهان يتركز على كسب الرأي العام العالمي خاصة في ظل توسيع نطاق الهيمنة الدولية لأقطاب القوة في العالم، بحيث أن هذا التسابق لا يمكن أن يحقق أهدافهم من دون استخدام وسائل الإعلام، وتسخير كافة المعطيات التكنولوجية لأجل زيادة فاعليتها، لذلك فقد تركز الاعتماد على الفضائيات الإخبارية العابرة للحدود كجزء من استراتيجية موسعة لموازنة القوى الدولية في منظور الرأي العام العالمي.

ولقد تطورت الفضائيات الإخبارية في ظل التحولات التكنولوجية ، وتعدد مخرجات الأخبار ومصادرها، والنماذج الجديدة للملكية العالمية، وظهور المراكز الإعلامية الجديدة و المراكز الإعلامية الناشئة، لدرجة أصبح من الصعب التمييز بين التدفقات الإخبارية الغربية و منافسيها. فتحول المشهد الإعلامي العالمي إلى شبكة متعددة الأصوات ومتعددة الوسائط. وأصبحت الفضائيات الإخبارية تتنافس في سوق مكتظة وعلى درجة عالية من المنافسة، بالإضافة إلى التداخل فيما بينها، كما أنها تتنافس مع عدد متزايد من القنوات الإخبارية الإقليمية و الوطنية.

وتميزت الفضائيات الإخبارية منذ بداية ظهورها مع شبكة CNN الأمريكية بنمط معين في تداول الأخبار وعرضها، يعتمد على زيادة حجم التدفق الإخباري ، وأصبحت نموذجاً يحتذى به في الطرح السياسي الإعلامي، ومثلاً سائداً في كل التجارب اللاحقة للفضائيات الإخبارية مما كانت الجهة المالكة لها، كما أنها تركز على زيادة مساحات الحوار مع الفاعلين السياسيين، الذين وجدوا مساحة لهم لإبراز وجهات نظرهم وتفعيل النقاشات حول منجزاتهم.

وأوجدت الفضائيات الإخبارية في العالم مناخاً سياسياً متميزاً يتسم بالتنوع الإيديولوجي، و التحول نحو أنماط محددة من المفاهيم السياسية التي تشجع في معظمها توسيع هامش الحريات السياسية، و التي تنبني على أسس ديمقراطية كمدخل مهم لأي مبادرات للسير نحو التقدم و التطور في مختلف المجالات، لذلك فإن هذا النوع من الوسائل يعتبر مهدداً للأنظمة السلطوية واختراقاً واضحاً لمنظومتها السياسية التي عادة ماتتعارض مع هذه الأفكار .

وفي الجزائر بدأ الاهتمام بالفضائيات الإخبارية في مرحلة مبكرة، و شكلت مصادر مهمة للمعلومات حول القضايا الدولية و حتى الوطنية، بالنظر إلى الانغلاق الذي عرفته الساحة الإعلامية الوطنية بسبب احتكار الدولة للبث التلفزيوني و الإذاعي، والذي تحرر بشكل جزئي بعد إصلاحات سياسية و إصدار قانون للإعلام جديد عام 2012.

لذلك استهدفت الدراسة الحالية التعرف على دور الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر، بحيث لا تزال هناك الحاجة للمزيد من الدراسات التي تعنى بأبعاد الإعلام الدولي على الأفراد ضمن الأطر الوطنية. ولقد قمنا بتحديد ثلاث محاور أساسية كأهداف فرعية لهذه الدراسة، أولها إدراك الشباب الجامعي في الجزائر لأبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية، وثانيا معرفة تماثلهم حول مختلف القضايا السياسية، وأخيرا معرفة اتجاهات سلوكياتهم السياسية. ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، و استمارة الاستبيان كأداة أساسية للدراسة وزعت على عينة قوامها 335 مفردة في كل ولاية قسنطينة، وولاية سطيف، وولاية باتنة. ولقد وجدنا صعوبة في توزيع الاستبيان بالنظر إلى قلة المتعرضين للفضائيات الإخبارية على اختلافها في الأوساط الجامعية.

وقسمت الدراسة إلى الفصول التالية:

الفصل الأول: وهو موضوع الدراسة ويتضمن الإشكالية المطروحة و الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع، والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة، وأهميتها، إضافة إلى الدراسات السابقة، ومنظور الدراسة، والفرضيات، كما تعرضنا هذا الفصل بعرض المفاهيم الخاصة بهذه الدراسة ومختلف العناصر المتعلقة بالإجراءات المنهجية.

الفصل الثاني : وهو يتعرض لعلاقة الأخبار بالسياسة من منظور ارتباطي ، حيث تناولنا موضوع الاتصال السياسي بشقية الوطني و الدولي، و الصناعة الإخبارية ، بالإضافة إلى المحددات السياسية للتبادل الإخباري الدولي.

الفصل الثالث: ويتناول هذا الفصل موضوع إيكولوجيا الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية، من خلال تأسيسها وعرض نماذج عنها، وما يتعلق بها إشكالات سياسية.

الفصل الرابع : وهو خاص الوعي السياسي كمتغير تابع في هذه الدراسة، وما يتعلق بها من مفاهيم ونظريات .

الفصل الخامس: وهو فصل الدراسة الميدانية ، و استعرضنا فيه أهم المحاور التي انبنت عليها الدراسة الميدانية من خلال تحليل البيانات وتفسيرها ، ثم عرض النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة.

الفصل السادس: وهو الفصل الخاص بالنتائج العامة للدراسة الميدانية، و عرضها في ضوء فرضيات البحث.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- التساؤلات الفرعية.
- 3- أسباب اختيار الموضوع.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- أهداف الدراسة.
- 6- منظور الدراسة.
- 7- الدراسات السابقة.
- 8- تحديد المفاهيم.
- 9- مجالات الدراسة.
- 10- منهج الدراسة.
- 11- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 12- أداة جمع البيانات

1- إشكالية الدراسة.

شكلت مسائل الاتصال السياسي وصناعة الرأي العام أحد أهم المجالات البحثية، التي تأسست عليها علوم الإعلام والاتصال كحقل علمي مستقل ومرتبطة في نفس الوقت بمختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبدأ ذلك مع الإسهامات الأولى لـ "هارولد لاسويل" Lasswell.H الذي كان له دور مهم في تقديم نماذج تفسيرية لما يمكن أن يحدث من تحولات على المستوى الفردي والجمعي، في إطار العلاقة التي تربط بين كل من الجمهور، النظام السياسي و وسائل الإعلام؛ هذه الثلاثية التي بنيت عليها معظم التفسيرات والنماذج التي تحدد الفاعلين وأدوارهم ضمن المجال السياسي العام في أي دولة مهما كانت مرجعياتها.

وإن كانت خارطة الفاعلين في الاتصال السياسي على المستوى الوطني تبدو أقل تعقيدا، فإنها لا تبرز بنفس الطريقة على المستوى الدولي بالنظر إلى التداخل والتشابك الذي يميز علاقة الفاعلين؛ الذين تتبني علاقاتهم على تحقيق أهداف أساسية يحققها لهم الاتصال السياسي الدولي، تتركز في معظمها على التسويق الفكري والأيديولوجي والسياسي والاقتصادي للدول، وهنا تبرز التطورات التكنولوجية لوسائل الاتصال الجماهيري كفرصة قوية إن لم نقل الفرصة المثالية لأجل توسيع مدى الأفكار السياسية لأي دولة ونشر أيديولوجيتها.

وتركيزنا على القنوات التلفزيونية الإخبارية الفضائية كنوع متخصص من أنواع هذه الوسائل الجماهيرية كانت له مبرراته، التي ارتكزت في أنها - ومنذ بداية انتشارها في ثمانينات القرن الماضي - كانت الوسيلة التي تعدت فاعليتها مستوى التسويق السياسي والأيديولوجي للأفكار، إلى تحقيق أبعاد التوسع الإمبريالي الغربي، الذي كان مستترا بمجموعة المفاهيم والشعارات كـ "التدفق الحر للمعلومات" "Free Flow Of Information"، حرية الإعلام "Freedom of Press"، و"حرية الرأي والتعبير" "Freedom of Speech"، بحيث شكلت هذه المفاهيم الترسنة الفكرية والتشريعية لأي انتشار محتمل لوسائل الإعلام خارج حدود الدولة الواحدة. وفي مرحلة التسعينات وبعد سقوط الثنائية القطبية برزت مفاهيم أخرى دعمت الأفكار السابقة على غرار فكر العولمة Globalization، مجتمع المعلومات Information Society، المجتمع الشبكي Network Society، وكلها بطريقة أو بأخرى تسعى لأن تؤسس لنموذج موحد ومتجانس للمجتمع العالمي لتحقيق الرؤية الاستشرافية للولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية في السيطرة على العالم. وهنا شكلت الفضائيات آلية مهمة للنفوذ والهيمنة الإعلامية للدول المتقدمة، مستغلة بذلك ما تتيحه تقنيات البث الفضائي من إمكانيات للتغلب على

مشاكل البث و التلقي وما يمكن أن تفرضه الدول من تشريعات مانعة لها، وفي حالة وجود أي عوائق من هذا من فإنه يتم الضغط على الحكومات لأجل التعاطي مع التكنولوجيا عموماً كآمر حتمي و ضروري .

هذا بالتحديد مع حدث مع الدول العربية أين تحقق مشروع القنوات الفضائية بفعل إرادة سياسية للحكام العرب، مدفوعة بجملة ضغوطات مارستها الدول الغربية لأجل الدخول إلى الفضاء المفتوح للتكنولوجيا، ورغم تخوفهم منه إلا أنها بدت على أنها مسأيرة للعصر ومتطلباته، وفرصة لاستكمال "الإصلاحات السياسية"؛ بحيث تزيل عنها بعض الصفات الاستبدادية كونها الحارس الأكبر لتداول الأفكار و انتقالها، ونستطيع أن نقول أن الفضائيات قد أعطت الضوء الأخضر لبداية عهد جديد انحسر فيه الدور التقليدي للدولة في السيطرة على الأفكار ليمتد إلى مجالات أوسع من الاهتمامات في إطار العلاقات العامة الدولية.

إن الغايات السياسية التي تحكمت في نشأة القنوات الفضائية بشكل عام ، هي نفسها التي مهدت لظهور الفضائيات الإخبارية بحيث كانت مشروعاً ذو غايات فكرية و أيديولوجية؛ إضافة إلى كونها تعبيراً عن مختلف التيارات السياسية، فإنها تعبير كذلك على الأبعاد التوسعية و المهيمنة لأي جهة مالكة بحيث تسعى من خلالها إلى إثبات وزنها وقوتها السياسية على الساحة الدولية، ونمط الأخبار المتداول فيها مؤشراً هام يحدد رؤيتها إزاء مختلف القضايا و الأحداث. وهنا أصبح الوطن العربي - كغيره من دول العالم - أمام موجة من القنوات الفضائية الإخبارية على اختلافها عربية، أجنبية ، وموجهة ناطقة بالعربية، وقد أحدث هذا الوضع ازدواجية بين المفاهيم و التأثيرات التي تتراوح بين الانفتاح على الآخر و التبعية لنماذج الغربية تشكل المرجعيات في العمل الإخباري، كما برزت أطر جديدة للممارسة السياسية بمفاهيم ديمقراطية اختلفت عن ما كان معهوداً من ممارسات سلطوية .

ولتحديد طبيعة الأدوار المستجدة للفضائيات الإخبارية على الصعيد السياسي فإننا سننظر لها من خلال بعدين أولهما: وهو المجال العام الذي تعمل فيه هذه الوسائل و الذي يشمل العلاقة مع الأنظمة السياسية وحدود النفوذ الاقتصادي لملاكها، والطريقة التي أعادت بها صياغة الميولات و التحولات الاجتماعية و السياسية؛ فالفضائيات الإخبارية تخلق مجالاً تمتد فيه الأفكار السياسية لتجاوز العوائق التي تضعها الأنظمة السياسية المتسلطة، لتحاول الوصول إلى الشرائح والمستويات الأدنى من الأفراد في أي دولة، بحيث تشكل بوتقة تلتقي فيها مختلف الأخبار والمعلومات عن ما يجري في العالم

من أحداث وقضايا، وتعطي أبعاداً مختلفة للعملية السياسية عن تلك المتعارف عليها في المدى الضيق للدولة، كما أنها تتيح التحرر الجزئي من قيود الأنظمة العربية لتظهر وجوه وقضايا عتم عليها الإعلام الرسمي لفترات طويلة.

فالوظيفة السياسية للفضائيات الإخبارية تنبني على ربط العلاقة بين الأحداث في العالم و الفرد العادي، الذي يمكن أن يتحول إلى "مواطن عليم" Informed Citizen وذلك عبر تنمية الوعي السياسي لديه، وهذه الوظيفة لا يمكن بأي حال أن تتحقق إلا من خلال جزئيات المعارف اليومية التي يكتسبها الفرد يوميا من خلال نشرات الأخبار أو البرامج السياسية، فهي على حد تعبير "بارلوف" (Perloff.2014) «أن الأفراد عند متابعة الإعلام عن الأفكار السياسية كلقضايا أو الفاعلين فإنهم يؤسسون لخارطة ذهنية حول العالم السياسي و الاجتماعي خارج نطاق التجارب المباشرة».

أما البعد الثاني فهو يستند إلى الحقول البحثية و مفاهيمها التي أثرت على طبيعة التصورات و التفسيرات والمواقف الفكرية التي صيغت حولها، و التي كانت معظم الإسهامات فيها تندرج ضمن المنظور البنائي الوظيفي، والمنظور النقدي الذي يربط بين أساليب السيطرة و الملكية ونوعية الرسائل، بالإضافة إلى نظريات الاستخدامات الاشباعية، الأجندة و غيرها، و كل هذه النظريات شكلت المرجعيات الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في افتراضاتها المقدمة، بحيث ترى أن وسائل الإعلام ترتبط في علاقة ثنائية مع النظام السياسي من جهة و الجمهور من جهة أخرى بحيث تعمل على دعم المعلومات لأنها مصدر لها بالنسبة للجمهور، فهذه النظرية هي الأنسب عند دراسة "الإعلام المأسس" لتركيزها على علاقة وسائل الإعلام كوسيط فاعل في العلاقة الدينامكية التي تنتقل بمقتضاها الأفكار السياسية في المجتمع في أوقات السلم و الحرب، خاصة و أن العالم يعيش أوضاعا مشحونة وللغاية وهو ما يجعلنا نستبعد نظريتي الدور الاجتماعي و النظرية الوظيفية اللتان تفترضان الاستقرار في الفعل الاجتماعي.

و في المجتمعات الشمولية كالجائر تطرح قضايا تنمية الوعي السياسي بشكل مستمر ، لكونه من المقومات التي تنبني عليها المواطنة السلمية للفرد، وبالنظر إلى أن الجزائر تستقبل القنوات الفضائية الإخبارية منذ فترة التسعينات ، فإننا نفترض أنها عامل مهم من عوامل تنمية الوعي السياسي، فهي النافذة التي يطل منها المتلقي الجزائري على الأحداث العالمية في صراعاتها و تجاذباتها، ف"الخبر" كوحدة يشكل تراكبات تعمل على تنمية الوعي السياسي ، على الرغم من أننا في هذا السياق تنبني مبدأ "التشابه الإخباري" الذي يفترض وجود نسق متكرر من الأحداث في كل الفضائيات الإخبارية بناء

على مصادرها، واخترنا الشباب الجامعي كقناة مهمة تساعدنا على الوصول لفهم أعمق لأبعد هذه الظاهرة وذلك بمحاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يتحدد دور الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر؟

2- التساؤلات الفرعية:

قمنا بتحديد مجموعة من التساؤلات الفرعية التي نطرحها بناء على التساؤل الرئيسي وهي كالتالي:

1. ماهي عادات و أنماط التعرض للفضائيات الإخبارية لدى المبحوثين ؟
2. كيف يدرك المبحوثون أبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية على المستوى السياسي؟
3. ماهي نوعية التمثلات التي تكونها الفضائيات الإخبارية عن القضايا السياسية العالمية لدى المبحوثين؟
4. ماهي نوعية السلوكيات السياسية التي يتبناها المبحوثون جراء التعرض للفضائيات الإخبارية؟

3- أسباب اختيار الموضوع :

لقد كان اختيار هذا الموضوع بناء على مجموعة المبررات الذاتية و الموضوعية يمكن أن نوردتها في النقاط التالية :

❖ لقد كان لموضوع الاتصال السياسي الدولي مجال واسع ضمن اهتماماتي البحثية مثل: العولمة السياسية وتداعياتها، وكذا قضايا "الوحدة العربية" و " الصراع العربي الإسرائيلي ، وكان للفضائيات الإخبارية دور مهم في ذلك، ذلك أنها كانت تؤسس لجانب من الرؤى التي لا طالما تبينتها إزاء بعض القضايا السياسية المطروحة ، ولكن في مراحل متقدمة أدركت أنه يجب البحث في خلفيات هذه القنوات و الطريقة التي تعمل وفقها، والتي لا يمكن أن تنكشف إلا من خلال قراءات معمقة و البحث في أسسها ودعائمها . ولقد قادتني هذه القراءات فيما بعد للتساؤل حول وضع الشباب الجامعي الجزائري و الطريقة التي يستجيب بها لهذه المضامين السياسية، وانعكاسها على وعيه السياسي، رغم أنها ليست بالوسيلة التي تسعى إلى التدعيم بالمعلومات الصحيحة و الأخبار الواقعية ، لأنها مشروع إيديولوجي مشبع بالتوجهات الكامنة التي لا تعرف إلا في سياق البحث و التحليل في البنى المكونة لهذه الفضائيات.

❖ أصبحت قضايا الوعي السياسي في الجزائر أحد المجالات التي تستدعي البحث من حيث عوامل تشكله وتميئته، وهي العملية التي تتداخل فيها مجموعة كبيرة من العوامل من بينها وسائل الإعلام ، ولكن إذا تعلق الأمر بالسياسة الدولية تبرز الفضائيات الإخبارية إلى الواجهة كونها تعمل على مستوى شامل بحيث لا تكفي برقعة جغرافية محددة، وبالتالي

فإنها أحد المصادر المهمة للمعلومات حول البيئة السياسية العالمية في الجزائر، حيث تعمل على إعادة تمثيل هذه البيئة لدى جمهورها وفق مقتضيات توجهاتها ومصالحها.

❖ لقد أصبح من الضروري التطرق للفضائيات الإخبارية ودورها في تشكيل المواقف والاتجاهات السياسية، خاصة بعد ظهور وسائل أخرى منافسة من وسائط الإعلام الجديد، فمن الجدير التركيز على معرفة مكانتها في ظل هذه الوسائط التي أصبحت تنال قسطا مهما من اهتمام الباحثين لحداتها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي، إلا أن هذا لا يجعلنا نتراجع عن الاهتمام بالإعلام التقليدي و المأسس.

❖ إن حجم ما نستقبله من فضائيات إخبارية "أجنبية" في الجزائر يشكل كذلك بؤرة اهتمام بالنسبة لأي باحث، فلا زلنا بحاجة للبحث و التعمق فيها وما يمكن أن تحدثه من تحولات و تأثيرات تنعكس على الفرد الجزائري فهي تتيح له التعرف على قضايا السياسة في العالم و الطريقة التي تدار بها الأزمات السياسية، كما تمنحه مجالاً مختلفاً من حيث تعدد وجهات النظر المطروحة في هذه الفضائيات التي في أغلبها تمثل أقطاب السياسة في العالم وتمثيلاً لوزنها على الساحة الدولية السياسية ف CNN تمثل الولايات المتحدة، وفرنسا تعتبر France24 لسان حالها، كما تمثل BBC و Sky News المملكة المتحدة، ونفس الأمر ينطبق على الفضائيات الإخبارية العربية كـ " الجزيرة" و "العربية"، وهي بطريقة ما تفرض علينا استيعاب خطاباتها الفكرية السياسة بما يستهدف الوعي السياسي للجزائريين.

4- أهمية الدراسة:

إن هذه الدراسة تكسب أهميتها من خلال العناصر التي تركز عليها أثناء البحث النظري و البحث التطبيقي الميداني، بالإضافة إلى جملة المتغيرات التي تلقي الضوء عليها بالوصف و التحليل وهي تتجلى في النقاط التالية:

❖ إن مجمل المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال البحث البيبليوغرافي تكسب البحث أبعاداً مختلفة ترتكز إلى وضع المتغيرات الأساسية للبحث موضع مساءلة وجدل للوصول إلى ماهو أعمق مما تظهر عليها، فقد كانت الفضائيات الإخبارية في إطار توسعها تظهر على أنها جزء من توجهات تجارية تعمل على توسيع نطاق التحكم في المشهد الإعلامي العالمي في ظل المنافسة الشرسة التي تميز سوق الإعلام، ولكنها كوسيط مشبعة بإيديولوجيات و ثقافات تستهدف تسويد نموذج موحد للعالم، ومعظم الأدبيات الأجنبية أو العربية تعتبر أنه من الضروري توسيع الاتجاهات للبحث أكثر في آليات عملها ونطاق تأثيراتها المختلفة بناء على بنيتها.

❖ تفيد هذه الدراسة في ربط العلاقة ما بين الدور السياسي للفضائيات الإخبارية و انعكاساته على تنمية الوعي السياسي، بحيث أن هذا الدور الذي تمارسه لا يتعلق بنوعية الأحداث و القضايا السياسية وإنما بما يتحقق من تمثلات حولها، فتراكبات الأخبار التي تشكل الوحدة الأساسية في بنية برامج القنوات الإخبارية الفضائية تحدد في كثير من الأحيان طرق استجابة المتلقي للقضايا السياسية نفسها سواء عن طريق الدعم أو التغيير أو التعديل لمخزون معلوماته السياسية، وفي النهاية بسلبياتها وإيجابياتها تشرك المواطن العادي في المسائل السياسية الدولية خارج نطاق الدولة التي يعيش فيها.

❖ لقد لاحظنا أثناء مرحلة البحث حول الدراسات السابقة، وجود قصور في التعرض لتأثيرات الإعلام الإخباري والوافد على الجانب المعرفي و السلوكي الخاص بالآثار السياسية المحتملة على الأفراد في الجزائر، لهذا فإن الدراسة الحالية تركز على هذا الجانب كجزء من التفاعل الفعلي مع مضامين هذه الفضائيات الإخبارية، فهذه الفضائيات في معظمها تبث من دول ذات أنظمة ديمقراطية تعزز المشاركة السياسية والمجتمعية وتعطي نماذج جيدة عنها، ولكن بالمقابل فإن هذه الدراسة تعمل عن تحديد نمط هذه المعارف والسلوكيات في توافقها مع الطبيعة الشمولية للنظام الجزائري.

❖ أما تتناول فئة مهمة من المجتمع ألا وهي الشباب الجامعي في الجزائر ، الذي عادة ما يشكل ذخيرة الأمة التي يعتمد عليها في إطار التنمية و التقدم الذي يحمل مستقبل الأمة على عاتقه ، ومعرفة توجهاته واهتماماته السياسية على المستوى الدولي الأشمل و ما يتحكم فيها يعد من ضمن المؤشرات التي تساهم في فهم الكثير من العوامل التي تتحكم في التحولات السياسية التي يكون للشباب علاقة مباشرة فيها، فمنذ ثورات الربيع العربي كثر الحديث عن علاقة الإعلام الجديد بتنمية الوعي السياسي لدى الشباب ، وذلك من خلال التغيرات السياسية التي مست الوطن العربي، في حين تضاعف الاهتمام بالإعلام التقليدي في علاقته بذلك، لذلك فهذه الدراسة –ضمن الإطار الزمني الذي أجريت فيه- ستساهم في توسيع الفاعلين في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب بالاعتماد على رصد معارفهم و سلوكياتهم من خلال تعرضهم للفضائيات الإخبارية.

5- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في معرفة الطريقة التي يتحدد بها دور الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر ، ويندرج ضمن هذا الهدف العام جملة من الأهداف الفرعية هي:

- تحديد عادات و أنماط التعرض للفضائيات الإخبارية لدى الشباب الجامعي من حيث حجم تعرضه للأخبار، وأهم الفضائيات الإخبارية التي يفضل متابعتها.
- معرفة أهم الأسس التي يدرك من خلالها الشباب الجامعي أبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية في المجال السياسي بناء على معرفته بأنماط ملكية الفضائيات الإخبارية و توجهاتها، و بعض الأطر التي تميز معالجتها الإعلامية و حرفيتها في مجال نقل الخبر.
- التعرف على تمثلات الشباب الجامعي الجزائري حول أهم القضايا السياسية و تداعياتها على المستوى الدولي، حيث تعطينا هذه التمثلات مؤشرا أوليا للوعي السياسي من خلال أنها تمثل اتحاد المكون المعرفي والوجداني له .
- الكشف عن نوعية والسلوكيات السياسية لدى الشباب الجامعي جراء التعرض للفضائيات الإخبارية، وذلك عبر تحديد نمطين منها وهي والسلوكيات السياسية المؤسسة والتي يمكن ان تسهم في تفعيل الحراك حول القضايا العامة في الوطن، و السلوكيات السياسية غير المؤسسة التي تكون خارج الأطر الرسمية للممارسة السياسية .

6- منظور الدراسة:

إن اختيار المنظور المناسب للدراسة يعد خطوة مهمة في البحث، وهذا راجع إلى أن الإسهام النظري في تفسير إن اختيار المنظور المناسب للدراسة يعد خطوة مهمة في البحث، وهذا راجع إلى أن الإسهام النظري في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة يعطي هوية للبحث و يحيل إلى أبعاد أكثر ثباتا وعلمية، لذلك فإن مقتضيات الدراسة و متغيراتها قادتنا إلى اختيار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "لساندر بول روكيتش"، و "ملفين ديفلير" كونها من النظريات التي تناسب تفسير الظواهر المتعلقة بالاتصال السياسي و التأثيرات الناجمة عنه، كما أنها تقدم تفسيرات لمستويات تأثير وسائل الإعلام من جوانب معرفية ، وجدانية ، وسلوكية ، تتوافق مع متطلبات قياس الوعي السياسي ومفاهيمه و التي تنطلق كذلك من جوانب معرفية ، وجدانية ، وسلوكية.

وترى هذه النظرية على أنه في المجتمع الحديث أعضاء الجمهور يعتمدون على وسائل الإعلام في تكوين معارفهم، وتتوقف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام على درجة اتجاه المجتمع إلى التغيير، ودرجة عمل وكفاءة نظام الإعلام في المجتمع، كما أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته و يحصل على أهداف معينة، ولذلك فإنها تقترب من

الفكرة الأساسية لنموذج الاستخدامات و الإشباعات، لكنها تختلف عنه في افتراض العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي والمجتمع.

كما أن هذه النظرية تفسر تأثير وسائل الإعلام في ظروف التغيير الاجتماعي، التي تزيد من تبعية الجمهور لوسائل الإعلام، لذلك فمن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير كيف يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. (نصر. 2008. ص 245)

و تعتمد النظرية على المسائل الرئيسية التي طرحتها النظريات الاجتماعية كاهتمام البناء الوظيفي بالاستقرار الاجتماعي، والتركيز على التغيير الخاص بنظرية الصراع الاجتماعي، والتأكيد على التكيف الاجتماعي للنموذج التطوري، والتركيز على إنشاء المعاني في المنظور التبادلي للتفاعلية الرمزية، وتفسير العوامل الفردية (البواعث، القيم، المواقف، السلوك) من النموذج الإدراكي. (العبد الله. 2006. ص 226)

و هناك طريقة لوصف نظرية الاعتماد على نظام وسائل الإعلام، وهي القول بأنها نظرية "بيئية": فهي تركز على العلاقات بين النظم الصغرى، المتوسطة، والكبيرة ومكوناتها، فالنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، وهي تبحث في كيف أن أجزاء من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وقد تكون مثل هذه العلاقات تتسلط عليها الصراعات أو تكون متعاونة، وقد تكون ديناميكية ومتغيرة، أو ساكنة ومنظمة، كما أنها قد تتراوح بين أن تكون مباشرة وقوية أو العكس. (ديفلير و روكيتش. 2004. ص 414)

7- الدراسات السابقة:

تعتبر مرحلة الإطلاع على الدراسات السابقة ذات فائدة مهمة للباحث، الذي تتوفر له من خلالها جملة المعلومات حول مختلف جوانب الموضوع الذي يدرسه، و مجمل الأفكار و النتائج التي طرحت من قبل و التي تقدم له فكرة واضحة عن موقع بحثه الحالي من خارطة هذه الدراسات، وكشف أي تداخلات بينها ومقارنة إجراءاتها ونتائجها، لذلك فإن الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة الحالية تعددت في مجملها وسنعرضها كما يلي:

7-1- الدراسات الجزائرية و العربية:

الدراسة الأولى: يجاوي ، عبد الحق.(2011).نشرات قناة الجزيرة الإخبارية و الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي -دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة-

تتناول هذه الدراسة جانبا من جوانب الإعلام الإخباري ، و الذي يسלט -حسب قواعده الأيديولوجية- اهتمامه على قضايا تخدم منحاه العام ، ومن ضمن ذلك العدد الكبير من القنوات الإخبارية العالمية تتخذ هذه الدراسة قناة الجزيرة الإخبارية موضوعا للدراسة وهي بدورها تتخذ من قضية الصراع العربي الإسرائيلي موضوعا لها على شاشتها، من خلال بث مضامين توعوية نقدية لتاريخ القضية وحاضرها. لذلك ومن هذا المنطلق تتخذ الدراسة موضوعها من أثر الرسائل التوعوية و التعريفية بالجوانب السياسية التي تخص الصراع العربي الإسرائيلي، على المتلقين عبر شاشة "الجزيرة"، ويعني ذلك كشف العلاقة بين مشاهدة نشرات "الجزيرة" الإخبارية ومستوى الوعي السياسي بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي وذلك انطلاقا من التساؤل التالي: هل توجد علاقة ارتباطية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي لدى أساتذة التعليم الثانوي؟ كما سعت الدراسة إلى اختبار الفرضيات الفرعية التالية :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف الجنس؟
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف المواد المدروسة؟
 - توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة، وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي لدى أفراد العينة.
 - تختلف العلاقة الإرتباطية بين متابعة النشرات الإخبارية في قناة الجزيرة، وبين مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي باختلاف تخصص المواد لمدروسة لدى أفراد العينة.
- ولقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي كمنهج رئيسي للدراسة ، وعلى الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة من أفراد العينة الذين بلغ عددهم 118 مفردة من كل ثانويات الموجودة بمدينة الجلفة . ولقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- عدم وجود فروق دالة بين الجنسين في مستوى الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي و عدم وجود فروق دالة أيضا بين أساتذة المواد الأدبية و الإنسانية و المواد التطبيقية على مستوى المتغير نفسه.
- وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بصفة جزئية بين مستوى مشاهدة نشرات الجزيرة الإخبارية لدى أفراد العينة ومستوى وعيهم السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي ، وفيما يخص الفرضيتين الرابعة والخامسة ، فلم تكن هناك دلالة إحصائية للفروق بين معاملات الارتباط من جهة و بين تخصص المواد المدروسة من جهة أخرى .

التعليق على الدراسة : لقد تناولت هذه الدراسة موضوع الجزيرة كقناة فضائية إخبارية و حصرت موضوع الوعي السياسي بقضايا الصراع العربي الإسرائيلي ، لذلك فمسألة الوعي السياسي بالنسبة للباحث تتركز في المعرفة السياسية التي نعتبرها في دراستنا جزءا من بنيته إلى جانب عناصر أخرى أغفلت في البحث خاصة تلك المتعلقة بالسلوك السياسي، إلا أن الباحث تمكن من تحليل الجوانب التي تجعل من قناة "الجزيرة" مدعما للوعي بالصراع العربي الإسرائيلي من خلال النشرات الإخبارية التي تبثها بشكل يومي، ولوبصفة جزئية كما خلص إليه في دراسته.

الدراسة الثانية: الفقيه ، محمد عبد الوهاب (2000). الدور السياسي للتلفزيون في اليمن: دراسة مسحية و ميدانية.

تستهدف هذه الدراسة معرفة الدور الذي يؤديه التلفزيون في معارف الشباب اليمني الإخبارية والسياسية، ومدى قيام التلفزيون اليمني بوظيفة وضع الأولويات للشباب اليمني خاصة في ظل ارتفاع معدلات الأمية في المجتمع اليمني، وتتحدد مشكلة البحث في دراسة العلاقة التبادلية بين حجم تغطية التلفزيون اليمني للقضايا و الأحداث المختلفة خلال فترة زمنية محددة، و إدراك الشباب اليمني لهذه القضايا و درجات الاهتمام التي يوليها لتلك القضايا، أي اختبار مدى قيام "التلفزيون اليمني" بوظيفة وضع ترتيب الأولويات وذلك في ضوء المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في ضعف أو قوة هذه العلاقة بين قائمة أولويات التلفزيون وقائمة أولويات الشباب الجامعي. و لأجل ذلك حدد الباحث الفروض التالية :

- هناك ارتباط إيجابي بين قائمة أولويات اهتمامات التلفزيون اليمني للقضايا العامة وبين قائمة أولويات اهتمامات الشباب اليمني لذات القضايا العامة.
- كلما زادت مناقشة الشباب للقضايا العامة مع الآخرين، زاد التشابه بين أولويات اهتمامات القضايا العامة لدى كل من التلفزيون والشباب اليمني.

- تختلف قدرة التلفزيون على وضع أولويات الشباب اليمني بالنسبة للقضايا العامة باختلاف طبيعة تلك القضايا.
- تختلف قوة الارتباط بين قائمة أولويات التلفزيون وقائمة أولويات الشباب اليمني باختلاف متغيراتهم الديمغرافية.
- تختلف قدرة التلفزيون اليمني على وضع أولويات القضايا العامة لدى الشباب وفقا لاختلاف انتماءاتهم السياسية.

ولقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح بوصفه منهجا شائعا في الدراسات الإعلامية ودراسات وضع الأولويات، كما اعتمد على أداتي "استمارة تحليل محتوى المضمون الإخباري و السياسي للتلفزيون اليمني" و "استمارة الاستقصاء الميداني" لجمع البيانات من عينة الجمهور و التي بلغ عددها 400 مفردة من الشباب اليمني.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود ارتباط إيجابي قوي بين ترتيب التلفزيون اليمني للقضايا العامة وبين ترتيب الشباب اليمني لهذه القضايا، وهذا يعني أن التلفزيون اليمني يقوم بوظيفة وضع الأولويات بالنسبة للشباب اليمني.
- وجود تقارب كبير بين التلفزيون و ترتيب المبحوثين بمختلف درجات ميلهم لمناقشة القضايا العامة، بالنسبة للقضايا السياسية اليمنية و القضايا الاقتصادية المحلية وبالنسبة للقضايا العربية، وحتى بالنسبة للقضايا والأحداث الطارئة، إلا أن الفرق كان واضحا في بالنسبة للقضايا الدولية، فقد احتلت القضايا السياسية اليمنية الترتيب الأول لدى كل من التلفزيون و ولدى المبحوثين الذين يتناقشون مع غيرهم.
- لا توجد فروق جوهرية كبيرة بين الذكور و الإناث في ترتيبهم للقضايا العامة وترتيب التلفزيون للقضايا العامة، فمتغير النوع لم يؤثر على قوة العلاقة الارتباطية بين ترتيب التلفزيون للقضايا العامة و ترتيب الشباب اليمني لذات القضايا العامة.

- لا توجد فروق جوهرية واضحة بين قائمة أولويات الشباب من مختلف الأعمار وترتيبهم للقضايا العامة، وبالتالي فمتغير الدخل لم يؤثر في قوة العلاقة الارتباطية بين أولويات التلفزيون وأولويات الشباب للقضايا العامة.

التعليق على الدراسة: لقد تعرضت هذه الدراسة لموضوع مهم تعلق بدور التلفزيون في وضع أولويات الشباب للقضايا العامة، بحيث ساهمت في توضيح جزء مهم من الدور السياسي للتلفزيون في علاقته بترتيب الاهتمامات نحو القضايا السياسية، وهو يعيننا في هذا الشق بالتحديد بالنظر إلى أن الإسهام في تنمية الوعي السياسي ينطلق من إدراك مختلف

الأبعاد التي تنبثق من فعالية المضمون السياسي و الإخباري في تحديد جملة اتجاهات و اهتمامات للجمهور نحو القضايا السياسية.

الدراسة الثالثة: القطان، إمام شكري إبراهيم.(2009). دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب- دراسة ميدانية-

استهدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات و انطلقت من التساؤل الرئيسي التالي: ماهو الدور الذي تلعبه الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات ؟ واستندت هذه الدراسة إلى مجموعة من الفرضيات وردت كالآتي:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة طلاب الجامعات للقنوات الفضائية الإخبارية ومستوى الوعي السياسي لديهم.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة طلاب الجامعات للبرامج السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية الإخبارية ومستوى الوعي السياسي لديهم.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة طلاب للقنوات الفضائية الإخبارية ومستوى ثقمتهم في هذه القنوات.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في مستوى الوعي السياسي باختلاف المتغيرات الديمغرافية (النوع،المستوى الدراسي، الكلية، المستوى الاجتماعي و الاقتصادي) لصالح الذكور .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في درجة اعتمادهم على الفضائيات العربية الإخبارية كمصدر للحصول على المعلومات و المعارف السياسية باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى الدراسي، نوع الكلية، المستوى الاقتصادي و الاجتماعي).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في دوافع تعرضهم للفضائيات العربية الإخبارية باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع، المستوى الاجتماعي و الاقتصادي).

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي و التحليلي، وطبقت الدراسة التحليلية على عينة من البرامج السياسية المذاعة بقناتي "الجزيرة" و "النيل"، وهذه البرامج هي برنامج "الاتجاه المعاكس" و برنامج "خطوط وحدود"، وتم تحليل البرنامجين لمدة دورتين كاملتين (ثلاثة أشهر) من 2007/10/1 إلى غاية 2007/12/31 بمعدل 13 حلقة. أما الدراسة الميدانية فقد شملت 400 مفردة من طلاب الجامعة (جامعة بنها) وذلك من الفترة الممتدة من 2008/04/19 إلى 2008/05/03 وجاءت النتائج كالتالي:

- قناة "الجزيرة" في مقدمة الفضائيات الإخبارية العربية التي يحرص الطلاب الجامعيون على مشاهدتها.
- الموضوعات السياسية و البرامج السياسية جاءت في مقدمة الموضوعات التي يقبل طلاب الجامعة على مشاهدتها.
- أهم مظاهر استفادة طلاب الجامعة من المضمون السياسي المقدم في القنوات العربية الإخبارية، جاءت متمثلة في المعارف و المعلومات السياسية، إكساب القيم السياسية وزيادة المشاركة السياسية.

التعليق على الدراسة: إن هذه الدراسة تشترك في جميع المتغيرات التي تتناولها دراستنا وعمدت إلى تقسيم الوعي السياسي بناء على المكون المعرفي المتمثل في المعارف السياسية، المكون الوجداني المتمثل في القيم السياسية، و المكون السلوكي من خلال المشاركة السياسية، لذلك فقد اعتمدنا بصفة جزئية على هذا التقسيم مع إجراء تعديلات تمثلت في التخلي عن القيم السياسية كمؤشر عن المكون الوجداني للوعي السياسي. كما أن هذه الدراسة قصرت تناول الفضائيات الإخبارية على قناتي "الجزيرة" و "النيل" فقط وأبرزت دورها بشكل كبير في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

الدراسة الرابعة: حلس، موسى عبد الرحيم و ناصر، علي المهدي.(2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي

الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني-دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر-

تسعى هذه الدراسة إلى تتبع انتشار وسائل الإعلام ودراسة تأثيرها على الوعي الاجتماعي بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على مشاهدة الشباب للوسائل المرئية، وبمعنى أدق التوصل إلى نتائج علمية و عملية لأهم إفرازات وسائل الإعلام على علاقة الناس و الفعاليات الاجتماعية و السلوك الاجتماعي، وكيفية مواجهة الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك. ولقد سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الوسائل الإعلامية الأكثر شيوعاً والتي يتعرض لها الشباب الفلسطيني؟
- ما حجم تعرض طلاب جامعة الأزهر لوسائل الإعلام؟
- ما حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي لطلاب جامعة الأزهر؟
- ماهي أشكال الوعي ومدى تعرض الشباب لوسائل الإعلام المرئية، وعلاقتها ببلورة مستوى معرفتهم ووعيهم بالقضايا المجتمعية؟
- ما مستوى إدراك الطلاب للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع الفلسطيني؟
- ما نوعية البرامج التي يقبل على مشاهدتها الشباب الجامعي؟
- ما دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي المتمثل في القيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية؟

وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد خصائص الظاهرة وتحليلها لقياس مدى وعي الشباب الجامعي للقضايا الأساسية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، ومدى دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي، لذلك فمنهج المسح هو المنهج الرئيسي للبحث. واعتمد الباحثان على أداة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتم تطبيقها على عينة طبقية عشوائية مقدارها حوالي 10% من طلبة كلية الآداب بجامعة الأزهر، وبلغ قوامها 219 مفردة بعد استبعاد 15 استمارة لعدم صلاحيتها. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- نسبة تعرض الطلاب لوسائل الإعلام بشكل دائم حوالي 92.7%، مما يؤكد ارتفاع دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي ويمثل الراديو المرتبة الأولى من حيث الأهمية.
- أكد المبحوثون على أهمية وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي بشكل كبير ومتوسط حيث بلغت النسبة 87.2%، من خلال متابعة الأحداث المحلية، وجاء انعكاساً لخصوصية المجتمع الفلسطيني بأبعادها المختلفة وخاصة السياسية منها.
- أبرزت الدراسة وعياً لدى الشباب بمختلف أنواع الوعي سواء على المستوى الاجتماعي والسياسي والاقتصادي، وتبين لنا من خلال المحور الخاص بالبرامج التي يقبل على مشاهدتها الشباب انعكاساً لخصوصية وتمايز المجتمع الفلسطيني.

■ بينت الدراسة أن الوعي جاء انعكاساً للوجود الاجتماعي و الذي ارتبط بما يعانيه الشباب الفلسطيني من حالة لها الخصوصية و التي تميزه عن غيره من الشباب العربي.

التعليق على الدراسة: تلتقي هذه الدراسة مع دراستنا في المتغيرات الأساسية التي تشكل بنية العنوان ولكن في إطارها الأعم ، ولكن برز التركيز على وسائل الإعلام المرئية و الوعي بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي كجزء هام في الطرح الذي قدمته الدراسة إلى جانب القضايا الاقتصادية و المشكلات الاجتماعية وكذا نقل التراث إلى الأجيال ، ولقد ساهمت هذه الدراسة في جانبها الميداني في تحديد نمط الأسئلة التي يمكن من خلالها ربط العلاقة ما بين التعرض لوسائل الإعلام و مستويات الوعي الاجتماعي لدى الشباب .

الدراسة الخامسة: ياسين، صباح. (2013). الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون و التأثير في النخب والرأي العام.

ركزت هذه الدراسة على التعرف على النخب العربية في الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، ودورها في تكوين الرأي العام، و التعبير عن حركة الاحتجاجات الشعبية العربية (الربيع العربي)، ومحاولة من أجل تلمس الآراء و الاتجاهات التي تمثلها خلفيات وتجارب وثقافة المشتركين في الإجابة عن تساؤلات الاستطلاع، ومن أجل الحصول على المعلومات حول طريقة التأثير و التأثير بأداء الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي إزاء القضايا و الموضوعات المتصلة بالشأن القومي، وبوجه خاص إزاء أهداف تحركات الشارع العربي الاحتجاجية. وقد تعرض الباحث لثلاث فرضيات أساسية هي:

H01: لا يوجد دور للتلفزيون الفضائي العربي في تعزيز الانتماء إلى الوطن والأمة العربية.

H02: لا يوجد دور للتلفزيون الفضائي العربي في تكوين الرأي العام للمواطن العربي.

H03: لا يوجد اهتمام المواطن العربي بالتلفزيون الفضائي العربي في أحداث الاحتجاجات (الربيع العربي).

تم تصميم استمارة استطلاع لهذا الغرض وفق منهج علمي، وهو ما يسهل إحصائياً تجميع المعلومات وتحليلها وتصنيفها في حقول دلالية، و بالتالي يمكن تفسيرها و الوصول إلى إجابات و بنسب مئوية، و تم توزيع الإستبانة على عينة من النخب العربية من جميع أقطار الوطن العربي، و الذين صادف وجوههم الباحث في أكثر من مناسبة كالتقاءات العلمية وغيرها. وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- التلفزيون الفضائي العربي جدد الوعي بوحدة الوطن العربي و المصير المشترك، وعزز الإدراك الشعبي بأهمية الوحدة العربية و العمل من أجل تحقيقها، وينعكس ذلك جليا في أن البث التلفزيوني الفضائي العربي لا يتجه نحو فئة معينة (جغرافيا) على أقل تقدير ، بل إن خطابه في الغالب قومي عبر معين اللغة العربية الواحدة، والهجوم العربية المشتركة.
- كشفت نتائج التحليل الإحصائي لاستمارة الاستبيان أن ثمة علاقات قائمة بين المحاور الثلاثة الرئيسية، و أن معامل الارتباط تشير على أن النخب العربية في الوقت الذي تجد فيه أن التلفزيون الفضائي العربي يساهم في تعزيز الانتماء إلى الوطن والأمة العربية، فهم يتمكن من تكوين اتجاهات الرأي العام، وتعبئة المواطن العربي نحو فعل التعبير عن رأيه وموقفه سواء بالاحتجاجات السلمية وغيرها، وهي نتيجة تحسب لمصلحة تمكن النخب العربية من التفاعل مع الوسيلة الاتصالية الأكثر تأثيرا بالمواطن و الشارع العربي وهي التلفزيون الفضائي، وهذه النتيجة ستؤثر الآن ولاحقا في أساليب التعبئة السياسية التي كانت الأحزاب أو منظمات المجتمع المدني المختلفة تنشط من خلالها من أجل التبشير بآرائها، عقائدها و مواقفها.

التعليق على الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات القيمة في مجال الإعلام الفضائي العربي في إطار التحولات التي عرفها الوطن العربي بعد الثورات و الاحتجاجات الشعبية، بحيث قدمت لنا إطار من القيم والأحكام التي بنيت على ممارسات القنوات الإخبارية العربية وربطها بالأطر و المرجعيات النظرية لتحليلها وتفسيرها، خاصة وأن النتائج كانت بالاعتماد على عينة من النخب العربية.

الدراسة السادسة: الجبوري، سلام عبد المهدي كريم.(2014). دور قناتي "الحرّة" و "BBC" الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن و الإمارات-دراسة مقارنة-

تبحث هذه الدراسة تأثير الفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية ومنها قناتي " الحرّة " و "BBC" على الوعي السياسي لدى الطلبة، حيث أن طلبة الجامعات في كل مكان يخضعون لمجموعة تحولات ومتغيرات و أحداث على كافة الأصعدة، هذه التحولات تؤثر بالضرورة على تكوين اتجاهاتهم وقيمهم وسلوكهم ، وتلعب هذه القنوات دورا مهما في التأثير على أفكار و اتجاهات الطلبة. لذلك فشكلة الدراسة تتلخص في التساؤل حول مدى اعتماد الشباب الجامعي الأردني و الإماراتي على قناتي "الحرّة" و "BBC" في التزود بالثقافة و المهارات ، ومتابعة الأحداث العربية و الدولية .واستندت هذه الدراسة إلى أربع فرضيات صفرية هي :

H01: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) في دور قناتي "الحرّة" و "BBC" في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير "النوع الاجتماعي".

H02: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) في دور قناتي "الحرّة" و "BBC" في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير "العمر".

H03: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) في دور قناتي "الحرّة" و "BBC" في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير "الجامعة".

H04: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \geq \alpha$) في دور قناتي "الحرّة" و "BBC" في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير "الكلية".

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي من خلاله قدم وصفا لدور قناتي "الحرّة" و "BBC" الناطقتين باللغة العربية في تشكيل الوعي السياسي واعتمد على الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة صممت خصيصا لهذا الغرض ووزعت على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من طلبة كل من جامعات: الجامعة الأردنية، جامعة الشرق الأوسط، جامعة البتراء، وأبرز النتائج التي خلص إليها الباحث جاءت كالآتي:

■ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بالقنوات الأكثر مشاهدة جاءت قناة BBC في المرتبة الأولى بنسبة 73.65% ثم قناة "الحرّة" بـ 62.25%.

■ نسبة المعايير المهنية في تغطية البرامج في القناتين كانت لقناة "الحرّة" بنسبة 55.61%، أما قناة BBC بلغت نسبة 75.65%، ويلاحظ أن المعايير المهنية التي تعتمدها القنوات الفضائية ومنها قناتا "الحرّة" و "العربية"، لا تلتزم بالمعايير المهنية وحتى الإنسانية، وإنما تعتمد معايير بما تنسجم مع سياسة القناة أو المؤسسة الإعلامية.

■ هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور قناة "الحرّة" و BBC في إثارة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة، وذلك في مجال التعرض ومتابعة قناة "الحرّة"، وكانت الفروق لصالح طلبة جامعة الشارقة، بينما في مجال التعرض و المتابعة لقناة BBC كانت لصالح طلبة الجامعة الأردنية. بينما لم تكن هناك

فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بالنسبة للقناتين في إثارة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة على باقي مجالات الدراسة.

■ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور قناة "الحرّة" و BBC في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الكلية في مجالي (مدى التعرض و المتابعة و دوافع التعرض) ، وكانت الفروق لصالح طلبة كلية الإعلام بالنسبة للقناتين.

التعليق على الدراسة: اهتمت هذه الدراسة بالفضائيات الإخبارية الموجهة، و التي تعني دراستنا كجزء من توجهات الفضائيات الإخبارية عموما ، ولقد كان تركيزها على الدور السياسي للقنوات الإخبارية الموجهة و إبراز آليات هذه الفضائيات في تكوين الآراء و الاتجاهات السياسية كجزء من عملية تشكيل الوعي السياسي، ولقد وفرت هذه الدراسة مؤشرات هامة في دراستنا على الطرق التي يتم من خلالها قياس الوعي السياسي بناء على التعرض لهذه الفضائيات.

الدراسة السابعة: الكواري، راشد. (2015). دور البرامج الإخبارية والحوارية في قناة الجزيرة في نشر الوعي السياسي.

تتجلى المشكلة البحثية في التساؤل حول دور البرامج الحوارية في قناة الجزيرة في نشر الوعي و الإصلاح السياسي في العالم العربي في سؤال جوهرى ينطلق من النجاح الذي عرفته الجزيرة في جذب الجمهور العربي لمشاهدتها، ومتابعة برامجها وسرعتها في نقل الخبر ومواكبته، و التحليل وجرأته في كسر المحرمات السياسية، وإحياء المفاهيم الديمقراطية و حقوق الإنسان العربي كنقاط تشكل الركيزة الأساسية لنشر الوعي، بحيث انطلقت من السؤال الجوهرى التالى:

ما قدرة وسائل الإعلام على تغطيتها لمحاولتها التأثير على مسارات الإصلاح؛ وهل التزمت قناة الجزيرة بشعارها المرفوع الرأى و الرأى الآخر؟، وتركزت الفروض الأساسية لهذه الدراسة فيما يلى:

- يساهم الإعلام في ارتفاع درجات الوعي المجتمعي في عملية التغيير الاجتماعي.
- يلعب الإعلام بكل أشكاله (سمعي، مرئي، مقروء) دورا في التأثير على الرأى العام وتشكيل توجهاته واتجاهاته.
- ساهم اهتمام قناة الجزيرة بالقضايا المستجدة و المزمّنة وذات الطبيعة الحساسة في المجتمع العربي- خصوصا الجانب السياسي منها- في خلق وعي سياسي لدى مشاهديها.

■ اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام و بالتحديد القنوات الفضائية ودورها في التأثير على الرؤية السياسية، وبالتحديد الوعي السياسي نخور الإصلاح، من خلال قياس مدى تعرضهم ومشاهدتهم للجزيرة، ومن خلال تقويمهم.

■ اختبار نظرية الغرس الثقافي، حيث يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي، نظرا للخصائص التي تميزه عن وسائل الاتصال الأخرى، وتقويم مدى فعالية الجزية كأداة إيصال وتواصل.

ولقد اندرجت هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية لمعرفة توجهات و آراء المجتمع العربي تجاه قناة الجزيرة والموضوعات التي تطرحها وكذلك معرفة آراء الخبراء، كما اعتمدت على الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة، وتم توزيعها على عينة قوامها 400 مفردة من الطلاب الجامعيين. وخلصت الدراسة في نتائجها إلى مايلي:

■ يرى المبحوثون أن قناة الجزيرة وضعت الديمقراطية على رأس اهتماماتها، وهي تطمح أن تكون جسرا بين الشعوب العربية.

■ البرامج الحوارية ساهمت في ثورات الربيع العربي، وفتحت آفاقا جديدة للوصول إلى الحقيقة، وإعلانها في برامجها الحوارية، ونشراتها الإخبارية بشكل لا غموض فيه.

■ الجزيرة تعرض وتهتم بالقضية الفلسطينية وتطرق إليها في مختلف برامجها الحوارية، وشهادة المشاهدين الذين تابعوا القناة لأنها استطاعت أن تعرض وجهات النظر كافة، وليس كما حاول البعض تصويرها بأنها أداة للتطبيع مع إسرائيل.

التعليق على الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الحديثة التي تناولت موضوع الفضائيات الإخبارية - ممثلة في قناة الجزيرة- و موضوع الوعي السياسي، ولقد ارتكز التحليل للنظرة التفاعلية للدور الذي تقوم به "الجزيرة" في نشر الوعي السياسي، حيث أن هذا الأخير يمثل -بالنسبة للباحث- إدراك جوانب الإصلاح السياسي بعد ثورات الربيع العربي، ذلك أنه استند إلى الإنجازات السابقة لقناة الجزيرة التي تحولت بفضلها إلى واحدة من أهم القنوات الإخبارية في العالم. ولقد ساهم هذا البحث في توفير جوانب أخرى لتحليل الدور السياسي للفضائيات الإخبارية المرتكزة على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الغرس الثقافي والتي من خلالها يمكن الوصول إلى أحكام تنبني على أسس معيارية في تحديد أساليب تنمية الوعي السياسي عبر الفضائيات الإخبارية.

2-7- الدراسات الأجنبية:

الدراسة الثامنة : أحمد، محمد خليفة أحمد.(2011). دور الأخبار السياسية على شبكة الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعات المصرية و الألمانية.

نظرت هذه الدراسة في العلاقة بين تعرض الطلبة الجامعيين للأخبار السياسية على شبكة الإنترنت والوعي السياسي لديهم، وذلك عبر تحديد أبعاد أساسية يقوم عليها قياس الوعي السياسي وذلك عبر تحديد الاهتمامات السياسية، المناقشة، المعارف السياسية، و المشاركة السياسية، في دولتين مختلفتين هما "مصر" و"ألمانيا"، وانطلق الباحث في ذلك من التساؤل الرئيسي التالي: ماهو دور الأخبار السياسية عبر شبكة الإنترنت في التأثير على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟

ولقد ركز الباحث في دراسته على الفرضيات التالية و هي:

H1: استخدام الأخبار السياسية على شبكة الإنترنت يرتبط بشكل إيجابي بالوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

H2: هناك فروق دالة بين طلبة الجامعة في ألمانيا، وكلية الجامعة في مصر في مستوى الوعي السياسي.

H3: الطلبة الجامعيون في الأنظمة الأكثر ديمقراطية، لهم مستوى وعي سياسي أعلى.

H4: استخدام الأخبار السياسية على الإنترنت يظهر اختلافات بين الذكور و الإناث في كلا البلدين في مستوى

الوعي السياسي.

H5: هناك اختلافات دالة إحصائياً بين الشباب المصري و الألماني في مستوى المشاركة ضمن المنظمات المجتمعية.

واستخدم الباحث استمارة استبيان باللغتين العربية و الإنجليزية، ووزعت على عينة قوامها 1000 مفردة، موزعة

بالتساوي بين طلبة جامعة "المانيا" في مصر، و طلبة جامعة "دريسدن" التكنولوجية في ألمانيا، وشمل الاختيار مختلف

التخصصات العلمية. و أظهرت الدراسة النتائج التالية:

■ الأخبار السياسية على شبكة الإنترنت تلعب دوراً قوياً في تنمية الاهتمامات السياسية، المعارف، والمشاركة في

الأنشطة السياسية بما يزيد من الوعي السياسي في كل من مصر وألمانيا.

■ هناك مستويات ثقة عالية في منصات الإعلام التقليدي -الوطنية و الدولية- في تنمية الوعي السياسي.

■ الشباب الألماني الذي يتعرض أكثر للأخبار عبر شبكة الإنترنت أكثر وعياً و انخراطاً في العملية السياسية عن الشباب المصري، كما أن البيئة السياسية و مستوى حقوق الإنسان له دور مهم ، لأنه يعطي الدافعية للشباب الجامعي للمشاركة في الحياة السياسية.

■ هناك اختلافات دالة بين الشباب الألماني و المصري في كثافة وتكرار استخدام الإنترنت و الاتجاه نحو الأخبار السياسية.

التعليق على الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة في علاقة الأخبار بتنمية الوعي السياسي، وذلك من خلال المؤشرات الهامة التي من خلالها تم قياس الوعي السياسي عبر تحديد الاهتمامات السياسية، المناقشة، المعارف السياسية ، و المشاركة السياسية ، وهي في ذلك تختلف عن المعايير المعهودة لقياس الوعي السياسي و التي تركز عادة في المعارف السياسية و المشاركة السياسية، كما أن إجراء الدراسة في بلدين مختلفين من حيث النظام السياسي ودرجة التقدم ، قد مكن الدراسة من الوصول إلى أبعاد أعمق من مجرد التعرض في تنمية الوعي السياسي، عبر التأكيد على دور البيئة السياسية ومستويات حقوق الإنسان التي ظهرت جلياً في حالة المقارنة بين "ألمانيا" و "مصر".

الدراسة التاسعة: أوداند، باتريك.(2011). وسائل الإعلام، الوعي السياسي، والسلوك الانتخابي في الانتخابات الرئاسية النيجيرية 2011.

انطلقت هذه الدراسة من افتراض أن الوعي السياسي في نيجيريا لا يزال بمستويات منخفضة، فعلى الرغم من وجود وسائل الإعلام، إلا أن غالبية الناخبين يفتقرون للمعرفة حول العملية السياسية لكي يتمكنوا من اتخاذ قرارات صائبة في المسائل الانتخابية ويظهر ذلك جلياً في إتباع الناذج التقليدية الانتخابية كالتصويت لغايات دينية أو إثنية، لذلك فهذه الدراسة تحدد إلى أي مدى يمكن لوسائل الإعلام الجماهيرية أن تصبح جوهرية في خلق الوعي السياسي لدى الناخب النيجيري. ولقد ارتكزت هذه الدراسة إلى التساؤلات التالية:

- ماهو مستوى الوعي السياسي لدى الناخب النيجيري؟
- إلى أي مدى يمكن لوسائل الإعلام تشكيل الوعي حول العملية السياسية قبل وبعد الانتخابات 2011؟
- ماهي العوامل المؤثرة في السلوك الانتخابي للأفراد خلال الانتخابات الرئاسية 2011؟

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي و على الاستبيان كأداة رئيسة للبحث، بحيث تم توزيعها على 500 مبحوث في العاصمة النيجيرية ، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

■ غالبية المبحوثين يتعرضون للأخبار السياسية عبر وسائل الإعلام، كما أن نسبة كبيرة منهم 74%، يتعرضون لها بشكل يومي.

■ نسبة كبيرة من المبحوثين (66%) لا يملكون معارف حول العملية الانتخابية في نيجيريا، حتى المبحوثون الذين يملكون معارف حولها أقروا أنها ليست مستقاة بالكامل من وسائل الإعلام، وأن سلوكهم الانتخابي كان نتيجة جهود الاتصال الشخصي ووسائل الإعلام، و الذي من خلاله تم اتخاذ القرار بالانتخاب، وهو إما يجعل وسائل الإعلام غير واضحة في تعاطيها مع وسائل الإعلام أو أن المبحوثين لم يعيروا الاهتمام الكافي لرسائلها.

■ في الوقت الذي تبدو فيه أن ثقافة الانتخاب في نيجيريا تقوم على أسس دينية أو إثنية، فإن نسبة ضئيلة فقط 4.2% من المبحوثين أقروا أن سلوكهم الانتخابي يقوم على هذه الثقافة، وأن نسبة 42% منهم كان قرارهم الانتخابي قائماً على كاريزما المرشح.

التعليق على الدراسة: لقد انطلقت هذه الدراسة من مسلمات متعلقة بالبيئة السياسية في نيجيريا و التي وفقها التعاطي مع أي مرشح خلال أي عملية انتخابية يكون مرتكزا إلى أسس إثنية أو دينية، لذلك فقد كان الوعي السياسي كمتغير في هذه الدراسة يتركز إلى المعارف حول الانتخابات و من ثم السلوك الانتخابي الذي يتحدد من خلال اتخاذ القرار بالتصويت لمرشح أو العزوف عنه ، وهنا يكون دور وسائل الإعلام كآلية لزيادة الوعي عبر توفير المعارف السياسية حول العملية الانتخابية.

الدراسة العاشرة: يوسف، زاهر.(2012). القنوات التلفزيونية الخاصة كأداة للوعي السياسي في باكستان.

ركزت هذه الدراسة على إبراز أهمية القنوات التلفزيونية الخاصة ف وبرامج "talk shaw" في التثقيف السياسي للأفراد، وذلك من خلال إلقاء الضوء على الجانب السياسي لهذه القنوات و البرامج كدليل في المجال السياسي، حيث أن وسائل الإعلام الباكستانية تشكل و تعيد تشكيل الرأي العام ، الاتجاهات ، التصورات السياسية، الثقافة والمشاركة السياسية و المسائل العامة، ولقد تم تحديد ثلاث أبعاد أساسية لقياس الوعي السياسي هي: إعلام الجمهور، التثقيف السياسي، وحالة وسائل الإعلام ، وجاءت التساؤلات البحثية كالتالي:

- إلى أي مدى تشكل برامج "التولك شاو" في القنوات التلفزيونية الخاصة الوعي السياسي لدى مشاهديها؟
 - هل تقوم برامج "التولك شاو" بوظيفة الترفيه لمشاهديها؟
 - هل هذه البرامج تكون مؤثرة ضمن المستوى الحضري أو الريفي؟
 - هل تقوم هذه البرامج بتحفيز الأصغر سنا بالانخراط في حزب محدد أو قيادة معينة عبر تعزيز الثقة فيهم؟
- واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، و المنهج الكمي من خلال الإحصاءات و الأرقام التي يستدل بها عند تقديم النتائج، كما كان الاستبيان الأداة الرئيسة في هذه الدراسة وتم توزيعه على عينة قوامها 200 مفردة بالتساوي مع المناطق الحضرية و الريفية في منطقة "لاهور" في باكستان . وخلصت الدراسة إلى ما يلي:
- نسبة كبيرة جدا من المبحوثين و المقدره نسبتهم ب93% أفروا أن برامج "التولك شاو" تشكل الوعي السياسي، من خلال التزويد بالمعارف السياسية و الوعي بالقضايا العامة، والتحفيز للمشاركة في العملية السياسية.
 - غالبية أفراد العينة يعتبرون هذه البرامج "إعلامية" ومنصات فاعلة للحوار رغم طابعها الترفيهي، وهم يشاهدونها للحصول على المعلومات السياسية.
 - هذه البرامج تؤثر في المناطق الريفية أكثر من المناطق الحضرية.
 - تساهم هذه البرامج في تقريب المواطن من العملية السياسية من خلال التزويد بالأفراد بالمعارف السياسية، وجعلهم أكثر فهما وإدراكا بأنهم إسهامهم يحدث فارقا .
- التعليق على الدراسة:** ركزت هذه الدراسة على فهم الوعي السياسي عبر التركيز على "المعارف السياسية" بالدرجة الأولى و التي توفرها "برامج التولك شاو". و لعل هذه الدراسة أخذت منحى آخر في التعاطي مع متغيرات الدراسة ، بالاعتماد على النمط الترفيهي لهذا النوع من البرامج ودوره في التزويد بالمعارف السياسية بما يسمى Infotainment، وهذا الاتجاه الذي يعرف تناميا في وسائل الإعلام لما له شعبية واسعة لدى الجمهور، ومن هذه الدراسة نجد أن برامج التولك شاو بالرغم من طابعها الترفيهي إلا أنها تعتبر محركا فاعلا للوعي السياسي.

الدراسة الحادية عشر: ناز ، نبيلة وآخرون.(2014). دور برامج "التوك شو" في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب -دراسة ميدانية بمقاطعة توبا تاك سينغ-

تعرضت هذه الدراسة إلى دور برامج "التوك شو" في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الباكستاني ، وهذا بالنظر إلى الدور المهم للشباب في المشاركة السياسية و التنمية الفاعلة للدولة، وبرامج التوك شو تحمل الكثير من التغيير للشباب في طرق تفكيرهم و سلوكياتهم الانتخابية وتجعلهم أكثر إدراكا للعملية السياسية .وارتكزت أهداف الدراسة فيما يلي:

- التحقق من الوعي السياسي للشباب.
 - الكشف عن معارف الباحثين حول السياسة.
 - تحليل دور التوك شو في تنمية الوعي السياسي.
 - الكشف عن التأثيرات السلبية و الإيجابية لرسائل الإعلامية حول السياسة .
- وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية ، واعتمد الباحثون من خلالها على المنهج الكمي ، وكانت استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية لهذه الدراسة بحيث وزعت على عينة عشوائية بلغ قوامها 150 مفردة، بالتساوي مع الذكور والإناث بمنطقة "توبا تاك سينغ" الباكستانية ، وخلصت الدراسة إلى مايلي:
- أظهرت الدراسة أن 38.6% من الباحثين يشاهدون القنوات الإخبارية، كما أن نسبة 39 % منهم يعيرون بعض الانتباه للأخبار السياسية.
 - نسبة 35.3% من الباحثين راضون عن العملية الديمقراطية في باكستان.
 - نسبة 38.7% من الباحثين يوافقون على أن القنوات التلفزيونية الإخبارية تنمي الوعي السياسي، في حين أن 37 % منهم يوافقون بشدة على هذه الفكرة.
 - أغلبية أفراد العينة التزموا الحياد في شأن تمثيل برامج التوك شو لكل الأطياف السياسية، ونسبة 45.3%منهم التزموا الحياد في أن هذه البرامج تستحق الثقة، كما أن 37.4% كانوا محايدين أيضا حول أن التوك شو يوفر المعلومات التي تدعم الديمقراطية.

التعليق على الدراسة: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة السابقة في المتغيرات الأساسية للدراسة، إلا أن هذه الدراسة ركزت على فهم الوعي السياسي عبر مجموع المعارف حول البيئة السياسية من قضايا وفاعلين والتي يتم استقاؤها عبر برامج "التوك شاو"، في حين أنها أهملت متغيرات تتعلق بالسلوكيات السياسية والدور الذي يمكن أن تلعبه هذه البرامج في تحفيز المشاركة السياسية. ولقد طرحت الدراسة الفرضيات التالية:

- هناك تقدير عال لأداء الفضائيات الإخبارية لدى المبحوثين بناء على الأبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية على المستوى السياسي.
- هناك علاقة بين مستوى الاعتماد على الفضائيات الإخبارية و نوعية التمثلات حول البيئة السياسية لدى أفراد العينة (القضايا السياسية الجزائرية، التحول الديمقراطي، الإصلاح السياسي، ثورات الربيع العربي...).
- هناك علاقة بين مستوى الاعتماد على الفضائيات الإخبارية و نوعية السلوكيات السياسية لأفراد العينة (المشاركة السياسية المؤسسية، المشاركة السياسية غير المؤسسية).

8-فرضيات الدراسة:

لقد اعتمدنا في بحثنا هذا على ثلاث فرضيات رئيسية، بحيث كانت صياغتها بناء على الأدبيات النظرية و الدراسات السابقة بالإضافة إلى منظور الإعتماد على وسائل الإعلام من خلال تحديدها لنوعية تأثيرات وسائل الإعلام في المجال السياسي، وهي التأثيرات المعرفية، العاطفية و الوجدانية، و السلوكية، و قد وردت كما يلي:

1. هناك تقدير عال لأداء الفضائيات الإخبارية لدى المبحوثين بناء على أبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية على المستوى السياسي.
2. توجد علاقة بين الاعتماد على الفضائيات الإخبارية و نوعية التمثلات حول البيئة السياسية لدى أفراد العينة (القضايا السياسية الجزائرية، التحول الديمقراطي، الإصلاح السياسي، ثورات الربيع العربي...).
3. توجد علاقة بين الاعتماد على الفضائيات الإخبارية و نوعية السلوكيات السياسية لأفراد العينة (المشاركة السياسية المؤسسية، المشاركة السياسية غير المؤسسية).

9- تحديد المفاهيم:

إن مجموعة المفاهيم التي بنيت عليها هذه الدراسة، لها إما امتدادات سوسولوجية مثل مفهومي الدور، و الوعي السياسي، و الشباب، أو امتدادات إعلامية تقنية مثل القنوات الفضائية الإخبارية. وعلى الرغم من الاجتهادات الكثيرة لضبط هذه المفاهيم ضمن مجالات استخدامها، إلا أن البعض منها لا يزال يركز على عناصر و يهمل عناصر أخرى، لذلك من خلال هذه الدراسة سنحاول التركيز على المفاهيم التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة :

9-1- الدور:

نشأت نظرية الدور وتطورت في إطار علم الاجتماع الغربي منطلقاً من أسس اجتماعية سيكولوجية بالدرجة الأولى، إلا أن هذا المفهوم يتفرع إلى اتجاهين أولهما ذلك المفهوم الذي يميل في نزعتة العامة إلى علم النفس الاجتماعي، ويركز على العمليات النشطة المتضمنة في صنع الأدوار وتولي الأدوار و ممارستها، وهذا الاتجاه جزء من تراث التفاعلية الرمزية و المنظور المسرحي، وهذا الأخير يحلل الحياة الاجتماعية مجازياً على طريقة الدراما و المسرح، ويحدد التفسير البنائي للأدوار الأماكن في المجتمع ثم يصف المجموعة المعيارية من الحقوق و الواجبات المرتبطة بالنمط المثالي لهذا الوضع، وهذه التوقعات ذات الأساس الاجتماعي هي التي تكون الدور. أما الاتجاه الثاني فقد تطور في إطار الأنتروبولوجيا الاجتماعية "لرالف لينتون Linton.R"، ويولي أهمية بنائية للأدوار، وهنا تصبح الأدوار مجموعة مترابطة مؤسسياً من الحقوق والواجبات. (إبراهيم، 2006.ص1844).

ومن خلال هذه الدراسة فإن المفهوم الأنسب الذي يمكن تبنيه فهو ذلك الذي يتعلق بالاتجاه الثاني و الذي يركز في جوهره إلى المنظور "البنائي الوظيفي" ويعرف على أنه: "الجانب الذي يؤديه نسق اجتماعي فرعي، وتنظيم ونظام داخل النسق الأكبر أو بمعنى أكثر تحديداً كوظيفته أو إسهامه الإيجابي في النسق الأكبر". (الجوهري، 1998.ص95).

كما أنه في تعريف آخر ينظر إليه على أن "كل تنظيم يتضمن مجموعة أدوار، متباينة نسبياً، ويمكن تحديد هذه الأدوار، بأنها منظومات إكراه معيارية أو عرفية تفترض بالمثلين الفاعلين أن يتقيدوا بها، ومنظومات حقوق متلازمة مع هذه الإكراهات أو الموجبات". (بوردون، بوريكوف، 1986.ص288)

التعريف الإجرائي للدور:

هو مكانة الفضائيات الإخبارية كعامل أساسي مساهم في تنمية الوعي السياسي للشباب الجامعي في الجزائر، بناء على إدراكهم لأبعاد أدائها المهني، بحيث تكون موجهة لتمثلاتهم السياسية حول القضايا الوطنية و الإقليمية والعالمية، وبلورة سلوكياتهم السياسية في إطار بيئتهم .

9-2- الفضائيات الإخبارية:

تعتبر أحد صور القنوات التلفزيونية الإخبارية أحد أشكال المنصات الإعلامية التي ظهرت خلال ثمانينات القرن الماضي، والهدف منها تقديم محتوى ذو طبيعة إخبارية متنوعة سواء أكان سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي أو ثقافي أو رياضي، ويُعرف هذا المصطلح أيضاً باسم الفضائيات الإخبارية، ولقد سميت بهذا الاسم؛ لأنها ترتبط بشكل مباشر مع الأقمار الفضائية، ومنها تصل إلى مختلف أجزاء العالم وفق منطقة البث الذي يغطيه القمر الصناعي الفضائي. تعمل هذه القنوات بواسطة مجموعة من المختصين وذوي الخبرة في هذا المجال، من مخرجين، ومصورين، وفنيي صوت، وصحفيين، وإعلاميين، ومنتجين، ومنسقين، تتسم بصفة التخصص (قنوات متخصصة)، أي تناول جانب واحد من قطاعات الإعلام. وبالتالي يمكن إرجاع أصل الفضائيات الإخبارية إلى النمط اللامحلي Deterritorialized، وهو ما يعبر عنه بالجيل الأول للأخبار التلفزيونية العابرة للحدود، و التي كانت توفر البث بمعدل 24 ساعة للجمهور من مختلف الجنسيات، وهذه النماذج اللامحلية لم تقتصر على التلفزيون فقط و إنما ارتبطت بالإذاعات كذلك، حيث أنها تتصف بكونها تضعف العلاقات بين الثقافة و ووسائل الإعلام ولا تعدد بالمناطق الجغرافية أو الأنظمة الاجتماعية، حيث أن الحدود بين الثقافات تختفي بسرعة على مستوى عالمي لتظهر ثقافة المواطنة العالمية Cosmopolitanism (Figenschou.2014.p03).

9-4- الوعي السياسي:

يعبر الوعي عن ما يختبره البشر من ظواهر بما في ذلك الجوانب العقلية مثل الإدراك الحسي و الصور الذهنية، الأفكار، الحوارات مع الذات، النوايا، الذكريات المستدعاة، الأحلام وكل جوانب الضبط المعرفي و الحركي. ويمكن إجرائياً تقدير محتويات الشعور من خلال القدرة على ما يضعه الشخص من تقارير لفظية أو مكتوبة بدقة عن أي حدث يختبره الفرد داخلها أو خارجياً. (فاندنبوس.2015.ص662)

والوعي مصطلح يطلق على البناء الفوقي للمعرفة البشرية، باعتبار أن كل ما يتعلق بفكر الإنسان وعقيدته ودينه وأخلاقه يشكل موضوعا لوعيه، ويعتبر "ماركس" أول من استخدم هذا المصطلح استخداما علميا ، خصوصا عندما درس الأساس المادي والبناء الفوقي للمجتمع، وهو يرى أن الواقع الاجتماعي هو الأساس المادي للوعي الاجتماعي وللوعي الجماعي أيضا، بحيث أن الواقع الاجتماعي هو الذي يحدد وعينا وليس وعينا هو الذي يحدد واقعنا الاجتماعي. فالعلاقة بين الوعي الاجتماعي والواقع الاجتماعي هي علاقة جدلية ، بحيث أن الثاني يؤسس للأول في عملية تراكمية، ليست مادية فقط وإنما كيفية كذلك. (مان.1994.ص404)

وفي ذات السياق فإن تحديد الوعي السياسي من المنظور الماركسي دائما ما يرتبط ب"الطبقات" (التي تعتبر-في هذا المنظور- شريحة منظمة تسعى بشكل إيجابي لتحقيق مصالحها)، بحيث يعتبره وعيا طبقيًا ووعيا عاما بالمصالح المشتركة الراجعة إلى عملية الإنتاج، وتؤدي إلى عمل إيجابي من خلال عملية التمثيل السياسي، في علاقة تداخل مركبة بين الأيديولوجيا والثقافة وهيئات التمثيل السياسي ، وهنا نجد أن الشرائح الطبقية التي ترتبط بأشكال معينة من الملكية تنخرط في أشكال عديدة من المجادلات و الصراعات السياسية ، مستخدما أنساقا متنوعة من الرموز، و ألوانا مختلفة من الخطاب، كل ذلك في رعاية دولة متعددة الاتجاهات.(دورتيه.2011.ص3160)

لذلك ينظر إلى الوعي السياسي من المنظور الاجتماعي الوظيفي باعتباره مجموعة من القيم و الاتجاهات و المبادئ السياسية، التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه و مشكلاته، ويحللها ويحكم عليها، ويحدد موقفها منها و الذي يدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، ومعنى هذا أن الوعي السياسي له جوانب معرفية متمثلة في تبني المعتقدات و القيم و الاتجاهات السائدة، كما أن له أيضا جوانب سلوكية المتمثلة في المشاركة السياسية . (الهاملي.2012.ص20)

و التعريف الدقيق للوعي السياسي يركز على معرفة المواطن لحقوقه السياسية وما يقابلها من واجبات، و ما يدور حوله من أحداث سياسية داخل المجتمع ، ثم قدرة المواطن على النظر كلية للواقع السياسي المحيط به، وليس النظر إليه باعتباره أحداثا منفصلة لا يجمعها رابط بهدف مواجهة مشكلات المجتمع السياسي.(حسب الله.2015.ص19)

التعريف الإجرائي للوعي السياسي:

هو مجمل التمثلات حول القضايا السياسية الوطنية و الإقليمية و الدولية، و التي يكونها الشباب الجامعي الجزائري نتيجة للتعرض للمعارف السياسية (معلومات، أفكار، آراء...إلخ) على الفضائيات الإخبارية، بما يساهم في بلورة سلوكياتهم السياسية في إطارها المؤسسي و غير المؤسسي.

5-9- الشباب الجامعي:

هم الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة ، وفي هذه المرحلة يتخطى الأفراد مرحلة التوجيه و الرعاية، ويكونون أكثر تحررا و استقلالاً، وقد يعني الشباب أيضا بالمعنى الشائع المرحلة التي نعيشها بين الطفولة و مرحلة البلوغ. لذلك فعلم اجتماع الشباب يرتكز إلى ظاهرة أن العمر هو بناء اجتماعي يتطور خلال التاريخ، و يضع الأنثروبولوجيون ظاهرة أن عدة مجتمعات منظمة وفق مبدأ الأعمار، و أن الشباب يشكل وخصوصا بالنسبة للذكور مرحلة مهمة مليئة بالطقوس. و العمر كمعطى بيولوجي و اجتماعي محرك و متحرك ، فالتحدث عن الشاب كوحدة اجتماعية لمجموع مكون و موسوم بالمنفعة المشتركة.(مان.1994.ص226)

أما الشباب الجامعي فهي فئة اجتماعية، وهي جزء من الشباب لا تزال خارج عن دائرة العمل، وهي في حالة تكوين ثقافي جامعي موجه أساسا لتكوين النخبة و الإطارات المستقبلية. (بوتقراوت.2007.ص22)

التعريف الإجرائي للشباب الجامعي :

وتقصد بالشباب الجامعي في هذه الدراسة فئة الطلبة الجامعيين الذين تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة ممن يزاولون تعليمهم بصفة رسمية ، بحيث يكون مسجلا بأحد المؤسسات الجامعية التابعة لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي و المتمثلة في كل من جامعة صالح بونبيدر بولاية قسنطينة، و جامعة الحاج لخضر بولاية باتنة، وجامعة محمد لمين دباغين بولاية سطيف، وذلك بعد تحضه على شهادة البكالوريا أو ما يعادلها.

10-مجالات الدراسة:

10-1- المجال الزمني:

يتعلق بالفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة موضوع البحث ، وذلك منذ بدء طرح الموضوع حتى الانتهاء منه بشكل نهائي، حيث بدأ الإعداد لهذه الدراسة في صيف 2012 بإعداد مشروع البحث ، ثم عملية جمع البيانات من الكتب

والدراسات السابقة حول الفضائيات الإخبارية والوعي السياسي، وتم الانتهاء من الجانب النظري في أواخر شهر ماي 2017، ليبدأ في شهر جوان الجانب الميداني من خلال تصميم أداة الاستبيان وما تلاها من عرضها على المحكمين وتجربتها وتصحيحها، لتصل إلى شكلها النهائي في أواخر شهر أوت، أين تم توزيعها وملء الاستمارات ثم تفرغ البيانات في جداول والقيام بالعمليات الإحصائية ثم ما يتبع ذلك من تحليل وتفسير وتعليق والوصول إلى النتائج أواخر شهر أبريل 2018.

10-2- المجال المكاني:

تنتم دراسات الرأي العام والإعلام والاتصال السياسي التي تهتم بقياس تأثير وسائل الإعلام على معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا معينة، بالتركيز في هذا القياس على الإطار الجمعي (على مستوى الجمهور ككل) وليس على مستوى كل فرد على حدة. ولذلك فإن معظم هذه الدراسات تجرى في المدن الكبرى التي تتسم بالتنوع ووجود شرائح مختلفة للجمهور للوصول إلى تمثيل للرأي العام في المجتمع.

وبذلك تتحدد مجتمع البحث لهذه الدراسة في كل من ولايات "سطيف"، "قسنطينة" و"باتنة" وهي عينة عن ولايات الشرق الجزائري وهي تتميز بكثافتها السكانية العالية، حيث تختلف المستويات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية، كما تتنوع هذه الشرائح ما بين ريف وحضر، وهذا ما يجعلها مكانا مناسباً لإجراء الدراسة.

11- منهج الدراسة:

لقد فرضت الطبيعة النظرية و التطبيقية العملية لهذه الدراسة الاستخدام المباشر لمنهج المسح التحليلي الذي يعد المنهج الأنسب لعرض مشكلة البحث ومناقشتها و البرهنة عليها، حيث يعرف على أنه «من أساليب التحليل المرتكزة على جمع معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة». (عبد الحميد، م. 2004، ص 31)

يستخدم المسح لأغراض الوصف و التفسير و الاستطلاع، وعادة ما يكون الأفراد هم وحدات التحليل. ويكون المسح بالعينة الأسلوب الملائم في ثلاث حالات، إذا كان هدف الدراسة يتطلب بيانات كمية (إحصائية)، وإذا كانت المعلومات المطلوبة محددة ومألوفة لدى المستجوبين، وإذا كان لدى الباحث نفسه معرفة كبيرة مسبقة بالمشكلات التي يطرحها وبالردود الكثيرة المحتملة من جانب المستجوبين. وتوافرت هذه الشروط تماماً في استطلاعات الرأي العام والتصويت و الانتخابات وقياس الاتجاهات. ويوصف المسح بأنه أفضل أسلوب لجمع بيانات أصلية لوصف مجموعة سكانية كبيرة العدد

تصعب ملاحظتها بصفة مباشرة، باستخدام عينة احتمالية تعكس خصائص هؤلاء السكان، واستمارة موحدة تجمع البيانات بالطريقة نفسها من جميع المجيبين. (سرحان، ب. 2017، ص 329)، ولقد استخدم منهج المسح بالعينة وفق الطريقة التي وضحتها الباحثة باسم سرحان (2017):

■ **تحديد الهدف من المسح** : معرفة محددات الدور الذي تلعبه الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر، ثم جمع الكتب و المراجع التي تمثل أدبيات البحث والتي نعتمد عليها في تحديد الأطر المرجعية النظرية بغرض التحديد الدقيق لمتغيرات الدراسة.

■ **تحديد المتغيرات المراد قياسها**: متغيرات الدراسة وهي الفضائيات الإخبارية ، الوعي السياسي ، وكل ما يرتبط بها من مفاهيم ذات علاقة كالبلث الفضائي، الصناعة الإخبارية ، الإعلام الدولي ، الاتصال السياسي، الوعي عموما وغيرها.

■ **اختيار وحدة التحليل**: التي تكون غالبا الأفراد الذين ندرس خصائصهم واتجاهاتهم وهم في دراستنا "الشباب الجامعي في الجزائر" على اختلاف فئاته، و تم اختيار المناطق المستهدفة لإجراء الدراسة.

■ **اعتماد طريقة اختيار عينة المسح**: وهي إتباع أسلوب العينة العرضية.

■ **إعداد أداة جمع البيانات** : أي استمارة المسح ، وتحكيم الاستمارة وتعديلها قبل تطبيقها ميدانيا.

■ **تحليل البيانات وتفسيرها**: وذلك عبر تقديم تحليلات لمتغير البيانات التي تم الحصول عليها في الجانب الميداني بعد تفرغ الاستبيان في شكل جداول و أرقام .

12- مجتمع البحث وعينة الدراسة :

إن الغايات التي تحكم هذه الدراسة في أهدافها و تساؤلاتها و متغيراتها، جعلتنا نعد إلى تحديد مجتمع الدراسة ليتناسب مع الدراسة الميدانية و أدواتها، وفي هذا الصدد تم تحديد مجتمع البحث وفق التقسيم التالي:

■ **القسم الأول**: وهو يمثل المجتمع العام للدراسة وهو بالنسبة لدراستنا "الشباب الجامعي في الجزائر" وبالتحديد الطلبة المتدربين في الجامعات وقد تم اختيارهم لسهولة الوصول إليهم، حيث يبلغ عددهم حوالي 1513068 (نشرة الديوان الوطني للإحصاء 2016) بمختلف أعمارهم وفئاتهم و طبقاتهم الاجتماعية ونوعهم الاجتماعي.

■ **القسم الثاني:** يمثل مجتمع البحث من الشباب الجامعي في ثلاث ولايات أساسية في منطقة الشرق

الجزائري وهي ولاية قسنطينة ، ولاية سطيف و ولاية باتنة، وذلك للأسباب التالية :

أ. تعد هذه الولايات من أكبر ولايات الجزائر من حيث الكثافة السكانية حيث تحتل ولاية سطيف المرتبة الثانية، ولاية

باتنة المرتبة الخامسة ، أما ولاية قسنطينة فتحتل المرتبة الحادية عشر.(المصدر: موقع wikipedia).

ب. وجود تداخل حضري وتنوع ما بين ريف ومدينة.

ت. تعد الجامعات الموجودة في هذه الولايات من أقدم وأعرق الجامعات على المستوى الوطني.

ولتسهيل إجراءات توزيع الإستبانة فقد تم استهداف الطلبة في كل من جامعة "صالح بوبنيدر قسنطينة"، "جامعة

محمد لمين دباغين سطيف"، "جامعة الحاج لخضر باتنة"، وبالتالي فإن مجتمع البحث في هذه الدراسة يتكون من جميع الطلبة

الجامعيين في هذه الجامعات من مختلف الدرجات.

ولاختيار عينة البحث فقد وقع الاختيار على عينة الصدفة أو العينة العرضية ، ورغم صعوبة التطبيق إلا أنها

تمنحنا الفرصة لسؤال المبحوث عن تعرضه للفضائيات الإخبارية قبل الإجابة عن الاستبيان، حيث يتم استبعاد أي فرد لا

يتعرض لها. وتعرف عينة الصدفة بأنها العينة المكونة من الأفراد الذين قابلوا الباحث صدفة، وصادف وجودهم هناك في

ذلك الوقت، ولا يولي الباحث فيها عمليات التمثيل، لأنه يسعى إلى الحصول على معلومات تكشف له عن جوانب معينة

من نمط الحياة موضوع البحث، ويعطي في حالات معينة معلومات عن حالات أنموذجية.(سارانتاكوس.2017.ص307)

ولقد تم توزيع 420 صحيفة استبيان واسترجاع حوالي 372 صحيفة، وقدرت نسبة الاستجابة و التفاعل مع

الاستبيان الخاص بالعينة النهائية 88.57%، ثم تم قياس تفاعل المبحوث مع كل أسئلة الاستبيان حيث بلغت الاستمارات

المكتملة البيانات و الإجابات حوالي 335 حيث تم استبعاد الاستمارات غير الصالحة للتطبيق، أي أن نسبة التفاعل و

استيعاب الاستبيان بلغت 90.05%. لذا كان عدد أفراد العينة الذين يستوفون شروط الدراسة 335 مفردة وجاءت

خصائص عينة الدراسة كالآتي:

1. الجنس: الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	170	50,7%
أنثى	165	49,3%
المجموع	335	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ مجموعهم إجمالاً (335) فرداً، نلاحظ أن عدد الذكور بلغ 170 مفردة بنسبة مئوية بلغت 50.7%، أما الإناث فقد بلغ عددهن 165 مفرد بنسبة قدرت بـ 49.3%. وهي نسبة متقاربة تحقق تكافؤاً بين أحد خصائص السمات العامة للعينة الدراسة.

2. المستوى التعليمي: الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
ليسانس	197	58,8
ماجستير/ماستر	134	40,0
دكتوراه	4	1,2
المجموع	335	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ مجموعهم إجمالاً (335) فرداً، نلاحظ أن عدد أفراد العينة من ذوي مستوى الليسانس بلغ 197 مفردة بنسبة بلغت 58.8%، أما عدد الذين لديهم مستوى (ماجستير/ماستر) فقد بلغ عددهم 134 مفردة بنسبة قدرت بـ 40%، أما عدد الذين لديهم مستوى (دكتوراه) فقد بلغ عددهم 4 مفردات بنسبة قدرت بـ 1.2%.

الانتماء الحزبي: الجدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الانتماء الحزبي

النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
0,6	2	نعم
99,4	333	لا
%100	335	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (335) فرداً، نلاحظ أن عدد المنتمين للأحزاب بلغ عددهم مفردتين (2) بنسبة مئوية بلغت 0,6%، أما عدد الغير منتمين إلى الأحزاب السياسية فبلغ (333) مفردة بنسبة قدرت بـ 99,4%. وهي نسبة ضعيفة جداً تدل على عدم الاندماج في الأطر الرسمية للمشاركة السياسية.

12-أداة جمع البيانات:

استخدم الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات و البيانات من عينة الدراسة، و يعتبر الاستبيان أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها ، كما يعرف كذلك على أنها مجموعة من الأسئلة المكتوبة و التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء حول ظاهرة أو موقف معين.(عليان و غنيم.2000.ص82).

وقد تضمنت استمارة الاستبيان في بحثنا حوالي سؤالاً موزعين كما يلي:

- بيانات عامة: ويتضمن بيانات حول النوع الاجتماعي والمستوى التعليمي الجامعي والانتماء الحزبي.
- المحور الأول: وهو يتعلق بعادات وأنماط مشاهدة الفضائيات الإخبارية.
- المحور الثاني: الأبعاد المهنية للأداء الإعلامي في المجال السياسي عبر الفضائيات الإخبارية من وجهة نظر الشباب الجامعي.
- المحور الثالث: الفضائيات الإخبارية و التمثلات حول القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي في الجزائر.
- المحور الرابع: الفضائيات الإخبارية و اتجاهات السلوكيات السياسية لدى الشباب الجامعي في الجزائر.

وقد جاءت صياغة الأسئلة الخاصة بأداة البحث في ضوء فروض الدراسة ، وأهدافها ، وفي ضوء أدبيات الدراسة ، وكذا بعض نتائج الدراسات السابقة .

واعتمد تصميم الاستبيان على تبسيط أسئلة الاستمارة قدر الإمكان، لكي يتمكن المبحوث من فهمها بعيدا عن أي مصطلحات متخصصة أو أي صياغة للجمل معقدة، كونها تركز على الفهم و الإدراك الذي يملكه الشاب العادي حول المعاني التي تتكون أساسا على نمط الثقافة السياسية المشاع من خلال الفضائيات الإخبارية، بالإضافة إلى التنوع في نمط الأسئلة و التي وردت في شكل :

- بنود : من خلال اختيار بديل ، أو اختيار متعدد وبلغ عددها
- فقرات : والتي بلغ عددها 45 فقرة ، وفيها تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي المتدرج من 1-5: (موافق جدا- موافق - محايد- معارض - معارض جدا)
- ويعبر مقياس "ليكرت" على التنوع في آراء المبحوثين، وتمثل الدرجات العليا أقصى درجات التأييد فيما تمثل الدرجات المنخفضة أعلى درجات المعارضة.

❖ الصدق الظاهري للاستبيان:

وللتحقق من صدق محتوى أداة الدراسة و التأكد من أنها تخدم أهداف الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين في تخصص علوم الإعلام و الاتصال¹، وطلب إليهم دراسة الأداة و إبداء رأيهم فيها من حيث مدى مناسبة الفقرات للمحتوى، وطلب إليهم النظر في مدى كفاية أداة الدراسة من حيث عدد الفقرات، وشموليتها وتنوع محتواها، وتقييم مستوى الصياغة اللغوية و الإخراج ، أو أية ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير.وقمنا بعدها بدراسة ملاحظات المحكمين واقتراحاتهم و إجراء التعديلات في ضوء توصيات و آراء هيئة التحكيم ومن هذه التعديلات نذكر :

- تعديل محتوى فقرتين، مع التصحيح الصياغة اللغوية لحوالي ستة أسئلة
- حذف حوالي عشر فقرات وجد المحكمون أنها تتشابه في مضمونها مع فقرات أخرى.

¹أسماء السادة المحكمين: أ.د أحمد عبدلي أستاذ التعليم العالي جامعة الأمير عبد القادر الإسلامية قسنطينة.
د.سامية عواج أستاذ محاضر جامعة محمد لمين دباغين سطيف.
د.جنات رجم أستاذ محاضر جامعة محمد لمين دباغين سطيف.

مراجع الفصل الأول

1. عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. القاهرة: عالم الكتب
2. سارانتاكوس، سوتيربوس. (2017). البحث الاجتماعي. ترجمة محمد شحادة فارح. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
3. نصر ، محمد حسني. (2008). مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل. عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
4. ديفلير، ميلفين ؛ روكيش ، ساندرا بول. (2004). نظريات وسائل الإعلام. ترجمة جمال عبد الرؤوف. ط4. القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
5. عبد الحميد، محمد. (2000). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط2. القاهرة: عالم الكتب
6. ياسين، صباح. (2013). الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل المضمون و التأثير في النخب و الرأي العام. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
7. الفقيه: محمد عبد الوهاب. (2000). الدور السياسي للتلفزيون: دراسة مسحية وميدانية. القاهرة: مكتبة مدبولي
8. حلس، موسى عبد الرحيم؛ مهدي ، ناصر علي. (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر بمحلة جامعة الأزهر. سلسلة العلوم الإنسانية. (12) 2. 180-135
9. الكواري، راشد. (1999). دور البرامج الإخبارية و الحوارية في قناة الجزيرة في نشر الوعي السياسي. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون
10. سالم، عبد المهدي كريم الجبوري. (2014). دور قناتي "الحرّة" و "BBC" الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن و الإمارات: دراسة مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب. جامعة البتراء الأردن.
11. يجياوي، عبد الحق. (2001). نشرات الجزيرة الإخبارية و الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي: دراسة على عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الحلفاء. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
12. سرحان ، باسم. (2017). طرائق البحث الاجتماعي الكمية. بيروت: المركز العربي لأبحاث ودراسة السياسات.
13. بودون، ر و بوريكو، ف. 1986. المعجم النقدي لعلم الاجتماع. ترجمة سليم حداد. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية
14. بوتقرايت، رشيد. (2007). ظاهرة الاهتمام باللباس لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية. جامعة الجزائر
15. الجوهري، عبد الهادي. (1998). معجم علم الاجتماع. الأزاريطة: المكتب الجامعي الحديث
16. إبراهيم، مجدي عزيز. (2006). موسوعة المعارف التربوية. القاهرة: عالم الكتب.
17. مان، ميشيل. (1994). موسوعة العلوم الاجتماعية. ترجمة عادل مختار الهواري و عبد العزيز سعد. القاهرة: مكتبة الفلاح.
18. فاندنبوس، جاري. (2015). القاموس الموسوعي في العلوم النفسية و السلوكية. ترجمة أيمن عامر وآخرون. المجلد 2. القاهرة: المركز القومي للترجمة.

19. دورتيه، جان فرونسوا.(2011).معجم العلوم الإنسانية.ترجمة جورج كتورة.ط2. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع.
20. الهاملي، ميساء سيف.(2012). الوعي السياسي للمرأة الإماراتية واقعه ودور التعليم في تمتيته. رسالة دكتوراه غير منشورة.معهد الدراسات التربوية. جامعة القاهرة.
21. حسب الله، رجب عبد الله.(2015). تصور مقترح لتنمية الوعي السياسي للدراسات بمدارس الفصل الواحد على ضوء متطلبات ثورة 25 يناير. قسم التعليم العالي و التعليم المستمر. جامعة القاهرة.
22. Naz, N & Nawaz, Y & Hussein, N & Mustaq ,S & Nawaz,R. (2014).Role of Talk Show Raising Political awareness among youth: Study Conducted in district Toba TekSing. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. (3)1.223-231
23. Yousaf, Z.(2012). Private Television Channels as an Agent of Political Awarness in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research*. (4)3.532-556
24. Udende, P.(2011). Mass Media, Political Awarness, and Voting Behaviour in The Nigeria's Presidential Election 2011. *Paper Presented at the African Council for Communication Education*. Nigeria. Covenant University.493-501
25. Ahmed, M & Ahmed Khalifa.(2011). *Student's Exposure to political News On the Internet and Political Awarness: A Comparison Between Germany & Egypt* .PHD dissaertation in Philosophy. TchnishenUniversität Dresden.
26. Figenschou, T.(2014). *Al Jazeera and global media scape: The south is talking back*. London: Routeldge
27. Perloff.R.(2014).*The Dynamics of Poltical Communication :Media and politics in degiltal age*. Routeldge : NewYork

الفصل الثاني:

الأخبار و السياسة : مقارنة ارتباطية

1- الاتصال السياسي كمدخل أساسي

2- العناصر العامة للصناعة الإخبارية .

1-2- الخبر كسلعة.

2-2 - سوق الأخبار.

3-2 جمهور الأخبار و أنماط الاستهلاك.

3-3 الاتجاهات النظرية لدراسة الأخبار

3-3-1 الاتجاه الاقتصادي

3-3-2 الاتجاه السياسي

3-3-3 الاتجاه المهني

3-3-4 الاتجاه التكنولوجي

3-3-5 الاتجاه الثقافي

4- المحددات السياسية للأخبار الدولية - تفسيرات نظرية-

4-1- عوامل تطور الطلب على الأخبار الدولية.

4-2- النظريات المفسرة للتبادل الإخباري على المستوى الدولي.

يعتبر ارتباط الأخبار بالسياسة من المسلمات، فهما موصوفان على أنها وجهان لعملة واحدة، فالأخبار من مخرجات النظام السياسي وبالمقابل أحد مدخلات نظام وسائل الإعلام والتي تعتبر كذلك مصدرا لهذه الأخبار بالنسبة للجمهور. ولقد كانت هذه العلاقة محل بحث الكثير من الأكاديميين الذين قدموا إسهاماتهم بناء على خلفياتهم الأكاديمية والنظرية و الاجتماعية، اعتمادا على المفهوم الأساسي و المشترك وهو "الاتصال السياسي" الذي يصنف إلى "الاتصال السياسي الوطني" الذي يبحث في فهم الديناميكيات التي تحكم أنشطة السياسيين و ووسائل الإعلام والمواطنين، و "الاتصال السياسي الدولي" الذي يركز الإشكال المحوري للإسهامات حوله بحقيقة أهداف التبادل الإخباري، وهل هناك هيمنة للدول المتقدمة على باقي دول العالم؟

لذلك ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى أهم النظريات التي تبحث في الإشكالات، ولكن قبل ذلك سنتعرض إلى العناصر الأساسية و المتغيرات التي تركز إليها علاقة الأخبار بالسياسية، من خلال التعرض إلى الاتصال السياسي و الصناعة الإخبارية و عناصرها و أهم النظريات المفسرة للعملية الإخبارية وفي الأخير تعرضنا إلى الأسس و المحددات السياسية للتبادل الإخباري على الصعيد الدولي .

1- الاتصال السياسي كمدخل أساسي:

1-1- تعاريف عامة.

يعتبر الاتصال السياسي أحد لأهم المتغيرات الحديثة التي تعرف ديناميكية كبيرة على صعيدي الممارسة و البحث، ولم يكن ذلك جراء الدور الأساسي الذي يكتسيه الاتصال في المجال السياسي فحسب، و إنما لكونه يشكل حقلًا تعول فيه الفواعل الأساسية على تحقيق أهدافها في المجتمع بما يؤثر على مصالح فئات عديدة فيه ، و من خلاله يتحدد مستقبل الدول و صانعي القرار فيها، وهو في ذلك يتأثر بأبسط أشكال التغير الذي يحدث على مستوى البيئة السياسية أو الاجتماعية على حد سواء، مما يجعله عرضة للمساءلة النظرية الدائمة. و يمكن النظر إليه من خلال التعاريف المتعددة التي قدمت حوله من بينها :

- « الاتصال السياسي هو مقولة تشتمل على نسبة كبيرة جدا و متسعة للتشاور، والأنشطة الوعظية، والتحذيرية التي تحدث خارج نطاق الحكم، التحذير الدولي، وخطب المرشحين في الانتخابات، وتكون وفقا لهذا التعريف الواسع اتصالا سياسيا». وهذا التعريف الضيق غالبا ما يكون مفهوما ضمنيا في الدراسات المؤسسية للاتصال السياسي،

فعلى سبيل المثال دراسات علم النفس الحربي تركز على دراسة مضامين المواد المذاعة من الإذاعات المعادية ، ودراسة الحملات الانتخابية تركز على دراسة استعمال التلفزيون، الخطب، و الملصقات الانتخابية، وضمنا فأن مثل هذه الدراسات يكون مفهومها هو أن مؤسسات معينة تكون لها وظيفة أولية لتسهيل تبادل ونشر الرسائل، وأن خصائص هذه المؤسسات تشكل المجال الخاص لدارسي الاتصال.(أبو عامود.2009.ص89).

● « الاتصال السياسي هو الآلية التي بموجبها تنقل القضايا إلى الرأي العام، وهو يشكل جوهر الديمقراطية، لأنه يدخل الأفراد إلى العلاقة المركبة بين السياسة و الرأي العام و الديمقراطية، كما يعطي معنى لوسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، فهي تعمل على عرض وتغطية صراع القوة لضمان السير الحسن للعملية السياسية، الجانب المتعلق ب "الخطاب " فيه يعد الأبرز لأنه يستخدم من طرف السياسيين للتأثير في الرأي العام عبر المحادثات الرسمية وغير الرسمية مع الجمهور. لذلك يعتمد المجتمع الديمقراطي على الاتصال السياسي لتحقيق وظائف تهم الناخبين كالإعلام، التربية، التنوير، الترفيه، حتى يتسنى لهم الإطلاع على مختلف برامج الناخبين و المتنافسين على المناصب السياسية». (Olayiwola).2016.P02).

● يقصد بالاتصال السياسي كذلك : « جميع الوسائل التي تعمل على إحداث التأثيرات السياسية والتفاعل ما بين المؤسسات الحكومية و السلوك السياسي لدى المواطنين ، وهو كعلم مستقل له نظرياته ومجالاته الدراسية، لأنه علم يدرس مجموعة من الأنشطة و الفعاليات التي يزاؤها القائمون بالعملية الاتصالية، من أجل تحقيق أهداف سياسية. وينصب جوهره على إحداث التأثيرات وتغيير الاتجاهات و الآراء لدى الجمهور المستقبل لتحقيق أهداف محدد يسعى لها القائم بالعملية الاتصالية». (آل سعود. 2007.ص20).

● « الاتصال السياسي هو العملية التي بمقتضاها تُستخدَم اللغة و الرموز من طرف القادة السياسيين، ووسائل الإعلام، والمواطنين لينتج عنها آثار -مقصودة أو غير مقصودة- على المعارف السياسية ، الاتجاهات و سلوكيات الأفراد وتكون في شكل مخرجات تنعكس على السياسة العامة للدولة والمجتمع». وهذا التعريف يركز على الجانب التفاعلي في عملية الاتصال في جانبه اللغوي و الرمزي ، لأن القادة عادة ما يركزون على انتقاء اللغة القوية و الجمل المعبرة والاستعارات واستخدام الإيقاع ، لكي يتحرك المواطنون وتبلور اتجاهاتهم لدعم قضاياهم، وهذا الأمر كان أحد الركائز التي بنى عليها الرئيس السابق للولايات المتحدة الأمريكية "باراك أوباما" Barack Obama شعبيته أثناء حملاته

الانتخابية وحتى بعد توليه الرئاسة. ولقد كانت الخطب كذلك أكثر ما يبث الطمأنينة و التفاؤل في فترات الأزمات والحروب ففي ثلاثينات القرن الماضي كانت العائلات تتجمع حول جهاز الراديو لتسمع بعض المقاطع مثل "الشيء الوحيد الذي يجب أن نخاف منه هو الخوف بحد ذاته" ، فكان سماع هذه الكلمات يبث الأمل و الثقة في نفوس الأفراد. (Perloff.2014.P30)

2-1- الاتصال السياسي في المستوى الوطني:

لقد حدد العديد من الباحثين و الأكاديميين هيكلية العناصر الأساسية الفاعلة في عملية الاتصال، لتوضيح أسس العلاقات فيما بينها ، و التحرك الناتج عن انتقال المعلومات بين مختلف الأطراف ، ولعل ما يحدد دور كل فاعل في هذه العلاقة هو الطريقة التي يستجيب للمعلومات التي تكون في حالة صيرورة بين مختلف الأطراف وتتراوح بين كونها مدخلات في البداية وتنتهي في شكل مخرجات و أهم الفاعلين يوضحون كالآتي:

❖ حسب هارولد لاسويل Lasswell.H :

يرى لاسويل أن المجتمع يشبه الهرم حيث يوجد الحكام وهم الصفوة في قمة هذا الهرم، وجماهير الشعب في القاعدة، بينما نجد الخبراء و المتخصصين في الوسط بين الرأس و القاعدة. وتجري عمليات الاتصال على أساس أن لكلل أمة نظام حكم سياسي معين يتكون من الصفوة وهم المسؤولون عن إصدار القرارات والإشراف على مقدرات الدولة ، ومواردها الاقتصادية و البشرية. ويمكن للصفوة الحاكمة أن تستخدم الاتصال و القوة والتنظيمات من أجل تحقيق أهداف الدولة، فالاتصال هو استخدام الرموز لتنفيذ السياسة، ولا بد حينها من دراسة أحوال الجماهير دراسة علمية، وتخطيط العمل الإعلامي حتى يؤتي ثماره المرجوة. (أبو عامود.2009.ص99).

ولعل " لاسويل " يقصد بالجماعة الوسيطة (الخبراء و المتخصصون) الذين يقومون بعملية الاتصال بين الصفوة الحاكمة والفئات المحكومة، وقد أوضح ذلك في دراسة أخرى عام 1971 حيث أشار إلى أن هناك روابط وصلات بين العاملين في مجال الرأي العام و الاتصال، وبين عمليات تكوين السياسات و تنفيذها، وهو يرى أن العاملين في هذا الحقل لهم دور هام في جذب الانتباه العام عن مجريات الأمور، ذلك لأن الأصوات الأخرى في المجتمع هي أصوات تخدم مصالح ذاتية أو خاصة للحكومة أو الحزب أو التجارة...إلخ. غير أنه يشير إلى أن هناك مشكلة تحول دون قيام من يعملون بحقل الاتصال بهذا الدور المحايد ، ويرجع ذلك إلى أن هؤلاء العاملين أنفسهم يشكلون جزءا من جمعيات مهنية أو أحزاب

سياسية أو غيرها من المؤسسات التي تلعب دورا نشطا في السياسة العامة، وعلى ذلك فهم غير قادرين على أو غير راغبين في ان يقوموا بهذا الدور المحايد.(أبو عامود.2009.ص100).

الخبراء والمتخصصون

الطبقات المحكومة

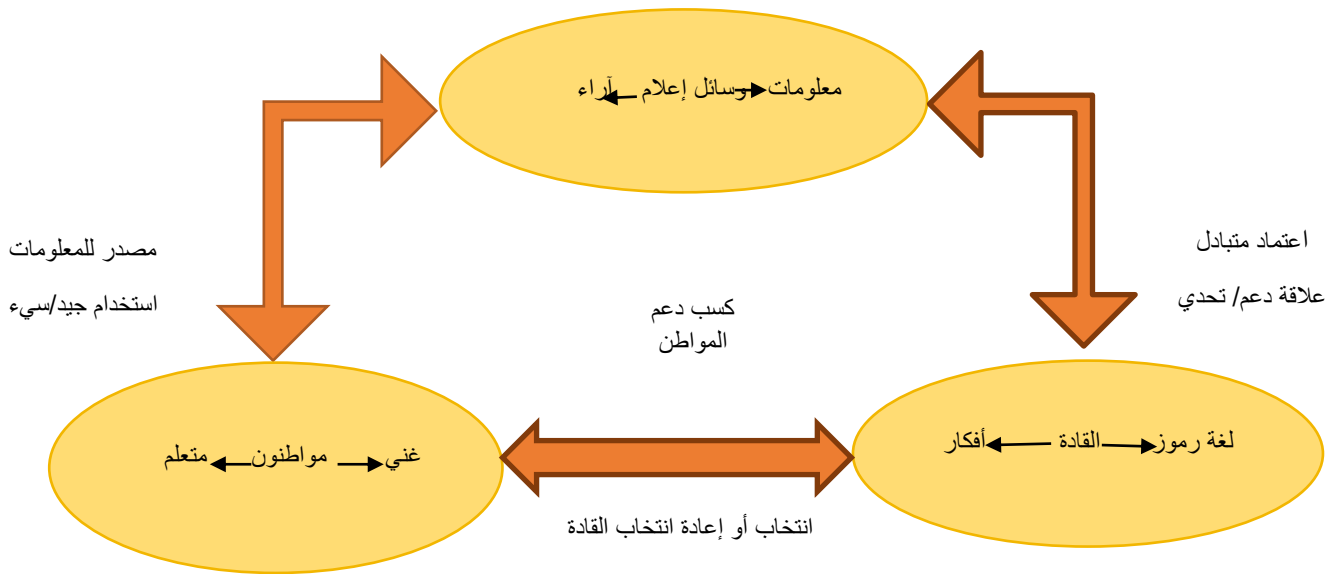
الطبقة الحاكمة -الصفوة-

الشكل رقم (1) نموذج لاسويل لفاعلي الاتصال في المجتمع المصدر : (أبو عامود 2009 ، ص 100)

حسب ريتشارد بارلوف Perloff.R : ينقسم الفاعلون في الاتصال السياسي حسب "ريتشارد بارلوف" (Perloff.2009) إلى ثلاث عناصر أساسية:

1. القادة: وهم النخب السياسية التي تمارس تأثيرها البارز على الآراء و السياسة العامة ؛
2. وسائل الإعلام : تتميز بكونها قادرة على التأثير في القادة و الجمهور ، وذلك من خلال القضايا التي تطرحها و الطريقة التي توظف بها الأخبار؛
3. المواطنون: يمثلون الهدف بالنسبة للقادة و وسائل الإعلام ، فهم مهمون لأنهم ينتخبون أو يعيدون انتخاب المرشحين السياسيين وهنا يكون الاتصال السياسي مهما لتحقيق ذلك.

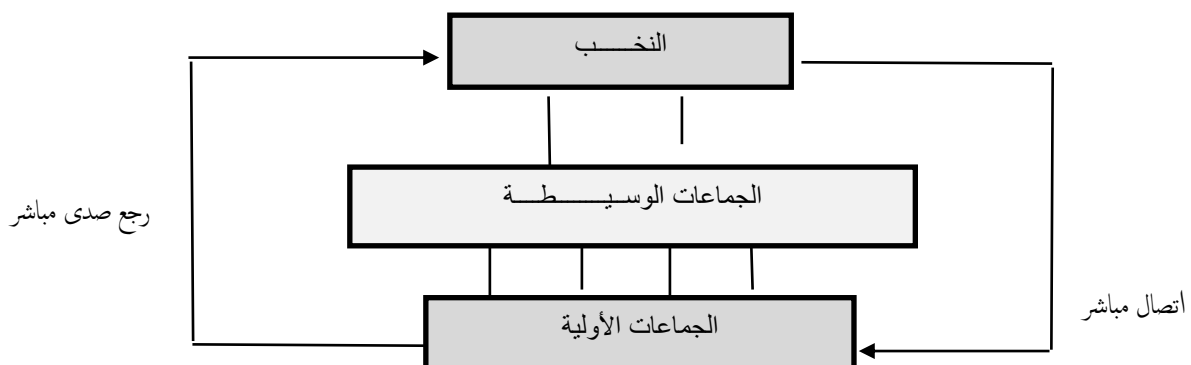
في معظم السياقات السياسية تتفاعل هذه العناصر بطريقة معقدة، معتمدة على مقومات كل عنصر على حدى، وتكون القوة هي المحرك الأساسي لهذه العلاقة . قوة القادة تكمن في استخدام اللغة و الرموز للحصول على نفوذ أوسع وتأييد شعبي لأفكارهم ومشاريعهم في الوصول أو القباء في السلطة؛ أما وسائل الإعلام فتعتمد على القادة، حيث تقوي أو تتحدى وجودهم ؛ أما المواطنون فيصنفون حسب أفضليتهم إلى غني او فقير ، ومتعلم أو أقل تعليما ، وهم ينخرطون في العملية السياسية لأجل الدفاع عن القضايا أو المرشحين السياسيين.



الشكل رقم (2) نموذج يوضح منظور بارلوف للفاعلين في الاتصال السياسي: إعداد الباحثة

❖ حسب جيرالد كلينا و كورن هوستر Klina.G & Hauster.K:

مع التطور المعاصر للنظم الديمقراطية الحديثة وخاصة الغرب الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية ، و الذي صاحبه تطور في وسائل الاتصال، فإن غالبية الشعب يرون أن الديمقراطيات الحديثة تحتاج إلى وسائل الإعلام ذات النشاط الواسع لتتولى القيام بعملية الاتصال الداخلي بين الحاكمين و المحكومين، جانب من هذا الرأي يعود إلى أن المجتمعات الديمقراطية يجب أن تقدم المعلومات للشعب، حيث أن هذه المجتمعات بحاجة إلى الإجماع Consensus، وتوجد رغبة أخرى للاستمرارية و لخلق مجتمع لديه معلومات من خلال انتشار المعلومات السياسية.



الشكل رقم (3) نموذج فاعلي الاتصال السياسي حسب جيرالد كلينا و كورن هوستر Klina.G & Hauster.K المصدر (أبوعامود.2009.ص102)

في هذا الشكل تتوضح روابط الاتصال بين العناصر الاجتماعية الكبيرة، في القمة النخب، وتحتوي على العلاقات التي تشمل كل السكان وبصفة خاصة الدولة، ويجب أن نذهب إلى ما وراء الجوانب الحكومية الرسمية بحيث تشمل على نظرتنا للاتحادات الكبيرة، و العناصر المالية ذات العلاقة المتداخلة بالقمة في أكثر المجتمعات تعقيدا.

في المستوى الأسفل الجماعات الأولية، العلاقات الشخصية العالية، التي تشمل الجيران و الأصدقاء وبصفة خاصة العائلة، وفي الوسط الجماعات الوسيطة التي تقوم بدور الحاجز أو الفاصل و المصنفى و التي تحدد نطاق الميكانيزم، وهذه الجماعات الوسيطة تشمل وكالات المجتمع المحلي، و الجمعيات الاختيارية، و الروابط المهنية، وظيفه الجماعات الوسيطة هي الربط ما بين الأشخاص ومراكز القوة، وبأهمية خاصة للدراسة تتضمن هذه الجماعات الوسيطة وسائل الإعلام المحلية بوصفها أحد أدوات هذا الربط بين القمة والقاعدة.(أبو عامود.2009.ص102)

وعندما تضعف العلاقات الوسيطة فإننا نكون في موقف يوجد فيه القليل من العزل أو لا عزل النخب وغير النخب، وتحت هذه الظروف سوف نجد قبولا عاليا بالنسبة للنخب للضغوط الجماهيرية الهائلة و انحرافا عن حكم الأغلبية، وسنجد أيضا قابلية عالية من جانب غير النخب لتعبئة والخضوع للسيطرة الشمولية الآتية من النخب في القمة. (أبو عامود.2009.ص103)

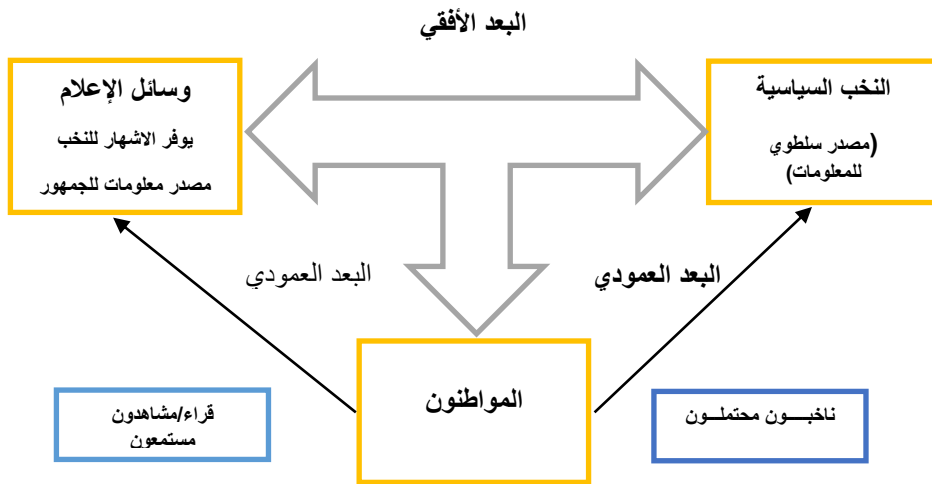
❖ حسب كيز برانتز و كاترين فولمر: Brantz.K & Voltmer.K

ولقد ركز كل من (Brantz,K & Voltmer,K.2011) في أعمالها على تحديد الأبعاد الرئيسية للتفاعل بين العناصر الثابتة للاتصال السياسي التي يراها على أنها تتحدد في النخب Elite، المواطنين Citizens، و وسائل الإعلام Media، بحيث ان هذه العناصر تتفاعل في نطاق الفضاء الاجتماعي و السياسي في إطار البعدين التاليين:

✓ **البعد الأفقي:** وهي البعد الذي تتحدد من خلاله العلاقة بين الصحفيين و السياسيين، فهنا يعتمدان على بعضها البعض في تحقيق أهدافها الخاصة ، فالسياسيون بحاجة إلى وسائل الإعلام للإشهار Publicity، و الصحفيون بحاجة للسياسيين كمصدر سلطوي للمعلومات Authoritative source of information. إلا أن القوة الموازنة تتحول شيئا فشيئا إلى وسائل الإعلام التي أصبحت مؤثرة في أجندة السياسة العامة، ولكن السياسيين وجدوا فرصا كثيرا لتسخير الإعلاميين ولأهدافهم الخاصة، وهنا تبدأ علاقة التحدي في البروز لتجعل من الصعب على العلاقة أن تتركز في اتجاه واحد وبخط منفرد، حيث أن درجة التحكم من كل جانب لأجل السيطرة تجعل من العلاقة متذبذبة لصالح طرف

أحيانا على طرف آخر. العلاقة بين الصحفيين و السياسيين معقدة وخاضعة لمصالح الطرف الأقوى في العلاقة، فغالبا ما ترجح الكفة لصالح السلطة في ذلك فهي تحدد الكثير من الطرق التي يتم بها تناول القضايا السياسية حتى في الدول الديمقراطية ، لكن قد تطفو على السطح بعض الأحداث التي قد تفسد السلطة ، أو مصداقية الفاعلين فيها وهنا يظهر دور الإعلام في توجيه الرأي العام نحوها أو في حالات كثيرة إحداث تغيير مؤسستي في الحكم.

✓ **البعد العمودي:** هذا البعد يركز على العلاقة بين النخب السياسية، ووسائل الإعلام و المواطنين (الناخبين المحتملين ، أو كجمهور لوسائل الإعلام) ، وهذا البعد يركز على إشراك هؤلاء المواطنين في العملية السياسية وتحفيزهم لذلك، وهو الأمر الذي لم يعد سهلا بعد ظهور ما يسمى "الاختفاء النسبي للمواطنين"، حيث أن معدلات المشاركة السياسية تعرف تراجعا واسعا سواء أعلق الأمر بالانضمام للأحزاب او المشاركة في منظمات سياسية خاصة بالنسبة للأفراد الأصغر سنا.



الشكل رقم (4) نموذج فاعلي الاتصال السياسي حسب كيز برانتر وكاترين فولتر: Brantz.K & Voltmer.K المصدر: إعداد الباحثة

3-1- الاتصال السياسي في المستوى الدولي :

يعتبر الاتصال السياسي الدولي 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 أحد أدوات تنفيذ السياسات الخارجية التي تعتمد على استخدام الأدوات الاقتصادية والعسكرية والدبلوماسية لتحقيق أهدافها، ويمكن أن نميز بين أربعة أنواع من الاتصال الدولي من حيث أدواته وأهدافه ومجالات عمله وهي:

1-3-1- الاتصال الرسمي المؤسسي: وهو ذلك النوع من الاتصال الدولي الذي تقوم به أجهزة رسمية كلسفارات والملاحقات والمكاتب الإعلامية للدول أو المنظمات الدولية في مناطق العالم المختلفة.

1-3-2- الاتصالات على المستوى القيادي: وهو ذلك النوع من الاتصال الدولي الذي يتولاه الدول و رؤساء الوزارات وكبار المسؤولين في زيارتهم الرسمية، وعادة ما يستخدمون وسائل الاتصال المتاحة من أجل شرح سياستهم وعرض قضايا بلادهم على الرأي العام العالمي في الدول الغنية.

1-3-3- الاتصالات المؤسسية غير الرسمية: وهي الاتصالات الولية (عبر الحدود القومية) و التي تقوم بها منظمات أهلية هدفها تحسين التفاهم بين الدول أو تعزيز الجهود الدولية وتعبئة الرأي العام باتجاه قضايا علمية مثل الجماعات البيئية، وحقوق الإنسان و الحركات النسائية ... ومكافحة المخدرات...إلخ.

1-3-4- الاتصالات الفردية: وهي تلك التي يقوم بها الأفراد في رحلاتهم و أسفارهم أو إقامتهم خارج دولهم كالسياح والطلبة ورجال الأعمال أو التجار أو الباحثين ، وهو من الاتصالات الدولية الفاعلة و المؤثرة على مستوى القاعدة الجماهيرية، وهو لا يخضع للرقابة السياسية المباشرة ، ويسهم في نقل الأفكار والآراء السياسية أو التفاعل بين الثقافات شعوب العالم و دولها، و في هذا الشأن يشار إلى دور الجاليات القومية أو الدينية في ميدان الاتصال بأشكاله الثقافية أو السياسية. (المصاحفة.2009.ص ص 69،68).

2- العناصر العامة للصناعة الإخبارية

إن الصناعة الإخبارية كمفهوم قائم لم يكن فقط نتاجا للإستثمارات القائمة محليا أو وطنيا أو حتى عالميا، وإنما أصبح هذا المفهوم محكوما بالتغيرات المتلاحقة التي تعرفها بيئة وسائل الإعلام و الأخبار على صعيد عالمي. فمنذ انهيار الإتحاد السوفياتي و انتهاء الحرب الباردة ، و تحول العديد من البلدان النامية إلى التحرر الاقتصادي و الانفتاح على العالم بأسره، أصبح من الواضح أن هذه التحولات تستهدف تسويد نظام اجتماعي واحد في العالم كله، حيث تتبادل كل أجزاء العالم الاعتماد على بعضها البعض فيما يتعلق بكل الخدمات و السلع المصنعة والأسواق ورؤوس الأموال و العمالة و الخبرة الفنية، فلا قيمة لرؤوس الأموال دون إستثمارات و خبرة و عمالة ، و لا قيمة للسلع دون استهلاكها.

و على صعيد آخر، برزت فعالية الاتصالات التي يشجع عليها تطور التجارة العالمية و المبادلات ، و تخفيف أو إلغاء التشريعات هي الإشارة الأبرز لهذا التطور ، وهي تترجم بصورة خاصة اتحادات و تحالفات الشركات الدولية مثل

Concert, Global One وغيرها، و التي تهدف إلى تقديم خدمات في الاتصالات دون وصلات بموازاة هذه العولمة. حيث يعتبر وضع الضوابط العامل الأساسي لتوسيع أسواق المنافسة وخفض الأسعار. (ليسلي و ماركينز. 2001. ص 10) و كنتيجة طبيعية لمجلة هذه التحولات ، فقد أعيد تشكيل بيئة الإعلام، وصارت سوق الأخبار و الصناعة الإخبارية بلا شك أكثر تعقيدا ، و بمتطلبات تحتم مسابقة التنافسية العالية القائمة في هذا المجال، وهو ما سنتعرض له من خلال تحديد العناصر الأساسية التي تتطلبها الصناعة الإخبارية المعاصرة و التحولات التي مستها و التي نتلخص في:

2-1-1- الخبر كسلعة

إن الأخبار كسلعة عامة بدأت مع وكالات الأنباء رغم أنها لم تكن ما هدف إليه كل من "هافاس " و "وولف"، و "رويترز"، بل على العكس عندما بدأ نقل الأخبار إلكترونيا منذ القرن 19 ، كان ما قام به ثلاثهم هو تحويل الأخبار إلى منتج صناعي وإلى سلعة، وهي عملية بدأت بالفعل مع ظهور الطباعة ، عندما بدأت الصحف في بيع القصص الجديدة، غير أن هذه العملية بلغت مستوى جديدا تماما مع عمل وكالات التلغراف ، فصارت الأخبار المنقولة إلكترونيا "سلعة خاصة " حصرية لا يتنازع عليها ، تملكها شركات معروفة الملاك. (راتنان. 2015. ص 89)

وحول مؤسسو وكالات التلغراف الأولى المعلومات إلى أخبار بجمعها ومعالجتها ثم نقلها إلى مشتريها، وتمثلت قيم الخبر في حدائته ودقته وتوافره في المكان الذي يضم عددا كافيا من العملاء الراغبين في دفع الأموال لقاء الحصول عليه وقت الحاجة إليه ، ومن ثم عدت وكالات التلغراف الأولى ذاتها مؤسسات تتألف من رأسمال و العمالة التي تنتج سلعة الأخبار ، وكانت المادة الخام هي المعلومات التي تجمع وتحول من بعد ذلك إلى المنتج النهائي ، وهو الخبر الإلكتروني الذي يجلب للمشارك، ومن هنا زعمت وكالات الأخبار أنها منتجة للخبر، ومن ثم تمتعت بحقوق ملكية الأخبار (راتنان. 2015. ص 89) .

إن هذا الطابع الذي ميز الخبر بتحويله إلى منتج أو إلى سلعة كان نتيجة طبيعية فرضها التحول إلى الطابع التجاري الربحي لوسائل الإعلام الإخبارية كنموذج ، وهي من هذا المنظور تنتج لأجل أن يستهلكها الجمهور العام ، ومن ثم تحقيق الأرباح اللازمة للاستمرار.

ويمكن تصور الأخبار سلعة ثقافية بقدر ما تعد نواتج للصناعات الثقافية المعاصرة كذلك ، وتعرف الصناعات الثقافية على أنها مؤسسات تشترك أغلبها بصورة مباشرة في إنتاج مضمون اجتماعي، إذ أنها تنتج محتوى يمكن مشاركته.

(راتنان. 2015. ص87). ورغم أن وسائل الإعلام عبارة عن مؤسسات اقتصادية وخاضعة للقوانين الاقتصادية فهي

بسبب ذلك في صراع دائم مع التزامات الصناعة الثقافية. (Khumalo. 2013. P06)

و تأثر الأخبار بالصناعة السلعية جعل الصناعة الإخبارية تحت الضغط لأجل البقاء في السوق على حساب نوعية الأخبار ، وهو ما ذهب إليه "ماكمانوس" "McManus" في تعريفه لـ "سلعنة" الأخبار التي يرى بأنها « تعني أي عملية هدفها تعزيز الأرباح ، وإن تعارضت مع جهود الصحفيين ومؤسسات الإعلام الإخبارية لتحقيق الأقصى الذي يتطلبه فهم الجمهور للقضايا و الأحداث لتشكيل المجتمع الذي يسعون لخدمته ». (Khumola, S.2013.p07).

و هو ما أكده هاميلتون ج. (Hamilton. J.2004) كذلك، حيث أن الخبر من وجهة نظره يعدو المعلومة أو الوصف لحدث معين، إلى سلعة تباع في الأسواق ففي تعريفه للخبر فهو يقول أن «الخبر هو سلعة وليس مرآة للواقع»، ويستدل على ذلك على أن الأخبار تحمل نفس الخصائص العامة المميزة للسلع ذات النفع العام، أو ما يسمى بالسلع العامة Public good.

و يمكن اعتبار الأخبار سلعا "ذات نفع عام" و هي السلع التي تتحدد بقلتها على المستوى "الحصري" و"المنافساتي" في استهلاك الأفراد ، فالسلعة العامة متاحة لكل من يمكنه الوصول إليها ، فاستهلاك الفرد لهذا النوع من السلع لا يمنع من أن يشاركه فيها شخص آخر فيها حتى و إن لم يدفع ثمنها ، على عكس السلع الخاصة التي إن استهلكتها لا يمكن أن تستهلك من قبل الآخرين. (Hamilton.2004.P19)

ولكن لا يمكن استخدام الأخبار بصفة متكررة من قبل الشخص نفسه، لأنها لا تحتفظ بقيمتها إلا إذا كانت جديدة، ومن ثم فهي سلعة جماعية تسمح بالتشارك في استهلاكها عندما لا يؤثر شخص إضافي على تكاليفها، خلا تكلفة الإرسال . فممكن لشتى المستهلكين الانتفاع بالأخبار في الوقت نفسه من مواقع و مناطق زمنية مختلفة، فالأخبار كانت لا تزال جديدة بالنسبة لهم، حتى و إن علم بها مستهلكون من مواقع أخرى، لا تتراجع قيمتها. (راتنان. 2015. ص88).

2-2- سوق الأخبار:

تعني السوق -في أبسط مستوياتها - أي مبادلات بين البائع و المشتري ، ومع مستهلكي وسائل الإعلام فإن هذا التبادل يعني أن البائع يقوم بتوفير مضامين معينة لأجل مبادلتها بنقود المشتري ، أو لجذب انتباه المعلنين، أو الأمرين معا. وتكون هذه المضامين متاحة ضمن المنطقة الجغرافية للسوق ، بحيث أن هذه المضامين تراعي التوجهات

الجغرافية للسوق أو طبيعة نظم البث و التوزيع. بالإضافة إلى سوق المضامين أين يكون المضمون الإعلامي في منافسة لأجل الفوز بوقت المتلقي وأمواله، وعندما نجد عددا معتبرا من المستهلكين يرون إمكانية استبدال منتج إعلامي بآخر فإن هذين المنتجين ينتميان إلى سوق المضامين نفسها. (Lacy & Sohn.2011 p 160)

وتشهد سوق الأخبار تطورات تكنولوجية مذهلة، كما شهدت تنام واسع لأنشطة وسائل الإعلام و ازدادت فيها المنافسة بين مزودي الأخبار، كما تطورت الأسواق التي تدعم بيئة توزيع الأخبار على مستوى عالمي ، وهو ما نرى مخرجات "الأخبار" من حيث مدى وصولها وحجمها. هذه المتغيرات أنتجت مع الوقت معضلة "اللاتنظيم"، التي أدت إلى تعاضم التنافس و التمرکز، وكلها أثرت على الطرق التي تنتج بها الأخبار. (Harrison.2006.P 70)

ونلاحظ أن سوق الأخبار على المستوى العالمي لها نموذجين منفصلين من حيث الخصائص و التنظيم التي يمكن تحديدها كما يلي:

2-2-1- أسواق الدول النامية :

هذه الأسواق لها إمكانيات قوية كأسواق لوسائل الإعلام ، ويمكن أن تلعب دورا محوريا في عالم الإعلام ، ليس فقط لأن وسائل الإعلام التقليدية لا تزال ذات مكانة أساسية ، إنما هذه الأسواق -التي تمتد من المكسيك إلى الصين- تتمتع باقتصاد جيد و مداخيل مرتفعة ويتعلق الأمر هنا دول الشرق الأقصى وأوروبا الوسطى ، وهذا ما يدعم الإعلان و توزيع المضامين الإخبارية بشكل أوسع. (McKinsey and Company. 2016.P16) .

ولكن إمكانية اختراق هذه الأسواق صعب نوع ما ، ويجب أن يجد المبررات التشريعية اللازمة لذلك ، فالتنظيم القانوني لهذه الأسواق ضمن البلدان النامية يعيق دخول الشركات الدولية و المتعددة الجنسيات ، وعادة ما يتطلب ترخيصا للحصول على نسبة من البث لتصل إلى محتويات الأسواق المحلية ، وهو بمثابة موافقة حكومية لقبول المحتوى قبل البث ، ومهما بلغت البراعة التسويقية لهذه الشركات ، إلا أنه هذا يشكل الرادع الأقوى لها. (Bothun & Sviokla. 2016.p 16)

2-2-2- أسواق الدول المتقدمة :

تتميز هذه الأسواق بالتحول في نمط الملكية الخاصة من العائلات ، إلى ملكية الشركات ثم إلى "السلاسل والمجموعات"، وهذا التحول الذي ترجع أصوله إلى بدايات القرن العشرين ، زاد بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة ، وهو

يتم من خلال استحواذ القلة من الشركات الإعلامية الكبرى على المئات من وسائل الإعلام في القطاعات المختلفة للصحافة و الإذاعة و التلفزيون و الإنترنت ، بما يطلق عليه الملكية المتعددة لوسائل الإعلام Cross Media Ownership ومن أمثلتها : News Corporation, Knight RidderNew York ,Ganett Company ,Times, وغيرها. وتتميز هذه السلاسل بالتزاماتها الصارمة في إنتاج الأخبار وسعيها المتواصل إلى توسيع هامش الأرباح، ولكنهم يوفرون لمؤسساتهم موارد ضخمة ويضمنون الحماية لها من ضغوط الاقتصاد والسياسة وحتى ضغوط المعلنين ، إضافة إلى تحسين مستوى العاملين بها. (Shudson and Jeffrey. 2003. p121)

وتتميز هذه الأسواق بكونها محكومة بقاعدة حرية السوق Market Liberalism الذي قانونه "دع الأمر لقوى السوق" التي في أساسها مبدأ رأسمالي- بحيث تقاوم أي محاولة للحد أو تقييد لحرية المؤسسات عبر تحكم الدولة ، أو سن أي إجراءات تشريعية . وقد وضع "جون كين" John Kean في مقال كتبه عن "الإعلام والديمقراطية" سنة 1993 قائلاً "إن المنادين لحرية السوق يجبون الحديث عن سوق الاتصالات الحرة التي تغيب فيها الرقابة ، و لا يتعاطفون أبدا مع أي محاولات يقوم بها المواطنون لتوسيع دور القانون أو الحد من استبدادية القوى السياسية ". (Watson & Hill.2012.p163)

من هنا فإن أحد انتصارات الليبرالية الجديدة كأداة إيديولوجية تكمن في قدرة أنصارها على توسيع نطاق الأسواق، سواء تعلق الأمر بنوعية السلع أو الخدمات المخصصة لها وذلك على مستوى عالمي، وهو أمر يتم بصورة طبيعية بحيث لا يمكن تجنبه . لذلك فإن انتصار شعبية السوق في عالم الإعلام عموماً أسس لفكرة أن المواد الإعلامية يجب أن توجه بنظرية العرض و الطلب ، وبالتالي فإن مسؤولية شركات الإعلام طبقاً لهذا المنظور ببساطة إنتاج برامج تلبي رغبات الجمهور. (بريس و ويليامز. 2012. ص 77)

إن الملكية الخاصة لوسائل الإعلام لا تمثل النموذج الوحيد للملكية و التحكم و الرقابة في المجتمعات الديمقراطية، فبينما كلمة مملوكة للحكومة دائماً ما ترتبط بالنظم القمعية ، وتستخدم فيها الدولة وسائل الإعلام لأهداف دعائية ، فالنتيجة مختلفة في النظم الديمقراطية ، كما أن معظم وسائل الإعلام في المملكة المتحدة وكندا و اليابان تعود ملكيتها وتمويلها إلى الحكومة، وتكرس كل جهودها للمصلحة العامة على عكس ما تقوم به الشركات الخاصة القائمة على جني الأرباح. (بريس & ويليامز. 2012. ص 54)

وبعد أن خسرت الصناعة الإخبارية الكثير من عائداتها بسبب المتغيرات التكنولوجية ، أصبحت منتجو الأخبار يتبعون استراتيجيات مصممة لاستهداف جماهير أكثر فأكثر لتحقيق أقصى حد من عائدات الإعلان ، وتحدد شركات الإعلام الدولية جماهيرها وأسواقها على مستوى عالمي ، كما يقومون بتنويع منتجاتهم من خلال إعادة عرضها عبر قوالب مختلفة Repackaging، ثم بيعها عبر عدة منصات وعروض مختلفة. (Harrison.2006.P70)

لذلك دخلت متغيرات أخرى أثرت على الفاعلين في سوق الأخبار ، وهنا بالتحديد يأتي الحديث عن التكنولوجيا، التي أصبحت ضمن الحسابات العامة لأسواق الأخبار وهذت من منطلق العاملان التاليان:

- الأول : التطور الكبير لمنصات الهواتف النقالة ومواقع التواصل الاجتماعي.
 - الثاني: تحول عمالقة التكنولوجيا إلى صناعة "كل شيء" في الحياة الرقمية من مثل : Google, Amazon, Facebook, Apple بالإضافة إلى المساعدين من متعاملي الهواتف النقالة المشغلة لهذه الواقع، وصانعي البرمجيات ، خدمات البريد الإلكتروني، وكلها بإمكانها توفير تفاصيل مهمة حول المستهلك. (Pew Research Center.2011.P3)
- من هنا بدأت الشركات العاملة في قطاع الإعلام تدرك وتختار الطريقة المناسبة التي تدير بها شؤونها ، والتي انعكست على الفاعلين الأساسيين في بيئة الأخبار ، وهنا قدم كل من "بيتر وايل" Peter Weill و "ستيغاني ل. وورنر" Stephanie .L. Woerner توصيفا للاستراتيجيات الرقمية التي أثرت في سوق الأخبار و المعلومات ، في مقال نشر عام 2015 حول " النجاح في البيئة الرقمية المتنامية" ، بحيث أصبحت سوق تضم مايلي:

أ- الصانعون Makers :

هذه الشركات هي صانعة محتوى ولا تربطها علاقة مباشرة مع المستهلك المستهدف ، تركيزهم ينصب على إنتاج محتويات متميزة ، خاضعة للملكية الفكرية ، ثم بيعها للموزعين و المحصلين ، وتزداد براعة الصانع عبر إنتاج محتويات بأشكال متعددة (نشرات إخبارية ، برامج حوارية ، أغاني ..الخ) ومن أمثلتها: الشبكات الإخبارية، المواقع الالكترونية ..إلخ.

ب- المشغلون Maximisers :

يتمتعون بعلاقة مباشرة مع الزبون، من خلال تحكمهم وسيطرتهم في بيئة في بيئة توزيع المواد الإعلامية (نشر وبث)، فيوفرون إمكانية الولوج إلى القنوات عبر عقد الصفقات و تسييرها وبيع تشكيلة من المنتجات و الخدمات، والتي تضم شركات الكابل ، الأقمار الاصطناعية، متعاملي الهاتف النقال... وغيرها.

أما المشغلون في العالم الرقمي من أمثال Google, Youtube, Spotify فهم يعملون عن طريق قاعدة بيانات واسعة يملكونها عن زبائنهم، ونماذج تحليلية عالية التعقيد عن المستهلكين، ما جعل المزودين يوفرون أسهل الطرق للشركات الإعلامية للتعامل مع مستهلكيها، وبما أنه من غير المكلف إنشاء هذا النوع من المنصات فإن المزودين أصبحوا يحصدون نفس مداخيل الصناع.

ج- المزودون Module:

وهم أيضا مزودو خدمات تقنية ، يوفرون التقنيات التي تمكن من تشغيل الأجهزة والمنتجات، ولا يملكون صلات مباشرة مع الجمهور ، ويتحكمون بشكل أقل في بيئة الإعلام التي يعملون فيها، و بإمكانهم العمل مع قطاعات صناعية أخرى ، وهي تتركز في توفير الإعلانات أو تصميمها ، أو إدارة المواقع الإلكترونية.

د- المدمجون Mashups:

وهي شركات لها علاقة مباشرة مع الزبون ، تتميز بتحكمها الكبير في تجارب المستخدمين، فتعقد الصفقات معهم لأجل الحصول على المنتجات الجديدة و الخدمات، ويتواجد المدمجون عبر كل المنصات الإعلامية، ويمكن أن تدخل في صناعة كل ماله علاقة بمجالها من دون أن تتحدد بنمط معين أخبار ، موسيقى ، أفلام ،...إلخ ، كما لهم خبراء في المحتوى و التوزيع و البث، والبنى التحتية ، و الخدمات وتحليل اتجاهات المستهلكين. ويعتبر المدمجون نادرين في سوق الأخبار إلا أنهم يتميزون بسرعة الانتشار ويمثلون فرصا مهمة لباقي الفاعلين في السوق كما يمثلون تهديدا كذلك. ومن أمثلتهم: Amazon (Bothun & Sviokla.2016.pp 31,32) ، كل هذه المتغيرات التكنولوجية تدفعنا لطرح السؤال :

كيف يمكن للصناعة الإخبارية في التلفزيون أن تسترجع قوتها؟

إن الشركات التلفزيونية و الإعلامية عموما تتضرر من التكنولوجيا على صعيد نقص الإعلان و المداخيل بشكل عام لذلك فهي تسعى إلى إرساء مكانتها في العالم الرقمي، حيث أن شركات الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية هي منظمات متعددة المنصات، ولها حضور كبير على العالم الرقمي لكنها لا تزال بحاجة إلى المزيد من التوغل فيه، حيث أعلنت شبكة CNN الإخبارية في مارس 2016 أنها ستبدأ في إستراتيجية لإعادة البناء منظومتها الإعلامية ، و التي من خلالها ستدخل استثمارات إلى مناطق إنتاج الهواتف الخلوية وتطويراتها ، وكذلك بالنسبة لـ MSNBC و NBC (Pew Research Center. 2016. P25). News

كما أن هناك استراتيجيات أخرى توفر تقليص التكاليف الإنتاجية على الصعيد الداخلي ، حيث قامت المحطات التلفزيونية الأمريكية بتبني مقاييس جديدة تعتمد فيها على تقليص عدد العاملين وزيادة الموظفين بدوام جزئي ، كما أن هناك اتجاهها يقوم على تحويل الصحفيين إلى "محررين" بحيث بإمكانهم القيام بكل الأعمال التي يتطلبها العمل الصحفي، بحيث يكون محررا و مصورا وناقلا عبر الوسائط المتعددة .

وتظهر مقارنة أخرى مهمة لأجل زيادة المداخل وهو عبر صناعة نشرات إخبارية لقنوات تلفزيونية أخرى، بشرط أن لا تكون هذه القنوات منافسة أو تقع ضمن السوق الإعلامية للقناة المصنعة. ففي بداية خريف 2010 قامت قناة INN الأمريكية في "دافنبورت" وقاينسفيل" بولاية "إيوا" بتزويد مجموعة من المحطات في ولاية فلوريدا بجوالي 205 ساعة من النشرات الإخبارية الليلية ، حتى أن الكثير من الأخبار التي يجمعها المرسلون في "قاينسفيل" ترسل إلى "دافنبورت" التي تقع على بعد 1100 ميل للإنتاج و التقديم في محطة INN ، التي لها حوالي 12 مؤسسة مشتركة في السوق من مختلف الولايات الأمريكية ، و الإحصائيات تشير إلى أن حوالي 224 من مجموع 986 محطة أمريكية ممن يقدمون الأخبار لا يقومون بإنتاج الأخبار أو النشرات الإخبارية الخاصة بهم بل يعتمدون على مصادر أخرى. حتى على صعيد الإدارة ظهرت شركات إدارة متخصصة تعتمد عليها المحطات التلفزيونية لأجل تقليص تكاليف الإدارة ، بحيث تقوم هذه الشركات بإدارة محطات أو مجموعات بأكملها. (Yanich. 2012. P14). كما أن هناك نزعة كذلك لزيادة توظيف صغار الصحفيين عن كبارهم، فهم أقل ميلا للتنافس مع زيادة التعامل مع Freelancers الذين يوظفون فقط عند الحاجة، ويتقاضون أتعابهم عن عدد الأخبار المقدمة. (Khumola.2012.P07).

3-2- جمهور الأخبار و أنماط الاستهلاك:

إن الحديث عن جمهور الأخبار في القرن 21 يجرنا للحديث عن أشكال جديدة في التلقي، تضم وسائل الإعلام الجديدة و التقليدية، فبعيدا عن الأنماط التقليدية التي كانت محاور للبحث لدى مختلف الأكاديميين والباحثين في مختلف حقول العلوم الاجتماعية، التي أفرزت العديد الاختلافات ضمن الأطروحات و التفسيرات المقدمة ، بحيث كانت تعتمد على التركيز على جوانب دون أخرى، لذلك فالحديث عن جمهور وسائل الإعلام و جمهور الأخبار تحديدا يتطلب النظر في البيئة العامة التي تحولت واندجت فيها وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة، لتحدث بدورها انقلابا في مفهوم الجمهور والتلقي.

و في سياق الحديث عن الأخبار التلفزيونية كسلعة ، وكقطاع صناعي متطور ، فإننا سننظر للمتلقي كمستهلك بالدرجة الأولى، ليس فقط لمحتويات التلفزيون كوسيلة إعلام تقليدية ، وإنما لكل وسائل الإعلام المدججة التي أصبحت الحدود فيها متاهية ليصعب الفصل فيها وتمييزها عن بعضها ، ولكنها بالنسبة للجمهور أصبحت أكثر انقساماً وأكثر رقمنة، فأصبح المستهلكون يملكون الخيار في التعرض لمضامين إعلامية بشكل لا محدود ، ووفق شروطهم وأجهزتهم الخاصة وبالمقابل حافظت وسائل الإعلام التقليدية على خصوصياتها في العالم الرقمي وتحولت تقنياً في العالم الرقمي وتحولت إلى "وسائل متعددة المنصات"، ومكنت القيمين على أسواق الأخبار بربطهم مع مستخدميهم ومستهلكيهم عبر مختلف التطبيقات و المدونات و المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. وهذا ما يجعل المعركة لأجل كسب انتباه المستهلك أكثر شراسة.(Bothun & Sviokla.2016. p31,32)

و باستعراض أهم إحصائيات المنظمات الإعلامية في العالم نجد أن الإعلام التقليدي و على رأسه التلفزيون، لا يزال ذا قيمة كبيرة، حيث يسيطر التلفزيون التقليدي على أكبر نسبة من الإعلان العالمي في عام 2014 و التي تقدر ب 38.7 (p05. 2015. Mckinsey & Company)، ففي الولايات المتحدة الأمريكية شهدت قنوات الكابل ممثلة في CNN, FOX News ,MSNBC، زيادات مهمة في معدلات المشاهدة خاصة قناة CNN التي ارتفعت فيها نسب المشاهدة المسائية ب 38% .(Pew Reaserch Center.2016. P22)

كما ارتفعت العائدات الاعلانية للقنوات التلفزيونية الثلاث السابقة بنسبة 10% في 2015 (حوالي 4 ملايين دولار)، تتقدمهم FOX News ب 14 %، ثم قناة CNN ب 6 %، ثم MSNBC ب 3 %، وتحصل قنوات الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية على عائداتها عبر طريقتين وهما : "الاشتراكات" و الإعلان ، وتفوقت FOX News في رفع نسبة الاشتراكات بنسبة 7 % ، أما قناة "الجزيرة America" فقد رفعت عائداتها بنسبة 17 % ، إلا أنها أغلقت في أبريل 2016 بقرار من الشركة الأم .(Pew Reaserch Center.2016. P25)

ولا يزال التلفزيون متصدراً لقائمة وسائل الإعلام الأكثر استخداماً حتى في أوروبا ، فمن خلال دراسة أجرتها وكالة "رويترز" على عينة مستخدمي الإنترنت، التلفزيون تصدر قائمة أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً وذلك في ألمانيا 78% وفرنسا 74% ، وهذه الدراسة التي أجريت عبر الإنترنت أثبتت أهمية الأخبار التلفزيونية ، حتى بالنسبة للجمهور الإنترنت ففي المتوسط، ثلاثة أرباع (74%) العينة يشاهدون الأخبار التلفزيونية كل أسبوع . كما أن كلا من فرنسا

وألمانيا لا تزالان تحتلان الصدارة في متابعة الأخبار التلفزيونية بالطريقة التقليدية ، ففي ألمانيا يفضل الجمهور الجلوس ومشاهدة الأخبار المسائية عنه في قراءة الأخبار على الإنترنت.(Reuters .2016. p p 88,89)

والتلفزيون مهيمن على منصات الأخبار حتى في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أن 57% من البالغين يحصلون على الأخبار من القنوات التلفزيونية الإخبارية ، وعند سؤال المبحوثين عن منصتهم المفضلة للأخبار فإنهم أجابوا أنهم يفضلون التلفزيون ثم شبكة الإنترنت ، حتى أن 51 % يقولون بأنهم أوفياء لمصادرهم الإخبارية ، في حين أن 48 % منهم قالوا أنهم غير أوفياء لها، ولكن ما مجموعه 76 % من العينة الكلية يعودون دائماً إلى نفس القنوات التي يفضلونها ، كما لا يزال التلفزيون كمنصة إخبارية المفضل لدى المستهلكين الأوفياء للأخبار ، على عكس وسائل الإعلام الأخرى خاصة مواقع التواصل الاجتماعي.(Pew research Center. The modern news consumer. 2016.p53)

ويرجع هذا التنوع الذي يميز مستهلكي الأخبار إلى اختلاف الدوافع التي تعتبر عاملاً مهماً في تفسير مختلف العمليات الاتصالية ، و هي عامل مهم لتوقع الأنماط المتمايزة للاختيارات ، وفهم الأسباب التي تجعل من الأفراد يميلون إلى اختلاف الدوافع التي تعتبر عاملاً مهماً في تفسير مختلف العمليات الاتصالية ، و هي عامل مهم لتوقع الأنماط المتمايزة للاختيارات ، وفهم الأسباب التي تجعل من الأفراد يميلون إلى أنواع معينة من مصادر الأخبار على أخرى ، بما يمكن أن يجعلنا نتعمق أكثر فأكثر في استخدام وسائل الإعلام الإخبارية.

ولعل أبرز التفسيرات المقدمة حول الدوافع لمتابعة الأخبار هي ما قدمته " نظرية الاستخدامات و الإشباعات"، حيث ترى أن الدوافع الأساسية لاستهلاك الأخبار تتمثل في دافعين أساسيين أولهما "الدوافع الطقوسية" و التي تشمل الدوافع المتعلقة بإشباع رغبات المتلقي في تضيئة الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة الاتصالية والهروب من المشكلات ؛ وهناك "الدوافع النفعية" التي تستهدف التعرف على الذات ، واكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كنشرات الأخبار و البرامج السياسية ، حيث أن وسائل الإعلام تجمع لنا معلومات عن الأماكن و الأحداث التي لا يمكن الوصول إليها بأنفسنا خاصة بعد ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث إرسالها 24/24 ساعة ، كما تتضمن الدوافع النفعية الحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات ، والتعليم الذاتي في مجالات عديدة.(الزباني. 2010. ص 9).

و لكن الكثير من الدراسات قدمت لأجل تحقيق فهم أكبر لعامل "الدوافع" ضمن الدراسات المبكرة "للاستخدامات و الإشباعات" التي عادة ما تركز على الخصوصية الرمزية و النوعية لوسائل الإعلام ، فعلى سبيل المثال تعمل الصحف على طرد الملل و إرضاء الحاجة للقراءة ، بينما تعمل الأخبار التلفزيونية على تضيئة الوقت أو الاسترخاء والتعلم ، وهذا ما توصلت إليه الباحثة "أنجيلا . م . لي" (Lee. 2013) في دراسة قدمتها بعنوان " إعادة النظر حول جمهور الأخبار: التنظير للعلاقة بين دوافع الجمهور و استهلاك الأخبار" ، حيث قدمت الدوافع لاستهلاك الأخبار من منظور البيئة الإعلامية المتغيرة ، وصنفتها كآآتي :

1- الدوافع الإعلامية :

و هي من أهم الدوافع الرئيسية لاستهلاك الأخبار ، و تتعلق بمراقبة البيئة لإشباع الرغبة في المعرفة ، وفهم ما يحدث في العالم، إضافة إلى متابعة أداء الحكومة في وظيفتها ، فالأخبار تبرز كمساهم في اتخاذ القرارات و دليلا في القضايا و المشاكل و التصويت كذلك.

2- الدوافع الترفيهية :

وتتعلق بالأفراد اليافعين الأقل سنا ، وتكون من خلال "البرامج الليلية" Late night show و برامج العروض الكوميديية ، ويتعلق ذلك بإشباع الرغبات المتعلقة بالحماس و الضحك.

3- الدوافع المتعلقة بالرأي :

تطور الدراسات المتعلقة بالتعرض الانتقائي، في معظمها أكدت أن الأفراد يتعرضون للمواد الإعلامية التي تتفق مع ميولاتهم للتحقق و الثبوت من آرائهم، و آخرون يتعرضون لمصادر لا تتناسب مع آرائهم بغرض التعرف على وجهات النظر المختلفة، إما لتأكيد آرائهم الخاصة أو على العكس تجنب الآراء المناهضة.

4- الدوافع الاجتماعية :

وتتعلق بالرغبة لمجاعة الأحاديث ، و الظهور كمطلعين أو مثقفين ، أو لتقليد الأصدقاء.

3- الاتجاهات النظرية لدراسة الأخبار :

إن ماتمثلة الاتجاهات النظرية لدراسة الصناعة الإخبارية ، ماهو لإفسيرات حول نمط الثقافة المشاع من خلال الأخبار اعتمادا على مجموع العوامل العامة المساهمة في صياغة الإنتاج الإخباري، وهو ما نال قسطا مهما من اهتمام الباحثين

الذين كرسوا جهودهم لفهم و الإجابة عن السؤال المتعلق ب"ما الذي يصنع الخبر" أكثر من اهتمامهم ب"ماهية الخبر" ومعايير انتقاء الأخبار في غرف الأخبار.

وقد حاولنا في هذا العنصر التطرق إلى الاتجاه الاقتصادي الذي يبحث في التأثير المالي و التجاري للملاك و المعلنين على نوعية الأخبار، و الاتجاه السياسي الذي ينطلق من الدور السياسي للحكومة و السياسيين كفاعلين في تشكيل الطرح الإخباري لمعظم وسائل الإعلام ، بوصف العلاقة بين البيئة السياسية ووسائل الإعلام و حجم التفاعل المهم بينها أما بالنسبة للاتجاه المؤسسي فهو يطرح مسائل المعالجة الخبرية كعامل أساسي، إضافة إلى ما تطرحه مسائل العمل المهني من أخلاقيات ، وفي الأخير يظهر الاتجاه الثقافي والذي يدرس ما يبني عليه فكر الإعلاميين و الطريقة التي ينعكس بها على عملهم في مجال الأخبار ، و سنستعرض هذه الاتجاهات كما يلي:

3-1-1-الاتجاه الاقتصادي:

يقوم هذا الاتجاه على دراسة أسس الضبط و الملكية كعوامل أساسية في الإنتاج الإخباري، باعتبار أن "الأخبار سلعة" و إنتاجها يجب أن يدعم بقاعدة اقتصادية قوية لأجل الاستمرار في السوق و مواجهة المنافسة المتزايدة من المؤسسات النظرية. و من بين أولى الدراسات التي نظرت في ذلك ، دراسة كل من "ميردوخ" Murdock. G و"غولدينغ" Golding. P و التي تحمل عنوان " نحو اقتصاد سياسي لوسائل الاتصال" حيث خلاصا إلى أن مضمون ما تبثه هذه الوسائل، و المعاني التي تحملها ، تتحدد و تتقرر أساسا بالقاعدة الاقتصادية للمؤسسات المنتجة. (ساري.1988.ص178).

ولقد تفرع عن هذا الاتجاه اتجاهان فرعيان متعارضان من حيث الرؤية و التفسير في بيئة الأخبار، اعتمادا على النطاق الذي يمتد فيه بناء القوة (أنماط الملكية السائدة في وسائل الإعلام) و هما :

3-1-1-الاتجاه الماركسي (الاقتصاد السياسي):

يعرف هذا الاتجاه أيضا بالاتجاه النقدي للاقتصاد السياسي ، حيث يقوم هذا الاتجاه على ربط العلاقة بين مصالح المالكين في الإنتاج الإخباري و نوعية المحتوى المقدم ، و بناء على هذا يعتمد الباحثون ضمن هذا الاتجاه على تحليل الأيديولوجيا المهنية، و أساليب عمل الصحفيين ضمن منظمات الأخبار. و يخضع هذا المنظور إلى القليل من الاستقصاءات الإمبريقية التي تربط بين نمط ملكية الشركات الإعلامية و استراتيجيات التنظيم، وأشكال الإدارة مع إنتاج

المحتوى الإخباري ، كما أن الاتجاه الجديد للاقتصاد السياسي ، أضاف مؤخرا أنماط الاستهلاك الثقافي إلى جملة التفسيرات المقدمة و لكن لا تزال في ذلك محملة لعملية الإنتاج الإخباري في حد ذاتها.(Harisson.2006. P297)

و بالنسبة لكل من "ماركس" Marx .K و " أنجلز " Engels .F فإن الأيديولوجيا أو ما سماه بـ"الأفكار الحاكمة" لها دور مهم في النظام الرأسمالي، حيث توقع أن وسائل الإعلام غالبا ما تلعب دورا إيديولوجيا و تقنيا ضمن منظومة الوعي و شرعنة الهيمنة الرأسمالية ، و جادل "إنجلز" على أن الأفكار ماهي إلا انعكاس حقيقي أو محرف عن الواقع ، وإذا ما شوهدت الأفكار فإن الواقع المنشود سيقدم بطريقة خاطئة. وبالتالي فإن الماركسيين يرون أن السيطرة على وسائل الإعلام تقع بشكل كلي في يد الملاك الذين يتحكمون -كطبقة اجتماعية- في سيرورة الأفكار السائدة في المجتمع من خلال السيطرة على منظومة وسائل الإعلام وإنتاج الأفكار .ويقول "ماركس" في ذات السياق أن "الأفكار التي تأتي من الطبقة الحاكمة في كل عصر هي الأفكار المهيمنة ، والطبقة التي تحكم القوة المادية للمجتمع هي نفسها التي تحكم القوى الفكرية، والطبقة التي لها وسائل الإنتاج المادي لها القدرة على السيطرة على أي وسيلة للإنتاج الفكري ، و كنتيجة لذلك أفكار الذين يفتقرون لوسائل الإنتاج الفكري سترتبط بهم".(Fushs.2011. p153).

ويقول "مردوخ" أن وسائل الإعلام الجماهيرية و بخاصة الصحافة كواحدة من أقدم الوسائل ، لا تزال تهيمن عليها لحد كبير شركات يسيطر عليها أولئك الذين ينحدرون من سلالات العائلات المؤسسة الأصلية ومشاركوهم، من أمثالها Washington Post ,Ganett, News Corporation وغيرها . كما أن هناك الباحث "تنستول Tunstall ,T " في كتابه عن "الصحافة البريطانية في عصر التلفزيون " سنة 1971 الذي يرى النقيض من ذلك، حيث أن الصحافة (البريطانية و الأمريكية) لاسيما في عصر التلفزيون مملوكة بشكل واسع جدا من قبل شركات كبرى مدمجة ومتعددة الجنسيات ، ينصب إهتمامها على صناعات أخرى (النفط، النقل، التعدين، الإنشاءات والمصارف، ... وغيرها) و تأتي أرباحها منها. كما يقدم "جيمس كوران" J , Curran في مقال كتبه "قوة من دون مسؤولية " رأيا مشابها لرأي تنستول بقوله: "إن عملية الضبط الذي تمارسه المؤسسات المتعددة الجنسيات على الصحافة، و الاتجاه العام نحو التنوع الاقتصادي في الصحافة، قد أديا إلى تدهور هيمنة الملكيات الفردية. وهناك بضعة استثناءات ...ولكن ، مع أن الجماعات الرئيسية المالكة للصحف لا يزال يسيطر عليها الذين ينحدرون من سلالات المؤسسين، فإن الشركات هي الآن بدرجة من كبر الحجم و التنوع بحيث تحول أمور السيطرة على أكثرية الصحف إلى مدراءها. أما المحررون فصلاحياتهم محدودة في

هذا المضار. إن أغلب القرارات الرئيسية المؤثرة في تطوير الصحف تتصل بالأمور المالية ، وهذه القرارات تحال غالبا إلى مجلس الإدارة". (ساري. 1988. ص.183)

كل هذه المتغيرات أسست مع الوقت لسوق إعلامية تنبني على التمرکز وتعاظم المنافسة بين وسائل الإعلام فيها، وتأثرت الصناعة الإخبارية بشكل مباشر بهذه المتغيرات ، وأصبحت بيئة الأخبار الجديدة خاضعة لهيمنة الضغوط التي تفرضها سوق الإعلام و الضرورات التي تبيحها هذه الشركات لتحقيق الربح. و جادل أصحاب هذا الاتجاه على أن سياق الإنتاج الذي تتم فيه الأخبار أصبح محكوما بالدرجة الأولى بالدوافع الاقتصادية عنه بالرغبة في خدمة الصالح العام. وفي هذا النوع من البيئة تعتبر وسائل الإعلام الإخبارية جواهرها " مستهلكين " أكثر منهم مواطنين ؛ ومن هذا المنظور فإن وسائل الإعلام لا تتبع للجمهور المنتجات التي يطلبونها أو يريدونها ، وإنما يعتبرون هم أنفسهم " منتجات لوسائل الإعلام " يتم كسبهم لبيعوا فيما بعد للمعلنين بالآلاف باعتبارهم قوة لزيادة نفوذهم . و الآن أصبح منتجو الأخبار يتبعون إستراتيجيات مصممة لاستهداف جواهر أكثر فأكثر لتحقيق عائدات إعلانية على مستوى عالمي، وهنا تتجلى قوة المجموعات الإعلامية التي توسعت ضمن ما يسمى بالملكية المتقاطعة لوسائل الإعلام* Cross media ownership، وبشكل عام فإن المستويات العالية من المنافسة بين وإتباع نظام " الحد الأقصى للربح " ، دعمت القلق فيما يخص استراتيجيات وسائل الإعلام الإخبارية ، حيث أنها تعتمد على الأخبار السطحية Junk News وتهتمش الأخبار العميقة التي تستدعي تحليل الأخبار و استبعادها حتى من ساعات الذروة المبرمجة .وبذلك نمت قيم "التابلويد" التي تركز على المشاهير و الفضائح ، عوض الاهتمام بالأخبار الجديدة (سياسة، السياسات العامة ، القضايا العامة ، اقتصاد.... وغيرها). (Harisson.2006.P70)

1-1-3-الاتجاه الليبرالي التعددي:

يرفض الليبراليون فكرة أن تركز وسائل الإعلام الإخبارية حرفت عملية الإنتاج الإخباري من خلال فرض منطلق التوجهات الاقتصادية ، فعلى الرغم من أن المؤسسات التلفزيونية عبارة عن استثمارات خاصة إلا أن عملها لا يتم إلا من خلال استغلال الوسائل الحكومية المتعلقة بال بث ، مسألة الحصول على تراخيص لأجل استغلال الموجات

*الملكية المتقاطعة لوسائل الإعلام Cross media ownership: تشير عادة إلى التنوع في ملكية وسائل الإعلام من خلال السيطرة على قطاعات مختلفة من صحف إذاعات قنوات تلفزيونية شركات علاقات عامة وغيرها ويعبر عنها أحيانا بالتمركز العمودي vertical concentration ، وبعاكسها في المفهوم monomedia ownership و التي تعني الملكية الأحادية لوسيلة إعلامية أو أكثر من نفس النوع، ويعبر عنها كذلك Horizontal concentration

الكهرومغناطيسية في الدول الغربية أمر تتولاه الحكومة من خلال منح التراخيص ، وبموجب هذه الأخيرة يتم رسمياً إنشاء المحطات الإذاعية و التلفزيونية ، وهذه التراخيص تحمل أصحابها بعض الالتزامات الخاصة بالخدمة العمومية ، و بما أن قوانين الإعلام في الدول الغربية غير موجودة ، و إن وجدت فهي خالية من أي نوع من التقييد التي قد تعرفها الدول العربية مثلاً -بسبب قدسية حرية الصحافة و الإعلام- والتي ترى في أي قانون منظم لوسائل الإعلام ضرباً لهذه الحرية، فإن الإلزام بالخدمة العمومية يمكن أن يشكل مخرجاً بالنسبة للدولة، لجعل المحتويات متناسبة وحاجيات الجمهور بما يفيد و الحد من التوجهات التجارية الطاغية. لذلك فالالتزام بتطبيق مسؤوليات الصالح العام (الخدمة العمومية) يحقق توازناً بين ما تعتقد المحطة أن في وسعها تحقيقه من أرباح ، ونوعية المعلومات الموجهة للجمهور لتحقيق المواطنة العلمية. (Yanich.2012. P338)

كما يرى أصحاب هذا الاتجاه في تعقيدات المتغيرات الحديثة بما فيها تطورات تكنولوجيا الاتصال حرية أكبر ، ونهاية للرقابة ، وتوسيعاً للمبادرات الفردية في نشر الأخبار ، خالقة بذلك فضاء ثقافياً وسياسياً مفتوحاً عبر العالم كله . حتى أن زيادة المنافسة بين مزودي الأخبار وزيادة منافذها أعطت الفرد خيارات أوسع ، كما أن هذه الشركات الإخبارية الغنية والكبيرة بإمكانها استثمار مبالغ مالية ضخمة في عملياتها لتحسين نوعية الأخبار المقدمة. (Harisson.2006. p71)

فالسلاسل و المجموعات الإعلامية تضع التزامات صارمة لأجل توسيع هامش الأرباح ، ولكن يمكن أن تكون هذه الوضعية جيدة في محل ما ، خاصة وأن هذه الشركات توفر لوسائلها الإخبارية موارد ضخمة ، كما يضمنون لصحفيها الحماية من ضغوط السياسة ، رجال الأعمال و المعلنين. (Shudson & Jeffrey.2003.p 121)

3-2-الاتجاه السياسي:

يقوم هذا الاتجاه على بحث أثر الوضع السياسي على مؤسسات الإعلام ، حيث أن المسألة تتعلق بكيفية التأثير على مضامين التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام ، وهنا يبرز السياسيون كفاعلين مهمين لكونهم من المصادر الأساسية لوسائل الإعلام ، ويساهمون في بلورة التغطية الإخبارية ، فالمدى الذي من خلاله يؤثر الفاعلون السياسيون قد تم التنظير له و تأسست مفاهيمه بطرق متعددة مع الوقت. (Architti. 2010. P28). ولعل أهم النظريات التي تناولت علاقة الإعلام بالسياسة كانت في أساسها معيارية تحدد مستويات الهيمنة على وسائل الإعلام وحدود تدخل السلطة

السياسية في تأسيسها وعملها، وانطلقت من كون حرية الصحافة حرية سياسية. وهذه النظريات هي التي حددها "ولبر شرام" وزملاؤه سنة 1963 في كتابهم نظريات الإعلام الأربع ممثلة في النظرية الليبرالية، النظرية الاشتراكية، النظرية السلطوية ونظرية المسؤولية الاجتماعية. إلا أنه ليس التقسيم الوحيد .

يظهر السياسيون على هذا الصعيد من خلال دوافعهم ومصالحهم في محاولة التأثير على العملية الإخبارية، وذلك بشكل مستقل عن داعمهم الاقتصادي وإن كانت دوافعهم تتسم بنوع من الأنانية، خاصة إذا تعلق الأمر بإخفاء الحقائق الخاسرة أو الفاسدة التي تشوب أفعالهم، إضافة إلى تدخلهم في العمل الصحفي بحيث يمكن أن يصبحوا مصدرا للأخبار الخاطئة بحد ذاتها، بما يؤدي إلى أضرار سياسية على المدى البعيد. (McNair. 2009. P54)

وقد تمثل هذه العلاقة بين الخصوم السياسيين ووسائل الإعلام أهم ما يميز النظام الإعلامي الليبرالي، وتعتبر على أنها "تكافل تنافسي" ، و التي يحاول فيها كل من طرفي العلاقة كشف الآخر وفضحه ، وبالمقابل يمتلكان بعض المقومات التي يحتاج كل منهما الآخر لأجل أداء دوره المتوقع ، حيث يعتمد القادة و الناشطون السياسيون على الصحافة لإيصال رسائلهم السياسية إلى العامة ؛ كما تعتمد الصحافة على الخصوم السياسيين للحصول على المعلومات و على الأحداث لتحويلها إلى أخبار ، وأن هذا التبادل للمعلومات من أجل إذاعتها ونشرها ، وهذا التبادل هو ما يفسر وبوضوح إلى حد كبير العلاقة بين النظامين المختلفين .(السرور و الأوسوي . 2011. ص31)

كما أن مفاهيم القيمة و الاعتماد هي التي تحدد كذلك أي من المتنافسين يحصل على الوصول أو الظهور على وسائل الإعلام الإخبارية ، وهنا مرة أخرى نجد مرحلة من النزاع و التنافس على قابلية النفاذ و الوصول وهي التنافس بين الخصوم السياسيين ، ومرة أخرى يتم الاختيار من قبل الناشطين السياسيين المختلفين ، بينما يعتمد تقبل كل لاعب سياسي وتلاؤمه مع وسائل الإعلام على مدى حاجته للإشهار و الذيوع .(السرور و الأوسوي . 2011. ص33)

وعندما يحاول السياسيون في الأنظمة الديمقراطية فتح المجال أمام التدخل في العمل الصحفي فإن هذا يحقق وظيفة شرعية، تزيد من فعالية الإدارة و الحكومة الصالحة في المجتمع، حيث للحكومة كامل الصلاحية لوضع القيود في حالة وجود الخطر الوشيك وذلك راجع إلى أن الرقابة السياسية على المضامين الإعلامية في الأنظمة الليبرالية يعد أمرا نادر الحدوث ، ولكن قد تمارسها الحكومة إذا تعلق الأمر بحماية الأمن القومي أو وجود الخطر الوشيك . فقد أقرت الولايات المتحدة الأمريكية الرقابة على الإذاعة في الحرب العالمية الثانية وكان أمرا مبررا لأن تدخل الحكومة له إلزاميته في

هذه الحالات. وأيضاً ما حدث في بريطانيا عندما منع بث أي تصريح لممثلي حزب الانفصاليين في إيرلندا Sinn Féin. وهذا النوع من الرقابة السياسية وجد مبرراته آنذاك عندما دافع الوزراء عن هذا القرار، فهم يرون أن فيه قطعاً "للإشهار" والإمدادات المالية عن "شين فاين" Sinn Féin وكذا حلفائهم "الإرهابيين" -على حد تعبيرهم- في إيرلندا الشمالية. وبغض النظر عن مدى عقلانيتها في استخدام أو تبرير هذه الممارسات تبقى الدولة فاعلاً مهماً في عملية الإنتاج الإخباري لذلك عادة ما يتداول في بريطانيا أن مستقبل BBC -رغم كونها نموذجاً مهماً في استقلالية العمل الإعلامي- هو بيد الحكومة بالكامل. (McNair.2009.P55)

أما فيما يتعلق بالأنظمة الشمولية فإن الحسابات الإخبارية تتجه لدعم وجهات النظر المهيمنة، هذه الأدبيات نفسها أكدت على قدرة الحكومات على التأثير في الإنتاج الإخباري وزيادة نزعة الصحفيين نحو الرقابة الذاتية وتكييف الأحداث بما يتوافق مع السياقات الثقافية و السياسية و التي غالباً ما تكون مستمدة من اتجاهات النخب السياسية (Robinson,P.2001.P525)، وترى المقاربة الشمولية أن وسائل الإعلام تقوم تلقائياً بإعادة إنتاج إيديولوجيا النظام السياسي الحاكم، وحتى ما يظهر على أنه علاقة معارضة مع السلطة، هو في الحقيقة ترجمة أو استجابة لدرجة الإجماع أو الاختلاف ضمن النخب السياسية. وأكد كل من الباحثين "لانس بانيت" Banett.L و "ستيف ليفينغستون" Livingston.S أن الأخبار عبارة عن "عملية مفاوضية"، وبغض النظر عن كون الصحافة مستقلة أو حكومية، فإنه من الجدير الذكر أن الصحفيين مستقلون بشكل نصفي كفاعلين في لعب الأخبار؛ بالنظر إلى نوعية العلاقة التي تحكم الإعلام بالحكومة التي تتأسس على متغيرات صارمة تتراوح بين الارتباط و الاستقلالية. (Archtti.2010.P27).

لذلك فإن بعض الباحثين الذين يعمدون لفهم المقاربات المؤسسية لفهم عمليات الإنتاج الإخباري يرون أن وسائل الإعلام ماهي إلا نوع من الملحقات الحكومية، ويظهر ذلك عندما يستخدمها المسئولون و السياسيون بمهارة للتواصل مع جمهورهم و بمقابل ذلك تستفيد من دعم حكومي (تخفيض الضرائب، ضمان وصول إلى معلومات...إلخ). وهي بذلك تحقق مقولة "شادسون" Shudson في أن الصحافة في قواعدها المعهودة "هي قصة تفاعل بين الصحفيين والبيروقراطيين". (Lowrey,W.2011.P139).

3-3-الاتجاه المهني /المؤسسي:

إن هذا الاتجاه في دراسته للعملية الإخبارية ينفي أهمية الضغوط الحتمية للعوامل السياسية و الاقتصادية في الإنتاج الإخباري، ويركز بالمقابل على الثقافة المهنية و البنية التنظيمية التي تدعم العملية الإخبارية ،كتفعيل الموضوعية والحدود التي يفرضها نشر وبث الأشكال الإخبارية تبعا لعاملي الوقت أو المساحة، بالإضافة إلى القيود التي تفرضها آجال النشر وعناصر كثيرة نابعة عن روتين العمل الإخباري، لذلك هناك من يرى أن الأخبار "هي محصلة استجابة منظمة لروتين المشاكل البيروقراطية" فالحاجة لإنتاج مواد إعلامية يكون تبعا للحدود الصارمة في المساحة و الوقت سواء في الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون ، كما يتحدد من خلال " النظام الصعب للأولويات"و التي من خلالها يتشكل توصيف الأحداث ،ويتقرر نصيب التقارير التي تشغل العرض الإخباري العام ، كما تقلص الحجم الكلي للأحداث المنشورة (McNair.2009.P55).

ويتجسد هذا النظام الصعب للأولويات من خلال مجموع القيم الإخبارية التي تعطي للحدث معنى يجعله خبرا قابلا للنشر أو البث ، وهنا قدم لأول مرة كل من "جوهان قالتونج" J.Gultung و "ماري راج" M.Ruge مقالهما حول الطريقة التي يتم بها إرساء منظومة القيم الإخبارية ، وذلك بالتطبيق على الأخبار الإذاعية، حيث يعتمد على خلق "رابط ثقافي" مع الجمهور، و إن لم يستطع الإعلاميون فهم ذلك فإن عملهم سيكون ضربا من الفوضى و العشوائية ؛ فهو يؤسس لجوهر "ترتيب الأولويات" و يعطي هوية لعملهم . وإن كان الصحفي أو المحرر يتبنى عدة وجهات نظر ،فإن أحدها على الأقل يحدده الجمهور المستهدف، وحسب ما ذهب إليه "ماكس هاستينغ" M.Hasting عندما تولى إدارة تحرير "دايلي تلغراف" Daily Telegraph "فإن القراء لا يملكون أفكارا عقلانية عن ما يريدونه و ما لا يريدونه من أخبار في الصحافة، وبالنيابة فإنهم يكلفون المحررين لكي يقرروا عنهم ذلك".(Brighton &Foy.2007.P6).

وفيما يلي سنستعرض أهم القيم الإخبارية التي أقرها كل من "غالتونج" و "راج" و التي تحددت في الآتي:

- الصلة **Relevance**:هل يقع ضمن اهتمامات الجمهور المحتمل ويؤثر عليهم؟
- الحدائة **Timeliness**: هل الخبر جديد بالنسبة إليهم؟هل هناك أي فرصة لأن يكون لهم علم مسبق به؟
- البساطة **Simplification**:هل هو بعيد عن الغموض والتعقيد بما يتيح قابلية الفهم المباشر؟
- المفاجأة **Unexpectedness**: هل هو حدث خارق للعادة أو غير مخطط له مسبقا؟

- الاستمرارية **Continuity**: هل هو حدث جديد أو يقع ضمن سلسلة أحداث جارية؟
 - التألف **Composition**: هل هو مناسب للطلب مخرجات الأخبار بشكل عام؟
 - النخب **Elite people**: هل الشخصية ضمن الخبر مشهورة؟
 - الدول المهمة **Elite nations**: هل تتأثر بها الدولة الأم، أم الدول التي تعتبر مهمة على صعيد دولي؟
 - السلبية **Negativity**: هل الأخبار السيئة تكون دائما أخبار سلبية بالنسبة للجمهور؟
- وظهرت العديد من الأبحاث على أعقاب هذه الدراسة التي أعادت النظر في القيم الإخبارية وقدمت مراجعات عليها، ومن أهمها دراسة "دينيس ماكشايين" MacShane.D سنة 1979 ، والتي أضافت مجموعة من القيم تمثلت في:
- الصراع **conflict** ،
 - الخطر **danger** ،
 - النخبوية **elitism** ،
 - الغرابة **unusuality** ،
 - الفضائح **scandals** ،
 - الانفرادية **individualism** .(Brighton &Foy.2007.P7).
- وقدم هاريسون Harisson (2006) دراسة لخص فيها مجمل القيم الإخبارية التي تتوافق مع توجهات الباحثين المختلفة عبر الدراسات ، وقد أوضحها فيما يلي:
- إتاحة الصور أو الأفلام عبر التلفزيون **Availability of pictures or films (for TV)**
 - الحالات المأساوية **Dramatic occurrences**
 - قيم الجدة **Novelty value**
 - البساطة في التحرير **Capable of simple reporting**
 - السلبية (العنف، الجرائم، الكوارث، المواجهات)
 - **Negativity(violence,crimes,confrontation,catastrophe)**

- الصلة/ المعنى الهادف Relevance/Meaning
- العرض ضمن برجة متوازنة Balanced programme
- النخبوية(أفراد/ الأمم) Elite people/nations
- المصلحة الشخصية أو الإنسانية Personal or human intrest

ومع أن هذه القيم غير مكتوبة إلا أنها مقبولة ، يشترك فيها الجميع ويفهمها العاملون المحترفون في وسائل الإعلام، وهم يتعلمونها عن طريق ما يسمى "عملية التنشئة الاجتماعية غير المهنية" عن طريق قراءة الجرائد ، و التحدث مع زملاء المهنة الأكثر خبرة ، وإجراءات الانتقاء التي يزاولها مساعدو المحررين. وبهذه الطريقة يتم الحفاظ على السيطرة الإدارية ، فتصير حقيقة واقعة في المؤسسة. وهذا وإن هذه القيم الإخبارية معروفة لأغلبية المؤسسات الإخبارية، إن لم نقل كلها، ولو أن هذه المؤسسة قد تختلف عن تلك في الأخذ بها أو تأكيدها بشكل معين. ويقول "شيبنول" Chibnall في دراسته حول "القانون و الأخبار" "أن كل مؤسسة من المؤسسات سيكون لها سياستها الإخبارية الخاصة بها ، وهي سياسة ضمنية إلى حد كبير ، وستبث هذه السياسة بين الصحفيين العاملين لديها عن طريق إيلاء القيم الإخبارية وزنا لائقا، إن هذا سيمكن الصحيفة من تطوير أسلوب مميز"؛ ويمضي "شيبنول" إلى القول " أن هذا الأسلوب المتميز والقيم وأوزانها تقترن سريعا بتوقعات الجمهور فلها ما يبررها فيما يتعلق بإرضاء القراء و إعطائهم ما يريدون" ، وهكذا تتحول القيم الإخبارية إلى أعراف لصناعة الصحافة ، تملئ ليس فقط أنماط الواقع التي يجوز للصحفي أن يفيا حقا في تقاريره ، بل كذلك أنواع المعاني التي له أن يفهمها من الأحداث المقبولة". (ساري.1988.ص187)

كما تتجسد التأثيرات المهنية على بنية الأخبار ليس فقط من خلال القيم الإخبارية ، وإنما بالطريقة التي تطبق بها هذه القيم بما يجعل الصحفيين يختارون -من مجموع أحداث لا عد لها- بين ما هو مهم important و ما هو مثير للاهتمام Intresting بالنسبة للمتلقين المحتملين للأخبار بشكل يومي، وقدم ديفيد وايت White - في دراسة معروفة حول "اختيار الأخبار" - تشخيصا للطريقة التي يقوم بها المحرر أو كما ساه بـ"سيد البوابة" "Mr.Gate" و وجد أن الأسباب التي تدعو إلى اختيار قصص خبرية ليست مهمة أولا تستحق النشر أو سطحية، يرجع إلى سيطرة أحكام قمية ذاتية.(Architti.2010.P10)

وتقوم نظرية التحيز "The theory of bias" ببحث التصور الذي يتم به انتقاء الأخبار كذلك، وكان "لونغس" Longs من أوائل الأكاديميين الذين لاحظوا أهمية التحيز و التوجيه في الأخبار التلفزيونية ، وحدد العملية التي بموجبها يظهرون الواقع الذي من المفترض أن يعكس التوقعات ؛ حيث أن الصور و الأصوات المسجلة توجه حسب الميول الإيديولوجية في البرامج الإخبارية .وقد تنعكس التوجهات الإيديولوجية من خلال اختيار زاوية تصوير معينة، أو انتقاء مفردات خاصة أو صور معينة لاستقطاب انتباه الجمهور، وبالتالي التأثير في الواقع الذي ينقل إلى الجمهور. كل هذه العوامل لها أثرها على "إبراز المضامين" وهي عملية تتم أثناء إعداد الأخبار ، ويتركز الهدف من خلال وسائل الإعلام الإخبارية في أن يملوا على الجماهير ما يجب أن يفكروا به أثناء مشاهدتهم الأخبار. (Afghani&Sadat.2014.p06)

إن العلاقة بين خيارات الصحفيين و خيارات الجمهور هي قضية معقدة لأن كلا الطرفين يحاولان النظر من زاوية خاصة، ولكن الصحفيين يملكون في النهاية زمام القرار على عكس الجمهور لأنه العنصر التابع و المتلقي، وإن كان الكثير من الصحفيين و الباحثون يرون في تحيز الصحفيين أمرا مقبولا لأن بخياراتهم تتحقق خيارات الجمهور، فإن بعض الباحثين الآخريين اختلفوا مع هذا الطرح من بينهم "بوكزكوفسكي" في كتابه "الأخبار في العمل" الذي عقب قائلا "إن خيارات الجمهور لا تخرج عن الإطار الذي حددته خيارات الصحفيين ، وليست مستقلة عنهم ، فالمستهلكون يمكنهم الضغط على الصحفيين لأجل اختيار أخبار معينة للنشر، وهذا الاعتماد يمكن أن يكون مدخلا "للتحيز المعتدل" عند مقارنة خيارات الجمهور و الصحفيين، ولكن يمكن أن نتوقع إذا ما كان للمستهلكين الفرصة في اختيار القصص الإخبارية المتاحة أمام الصحفيين فإنه و بالتأكد ستكون خياراتهم مختلفة". (Boczkowski,P.2010.p212)

ويقول أحد الصحفيين في "الواشنطن بوست" "الكاتب "David Broader" ، إن عملية انتقاء ماذا يجب على القارئ أن يقرأ يجب أن لا تتثير وقائع موضوعية وإنما أحكاما ذاتية ، قيا شخصية وحتى أحكاما مسبقة ؛ وسأقولها مرارا وتكرارا للأخير: أن الصحف التي ترمي صباحا أمام بيتك تحوي أجزاء من الأخبار أعدت على جناح السرعة، وهي ناقصة، محرفة وغير دقيقة، و رغم كل الجهود المبذولة لاستبعاد التحيز الكبير عبر إعادة صياغتها وبنائها وتقليصها، إلا انه الأمر الذي جعل من الممكن أن تحمل الصحيفة من أمام بيتك لتقرأها في غضون ساعات. (Shudson & Jeffrey.2003.p33)

3-4- الاتجاه التكنولوجي :

تحتل التكنولوجيا مكانا مهما ضمن المقاربات العامة لدراسة الأخبار، فنذ إدماج تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تأثرت عملية إنتاج الأخبار وطبيعتها من حيث الأشكال و المضامين ، فعند ابتكار كاميرا الفيديو المحمولة انعكس ذلك على قدرة المرسلين في التحرك في الميدان ، كما أن الحواسيب المحمولة وتكنولوجيا الأقمار الاصطناعية جعلت من البث الحي للأحداث أمرا في غاية السهولة .و بالمقابل نجد أن الضغوط زادت بشكل كبير على الصحفيين لأجل نشر الأخبار قبل أي أحد آخر، خاصة إذا تعلق الأمر بالأخبار التي يطلق عليها "أخبار الوقت الأصلي" Real time news.(McNair.2009.P58).

هذه الخاصية التي زادت من قيمة الزمن في الخبر وأصبحت الميزة الحقيقية للأخبار الالكترونية بحيث تكون عاجلة ومتزامنة في عرضها مع وقت حدوث الحدث، فبما أنه يتعين أن تكون الأخبار جديدة ومن ثم عاجلة اكتسبت الأخبار طبيعة زمنية ، الأمر الذي كان سلاحا ذو حدين ، إذ أصبحت سلعة رائجة ومشهورة، غير أنها سهلة الزوال أيضا، وبات المصدر، الزمان و المكان محددات تجعل الخبر جديدا ،فهي مع تشكل الحدث الذي تتمحور حولها الأخبار.(راتنان.2015.ص35)

على صعيد آخر فإن للتكنولوجيا أثرها على نوعية الأخبار المقدمة ،ويظهر هذا من خلال بعض الأسس التي قدمتها "نظرية المحاكاة" Theory of Imitation التي قدمها كل من "فوت، شنايدر، ماكزني" Foot,Shneider,McKenzi. بحيث ارتكز عملهم في تشخيص وضع التكنولوجيا في العمل الصحفي ولقد خلصوا إلى أن الفاعلين في صناعة الأخبار يملكون الامتياز لمراقبة منافسيهم من خلال الإنترنت التي بإمكانها توفير سهولة الولوج و نشر المعلومات و المعارف ،ومن خلال هذه المراقبة يتم تقليد أو محاكاة أفعال ومنتجات المنافسين. (Boczkowski.2010.p20)

وهذا يعني أن المحررين لا يقدمون أعمالهم الأصلية الخالصة حول مجريات الأحداث، فمعظمهم يقدم مواد مستنسخة أو مدعمة أو معاد عرضها ،وهو ما أدى إلى تضيق أجندة وسائل الإعلام الإخبارية ، وأكدت عدة تقارير حول وضع وسائل الإعلام في أمريكا أن متابعي الأخبار يقضون وقتا في البحث عن روابط حول قصص إخبارية واحدة، كما أن هذه القصص الإخبارية و المواضيع ذات العلاقة تتصدر مخرجاتهم الإخبارية ، لذلك ليس من المفاجئ أن دراسة حول وسائل الإعلام الإخبارية- بما فيها الصحف و الإذاعة و التلفزيون - في مدينة "بليتمور" الأمريكية

Beltemore والتي استغرقت أسبوعاً واحداً من شهر جوان 2009، أكدت أن الأخبار التي يستقبلها الجمهور لا تحوي أي قصص أصيلة أو حصريّة، فثماني قصص إخبارية من أصل عشرة تتكرر أو يعاد عرضها، كما أن 95% من الأخبار تكون وسائل الإعلام التقليدية مصدرها الأصلي ومعظمها من الصحف. (Boczowski.2010.p32).

3-5- الاتجاه الثقافي :

تعتبر المقاربة الثقافية لدراسة أنماط الإنتاج الإخباري من المقاربات المتعددة الاتجاهات، لكونها تضم كل المقاربات السابقة فهي تعتمد إلى تحليلها وإقامة العلاقات فيما بينها، وهي بذلك تعد محصلة لمجمل الأفكار التي علاقة بالعملية الإخبارية.

إن هذا الاتجاه يركز على أن الأخبار ماهي إلا صناعة ثقافية مثلها مثل أي صناعة أخرى، وهي تؤيد الفكرة الرابضة على أن قوى السوق والاقتصاد تحدد الطريقة التي بموجبها تُسيّر العمليات الإخبارية، وبالتالي أن الكسب المادي هو أولى أولوياتها، لأجل الاستمرار والمنافسة في السوق. فالاقتصاد في السوق لم يعد يعني فقط المؤسسات الربحية مثل وسائل الإعلام وإنما أصبح مطبقاً حتى على المؤسسات غير الربحية. وعند دراسة الصناعات الثقافية من المهم أن نضع في الاعتبار أن الاقتصاد وقوى السوق هي عوامل تحدد الطريقة التي تسير بها، والصناعات الثقافية تتضمن إنتاج برامج للمنافسة في السوق، حتى أكثر الجمعيات خيرية والمنظمات بحاجة إلى المال لأجل الاستمرار، لذلك فكسب الدعم المادي هو جزء مهم من أنشطتها. وقد كان هذا الأمر محور بحث الكثير من الأكاديميين في بريطانيا والولايات المتحدة، من أمثال "نيكولاس غارنهام" Garnham.N و "كولين سباركس" Sparks و "جايمس كوران" Coran.J، وانطلقوا في تحليلاتهم من النظرية الماركسية، ولعل أبرز ما خلاص إليه "كوران" هو أن "وسائل الإعلام أصبحت قوة دون مسؤولية". (Stokes.2003.PP 104,105)

وهناك من اعتبر أن سلطة المصانع الثقافية نابعة من تماثلها مع الحاجات المنتجة، لذا فالصناعة الثقافية هي مجموع الميكانيزمات التي من خلالها يتحول الإبداع الثقافي إلى إنتاج. وضمن الإطار الماركسي يذكر "أيف دولاهاي" Yves Delahaye أن فضاء الاتصال ليس فقط مرآة تعكس الأخبار، وليس مكاناً عاماً، ولا حتى مكاناً إلكترونياً كما قال "ماكلوهان" McLuhan.M، بل هو يشكل محفزاً للعلاقات الاجتماعية والإنتاج والاستهلاك والتبادل وإعادة الإنتاج. ويؤدي الاتصال في هذا التصور النقدي دوراً مزدوجاً :

- دور اقتصادي في إطار تنمية الإنتاج الرأسمالي؛
- دور إيديولوجي في إطار العمل على تعزيز بناء شخصية اجتماعية أخرى، و على إيجاد مصالح جديدة وأنماط انتفاء إلى العالم. (القادري.2013.ص ص 81،80)
- وحاول "رايموند ويليامز" Williams.R في الستينات الابتعاد عن المقرب الماركسي الذي يربط الثقافة والأيدولوجيا بالقاعدة الاقتصادية للمجتمع، وتحول إلى الماركسية الجديدة التي تعتمد على تحليل عناصر أخرى في المجتمع وبالأخص دور المؤسسات ، العمليات الاجتماعية و الأشكال الثقافية و التعبيرية ، ووجد أن الأخبار ضمن هذا المنظور تعكس كل قوى المجتمع ، وترى أن وسائل الإعلام الإخبارية تنجج "سلعا قيمية " قد تبدو محايدة ولكنها في الواقع تمثل العديد من المؤسسات ووجهات النظر المهيمنة . وقدم ستيوارت هول Hall.S من المركز الدراسات الثقافية المعاصرة من جامعة بيرمينغهام ثلاثة محاور يركز عليها هذا المنظور :

- على غرار مقارنة الاقتصاد السياسي ، هناك مجال للتجيز و التأثير على الأخبار.
- هذه البيئة مشبعة بوجهات النظر المختلفة و المتنافسة و الأشكال التعبيرية التي تطمح للظهور (قراءة ، استماع،مشاهدة).
- يجب أن لا يقتصر فهمنا فقط على استهلاك الأخبار على فكرة "الطبقة" ، و المحددات الاقتصادية والاجتماعية، وإنما يجب إضافة عناصر أخرى مثل العمر و النوع، كعوامل تؤخذ بعين الاعتبار.(Harisson.2006.P29).
- وهذا ما عبر عنه "جيمس كوران" قائلا " أن المقاربة الثقافية تفترض أن السلطة في المؤسسات الإعلامية تنتقل إلى الصحفيين المستقلين نسبيا، وعملهم مبني على التأثيرات الثقافية و الإيديولوجية حتى و إن كانت مشوبة بالروتين في تعاملهم مع الأخبار و المصادر،أو تأثيرات السوق أو ما ينتج عن المناخ العام للآثار المهنية."(McNair.2009.p59)

4-المحددات السياسية للأخبار الدولية - تفسيرات نظرية :-

تشكل الأخبار الدولية أو الدولية مادة إعلامية مهمة لكل وسائل الإعلام على اختلاف توجهاتها، فهي بالنسبة لمستقبلها تمثل مجالا لتكوين الآراء حول ما يحدث في العالم مقارنة بما يحدث في إطار نطاقه الوطني. أما بالنسبة لمنتجي

هذه الأخبار فهي جزء من مهم من الدور الدعائي للأنظمة السياسية أو الجهات التي ينتمون إليها ، لوضعها كأولويات على أجندة وسائل الإعلام الإخبارية.

وتزداد أهمية الأخبار عندما يتم توظيفها لمصالح متنوعة منها إيديولوجية ، عقائدية ، دينية ، مذهبية ، اقتصادية ، اجتماعية ، سياسية ، عسكرية ، مما أدى إلى أن يكون لها دور في تحديد السياسات الدولية، فمن خلال الأخبار التي تبث يمكننا التعرف على اتجاهات ومواقف دولة أخرى ونط العلاقات بينها، وأصبحت الحاجة للأخبار أساسية ويومية للأفراد والمجتمعات والحكومات. (ضيف.2015.ص54)

1-4-1 عوامل تطور الطلب على الأخبار الدولية :

الطلب على الأخبار الدولية كان ولا يزال مستمرا، ومتأثرا بمجموع المتغيرات الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، التكنولوجية، هذه المتغيرات منها ماهو دائم ومنها ماهو عابر، ومنها ماهو جديد ومنها ماهو ممتد في التاريخ ولا يزال تأثيره متواصلا: ومن أكثر هذه المتغيرات وضوحا نذكر مايلي:

1-1-4 سيطرة التلفزيون كوسيلة إخبارية:

إن التلفزيون كوسيلة إخبارية أسس لثورة حقيقية عمده ظهوره ، واكتسب قدرته الإقناعية من اعتماده على حاستي السمع و البصر ، فالرسالة التي يتلقاها الفرد من خلال حاستين تثبت أكثر من الرسالة التي يتلقاها عن طريق حاسة واحدة، حيث أكدت بعض البحوث أن 88% من المعلومات التي يحصل عليها الفرد مستمدة من حاستي البصر (75%) و السمع (13%) ، فالتلفزيون وسيلة للاتصال المباشر وقد يتفوق عليه حينما يقرب الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة فيكون إدراكا حسيا للرأي العام. (العبد.2008.ص142)

لقد أصبح الأفراد ينظرون إلى التلفزيون باعتباره وسيلة تعكس الواقع ويسعون من خلالها للحصول على المعلومات التي يحتاجونها عن الحياة الواسعة ، فعلى مستوى الواقع الأمريكي أكد الباحثون اقتناع المواطن الأمريكي بدور التلفزيون في تشكيل الواقع اليومي وخبرات الأفراد ومن ثم الاعتماد عليه في الإمداد بالمعلومات العامة وتكوين الشخصية، وهذا الإحساس بالواقعية من خلال الصورة وعناصرها و الذي يقدمه التلفزيون يعطي إحساسا مماثلا في الاعتقاد بواقعية مضمون المعلومات المقدمة له. لذلك فإن الأخبار التلفزيونية تعد من أكثر المضامين تفضيلا لدى المتلقين وأكثرها استخداما، فبحسب محددات " ليفي " Levy.M ، هناك خمس مجالات مختلفة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية :

- المراقبة و الطمأنة *Surveillance & reassurance*.
- التوجيه المعرفي *Cognitive orientation*.
- خلق استياء *Dissatisfactions*.
- التوجيه العاطفي *Affective orientation*.
- التسلية *Diversion*. (يوسف.2005.ص404)

وخروج التلفزيون من نطاق الحدود بعد دخوله عصر البث الفضائي أكد هذه الأهمية فالفضائيات الإخبارية كوسيلة إخبارية تعنى بالأحداث و الوقائع السياسية على مستوى العالم كله، و تستميل المشاهدين إلى التعرض للأخبار ومتابعتها، ومع تطور البث الحي عبر الفضائيات في تقديم الأحداث المصورة زاد تحفز المشاهدين إلى اهتمام أكبر بالفضائيات و الذي ضاعف الاهتمام بالأحداث و الوقائع المنقولة عبر أخبارها، ويرى "عبد الرزاق الدلبي" أن هذه الأخبار ليست في الحقيقة صورة للأحداث في العالم لأن الخبر اليوم هو ما تنتقيه القناة التلفزيونية من بين الأحداث وتقدمه عبر شاشتها، وهو يسمى خبراً لأنه حدث تم انتقاؤه من بين أحداث كثيرة. وهذه القنوات تجعل نسبة من الجمهور لا تحب أجواء العالم، بقدر ما تحب أجواء وجهات النظر، التي تفصح عنها تلك الأخبار حيث أن الأخبار لا تقتصر على الأحداث و الوقائع فحسب، بل تشمل ما يطلقه القادة السياسيون و المفكرون من تصريحات ووجهات نظر وتوقعات. كما أن الأخبار تشكل أنماطاً متعددة من السلوك السياسي الذي يحمل الكثير من الدلالات كالانتخابات، وطريقة إبداء الرأي السياسي و المطالبة بالحقوق وما إلى ذلك. (الكواري.2015.ص66)

4-1-2- التطور التكنولوجي لصناعة الخبر:

ساعدت التكنولوجيا على تقديم خدمة إخبارية راقية المستوى من حيث الشكل والمضمون، حيث حدثت من صعوبات مهمة جمع ونقل ومعالجة وتقديم الأخبار، وعليه استفادت عملية إنتاج الأخبار من التقنيات الحديثة التي وفرت نقلاً حياً وفورياً للأحداث بصورة عالية الجودة، كما أن دخول الانترنت لهذا المجال سهل التواصل بين المراسلين بأقل التكاليف، ولقد استخدمت القنوات التلفزيونية الفضائية مثل " الجزيرة" و"أبو ظبي" في نقل أحداث الحرب، كبديل للبث عبر الأقمار الاصطناعية، حينما يتعذر وجود تسهيلات فنية، فيكفي المراسل خط هاتف نقال، وتوصيله بجهاز

كمبيوتر محمول مزود بكاميرا صغيرة لينقل رسالته الإخبارية عبر الشبكة الدولية لتصل إلى المشاهدين في نفس اللحظة. (ضيف.2015.ص51)

و على الرغم من الخدمات التي تقدمها التكنولوجيا الحديثة في مجال البث الفضائي و التلفزيوني من حيث الشكل والمضمون، إلا أن درجة الاستفادة منها تختلف من قناة تلفزيونية إلى أخرى، ويتحكم في ذلك بالدرجة الأولى إمكانيات القناة وقدرتها المالية على توظيف هذه التقنيات، ومن جهة أخرى يرى بعض الباحثين أنه مهما كان تأثير التكنولوجيا على صناعة الأخبار، إلا أن التطور التكنولوجي سيظل مجرد أداة تؤثر على الوسيلة و ليس المضمون، فالمضمون تحكمه اعتبارات أخرى سياسية، اجتماعية، اقتصادية وحتى ديمغرافية. (ضيف.2015.ص51)

4-1-3- انهيار الاتحاد السوفياتي وتغير الإطار المرجعي للعلاقات الدولية:

كان نهاية الحرب الباردة نقطة تحول، حيث دخل العالم عصرا جديدا أحكمت فيه المفاهيم الغربية سيطرتها على عملية تدفق الأخبار من حيث قيمها ومضامينها وطبيعتها على الصعيد الدولي في إطار شامل للهيمنة الإعلامية إلى جانب السيطرة و التحكم في المجالات السياسية والاقتصادية والعسكرية على الصعيد الدولي. (الصرايرة.2014.ص82)

ولقد كان من أهم عيوب مناقشة السبعينات و الثمانينات حول التدفق الحر للأبناء و المعلومات أنها ارتكزت على إثبات أن دول الشمال تسيطر على تدفق الأنباء، و أنها تستخدم وكالات الأنباء للسيطرة على هذا التدفق، لكن المناقشة لم تحاول الكشف عن الإيديولوجية الخفية التي يتم على أساسها تصنيع الأخبار بحيث تبقى خاضعة للمعايير التي تضعها الاحتكارات الإعلامية التي تسيطر على صناعة الأخبار وهي القيم الخبرية. (صالح.2003.ص80)

4-2-2- النظريات المفسرة للتبادل الإخباري على المستوى الدولي:

إن النظر إلى عملية التبادل الإخباري بين مختلف دول العالم خاضع لعدة اعتبارات تتمحور في أغلبها بالمكانة السياسية ودرجة القوة التي تمكنها من أن تشكل محورا ضمن الإطار العام لسياستها الخارجية و الساحة الدولية، ولقد كانت محور بحث الكثير من الأكاديميين و الباحثين الذين قدموا الكثير من الإسهامات لتفسير هذه العملية ونذكر منها:

4-2-1- نظرية التبعية Dependency Theory :

دار اهتمام كتاب مدرسة التبعية حول قضية محورية تدور حول استحالة دراسة مجتمعات العالم الثالث بمعزل عن تطور المجتمعات الرأسمالية الغربية ذاتها، وأن من الضروري النظر إلى العالم بوصفه نسقا أو نظاما واحدا، خصوصا وأن

العلاقات بين هاتين المجموعتين -و المقصود بها علاقة السيطرة من جانب الدول الرأسمالية الصناعية وعلاقة الخضوع والتبعية من جانب الدول النامية- قد تشكلت وتطورت في إطار السوق العالمي. ورغم تعدد وتنوع التعريفات التي طرحتها مدرسة التبعية وكتابها إلا أنه يمكننا التمييز بين اتجاهين رئيسيين يحاول كل منهما الكشف عن بعض جوانب الظاهرة. ينظر الاتجاه الأول إلى التبعية على أنها علاقة بين اقتصاديين أحدهما مسيطر و الآخر تابع ؛ أما الثاني فهو يعتبر التبعية عن مجموعة من البناءات الاقتصادية والاجتماعية التي تخدم أهداف السيطرة الرأسمالية. (عبد الرحمان.1984.ص29)

وقد عكست كتابات أنصار هذه المدرسة رؤيتها لمفهوم "الهيمنة الاتصالية" Media Imperialism باعتبارها، " عملية تقوم من خلالها وسائل الاتصال الحديثة بالعمل على إيجاد نظم مهيمنة، و أخرى تابعة، ثم المحافظة على الوضع القائم، من أجل إعاقة أي شكل من أشكال التقدم الاجتماعي و الاقتصادي المتوازنين الدول". ويؤكد هيرت Schiller.H- المفكر الأبرز لهذه المدرسة- أن الهيمنة الاتصالية هي جهود واعية منظمة تقوم بها الاحتكارات الأمريكية في المجالين العسكري و الاتصالي للمحافظة على تفوقها. و بالتالي نفوذها إلى المجالات المختلفة ، ويشير إلى أن هذه الجهود تأخذ بعدين اثنين:

- الأول : مباشر من خلال وزارة الدفاع الأمريكية التي تساهم في رسم السياسة الوطنية الأمريكية في مجال الاتصالات.
- الثاني: غير مباشر وذلك عن طريق الشركات الأمريكية الخاصة مثل: NBC التي تعد من أكبر الشركات الأمريكية التي تربطها عقود تجارية ضخمة في مجال الاتصالات مع الوزارات المذكورة.

يقدم شيلر تفسيراً لذلك بحيث يرى أن البنية التنظيمية لوسائل الاتصال التابعة لوزارة الدفاع أنشئت لغرض محمود وهو نقل المعلومات المتعلقة بنشاطها إلى الجمهور، إلا أن هذه البنية تطورت إلى وكالة ضخمة للعلاقات العامة، وفي هذا المشروع الذي يخدم مصلحته الخاصة يصبح الشعب الأمريكي هدفاً لمجموعة من تكتيكات العلاقات العامة العسكرية، وتمثل الزيارات التي ينظمها البنتاغون للصحفيين المحليين و الأجانب للقواعد العسكرية الأمريكية، أحد هذه التكتيكات المفضلة. وفضلاً عن ذلك فإن كل سلاح إنما يشاركون جانبه في ذلك النشاط المراءوغ الهادف لاستمالة الجماهير، فقد دأب الجيش -على سبيل المثال- على تكليف أطقم التلفزيون العاملة لديه على أن تعرض باستمرار الأفلام التي تقدم صورة مرضية لعملياته في فيتنام ، و التي تؤكد على شيء يمكن اعتباره إيجابياً، ويجري عرض هذه الأشرطة على نطاق واسع أيضاً في التلفزيون التجاري بوصفها جزءاً من برامج الشؤون العامة، وتعني هذه الحملة البارعة المحطات

الخاصة من تحمل مسؤولية وتكلفة إنتاج مواد إعلامية مستقلة، فضلا عن أنها توفر للعسكريين فرصة ثمينة للوصول إلى جمهور المشاهدين .، وتملك القوات المسلحة فضلا عن ذلك كله أدوات أخرى للاستتالة و الإقناع ، فالتسهيلات العسكرية تقدّم لمنتجي الأفلام التي تصور القوات المسلحة بمظهر لائق بعيد عن النقد.(شيللر.1999.ص ص 61،60) ويضيف "شيللر" أن التفوق الذي تسعى له السياسة الأمريكية إلى تحقيقه، مرتبط إلى حد بعيد بالمحافظة على الامتيازات التي تحققت للنظم التابعة، من شأنه أن يحدث تغييرا في الوضع القائم. وتسعى السياسة الأمريكية لتحقيق ذلك من خلال السيطرة على تقنية الاتصال بكافة أشكالها، إلى جانب توسيع دائرة النظم الاتصالية التجارية على المستوى العالمي.(الصرايرة.2014.ص 103).

لقد شكلت أفكار الامبريالية الثقافية التي قدمها "هربرت شيللر" مجالا محوريا للبحث في العديد من الظواهر الإعلامية المتعلقة بالتدفق الدولي للأبناء و المعلومات خاصة في فترة السبعينات، ولكن مع انهيار الاتحاد السوفياتي تراجعت مع تدهور المناقشات حول النظام الإعلامي الجديد، واستبدلت بأفكار "العولمة". ولكنها عادت حاليا للظهور على أجندة الباحثين، بحيث تم تقديم العديد من المراجعات حول الامبريالية الثقافية اتسمت بكونها أكثر عمقا وحدانية من دون التخلي عن مرجعيتها النقدية، وقد اتفق معظم الباحثين في ذلك أن الإسهام النظري لفكر الامبريالية الثقافية مناسب كثيرا مع تزايد النفوذ الإعلامي لعائلة الإعلام Media behemoths و التي في أغلبها شركات موقعها الولايات المتحدة الأمريكية . ومن الباحثين الذين أعادوا إحياء فكر الامبريالية الثقافية "كريستن فاشز" Fuchs.C الذي كتب عن "الامبريالية الجديدة وأبعادها الإعلامية" في عدة مجلات سنة 2010 منطلقا في ذلك من المنظور الماركسي، بحيث اعتبر الرأسمالية "نظاما عدائيا" من خلال ترويجها للصراع و الهيمنة الطبقيّة على مستوى شامل عبر ترويجها لمنتجات إعلامية عابرة للحدود. (Nordenstreng.2013.P353)

وقدم باحث آخر وهو "كولين سباركس" Sparks.C سنة 2012، مراجعته الخاصة للإمبريالية الثقافية وارتكزت في ثلاث زوايا وردت كما يلي:

- ✓ الإمبريالية الثقافية لم تعد تعتمد على مركز واحد وإنما بل هناك منافسة بين دول عديدة في العالم.
- ✓ المنافسة مسألة تخص دول العالم المتقدم، ولا تتعلق بفرض الهيمنة على دول العالم النامية.
- ✓ المبادلات على الصعيد الثقافي يجب أن تعتمد على قوة الدولة وليس الصفقات التجارية البسيطة.

كما أن وجهة نظر "سباركس" اتجهت إلى التركيز على تقديم مفهوم حيوي و متماسك للإمبريالية الثقافية وذلك من خلال التحقق من الطرق التي تتشابه فيها قوة الدولة بقوة الثقافة وانعكاسها على إنتاج وتداول المنتجات الثقافية. أما من الناحية العملية فهو يتوقع عدة صراعات وستكون الصحافة و الإعلام عموما ميدانا لهذه الصراعات لأغراض دعائية، متجاوزة بذلك التنظيمات الخاصة بالتدفق الدولي للأبناء، وقوانين الانترنت وحتى أسس الثقافة الجماهيرية. (Nordenstreng.2013.P354)

و في عام 2015 قدم "ميرلس تانر" (Mirrlees.2015) كذلك مراجعة نظرية كذلك للإمبريالية الثقافية الأمريكية، اعتمد في مقارنته على تحليل كل الأرقام و الإحصائيات، التي نشرت حول الاقتصاد العالمي و الشركات المهيمنة في العالم، ومدخيلها وأصولها و حصصها السوقية وأصولها المنتشرة حول العالم التي أظهرت سيطرة الولايات المتحدة على كل المجالات و الموارد الحيوية، أما بالنسبة لقطاع الإعلام على سبيل المثال فإن ثمان شركات من أصل عشرة والتي تصدر قائمة أنجح الشركات الإعلامية موقعها بالولايات المتحدة الأمريكية وهي: Comcast, Walt Disney, 21st Century Fox, Time Warner, Time Warner Cable, Direct TV, CBS, Viacom بريطانيا: British WPP, British Sky Broadcasting ، وقد استخدمها للاستدلال على أن أفكار "شيللر" صالحة ومناسبة لبحوث القرن الواحد والعشرين على الرغم من أنها رفضت من طرف عدة باحثين في مجال الاقتصاد السياسي. كما أن المتغيرات السياسية و الإعلامية المعاصرة أعادت تشكيل المشهد الاتصالي في العقود الأربعة الأخيرة، وكرست أفكار نظرية التبعية التي صاغها "شيللر"، فهو يرى بأن الولايات المتحدة الأمريكية تواصل إدارة الإمبراطورية مرتكزة في ذلك على قوتها الإعلامية الاقتصادية و العسكرية التي تبقى راسخة في كل أنحاء العالم، على الرغم من وجود العديد من الأسواق المشابهة ثقافيا إلا أنها تبقى دولة محورية في جميع المجالات الحيوية. (Mirrlees.2015.P12)

2-2-4- نظرية النظام العالمي World System Theory:

تم تطوير النظرية على يد "إيمانويل والرشتاين" "Wallerstein.E" في عقدي السبعينات والثمانينات من القرن العشرين، بحيث تعد امتداداً لنظرية التبعية"، وقد فحص "فالرشتاين" صعود النظام العالمي في القرن 15، عندما كان الاقتصاد الإقطاعي الأوروبي يعاني من الأزمة، وكيفية تحوله للرأسمالية، وكيف استفاد من بعض المزايا، وسيطر على

معظم الاقتصاد العالمي، عبر تنمية الاقتصاد، وانتشار التصنيع والرأسمالية، مما أدى بشكل غير مباشر إلى التنمية غير المتكافئة في العالم.

كما تصف الواقع العالمي في القرون الخمسة الماضية، على نحو أكثر دقة مما تصفه نظريات التبعية، إذ تؤكد على أن وحدة التحليل الاجتماعي الأساسية ينبغي أن تكون النظام العالمي ككل، وليس الدولة القومية كما تذهب إلى ذلك نظرية التبعية، فالعالم نظام واحد مكون من دول، ومن مؤسسات عابرة القومية كالشركات متعددة الجنسية، والمنظمات الدولية المختلفة الحكومية وغير الحكومية، و من ثم لا يجوز محاولة فهم العالم انطلاقاً من مفهوم الدولة القومية دون النظر للمؤسسات الدولية، وتشير النظرية إلى أن التقسيم الدولي للعمل، يقسم العالم إلى البلاد الأساسية، والبلاد شبه الهامشية، والبلاد الهامشية، وتعتبر آخر بلاد مركزية وبلاد شبه محيطية وبلاد محيطية، تركز البلاد المركزية الأساسية على الإنتاج الذي يتطلب العمالة عالية المهارة و من ثم عالية الإنتاجية، وعلى المشاريع كثيفة رأس المال، التي تنتج قيمة مضافة أعلى.

أما بقية العالم فيركز على الإنتاج الذي يتطلب العمالة منخفضة المهارة، ومنخفضة الإنتاجية، وعلى المشاريع متدنية رأس المال، التي تنتج قيمة مضافة أدنى، وهذا يعزز باستمرار هيمنة البلدان الأساسية المركزية على البلاد المحيطية وشبه المحيطية، والفوارق في المستويات المعيشية بينهم، ومع ذلك، فإن هذا النظام يتميز بالحركة إذ يسمح بحركة البلاد ما بين المركز والمحيط وشبه المحيط، إذ يمكن للدول أن تكسب أو تخسر وضعها في المركز، أو شبه المحيط، أو المحيط، مع مرور الوقت، فبعض البلدان أصبحت مهيمنة في العالم ثم مهين عليها أو العكس، طوال القرون القليلة الماضية، وقد مر بوضع الهيمنة على العالم كل من هولندا، و أسبانيا، والمملكة المتحدة ومؤخراً الولايات المتحدة، وربما الصين في المستقبل القريب. (عبود. 2010)

وبالرغم من أن النظرية اقتصادية في المقام الأول، أي أنها تتناول التعاملات الاقتصادية بين الدول وفقاً للتقسيم السابق، فإن لها أبعاداً ثقافية وإعلامية، حيث يمثل (البعد الإعلامي) سبباً و نتيجة في الوقت نفسه، فتدفق المنتجات الإعلامية من الدول المركزية إلى الدول الهامشية، يعد مدخلاً من مدخلات القوى بالنسبة للدول المركزية، حيث يزيد من الوضع المتميز لهذه الدول على الصعيد العالمي، في الوقت نفسه تسهل القوة الاقتصادية لهذه الدول التدفق الإعلامي والثقافي الغزير لباقي دول العالم، و الذي يعد وسيلة للترويج لأفكار وسياسات وسلع هذه الدول في العالم أجمع. وبالرغم

من قلة الدراسات الدولية حول التدفق العالمي للأخبار، و التي تركز على نظرية النظام العالمي، فإن الدراسة التي أجراها كل من "كيونغمو كيم" Kyungmo.k و "بارنيت جورج" Barnett. G حول محددات التدفق العالمي للأخبار في 123 دولة قد توصلت إلى عدم التوازن بين في التدفق بين الدول المركزية و الهامشية ، حيث تقف الأولى موقف المنتج ، بينما تقف الثانية موقف المستهلك.(طاهر.2017.ص80)

ومن عيوب هذه النظرية الاعتقاد بأنه كلما اتجهت الدول الهامشية إلى دعم الرأسمالية وتبني المنتجات الثقافية الخاصة بدول المركز، أدى ذلك إلى تمتعها بالرخاء الاقتصادي. ونرى أن هذا الاعتقاد قد يكون غير دقيق، حيث إن الترويج للمنتجات الثقافية و الإعلامية في الدول الأقل تطورا قد يؤدي إلى رخاء ظاهري مؤقت، بينما يعطل قدرة هذه الدول على الإنتاج والإبداع، فيدعم (الوضع الاستهلاكي) لها، وبالتالي زيادة التبعية للدول المركزية على المدى البعيد؛ ويرى Chang وآخرون أن أهمية هذه النظرية تعود إلى أنه حتى الممارسات الإعلامية (داخل الدولة الواحدة) لا يمكن فهمها في إطار (التفاعل الدولي)، لذلك فبنية النظام الدولي تؤثر في كل من العملية (التبادل الإعلامي)، و النتيجة (التغطية الإعلامية).(طاهر.2017.ص82)

3-2-4- نظرية الاستعمار الإلكتروني: Electronic Colonialism System

تقسم نظرية الاستعمار الإلكتروني تاريخ القوى السياسية المسيطرة في العالم إلى أربع مراحل، أولها الاستعمار العسكري الذي استمر من قبل الميلاد إلى عام 1000 للميلاد ، ثم فترة الاستعمار المسيحي التي امتدت من 1000 للميلاد إلى غاية 1600 ميلادي ، ثم عهد الاستعمار التجاري الذي امتد من عام 1600 للميلاد إلى سنة 1950 للميلاد ، ثم عصر الاستعمار الإلكتروني الذي بدأ منذ عام 1950 ميلادي إلى وقتنا الراهن ، ويتمثل في سيطرة القوى العالمي على باقي الأطراف الدولية، من خلال نشر القيم و الثقافات و التأثير على العقول من خلال الإعلام و المعلومات.(طاهر.2017.ص82)

ولقد تضافرت العديد من العوامل التي ساعدت على نمو الاستعمار الإلكتروني منها المناخ الاقتصادي و التجاري الذي شجع الشركات المتعددة الجنسيات للعمل على توسيع الأسواق الداخلية و الخارجية وتوحيدها على قاعدة إنتاج السلع والبضائع العامة . وفي فترة الثورة الصناعية وتحديدًا في نهاية عقد الخمسينيات وبداية عقد الستينيات من القرن العشرين ظهر متغيران أساسيان مهّدا الساحة لظهور التوسع الإمبراطوري أو العهد الرابع و هما:

- ظهور القومية في الدول النامية.
 - التحول نحو خدمات أو اقتصاد المعلومات في الغرب الذي اعتمد على وسائل الاتصال عن بعد وتكنولوجيا الكمبيوتر لنقل المعلومات، هذا الاتجاه كان يمثل تحدياً للحدود الوطنية التقليدية ولعوائق التكنولوجيا وهو ما جعل الاستعمار يحل محل أشكال الاستعمار القديمة: العسكري، الديني والتجاري. (ماكفيل، 2001، ص55).
- وكتيجة لذلك تفترض نظرية الاستعمار الإلكتروني أن المنتجات الثقافية المنتجة أو المبتدعة خارجياً تملك القدرة و التأثير على عناصر الثقافات المحلية وعلى وسائل الإعلام في الدول التي تستقبل تلك المنتجات الأجنبية حيث تركز النظرية في المستوى الأول منها على التحولات الاقتصادية التي استطاعت من خلالها مؤسسات الإعلام الدولية المشاركة في عمليات بيع السلع والخدمات للجمهور العالمي؛ كما تظهر هذه المؤسسات إلى المؤسسات الاقتصادية كمصدر دخل يوفر بعض العائدات التي تسهم في زيادة أسهم السوق وزيادة الفوائد لملاك المؤسسات الإعلامية والمساهمين فيها. وتتم هذه المعاملات في تناغم وانسجام مع المؤسسات الأخرى مثل المؤسسات مثل المؤسسات المعنية بالإعلانات أو المؤسسات الدولية والجماعية الأخرى مثل منظمة التجارة العالمية، و البنك الدولي وصندوق النقد الدولي، كما تركز هذه النظرية أيضاً على الآثار الاجتماعية والثقافية لذلك النوع من الأنشطة والممارسات الاقتصادية، ومن بين تلك الأنشطة ما يرتبط بصياغة الاتجاهات خاصة المستهلكين الصغار الذين يبحثون عن المنتجات الثقافية الأجنبية مثل كتب وقصص الكرتون والموسيقى وأفلام الفيديو، كلها منتجات تقدم ثقافات وأحلام بعيدة عن ثقافة المستهلك النهائي لها، حيث أنتجت في مناخ وبيئات مختلفة الثقافات. وتوفر نظرية الاستعمار الإلكتروني الدعم النظري المناسب لفهم النتائج بعيدة المدى لمنتجات وسائل الإعلام المتعددة الجنسيات التي يتم تصديرها إلى الدول الهامشية ودول شبه هامشية. (ماكفيل، 2015، ص482).

4-2-4- النظرية البنائية للإمبريالية: Structural Theory of Imperialism

هذه النظرية قدمها كل من الباحثان النرويجيان جوهان غالتونغ J. Galtung، و ماري راج Ruge.M سنة 1965 حول بنية الأخبار الخارجية، وبنيت هذه النظرية على فكرة أن العالم مقسم من الناحية الجغرافية إلى 160 دولة (حسب التقسيم في الستينيات لأن عدد دول العالم المنظمين حالياً إلى هيئة الأمم المتحدة عددهم 193 دولة)، وهي فعلياً مستقلة عن بعضها البعض، ولكنها خاضعة إلى نظام طبقي بشكل كبير بحث هناك "دول الصفوة" Topdog

countries و دول الهامش Underdog countries. أما من ناحية بنية العلاقات كتنظيم إنساني فهناك مستويين : علاقات بين الأفراد، وعلاقات بين الدول ، وهذان المستويان مرتبطان من خلال اعتماد الأفراد والدول على بعضها البعض، لتكون الأساس للعمل الدولي القائم على صورة الفاعلين (الفرديين أو الوطنيين) في الواقع الذي يتشكل من خلال وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون...إلخ)، الانطباعات الشخصية و التواصل، العلاقات المهنية في الخارج، البعثات الدبلوماسية وغيرها، ولكن تبقى وسائل الإعلام الأكثر قدرة على تكوين صورة هذا الواقع بسبب ديومتها وجهودها وكثافة تواجدها. (Galtung & Ruge.1965.p64)

وسائل الإعلام في هذه النظرية تكون نوعا من الامبريالية التي تعمل كسرع أو محفز لجميع أشكال السيطرة التي تمارسها دول الصفوة على دول الهامش، هذه الحالة يمكن ملاحظتها من خلال كم المعلومات المتدفق من دول الصفوة إلى دول الهامش ، و التي تكون أكثر من تلك المتدفقة في الاتجاه المعاكس. ولكي تحكم دول الصفوة(المركز) السيطرة على الأطراف فإنها تجعل من نفسها النافذة التي تطل منها دول الهامش على العالم، حيث تقوم بنقل صور العالم وأحداثه وتطوراته وتفسيرها من أجل بناء (العالم المدرك) للصفوة ومنتخذي القرار في الدولة الهامش، بحيث يتشابه مع العلم المدرك للصفوة في الدولة المركز ذاتها.(طاهر.2017.ص87)

وهذا الشكل من التدفق أطلق عليه "غالتونغ" مصطلح "التدفق الإقطاعي للمعلومات" لوصف الواقع الإعلامي للمجتمع الدولي، كما يرى أنه لإنهاء هذه الحالة من السيطرة لا تكفي إعادة توزيع الثروات، وضبط موازين القوة بين دول العالم ، بل يجب تغيير هيكل النظام الدولي نفسه، وذلك من خلال فض علاقات المصالح المشتركة بين النخب العالمية، أو تغيير أهداف النخب في الدول الأضعف ، و المزيد من التعاون بين الدول الهامشية من خلال خلق منظمات دولية هدفها محاولة إحداث التوازن في البيئة الدولية في شتى الميادين.(طاهر،س.2017.ص88)

وتضمنت النظرية الامبريالية (Galtung & Ruge) نمودجا حول الأخبار الخارجية ينطلق من الافتراضات التالية:

1. كلما كانت الدولة بعيدة (من حيث المسافة) كلما زادت حاجتها لإنتاج أخبار تستقطب الجمهور، فهي فرصتها لتثبت أنها تشغل حيزا في العالم، وذلك عبر الأحداث التي تقع فيها بشكل مفاجئ غير متوقع (كوارث طبيعية، انقلاب عسكري...إلخ)

2. كلما كان الحدث بعيد كلما كان الخبر أقل غموضاً: أي أن أخبار البلدان الأجنبية البعيدة تكون ذات تفاصيل أقل وبشكل مبسط عن أخبار البلد الأصلي أو ما جاوره.
3. كلما توافرت امتدت واستمرت تغطية حدث ما ، كلما ابتعد عن أخبار البداية.
4. كلما كان الخبر الأجنبي أقل سلبية، كلما كان أقصر من حيث مدة الظهور على نشرة الأخبار، ولكن إن ارتبط بأشخاص مشهورين تزيد قيمته الإخبارية.
5. كلما كانت الدولة أقل مستوى ، كلما زاد بعدها الثقافي عن باقي الدول ، وقيمتها الإخبارية تكون متعلقة بالدول المركزية التي تربط بينها علاقات تاريخية فعلى سبيل المثال دول أمريكا اللاتينية مهمة بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية، وبالنسبة لبريطانيا فإنها تهتم بدول الكومنولث، وفرنسا كذلك تهتم بالدول الفرنكفونية.
6. كلما كانت الدول أقل مستوى كلما كانت الأخبار التي تعرض حولها متوافقة مع الصور النمطية التي تكونت حول ثقافتها، بمعنى أن ما يسترعي الانتباه لها يجب أن يرتبط بمعارف وصور نمطية سابقة ومكرسة حولها.
7. كلما كانت الدولة أقل مستوى كلما انعكس ذلك على شخصياتها، يعني أن الشخصيات تكتسب أهميتها ووزنها في الحدث من الدولة التي تنتمي إليها.
8. كلما كانت الدولة أقل قيمة كلما ازدادت احتمالية نشر أخبار سلبية حولها، وهنا التركيز يكون على الدول المتطورة في إبراز الأخبار الإيجابية (التطور يبرز كقيمة إخبارية مهمة) ، والدول الضعيفة أو النامية يتم عرض أحداثها بسلبية أكبر ما يكون صورة على أن هذه الدول غير قادرة على إدارة نفسها فيما تكون الدولة القوية أكثر قدرة على ذلك.
- كلما قلت قيمة الشخص كلما ازدادت سلبية الأخبار حوله، فالأفراد العاديون يجب أن يقوموا بأفعال سلبية ليكونوا موضوع خبر ما، فغالبا عندما تتناول وسائل الإعلام أشخاص في مستويات أدنى للمجتمع فهم في الغالب يكونون مجرمين ، و الحالة الوحيدة التي لا تصح في هذه الفرضية هي المتعلقة بميادين الرياضة و الفنون. وحتى وإن دخل فرد عادي خبرا ما من منظور إيجابي عبر تحقيق إنجاز فإنه يكون بسبب حدث وقع له ، وليس بفعل حدث قام به بنفسه.
9. كلما كان الخبر إيجابيا أكثر كلما كان متعلقا بأشخاص: وهذا ما يكرس المقولة "الأسماء تصنع الأخبار".

من خلال ما تضمنه هذا الفصل من طرح يمكننا من استنتاج مايلي:

- مفاهيم الاتصال السياسي تركز في جوهرها إلى بنية الفاعلين فيه و أهدافهم ، لذلك هناك تمييز بين الاتصال السياسي الوطني الذي يركز فيه إلى علاقة السلطة بالمواطنين و المجتمع المدني ، و الاتصال السياسي الدولي الأكثر تشعبا من نظيره على المستوى الوطني، نظرا لتوسع أنشطته ، غموض أهدافه أحيانا ، كما أن بنية الفاعلين فيه عادة ما ينظر إليها على أساس طبقي ، بحيث يتميز فيه البلدان المتقدمة وتهتمش فيه البلدان النامية.
- الصناعة الإخبارية في العالم لها أسواقها التي تتنافس فيها عدة أشكال من وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة وهي تنمو بسرعة كبيرة بالنظر إلى التزايد المستمر في الاستهلاك العالمي للأخبار ، ولكن مستقبل هذه الصناعة قائم على مبدأ الاندماج بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد بحيث تتأها الحدود بينها، وهو ما تتجه إليه وسائل الإعلام الإخبارية في العالم خاصة منها القنوات التلفزيونية الإخبارية والتي سيتحدد وفقها مستقبل الأخبار في العالم.
- تختلف رؤية الباحثين إلى العملية الإخبارية ومخرجاتها، بحيث قدمت العديد من النظريات لتفسير الطريقة التي تعالج بها الأحداث و التي تجعل هناك تنوعا كبيرا من حيث كمية ونوعية الأخبار، والملاحظ أن الاتجاهات النظرية لتفسير العملية الإخبارية يهيم عليها الاتجاه الثقافي، الذي يجمع بين كل الاتجاهات بما فيها الاتجاه السياسي و الاقتصادي والمهني، ومن خلاله تتحدد النظرة إلى وسائل الإعلام الإخبارية .
- تقوم المحددات السياسية لعملية التبادل الإخباري على مبدأ تقسيم العالم إلى دول مركزية ودول هامشية ، بحيث تسيطر أجندة الدول المتقدمة على مخرجات وسائل الإعلام في العالم وهو ما يشكل جوهر فكرة التشابه الإخباري الذي يتحكم في معظم وسائل الإخبارية لكونه نتيجة الاعتماد على نفس المصادر الإخبارية في العالم و التي تهيم عليها وكالات الأنباء العالمية.

مراجع الفصل الثاني:

1. أبو عامود، محمد سعد. (2009). الإعلام والسياسة في عالم جديد. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
2. أحمد، جمال محمد. (2014). الإعلام والتوجهات الدولية الراهنة. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
3. رانتانن، تيرهي. (2015). الأخبار نشأتها وتطورها. (ترجمة كوثر محمود محمد). القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.
4. ساري، حلمي الخضر. (1988). صورة العرب في الصحافة البريطانية: دراسة اجتماعية للشباب والتغيير في مجمل الصورة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
5. السرور، علام خالد و الأوسى، سوّدد فؤاد. (2012). وسائل الإعلام والصراعات السياسية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع
6. شيللر، هيرت. (1999). المتلاعبون بالعقول. (ترجمة رضوان عبد السلام). الكويت: عالم المعرفة.
7. صالح، سليمان. (2003). الإعلام الدولي. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
8. الصرايرة، محمد نجيب. (2014). قضايا في الإعلام الدولي. عمان: مكتبة الرائد العلمية.
9. ضيف، ليندة. (2015). الإعلام الإخباري في الفضائيات: الجزيرة و العربية أنموذجا. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع
10. طاهر، سمر. (2017). الإعلام في عصر العولمة و المهمنة الأمريكية: كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم في مجال الإعلام. القاهرة: دار نهضة مصر للنشر
11. العبد، نهى عاطف. (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
12. الكواري، راشد. (2015). دور البرامج الإخبارية و الحوارية في قناة الجزيرة في نشر الوعي السياسي. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
13. بريس، أندريا وويليامز، بروس. (2012). البيئة الإعلامية الجديدة. (ترجمة شويكار زكي). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
14. ليسلي، فرونسوا و ماركيز، نيكولا. (2001). وسائل الاتصال المتعددة الميتميديا. (تعريب فؤاد شاهين). بيروت: عويدات للنشر والطباعة.
15. ماكفيل، توماس. (2011). الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، الملكية. (ترجمة عبد الله الكندي). العين: دار الكتاب الجامعي.
16. ماكفيل، توماس. (2015). الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، الملكية. (ترجمة عبد الله الكندي). ط2. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

17. يوسف، حنان.(2005). الفضائيات الإخبارية وإدارة الأزمات: معالجة الفضائيات الإخبارية العربية لأزمة العراق. الفضائيات الإخبارية ومتغيرات العصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
18. المصاحبة، محمد حمدان.(2009). الاتصال السياسي: مدخل نظري ونموذج تطبيقي. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- سعد آل سعود.(2006). الاتصال و الإعلام السياسي. الرياض: القنوات للنشر .
19. القادري، ن.(2013). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير . ط2. بيروت مركز دراسات الوحدة العربية.
20. الزباني، عبد الكريم العجمي .(2010). اشباب الليبي و الأخبار: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الفاتح في استخدام القنوات الفضائية الإخبارية و الاشباكات المتحققة منها. مجلة قطوف المعرفة . البحوث . العدد 03 . ص ص 159-186
21. سامح سعيد عبود.(2010). النظام العالمي والإمبراطورية الغامضة.
<http://www.ahewar.org/debat/s.asp?aid=230475&t=4>
22. Architti, C .(2010). *Explaining News: National Politics & Journalistic Cultures in Global Context* .NewYork: Palgrave Macmillan
23. Boczcowski, P J.(2010). *News at work: Imitation in an age of information abundance*. London: The university of Chicago press
24. Brighton, P & Foy, D.(2007). *News Values*. London: Sage Publication
25. Fushs , C. (2011). *Foundation of Critical Media and Information Studies*. New York: Routledge
26. Hamilton , J .(2004). *All News That 's Fit To Sell : How The Market Transform Information Into News* . Prinston :Prinston University Press
27. Harrison, J .(2006). *News*. New York: Routledge
28. Lacy, S and Sohn, A.(2011). *Market Journalism. Changing The News : The Forces Shaping Journalism in Certain Times*. NewYork: Routledge
29. Lowrey, W .(2011). *News :Once and Future Institution ? Changing The News : The Forces Shaping Journalism In Uncertain Times*. London: Routledge
30. McNair , B.(2009). *News And Journalism In The UK* .(5th Ed) .NewYork: Routledge
31. Shudson, M & Jeffrey ,A. (2003). *The sociology of news*. New York: W.W. Norton & company
32. Stokes, J.(2003). *How to Do Media and Cultural Studies* .London: Sage Publication LTD
33. Afghani, E & Seyyed, R & Sadat, N .(2014). A Comparative Study of State TV News Channels of Iran & Turkey : Content Analysis of Foreign News . *Global Media Journal: TR Edition*. 5(09),pp 1-18

34. Given ,J .(2007). Cross Media Ownership Laws: Refinement or Rejection?. *UNSW Law journal* .Vol30 (1).pp 258,268
35. Lee, A. (2013). News Audience Revisited: Theorizing The Link Between Audience Motivations & News Consumption .*Journal Of Broadcasting Electronic Media* .57(3). pp 300,317
36. Oswald, K.(1999) .Mass Media and The Transformation of American Politics . *Marquette Law Review*. Vol77. Pp 385; 414
37. Robinson, P .(2005) .Theorizing The Influence of Media on World Politics. *European Journal of Communication* .Vol16 (4): 5 .pp523, 544
38. Olayiwola , A.(2016). Political Communication in the 2015 General Elections in Nigeria. *Journal of Mass Communication and Journalism*. 6(312).pp1-8
39. Galtung,J & Ruge,M.(1965). The Structure of Foreign News .*Journal of Peace Research*. 2(1).pp 64-91.
40. Nordenstreng,K.(2013). How The New World Order and Imperialism Challenging Media Studies. *TripleC*. 11(2).pp 348-358
41. Mirrlees,T.(2015). U.S Empire and Communication Today: Revisiting Herbert I Shiller. *The Political economy of Communication*. 3(2). PP3-27
42. Brants,K & Voltmer,K .(2011). *Mediatization and De-centralization of Political Communication in Postmodern Democracy Challenging the Primacyof Politics*. NewYork :Palgrave & Macmillon
43. Yanich ,D .(2012). Local TV News , Content ,and The Bottom Line. *Journal Of Urban Affaires* .Volume 35, N 3.ppp 327,342
44. Perloff.R.(2014).*The Dynamics of Poltical Communication :Media and politics in degital age*. Routeldge : NewYork
45. Khumalo, S .(2013). *News as Commodity VS News as Public Good: Adaptation Strategies of South African Newspapers in The Digital Era*. A Dissertation For Magister Degree, Department of Sociology , University of Pretoria
46. Watson ,J and Hill,A .(2012).*Dictionary of Media and communication Studies*. (8thEd).London: Bloomsbury Academy
47. Galtung,J & Ruge,M.(1965). The Structure of Foreign News .*Journal of Peace Research*. 2(1).pp 64-91

48. Bothun , D & Sviokla, J .(2016).You're a Media Company Now What? 4 Strategies That Work in This dynamic New World. *In Global Entertainment and Media Outlook 2016-2020: A World F Differences. Special Report.* PWC Network .pp 29,37
49. Mckinsey & Company.(2015).*Global Media Report : Global Industry Overview.*
50. Pew Research center.(2011) .*How the People Know About Their Local Community.*<http://www.pewinternet.org/files/oldmedia/Files/Reports/2011/Pew%20Knight%20Local%20News%20Report%20FINAL.pdf>
51. Mckinsey & Company.(2015).*Global Media Report : Global Industry Overview.* https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/Global%20Media%20Report%202016/GMO%20Report_2016_Industry%20overview_v3.ashx
52. Pew Research Center For people and The Press.(2012).*Trends in News Consumption :1991-2012: In Changing News Landscape ,Even TV is Vulnerable.* <http://www.journalism.org/2013/03/17/the-changing-tv-news-landscape/>
53. Pew Research Center's Project For Excellence Journalism.(2012). *The State of The News Media 2012: An Annual Report on American Journalism.* <http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>
54. Pew Research center.(2015) .*Millennials & Political News : social Media , The local TV for The Next Generation?.* <http://apo.org.au/node/55119>
55. Pew Research center. (2016). *State of News Media 2016.* <http://www.pewresearch.org/topics/state-of-the-news-media/2016/>
56. Pew Research center.(2016) .*The modern News Consumer :News Attitudes & Practice in Digital Era.* <http://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>
57. Reuters Institute for Study and Journalism.(2016).*Digital News Report 2016.* <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%20News%20Report%202016.pdf>

الفصل الثالث

إيكولوجيا الفضاءات الإخبارية في المنطقة العربية

1- البث الفضائي في المنطقة العربية ودعائه

1-1- من الناحية التقنية

1-2- من الناحية التشريعية

1-2-1- التدفق الحر للمعلومات

1-2-2- مبدأ سيادة الدولة

1-3- التنظيم القانوني للبث التلفزيوني الفضائي

2- الفضاءات الإخبارية

1-2- بنية النظام الإعلاني العربي ومستوياته

2-2- نشأة الفضاءات الإخبارية في المنطقة العربية

2-3- مراحل تطور الفضاءات الإخبارية في المنطقة العربية

2-4- الفضاءات الإخبارية في المنطقة العربية وتوجهاتها

2-5- الإشكاليات السياسية المتعلقة بالفضاءات الإخبارية

شكل ظهور البث الفضائي في العالم ثورة حقيقية، أنتجت مشهد إعلاميا مختلفا عما كان عليه الإعلام من قبل، مع التلفزيونات الوطنية، والإذاعات المحلية، و الصحافة المكتوبة، وأسس لبيئة إعلامية إلكترونية عابرة للحدود و القارات. و قد ارتبط هذا الظهور بجملة من العوامل فرضتها جملة من المتغيرات و الظروف التي شهدها العالم في الربع الأخير من القرن العشرين، على مختلف الأصعدة الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية، من أبرزها انهيار المنظومة الاشتراكية، و صعود النيوليبرالية، واستجابة الإعلام لهذه المتغيرات مدفوعا بمنظومة الميلتيميديا القائمة على التزاوج بين الإعلام و المعلومات و الاتصالات البعيدة المدى.

و ساهم ظهور الفضائيات الإخبارية في تحقيق إنجازات مهمة، لم تحققها أي وسيلة إعلامية أخرى و في فترة وجيزة لم تتجاوز عقدا من الزمن، كما كان لها انعكاسات سلبية في نواح كثيرة، تكنولوجية، إعلامية، ثقافية و غيرها. و أبرز ما ميز هذا المشهد الإعلامي الجديد ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي كان لها مكانة مهمة بين الجماهير، وأثبتت أن بإمكانه أن ينجح بعيدا عن الترفيه إذا ما توفرت له الإمكانيات المادية و التكنولوجية و البشرية، إلا أنها بقيت عرضة للعديد من التحديات التي تعرقل أداءها الإعلامي.

و في هذا الفصل سنتطرق بالتفصيل للجوانب التقنية و التشريعية التي أسست لدخول لفضائيات الإخبارية إلى المنطقة العربية، و إلى نشأة الفضائيات الإخبارية مع عرض لعوامل تأسيسها و مراحل تطورها، وكذا نماذج عن أهم الفضائيات الإخبارية التي أثرت على المشاهد العربي و منظومة وسائل الإعلام العربية، وكذا مجمل تأثيراتها على المجالات السياسية على المستوى العربي.

1-1- البث الفضائي في العالم العربي ودعائه التقنية والتشريعية:

1-1-1- من الناحية التقنية:

إن إنشاء و تأسيس لقنوات تلفزيونية فضائية ما هو إلا استجابة طبيعية للتطور المذهل الذي شهده قطاع الإعلام و الاتصال في العالم حيث أنه أصبح يشكل ضرورة لا غنى عنها خاصة و أن معظم دول العالم أنشأت فضائيات خاصة بها و لاقت نجاحا على المستوى الدولي و المحلي. و قبل تأسيس الفضائيات العربية كان الوطن العربي واقعا تحت تغطية عدد من أقمار البث المباشر الأوروبية، ما سمح بالتقاط بعض القنوات الأجنبية و التي كانت متاحة بعدة لغات و بهويات صغيرة الحجم (البكري، 2003، ص118)، لكن سرعان ما أدركت الدول العربية خطورة البث الفضائي الأجنبي و اعتبرته شكلا آخر

من أشكال الهيمنة و الغزو الثقافي، و أنه لا مفر من إنشاء فضائيات عربية بتمويل عربي للحد من جماهيرية الفضائيات الأجنبية، و لكنها بالمقابل ظلت مترددة بشأن إطلاق قمر صناعي عربي يوفر لها هذه الخدمة رغم أن الفكرة نوقشت لأول مرة سنة 1963 في مؤتمر وزراء الإعلام العرب، و كان المشروع آنذاك هو إقامة شبكة تلفزيونية عربية لتبادل البرامج بين مختلف الدول العربية.

و في عام 1970 أقيمت لجنة ضمت خبراء من اليونيسكو و الاتحاد الدولي للمواصلات السلكية و اللاسلكية لإجراء دراسة للمقارنة بين تكلفة الربط الأرضي، و بين تكلفة شبكة فضائية للمنطقة، و أثبتت الدراسة أن التكاليف تبلغ 56.3 مليون دولار (السيد.2009.ص45).

و في عام 1972 اتخذت ست دول عربية هي: الجزائر، المغرب، الكويت، مصر و السودان إضافة إلى اتحاد إذاعات الدول العربية، خطوة إلى الأمام حين تقدموا إلى اليونيسكو بطلب إيفاد لجنة لدراسة إمكانية استخدام الاتصالات الفضائية في المنطقة العربية، و بالفعل و بعد زيارة هذه اللجنة للأقطار العربية الستة، نشرت في باريس تقريرها بأنها لا تساعد و لا تبرر إقامة شبكة فضائية عربية.

و بعد استقدام عدة بعثات رسمية و غير رسمية من اليونيسكو لدراسة الأوضاع الإعلامية في الوطن العربي، قدمت بعثة اليونيسكو الثالثة عام 1975 تقريرها الذي يبرر إقامة المشروع و قام العرب بدراسة هذا التقرير إلى أن ظهر هذا المشروع إلى حيز الوجود في أبريل من عام 1976 و ذلك بتوقيع الأقطار العربية على اتفاقية إنشاء "المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) كمؤسسة مستقلة في جامعة الدول العربية، تشارك الأقطار العربية جميعها في رأس مالها، و قررت المؤسسة في اتفاقيتها أن تكون محطة التحكم الرئيسية في المملكة العربية السعودية (دهيبة.2007.ص117)، واستطاعت المنظمة العربية للاتصالات الفضائية إطلاق قمرها الأول: عربسات A1 في فبراير 1985، من قاعدة كورويغوايانا الفرنسية، كما أطلقت قمرها الثاني B1 في جوان 1985 من مكوك فضاء أمريكي، و في فبراير عام 1992 تم إطلاق القمر الثالث من الجيل الأول و هو عربسات C1، و يشمل القمر العربي 25 قناة تتسع كل منها لـ 1466 خطا تلفزيونيا و قناة تلفزيونية واحدة.

و تم إطلاق أول أقمار الجيل الثاني من الأقمار الصناعية العربية في 5 جويلية 1996، و تم تأجير جميع قنوات هذا القمر للهيئات و الشركات العربية، و يتميز عن الأقمار السابقة بتكنولوجيا متقدمة، حيث يتيح للمؤسسة العربية للاتصالات

الفضائية المنافسة في جميع خدمات الأقمار الصناعية كنقل المعلومات و الاتصالات، و خدمات البث التلفزيوني الفضائي الرقمي إضافة إلى القمر الصناعي "عربسات"، أطلقت مصر أيضا عام 1998 قمرها الصناعي نايل سات الذي يتضمن 72 قناة تلفزيونية و 400 قناة إذاعية. (السيد.2009.ص31).

و قد ساهم كل من القمرين الصناعيين "عربسات" و "نايل سات" في الدفع بالدول العربية لتأسيس قنوات فضائية، و كانت الخطوة الأولى مع مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC في أبريل 1991، المملوك من طرف السعوديين، لتكون بذلك أول محطة تلفزيونية عربية خاصة، تنطلق بعيدا عن العواصم العربية متخذة من لندن مقرا لها.

و بعيدا عن دلالات هذا الانطلاق فإن وجود هذه القناة أنعش الآمال لجهات عديدة في العالم العربي، كانت تراقب الموقف العام و خاصة موقف الجهات الإعلامية العربية الحكومية في قضية البث المباشر ذاتها، و معروف أن حكومات عربية حظرت هذا البث في بدايته، إلا أنها تراجعت عن إجراءات الحظر، و لجأت هذه الحكومات نفسها إلى إطلاق قنوات بث فضائية معبرة عن سيادة الدولة وسط الفضاء (دهيبة.2007.ص128).

و مع تطور الاستخدام العربي للاتصالات الفضائية، تدافعت جميع الدول العربية لاستئجار ما بقي من قنوات الجيل الأول، و دفعت مقدما مقابل استئجار قنوات الجيل الثاني، و أصبح لكل دولة فضائية واحدة على الأقل، كما دخلت المؤسسات غير الحكومية، و نافست القنوات الحكومية و تحول البث الفضائي إلى بث مباشر، أي إلى البيوت مباشرة دون المرور على أي جهة مركزية (محمنا.2007.ص156).

ثم ظهر البث الفضائي التلفزيوني الرقمي ليمثل طفرة هائلة في مجال البث التلفزيوني، إذ توفر التقنية الرقمية نوعية أفضل و اعتمادية أعلى بحجم و سعر أقل، كما أنها فتحت المجالات واسعة أمام زيادة عدد القنوات الإذاعية و التلفزيونية. (عيساني.2009.ص119).

و يمكن أن نميز نوعين من القنوات الفضائيات: (حجاب.2008.ص222):

✓ قنوات أرضية ثم تحولت إلى فضائية:

و هي غالبا قنوات حكومية تبث من بلد معين إلا أن التطور حتم عليها أن تصبح قنوات فضائية لكنها ظلت محتفظة بسماة القناة المحلية، و عاجزة عن اللحاق بما يقتضي أن تكون عليه الفضائيات لارتباطها بالمؤسسات الرسمية مثل: (الفضائية الجزائرية، الفضائية المغربية، الفضائية السعودية... إلخ).

✓ قنوات تلفزيونية بدأت فضائية أصلا:

و هي أكثر شمولا و تطورا من القنوات المحلية و هي منذ تأسيسها متجاوزة لحدود قطريتها، دون أن تهمل ما هو محلي و هي غالبا ممولة من شخصيات ثرية: مثل قنوات MBC و روتانا و غيرها، أو من دول دون أن تتدخل مباشرة في سياستها الإعلامية مثل الجزيرة.(الشهري.2009).

2-1-من الناحية التشريعية:

يترتب على استخدام الأقمار الاصطناعية في البث التلفزيوني المباشر العديد من المزايا و الذي يجعل من العالم قرية كونية صغيرة إلا أن الخلاف ما زال قائما لين الدول حول كيفية ممارسة الدول لهذا البث، لهذا ذهبت طائفة من الدول و التي تمتلك المقومات التقنية اللازمة لجعلها مصدرا للمعلومات من خلال تنفيذ برامج للبث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الاصطناعية، وأن هذا النشاط يجب أن يكون مطلقا من أية قيود باستثناء بعض المحددات الخاصة بحرية التعبير ، وقليل من الضوابط التنظيمية وتستهدف هذه الدول في الواقع تكريس سيطرتها على الإعلامية باحتكرها لهذه التقنية الجديدة بالإضافة إلى امتلاكها مصادر المعلومات الأخرى كمحطات الراديو، ووكالات الأنباء... إلخ، مرتكزة في ذلك على حرية تداول المعلومات كأساس لتبرير عدم الخضوع لأية قيود على البث التلفزيوني المباشر بالأقمار الاصطناعية، وبصفة خاصة التصريح المسبق من الدول المسبق من الدول المستقبلية ، لذلك اعتبرت بعض الدول -خاصة منها الدول النامية- فقد اعتبرت البث التلفزيوني المباشر بالأقمار الاصطناعية خطرا داهما على الهويات الثقافية .(عثمان.2009.ص56)

لهذا فالبث المباشر بالأقمار الاصطناعية يحكمه مبدأين من المبادئ القانونية هما :

المبدأ الأول : التدفق الحر للمعلومات؛

المبدأ الثاني:سيادة الدولة المطلقة على إقليمها وشعبها.

1-2-1-التدفق الحر للمعلومات Free flow of information:

يعتبر التدفق الحر للأبناء أحد المفاهيم الرئيسية التي يستند إليها تفسير الظواهر المتعلقة بالإعلام و الاتصال الدوليين، وهذا راجع في الأساس إلى أن القاعدة التي بني عليها هذا المفهوم و التي تخول انتقال المعلومات على مستوى عالمي دونما أي حواجز تقليدية مفروضة ، سواء أكانت تشريعية أو جغرافية. و بالنظر إلى ماهية المفهوم فإن فكرة التدفق الحر للأبناء كانت أحد المتغيرات الأساسية التي تقوم عليها "حرية الصحافة" ، و التي استخدمها البرجوازيون في صراعهم

ضد النظام الإقطاعي . هذا شعار كان ولا يزال إنتاجا ثابتا للإيديولوجيا الليبرالية التي تعتبر السوق الحر المبدأ المهيمن ومحددا أساسيا للنظام الاجتماعي الجديد بما فيه مجال "حرية الإعلام" مع بعض التقييد لدور كل من الكنيسة و الدولة كعوامل مستقلة مؤثرة إيديولوجيا و اقتصاديا. كما يرون أن التدفق الحر للمعلومات يوازي أهمية التوزيع و التصريف الحر للمنتجات المادية وكذا رأس المال و العمالة ، رغم أن التدفق الحر للمعلومات هو حالة خاصة ضمن حرية الإنتاج في السوق الحرة، ولذلك نجد أن الطبقة البرجوازية لا طالما استخدمت مفاهيم مثل "سوق الأفكار " "The market-place of ideas" و "حرية تداول المعلومات " "The circulation of ideas" لإيجاد المبررات المناسبة لهذه الفكرة. وكنتيجة لذلك فإن حرية الصحافة و بما أُنسبت عليه من متغيرات جعلها تتوضع في المنظمات الرأسمالية في المجتمع التي تشهد منافسة كبيرة بين منتجي المعلومات في ظل تحديد الدور الذي يمكن أن تمارسه الدولة في تدخلها مع إعطاء الأولوية للقطاع الخاص في الانتاج مع التعددية السياسية للبرجوازية ، كما أن هناك تكريسا لنوع من القوانين التي تعمل عمل "اليد الخفية " التي يتجسد دورها في تكريس حرية تداول المعلومات.(Gohan-klas.1978.P03)

ويرجع أصل تسمية "التدفق الحر للمعلومات" إلى المصطلح الأمريكي Free Flow of Information ، أما تاريخ ظهوره فترجعه التوثيقات الإعلامية إلى منتصف أربعينيات القرن الماضي، ويسستدل الباحثون على هذا التاريخ بالنظر إلى استشرافية الولايات المتحدة الأمريكية التي استهلتها حالمًا كانت الحرب العالمي الثانية توشك على النهاية ، أين كان اهتمام أرفع المستويات في اتخاذ القرار يتركز فيها على الحقبة القادمة.(ثاني.2013.ص9)

ولقد تبنت الولايات المتحدة الأمريكية مفهوم التدفق الحر للمعلومات من خلال إقرارها لرفع القيود على انتقال الأبناء و المضمون الإعلامي بين دول العالم؛ وذلك بعد أن برزت كقوة دولية كبرى في أعقاب الحرب العالمية الثانية مع ضعف النفوذ السياسي و المادي للإمبراطوريات الأوروبية الذي أدى إلى ارتفاع أهميتها وزيادة سيطرتها على العالم .

وحينما وضع الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بعد الحرب العالمية الثانية تأثر بنظرة الليبرالية للعالم وبمذهب حرية العمل والتي تركزت منذ القرن التاسع عشر ، حيث أن الحرية الاقتصادية في الدولة أعطت للفرد في إطار هذا المفهوم الليبرالي الفرصة للعمل ولكنها لم تتحمل المسؤولية عن النتائج المترتبة عن ذلك العمل، بهذا كان المبدأ الذي سيطر على التفكير الدولي في مجال الإعلام و العلاقات الثقافية، كما أنه لا يجب وضع عوائق تمنع تدفق المعلومات بين الدول، واعتبرت

الأمم المتحدة في مؤتمر حرية المعلومات الذي عقد في عام 1948 أن حرية المعلومات من الحريات الأساسية وأنها حجر الأساس لكل الحريات التي تلتزم بها الأمم المتحدة. (رشتي، 1986، ص 342)

ومع أن هذا المبدأ لم يظهر في ميثاق الأمم المتحدة إلا أن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948 قد جاء ليوسع هذا المبدأ الذي ظهر لأول مرة في ميثاق اليونسكو لعام 1945 ونص على أن لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير، و الحق في اعتناق الآراء دون تدخل و البحث عن المعلومات و الأفكار وتلقيها وإذاعتها باستخدام وسائل الإعلام دون التقييد بالحدود الجغرافية. (صالح، 2003، ص 28)

وأكد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948 على الحقوق الأصلية التي يجب أن تضمن لأي شخص دونما تمييز، واعتبرت حرية التعبير من ضمن هذه الحقوق و التي وردت في نص المادة 19 " لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة وفي التماس الأنباء والأفكار ، وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة، ودونما اعتبار للحدود". (الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، 1948).

كما تحتوي الاتفاقية الدولية للحقوق المدنية و السياسية لغة مشابهة عندما نصت على أنه: "لكل فرد الحق في اعتناق الآراء بدون تدخل ولكل فرد الحق في حرية التعبير وهذا الحق يتضمن حريته في أن يسعى وأن يتلقى وأن ينشر المعلومات والأفكار المختلفة من جميع الأشكال وبغض النظر عن الحدود الثقافية يحق له نشر هذه الأفكار و المعلومات إما شفويا أو كتابة أو مطبوعة أو على شكل فني، أو من خلال أية وسيلة إعلامية يختارها". (سموللا، 1995، ص 509)

وقامت العديد من الجهات الدولية التي تضطلع بمسؤولية تعزيز حقوق الإنسان وحمايتها بالاعتراف رسميا بالطبيعة الأساسية و القانونية الخاصة بحق حرية المعلومات بالإضافة إلى الحاجة لوجود تشريع فاعل لتأمين الاحترام الفعلي لذلك الحق، وتشمل هذه الجهات بالإضافة إلى الأمم المتحدة ودول الكومنولث ومنظمة الدول الأمريكية و الإتحاد الأوروبي ، والإتحاد الإفريقي؛ كما تعزز هذا الأمر من خلال الإجماع على المستوى الوطني في الدول المتقدمة حول مدى أهمية حق حرية المعلومات على أنه حق إنساني وأداة لتعزيز الديمقراطية . وانعكس ذلك بإدراج حق حرية المعلومات في العديد من الدساتير الحديثة بالإضافة إلى الزيادة الجذرية في عدد من البلدان التي تبنت التشريع الذي يطبق هذا الحق في السنوات الأخيرة. (أحمد، 2014، ص 25)

إن سعي الولايات المتحدة الأمريكية إلى فرض هذا المبدأ بالعمل على إحاطته بأكبر قدر ممكن من الاتفاق الدولي، ومواجهة أية تحديات لهذا المبدأ منذ عام 1945، راجع لكونها تعرف المكاسب الاقتصادية التي يمكن أن تجنيها من وراء هذا المبدأ، فهي تتمتع بميزات كبيرة في صناعة الإعلام الدولي وأن هذا المبدأ يسمح لشركاتها الاقتصادية والإعلامية والاتصالية بالتوسع تحت مظلة التدفق الحر للمعلومات. (صالح.2003.ص28)، ونتج عن هذا الوضع عدة معضلات، واقتراحات لحلها عبر موازنة التدفق نذكرها كالآتي:

أ- المعضلات العامة المتعلقة بالتدفق الحر للمعلومات :

إن المبدأ الذي قامت عليه فكرة التدفق الحر للأخبار "وهي حرية الصحافة" لاتضع في الحسبان، أن وسائل الإعلام في النظام البيروالي تستخدم من طرف النخب السياسية والعسكرية والاجتماعية، لتشكيل وعي الجماهير بمعنى آخر فإن الصحافة تكون حرة بالنسبة لأولئك الذين يتحكمون بها ويملكونها. وفي نفس الوقت قد تكون وسائل للتلاعب بوعي المتلقين. ولقد فشلت المناقشات حول حرية الصحافة في المجتمعات الرأسمالية لإيجاد البديل الكافي للتمركز المتزايد للملكية ووسائل انتاج المعلومات وتوزيعها، وهي التي تقلل من فرص المنافسة الحرة المفترضة للأفكار وإنها وسيلة لتقوية تجارة الانتاج الصحفي. (Gohan-klas.1978.p04)

وجهت الكثير من الانتقادات إلى مبدأ السوق الأفكار ذلك أنه سوف ينحاز في النهاية بلا شك لصالح هؤلاء الذين لديهم الموارد الكافية لإغراق السوق بسلعهم من الأفكار، شأنه في ذلك مايجري في السوق التجارية، وهكذا فإن الأثرياء والأقوياء سوف تتاح لهم فرصة أكبر بكثير في السوق عن الفرص المتاحة للفقراء والمحرومين من حق التصويت. كما أن منطق سوق الأفكار يتعارض ظاهريا مع ما نلمحه بالتجربة كل يوم ففي سوق الأفكار يوجد الكثير من الأفكار السيئة المتداولة، مثلما توجد منتجات سيئة وأخرى خردة لاقية لها في السوق التجارية. إن الأمل في أن تؤدي سوق الأفكار إلى ظهور الحقيقة يتضاءل أكثر من ذلك بتسرب التشوهات العاطفية إلى مجال الأفكار. كما أن النداءات غير العاقلة التي تدعو إلى الكراهية والتعصب والتحيز غطت توال تجربة الإنسان على التسامح الحكيم والتفهم. (سموللا.1995.ص16)

ولقد كانت المشكلة في أن الصياغة منذ البداية كانت منحازة إلى الرؤية الرأسمالية مع إهمال المناظير الأخرى بالرغم من أهميتها، كما سعت إلى حماية الحرية الفردية في الوقت الذي أهملت فيه حرية المجتمعات والأمم، و الصياغة بهذا الشكل

يمكن استغلالها بواسطة من يمتلكون القوة الإعلامية في الوقت الذي تؤدي فيه إلى زيادة عجز الدول الضعيفة إعلاميا وتبعيتها للقوى المسيطرة. أما المشكلة الثانية فتكمن في أن حرية التدفق كانت فوق سيادة الدول وحقوقها وثقافتها واستقلالها، إذ أن هذه الحرية يتم ممارستها دون تقييد بالحدود الجغرافية، وهذا لن يؤثر على الدول القوية إعلاميا، بل سيكون دائما وسيلة لزيادة قوتها في الوقت الذي لا تستطيع فيه الدول الضعيفة أن تزيد قوتها الإعلامية، سواء على المستوى الدولي أو القومي. (صالح.2003.ص30)

وبالرجوع إلى الأسباب الرئيسية في تراجع الدول النامية إعلاميا فإننا نجد صناعة الاتصال في هذه الدول ارتكزت منذ البداية على الجهات الخارجية، ولأن الصناعات الاتصالية تنقسم إلى قسمين: "الإنتاج" و "التوزيع" لكل من المعلومات والآراء و الترفيه، فإنه من الناحية العملية نجد أن هذا التقسيم متداخل بشكل مطلق في أنشطته، ولكن التمييز بينها (الإنتاج و التوزيع) ذو معنى خاصة بالنسبة للدول النامية، والتي أعطت الأولوية للتوزيع عند بنائها لنظامها الاتصالي الحصة الأكبر من نفقات الإنتاج بحيث وجدت هذه الدول نفسها معتمدة على الاستثمارات الخارجية في إقامتها للبنى التحتية، وعلى جمع الأخبار من منظمات خارجية، وحتى في صناعة الترفيه، وهي مصادر للإنتاج ليس لها علاقة بها ومتأثرة بها. وإن كان لمعظم الدول النامية وكالات إخبارية إلا أن لها موارد ضئيلة (مادية، تقنية، كفاءات)، لذلك فهي لا تستطيع أن تؤمن كل حاجياتها من الأخبار وتدعمها بمصادر خارجية، لهذا السبب فوسائل الإعلام في هذه البلدان لا تزال تعتمد بشكل أساسي على الأخبار المنتقة التي تبثها الوكالات الكبرى، وحتى البرامج الترفيهية في الراديو و التلفزيون كثيرا ما تعتمد على الخارج، ونفس الشأن بالنسبة إلى الإعلان المتأثر إن لم نقل المحكوم كلية من قطاعات الشركات الاقتصادية. (Many voices One world.1981.P97)

ولم تكن الدول التي تخضع للاستعمار واستقلت خلال الخمسينيات و الستينيات تستطيع أن تستفيد من هذا المبدأ، أو تتمتع بحرية التدفق فقد كان ضعفها الإعلامي يجعلها مجرد متلقي سلبي لتدفق الأنباء و المعلومات على المستوى الدولي، و متلقي سلبي للمنتجات الثقافية الغربية و التي يأتي معظمها من الولايات المتحدة وبريطانيا.

لذلك فإن استقلالها في ظل حرية تدفق الأنباء يظل منقوصا، ولا تستطيع أن تستكمل استقلالها السياسي والاقتصادي و الثقافي والحضاري، أو تحقق التنمية القائمة على الاكتفاء الذاتي، طالما أنها ضعيفة إعلاميا ولا تستطيع أن تنتج الرسائل التي تكفي حاجة المواطنين فيها للمعرفة و المعلومات، وبالتالي يظل المصدر الذي يحصل منه المواطنون في

الدول الحديثة الاستقلال غريبا وتظل المعلومات و الأنباء تتدفق من الخارج عبر حدود هذه الدول دون أن تمتلك هذه الدول القدرة على المشاركة في عملية الاتصال العالمي، أو أن تكون قادرة على أن تعلم العالم بقضاياها ومشكلاتها وانجازاتها. (صالح.2003.ص31)

وأكدت الدراسات التي قامت بها بعض المنظمات الدولية في الفترة الممتدة 1947-1951، أن وكالات الأنباء الغربية لاتخدم إلا المناطق التي تهيئ لها فرصا للربح المادي، في حين تتجاهل إخباريا المناطق التي لا تستطيع توفير المطالب المالية لهذه الوكالات. ومع نهاية الخمسينيات وبداية الستينيات من القرن الماضي بدأ الحديث عن مشاكل الاتصال الدولي ومنها مشكلة التدفق الإخباري الدولي. وتسير الدراسات إلى أن أول من طرق باب الحديث عن هذه المشاكل هو "سلفادور لوبيز" Salvador Lopez الوزير الفيليني في أثناء تقديمه تقريرا حول هذا الموضوع للمجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة. وفي سنة 1959 خلال انعقاد الجلسة 27 للجنة حقوق الانسان Commission for Human Rights التي عقدت ثلاث اجتماعات إقليمية في "سنياغو" 1960 بانكوك 1961، "أديس ابابا" 1962، نبه في المشتركين إلى الدور المزدوج لوسائل الإعلام الدور الإعلامي و الدور التعليمي. (الصرايرة.2014.ص54)

ب - من التدفق الحر إلى التدفق الحر المتوازن:

إن الوضع الإعلامي في مجال الاتصال شهد سيطرة القوى الاحتكارية الضخمة ولم يعد في إمكان الكيانات الإعلامية الصغيرة الوقوف أمام القوى الاحتكارية الإعلامية، فالمعلومات أصبحت تعد في مراكز إعلامية محدودة و أصبحت صناعة الترفيه احتكارا أمريكيا، و أصبحت إمكانيات نقل المعلومات من خلال الأقمار الاصطناعية تحت سيطرة مراكز محدودة وقد هاجمت الدول النامية في أواخر الستينيات السيطرة الغربية على تدفق المعلومات في سلسلة المؤتمرات التي عقدها منظمة اليونيسكو ومؤتمرات دول عدم الانحياز ووقدمت العديد من المقترحات لمعالجة هذا الوضع، وكثفت دول العالم الثالث و الدول الاشتراكية جهودها للتنبيه إلى هذا الوضع غير المتوازن في أوائل السبعينات؛ ففي عام 1972 قدمت روسيا البيضاء إلى المؤتمر السابع عشر لليونيسكو مشروع تدعو فيه المدير العام لليونيسكو إلى إعداد مشروع إعلان حول المبادئ الأساسية التي تحكم استخدام وسائل الإعلام لتدعيم السلام الدولي ومكافحة الرعاية العسكرية و التحيز و التفرقة العنصرية. (رشتي.1986.ص345)

ويبدو أن عقد السبعينات من القرن العشرين كان قد شكل فترة حاسمة في إثارة قضايا ومشاكل التدفق الإخباري الحر، حيث بدأت دول العالم الثالث بتوجيه اتهامات مباشرة لوكالات الأنباء الغربية بسبب تجاهلها لواقع هذه الدول والأحداث. وحاولت هذه الدول رغم امكانياتها المتواضعة القيام بفعل محدد لتجاوز حالة عدم التوازن المعلوماتي التي تسود العالم. ونشطت هذه الدول في البحث عن بدائل من بينها الدعوات المتكررة لإنشاء وكالات أنباء إقليمية ومحلية، لمواجهة السطحية و التجاهل و السلبية في تعامل وكالات الأنباء الغربية معها. وخلال تلك الفترة كانت دول العالم الثالث تتحدث عن كمية المعلومات بصورة رئيسية، أما نوعية المعلومات فلم تشكل قضية أساسية لدى هذه الدول. (الصريرة.2014.ص54)

وكانت منظمة حركة عدم الانحياز القوة الأساسية المحركة لمناقشة النظام الإعلامي العالمي الجديد، وبدأت حركة عدم الانحياز مقاومتها للسيطرة الاقتصادية لدول الشمال عندما تبنت قمة عدم الانحياز -التي عقدت في الجزائر عام 1973- قرارا يدعو إلى إقامة نظام اقتصادي عالمي جديد ، وقد وافقت الجمعية العامة للأمم المتحدة عليه عام 1974. كما حث البيان النهائي لقمة الجزائر الدول النامية على زيادة التبادل الإخباري فيما بينها، ثم تبنى مؤتمر وزراء خارجية دول عدم الانحياز في "ليما" عاصمة البيرو عام 1975 قرارا يقضي بالتعاون بين دول حركة عدم الانحياز في مجال الإعلام والاتصال. وفي عام 1976 عقدت حركة عدم الانحياز ندوة في تونس طالبت فيها بإعادة تنظيم وسائل الاتصال الدولي، وإزالة الاستعمار الإعلامي وإقامة نظام عالمي جديد؛ وتعتبر هذه الندوة نقطة البداية لمقاومة دول الجنوب لسيطرة دول الشمال على تدفق الأنباء و المعلومات ، و المطالبة بإنشاء نظام إعلامي و اتصالي جديد، وقد قال التقرير الصادر عن هذه الندوة : "أن الدول النامية هي ضحايا السيطرة الشمالية على الإعلام، وهذه السيطرة تدمر القيم الثقافية لدول الجنوب ، وأن كل دولة من الدول النامية لها الحق في أن تمارس سيادتها الكاملة على المعلومات.(صالح.2003.ص32)

وفي عام 1977 تكونت لجنة " ماكبرايد" لدراسة مشكلات الاتصال ،وبدأت عملها لأجل ذلك بعد اجتماع 16 عضوا من مختلف دول العالم برئاسة "شون ماكبرايد" Sean MacBride الذي قال في بداية التقرير: "شهدت السبعينيات مناقشات كثيرة حول قضايا الاتصال التي بلغت ذروتها على عدة مناح ، فالعالم الثالث ليس راضيا على السيطرة وهيمنة التدفق الاخباري من الدول الصناعية ، و التي تعتبر ضربا للتدفق الحر للمعلومات" كما أضاف أن "تمركز وسائل الإعلام"

يجب أن يتم الحد منه لكي يضم كل جوانب الاتصال ويأخذ بعين الاعتبار السياقات الاجتماعية والثقافية و الاقتصادية والسياسية للمجتمعات". (One voices many worlds.1981.p139)

وقد قدم التقرير مجموعة من المقترحات لأجل الحد من التدفق الأحادي الجانِب للمعلومات نذكر منها:

✓ الاعتماد على الدول الخارجية لأجل استقاء الأنباء و المعلومات يوفض إلى التدخلات الأجنبية والاستثمارات الخارجية ، وفيها تعزيز للمنافسة غير المتكافئة لعملية تطوير قطاع انتاج الصناعات الاتصالية، كما يمكن أن يؤدي إلى نمو الاحتكارات الوطنية و الدولية في واحدة أو أكثر من قطاع الصناعات الاتصالية مكرسا التمرکز الذي يتجه إلى خلق نوع من النمطية في الانتاج الاعلامي. لهذا يجب أن يعطى الاعتبار إلى "الانتاج كعملية" حتى تصبح الدول النامية أقل اعتمادا على الواردات الأجنبية بدعم شبكاتها الاتصالية و تتمكن من أن تضع نفسها في مكان يسمح لها ببناء قاعدة قوية للحفاظ على هويتها الثقافية.

✓ لكي يصبح التدفق المعلوماتي "حرا" بشكل فعلي يجب أن يتم عبر اتجاهين وليس ببساطة عبر اتجاه واحد، ولكن التمرکز الذي يشوب وكالات الأنباء و الاتصالات عن بعد ووسائل الإعلام و قواعد البيانات و صناعة التجهيزات الاتصالية هو عائق كبير أمام التدفق الحر و المتوازن للمعلومات. ورغم أن وضع الاعتماد لا يزال قائما إلا أن هناك تصميما متزايدا لتحويل "التبعية" إلى "استقلالية" قدر المستطاع، فالدول النامية وبسبب مواردها المحدودة مجبرة على أن تتعامل مع الوكالات الأنباء الكبرى ماجعل التدفق الإخباري غير "حر" وغير "متوازن"، وهذه الانتقادات هي حجر الأساس للانطلاق نحو إقامة نظام اتصالي جديد في العالم. (One world many voices.1981.P142)

✓ إن تطوير الصناعات الاتصالية له إيجابياته على صعيد الاقتصاد ككل من خلال توفيره لموارد مهمة في النمو الاقتصادي من خلال إيجاد فرص العمل و التوظيف وغيرها، وهذا مهم لأن هذا مايجعل الخدمات الإعلامية والاتصالية حقا مهما للمخططين و المهتمين بشؤون السياسات الاقتصادية في العديد من البلدان لأنه بحاجة إلى التدعيم المستمر. كما أن صناعة الاتصال لها انعكاس مهم آخر يتجلى فيما يسمى بالانفجار المعلوماتي رغم أنه لا يزال بعيدا عن كونه ظاهرة عالمية – على حد ماكتب في تلك الفترة-، إلا أن معظم الدول سنتخبره عاجلا أم آجلا. وليس سابقا لأوانه لفت الانتباه للتأويلات الممكنة حول الانفجار المعلوماتي، ومن وجهات نظر استباقية يمكن أن يتجلى فيما يلي:

- الولوج السريع للمعلومات؛
 - المشاركة الواسعة في التطوير الاجتماعي من خلال تعزيز أكبر لإدراك الواقع كما هو؛
 - التفاعل المتوازن و المتعدد على المستوى الثقافي بما يؤدي إلى تعزيز الديمقراطية ؛
 - الوعي بالمصير المشترك عند تطوير المجتمع العالمي ؛
 - الولوج إلى المعلومات سيكون بطريقة متوازنة وغير عادلة، سواء أعلق الأمر بالمستوى الفردي ضمن الدولة الواحدة، أو حتى على المستوى الدولي؛
 - التدفق المعلوماتي يكون غالبا من جانب واحد ثقافيا وبمضامين متكررة، بشكل غير متوازن؛
 - التشيع الإخباري يظهر بشكل أساسي في المناطق الحضرية و الشبه حضرية تاركا الأفراد معزولين عن القضايا الهامة و أحداث عصرهم؛
 - نقل الأخبار سيكون عبر الوكالات الإخبارية العابرة للقارات، والتي تختلف في احتياجاتها عن المتطلبات الثقافية الوطنية وتطلبات التنمية. (One world many voices.1981.P98)
- وبعد انهيار الاتحاد السوفياتي و المنظومة الاشتراكية و الوهن الذي أصاب حركة عدم الانحياز، تراجعت الدعوة إلى قيام نظام إعلامي عالمي جديد، وأخذت السيطرة الغربية تفرض نفسها نتيجة لتحول العالم إلى نظام أحادي القطبية. غير أن هذا العقد قد شهد تطورات عديدة من بينها محاولات العديد من دول العالم البحث عن بدائل إعلامية خارج دائرة السيطرة الحكومية، بسبب تزايد الضغوط الغربية وبخاصة الأمريكية، و انسحاب الولايات المتحدة الأمريكية و بريطانيا من منظمة اليونسكو عام 1987، إلى جانب الضغوط التي مارستها خلال انتخابات المدير العام الأسبق للمنظمة أحمد مختار بوتو . كما عمل الكونغرس على إسقاط الدعم الأمريكي لهذه المنظمة الدولية عام 1995 كإجراء ضاغط لوقف أي حديث عن تغيير النظام الحر في الإعلام.(الصريرة.2014.ص56)
- ولقد أورد "سليمان صالح" في كتابه الإعلام الدولي (2003) بعض الدلالات التي يمكن استخلاصها من محاولة الولايات الأمريكية عرقلة أي مناقشات أو مبادرات للحد من التدفق المتوازن للمعلومات ، فمنلقشات اليونسكو أظهرت أن هناك إمكانية لظهور معارضة عالمية واسعة ضد سيطرتها على تدفق المعلومات، وعلى النظام الإعلامي الدولي في الوقت الذي أصبح فيه الاقتصاد الأمريكي يقوم على قاعدة أساسية هي صناعة المعلومات و الاتصال، وأن تدفق المعلومات

والاتصال هو مسألة شديدة الأهمية للمحافظة على الاقتصاد الأمريكي ، وتهيئة الفرص لتوسع هذا الاقتصاد. واتسعت هذه المعارضة لتشمل حتى دول الشمال المتقدمة، ففي عام 1979 قالت لجنة حكومية كندية في تقرير لها أن التدفق المعلوماتي عبر الحدود يشكل أخطر تهديد للسيادة الكندية؛ كما أوردت لجنة المجتمع الأوروبي في تقريرها: أن السيطرة الأجنبية على تدفق المعلومات عبر الحدود يهدد بتناقص استقلال أوروبا في اتخاذ القرارات في كل مجالات الحياة العامة والخاصة. وهذا يعني أن المعارضة العالمية للسيطرة الأمريكية على تدفق الأنباء والمعلومات يمكن أن تتسع لتشمل الدول الأوروبية وكندا، وأن القضية لم تعد قضية الدول النامية فقط ، وأنها يمكن أن تتحول إلى قضية عالمية ، ذلك أن الاعتراف بالسيادة القومية والاستقلال وحق تقرير المصير ، يتطلب توفر القدرة على حماية الهوية الذاتية والثقافية، وحماية الدول من التحكم في إرادتها من خلال التحكم في المعلومات التي تصل إلى جماهيرها.

1-2-2-مبدأ سيادة الدولة على إقليمها وشعبها:

يرتبط مفهوم السيادة بمفهوم الاستقلال. فالدولة المستقلة هي الدولة السيدة القادرة على ممارسة مظاهر سيادتها على الصعيدين الداخلي والخارجي بجزية دون تدخل من أحد. على هذا فإن مفهوم السيادة ينطوي على معنيين. من جهة أولى، السيادة تعني السلطة العليا والمطلقة *The absolute supreme authority* التي تتمتع بها الدولة لمزاولة وظائفها وممارسة صلاحياتها داخل إقليمها الوطني دون أن تنازعها أو تتدخل فيها أية دولة أخرى. وهذا، هو المعنى الأساسي والمركزي لمفهوم السيادة، وهو ما يطلق عليه تسمية السيادة الإقليمية. ومن جهة ثانية، فإن السيادة تعني الأهلية التي تتمتع بها الدولة للدخول في علاقات والتعامل على قدم المساواة، بندية وتكافؤ مع الدول الأخرى على الصعيد الدولي. وهذا المعنى يرتبط بمفهوم الشخصية الدولية. (عبد الرحيم، 2018).

ومع تطور العلاقات الدولية والقانون الدولي بدأت منظمة الأمم المتحدة تنظر إلى انتهاكات حقوق الإنسان بعيدا عن مفهوم السلطان الداخلي، ولعل ذلك كان سنة 1967، عندما أصدرت لجنة حقوق الإنسان قرارا حول انتهاكات حقوق الإنسان في جنوب إفريقيا انطلاقا من أن الإستعمار يمثل إنكار الحقوق للإنسان ، الأمر الذي يخرج المسألة من صميم حقوق الإنسان. (عمران و كلثوم، 2011، ص269)

ولقد رفض الدفع بالفقرة السابعة من المادة الثانية من ميثاق الأمم المتحدة التي تنص ليس في هذا الميثاق ما يسوغ "للأمم المتحدة" أن تتدخل في الشؤون التي تكون من صميم السلطان الداخلي لدولة ما، وليس فيه ما يقتضي الأعضاء أن

يعرضوا مثل هذه المسائل لأن تحل بحكم هذا الميثاق، على أن هذا المبدأ لا يخلّ بتطبيق تدابير التمتع الواردة في الفصل السابع.(ميثاق الأمم المتحدة. 1945)

ولقد بذلت الأمم المتحدة على كافة مستوياتها جهوداً كبيرة لوضع قواعد تنظيمية تحكم أنشطة الدول في مجال الاتصالات الفضائية. وتعد البداية الحقيقية لجهود الأمم المتحدة هو صدور القرار رقم 2916/72 في الدورة 27 يوم 9 نوفمبر 1972، ويتضمن التأكيد فيه على ضرورة إعداد مبادئ تنظيم استخدام الدول للأقمار الاصطناعية في البث الدولي المباشر.(عثمان. 2009. ص107)

الأمر الذي دفع لجنة الاستخدامات السلمية إلى التخلي عن أسلوب اتخاذ القرارات بالتراضي، ولجأت إلى التصويت للموافقة على مشروع قرار يتضمن المبادئ القانونية التي تنظم استخدامات الدول للأقمار الاصطناعية لأغراض البث المباشر، وقد أسفرت تلك الجهود في النهاية إلى صدور قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 37/82 بعنوان المبادئ المنظمة لاستخدام الدول للتتابع الأرضية الاصطناعية في البث الدولي المباشر بأغلبية 108 دولة و معارضة 13 دولة وامتناع 13 دولة أخرى عن التصويت . وهذا القرار ضمن طائفة من القرارات نذكر منها:

- 1- ينبغي الاضطلاع بالأنشطة في ميدان الإرسال التلفزيوني الدولي المباشر بواسطة التتابع الاصطناعية بطريقة تتفق مع حقوق الدول في السيادة ، بما في ذلك مبدأ عدم التدخل وكذلك حق كل شخص في أن يلتمس المعلومات و الأفكار و أن يتلقاها وينقلها على النحو المنصوص عليه في صكوك الأمم المتحدة ذات الصلة (عثمان. 2009. ص109)؛
- 2- لكل دولة حق متساوي في القيام بأنشطة في ميدان الإرسال التلفزيوني الدولي المباشر بواسطة التتابع الاصطناعية، وكذلك في أن تأذن للأشخاص و الكيانات الخاضعين لولايتها الفضائية بالقيام بهذه الأنشطة، وبحق بل ينبغي لجميع الدول و الشعوب أن تتمتع بالفوائد العائدة من هذه الأنشطة ، ويجب أن تتاح لجميع الدول دون تمييز وبشروط يتفق عليها بين كل الأطراف، فرصة الوصول إلى التكنولوجيا المستخدمة في هذا الميدان (عثمان. 2009. ص111)؛
- 3- على أي دولة تعترم إنشاء أو الإذن بإنشاء خدمة للإرسال التلفزيوني الدولي المباشر بواسطة التتابع الصناعية أن تقوم دون إبطاء بإبلاغ الدولة أو الدول المستقبلة المقترحة بهذه النية، وأن تدخل على الفور في مشاورات مع أية دولة من تلك الدول تطلب ذلك.(عثمان. 2009. ص115)؛

وبذلك يكون القرار قد تطلب الرضا المسبق من قبل الدول المستقبلة للبث التلفزيوني المباشر الموجه نحو إقليمها، وهو ما يعد السبب الرئيسي وراء اعتراض معظم الدول الغربية و على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية على ما تضمنه هذا القرار من مبادئ على أساس مخالفتها لمبدأ حرية تداول المعلومات و المنصوص عليها بالمادة 19 من حقوق الإنسان ، رغم أن الحقوق و الحريات الواردة في المادة السابقة لا تمارس بصورة مطلقة و إنما يرد عليها بعض المحددات التي وردت ضمن المادة 29 من حقوق الإنسان و التي من خلالها يمكن تقييد ممارسة هذه الحقوق من أجل المحافظة على النظام العام والآداب العامة و الصحة العامة. وهذا مدافع جانب الفقهي إلى تقرير بأن مبدأ السيادة الإقليمية و الذي يتضمن حق كل دولة في استخدام الأنظمة الإذاعية على إقليمها ، و حقوق الإنسان و الذي يتضمن مبدأ التدفق الحر للمعلومات لها أهميتها القانونية المتساوية، ولكن بحق لا يمكن فرض برامج إذاعية مباشرة على دولة عنها و إنما لابد من إبرام إتفاقيات لتنظيم المسألة. (عثمان.2009.ص109)

إلا أن الحالات التي يدور حولها التساؤل من حيث مساسها بسيادة الدولة أو الإنتقاص منها أصبحت تزايد يوما بعد يوم، وإن ألبست لبوسا قانونيا ويمكن أن نشير في هذا الصدد إلى أمرين:

✓ الأول: أن أغلب الدول أصبحت مطالبة بحكم تطور العلاقات الدولية، أن تنضم إلى المواثيق والإعلانات الخاصة بحقوق الإنسان، حتى ولو تضمنت هذه المواثيق و الإعلانات نصوصا لا تتفق مع البيئة السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الدينية للدولة، و تزايد خطورة الأمر عندما تضع هذه المواثيق و الإعلانات شروطا على التحفظ أو تحظره.

✓ الثاني: أن الحماية الدولية لحقوق الإنسان نظرا إلى تداخل السياسي بالقانوني، تشكل أخطر و أكثر منافذ المساس بسيادة الدولة و سلامتها الإقليمية، في ظل هيمنة مصالح الدول الكبرى على قرار مجلس الأمن. (عمران و كلثوم.2011.ص473)

1-2-3-التنظيم القانوني للبث التلفزيوني الفضائي في المنطقة العربية:

لا يوجد في الدول العربية نظم لتنظيم محتوى البث الإعلامي، إلا فيما يتعلق بمدونات أخلاقيات المهنة التي تلتزم بها كل مؤسسة إعلامية داخليا و في نطاقها المحلي، وهي مدونات غير ملزمة على الصعيد الإقليمي أو الدولي، فيما يتعلق بالبث العابر للقارات سواء على مستوى الساتلايت في البث التلفزيوني أو الإذاعي أو البث الإلكتروني على شبكة الأنترنت، رغم مرور سنوات طويلة على ظهور وتطور و تدشين الأقمار الخاصة بها عربيا ، ورغم التكاثر العددي للقنوات الفضائية

العربية، إلا أن الدول العربية تبنت ميثاقا يدعى "الميثاق العربي للقنوات الفضائية" الذي يهدف إلى تنظيم البث الفضائي والذي طرح في فيفري /فبراير 2008.(الخاطر.2010.ص15)

ولقد صادق هذه الوثيقة وزراء الإعلام العرب -ماعدا قطر- خلال اجتماعهم بالقاهرة بتاريخ 12 فيفري 2008، وشكلت حدثا إعلاميا بامتياز في كل أنحاء الوطن العربي، وهي لاتزال منذ صدورها موضوعا لنقاشات حادة، و آراء متناقضة، عند العاملين في قطاع الصحافة و اختصاصيي وسائل الإعلام، وليس مستغربا أن هذه الوثيقة تتسبب في كل هذه الضجة، كونها صادرة عن أعلى سلطة سياسية تعنى بشؤون وسائل الإعلام في الدول العربية. وهي تستهدف أبرز وسائل الإعلام و أكثرها شعبية وهو التلفزيون، كما أنها تطل موضوع الأكثر حساسية عند المواطنين، ألا وهو موضوع الحريات العامة و في مقدمتها حرية التعبير و الفكر و الاستعلام.(عواد.2010.ص259)

و تضمنت الوثيقة المتعلقة ب"تنظيم البث الفضائي الإذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية" (اتحاد إذاعات الدول العربية.2008) العديد من الإجراءات التي تهدف تحديد الأطر العامة لعمل القنوات الفضائية الإذاعية و التلفزيونية ومن بينها:

1- أن تلتزم هيئات البث الإذاعي و التلفزيوني الفضائية بمجموعة من المبادئ:

✓ علانية و شفافية المعلومات و حماية حق الجمهور في الحصول على المعلومة السليمة؛

✓ حماية المنافسة الحرة في مجال خدمات البث؛

✓ حماية حقوق و مصالح متلقي خدمات البث؛

✓ توفير الخدمة الشاملة للجمهور؛

✓ عدم التأثير سلبا على الوحدة الوطنية و النظام العام و الآداب العامة؛

✓ التقيد بضوابط و أنماط خدمة البث و إعادة البث الفضائي التي تصدر وفقا لمبادئ الوثيقة .

2-تلتزم هيئات البث الإذاعي و التلفزيوني و مقدمو خدمات الإذاعية و التلفزيونية، و مقدمو خدمات البث الفضائي

في شأن توجيه المواد الإذاعية و التلفزيونية، من حيث المحتوى، و الفئات المتلقية من الجمهور بالمعايير، والضوابط و الاشتراطات، و الأنماط التي تصدر من الأجهزة المعنية، أو بموجب ماتقرره التشريعات الداخلية للدولة العضو المختصة

بإصدار الترخيص و من ذلك على وجه الخصوص:

✓ التقيد بمدة زمنية، يتم وضعها من قبل لجنة مختصة بالرقابة على محتويات البرامج على أن توضع قيود زمنية على البرامج و المصنفات التي يكون حاوها لايتناسب مع سن الأطفال؛

✓ يلتزم أي شخص طبيعياً أكان أو معنوياً، بالألا يمارس أي عمل من أعمال البث أو إعادة البث أو أن يقدم أي خدمة من خدماته، ما لم يكن حاصلًا على رخصة بث أو إعادة بث صادرة من السلطة المختصة بإصدارها في أي دولة من الدول الأعضاء ، متى تم استيفاء الشروط و الضوابط و المعايير التي تحتويها هذه الوثيقة و الشروط التي تضعها الدول على أراضيها و المناطق المفتوحة؛

✓ تقوم الدول الأعضاء بوضع الإجراءات اللازمة في تشريعاتها الداخلية لمعالجة حالات الإخلال بمبادئ هذه الوثيقة، من قبل المخاطبين بهذه المبادئ، وبصفة خاصة هيئات البث الفضائي و إعادة البث الفضائي ومقدمي خدمات البث الفضائي التابعة الموجودة على أرضهم.

ولقد وجهت العديد من الانتقادات لهذه الوثيقة من الأوساط العلمية و الأكاديمية ، ومنهم نائب مدير مركز الدوحة لحرية الإعلام "مريم الخاطر" (2010) التي ترى أن أسلوب محاسبة الوسائل الإعلامية المطروحة في الوثيقة، بسحب تراخيص المحطات الفضائية أو وقفها نهائياً أو لمدة مؤقتة، أو مصادرة الأجهزة و فرض قيود رقابية على محتويات البرامج ذات الصلة لا يخدم الحلول و الضوابط الإعلامية المنهجية العصرية المقبولة دولياً، كونه يتعارض مع معطيات وبنود التزمتم بها مختلف الدول فيما يتعلق بحرية التعبير و اكتساب المعلومات التي تتطلب التعزيز حتماً. ولكن في ظل معايير وواجبات تطبيق ضوابط المسؤولية الإعلامية المنهجية و المؤسسية في ظل الالتزام بحرية الإعلام.

كما أن الإعلامي "حمدي قنديل" (2010) اعتبر أن وثيقة البث الفضائي التي أجازتها جامعة الدول العربية تستهدف القنوات الإخبارية وتستهدف البرامج السياسية، و أشخاص بعينهم من الصحافيين الذين يسعون إلى التغيير ومهاجمة الفساد. وبالتالي فإن الفراغ القانوني الموجود في عمليات التنظيم للبث الفضائي في الوطن العربي ماهي إلا ذريعة تستخدم لأجل تحديد أطر التدفق المعلوماتي والإخباري ، حتى و إن تعارض هذا الأمر مع المبادئ الدولية لحرية تداول المعلومات .

كما يرى الباحث اللبناني "جورج صدقة" أن هذه الوثيقة تطرح أسئلة على اختصاصي وسائل الإعلام أكثر مما تقدم أجوبة ، وهي بدلا من أن تساهم في تدعيم الإنتاج التلفزيوني العربي في مواجهة الغربي عبر المحطات الفضائية الأوروبية

و الأمريكية التي تغطي كامل العالم العربي، فهي تقيد المحطات العربية التي نجحت مؤخرا في السنوات الأخيرة في منافسة المحطات الغربية. (عواد.2010.ص300)

2-الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية:

أوجدت القنوات التلفزيونية الفضائية في أوائل التسعينات في المنطقة العربية، بحيث شكلت حينها الفرصة الأولى للانفتاح على مشهد إعلامي مختلف عن ما عهده المشاهدون العرب، الذين ألفوا صورة التلفزيون الحكومي ذو الاتجاه الواحد، والطابع الجاهز لنصوصه وبرامجه وخطاباته السياسية و الثقافية، وتعزز لدى المتلقي العربي الوعي بالاختلاف والتنوع الذي وجده في الفضائيات بعدما كان تحت وقع النفوذ الذي مارسه الدول و الحكومات العربية في إطار نظامها السلطوي. وبالتالي جاءت الفرصة مواتية للكثير من عمالقة الشركات الإعلامية للدخول إلى المنطقة العربية لاستقطاب جماهيرها وكسب عقولهم، حيث بدأت مشاريعها عبر دخولها للفضائيات الإخبارية الأجنبية من أمثال CNN و BBC وكذلك CNBC العربية وغيرها والتي أصبحت الدافع و النموذج الذي أسهم في إطلاق الفضائيات الإخبارية العربية وصقل تجربتها، وقبل التعرض لسيرورة تأسيس الفضائيات الإخبارية و عوامله لابد من التطرق إلى بنية النظام الإعلامي العربي وأهم ما يميز به.

1-2-بنية النظام الإعلامي العربي ومستوياته:

لا يرجع السبب وراء تصنيف المنطقة العربية في وضعها الحالي إلى انتشار الدين الإسلامي، بصفته الديانة صاحبة الغلبة، وإنما لانتشار اللغة العربية بوصفها لغة رئيسة ، إذ ينظر كل من المواطن المغربي ونظيره اليمني لبعضها البعض باعتبارهما عربيين، بينما قد نجد أن جريدة أحدهما المحببة، أو قناته التلفزيونية المفضلة تخص بلدا ثالثا يقع في المنطقة نفسها، فالمنطقة العربية تتقاسم لغة إعلامية موحدة هي اللغة العربية الحديثة، بصرف النظر عما ينوه إليه البعض من الباحثين أن مستوى اللغة العربية المستخدمة في الإعلام يختلف عن اللغة العربية الحديثة.(ميللر.2010.ص39)

استخدم العرب ثقافة الاتصال في القرن الماضي كأداة قوة ووحدة، و استغلّت قنوات الاتصال الإلكتروني في البداية كقنوات تربط أنحاء الوطن الواحد بعضه ببعض (لعدم توافر البنية الاتصالية المناسبة)، ثم كقنوات للدعاية للنخبة، كما أن البرامج التنموية التي قدمتها هذه القنوات كانت موجهة من رأس الهرم إلى القاعدة، بكل ما فيها من معاني الفوقية السلطوية لإبقاء الوضع القائم على ما هو عليه. (العبد الله.2003.ص54)

وكانت الدولة توظف الإعلام من أجل تمكينها من الحصول على شرعيتها السياسية والاجتماعية مستندة إلى التجربة الغربية في مرحلة التنوير والتحديث ، و إلى تراث مرحلة بداية الوعي القومي، وفي المشرق تحديدا حين شكلت الصحافة العربية منبرا للمطالبة بالإصلاحات أولا ثم التحرر من الهيمنة الأجنبية ثانيا. (ياسين.2013.ص39)

واستندت دول الاستقلال إلى شرعية التحرر(من المستعمر) و الدفاع عن الهوية الوطنية و إلى شرعية التنمية و بناء الدولة. و اعتمدت دول الاستقلال إدارة سلطوية للمجال السياسي قائمة على العنف من جهة ، و على الزبونية السياسية من جهة أخرى. وبشكل عام خضع المجتمع إلى إدارة أبوية جديدة، ذات طبيعة تسلطية ، قائمة على علاقة قسرية بين الدولة و المجتمع. واصطبغت البنية الثقافية برمتها ، بما في ذلك المجال التواصلي ، وهذه الأبوية الجديدة التي تعطل المواطنة و القيم التي تقتضيها مثل الحرية و المشاركة و الاستقلالية لمصلحة الولاء و التبعية التي يستنبطها الفرد في العائلة، و في مؤسسات المجتمع كلها. إذ يقوم النظام الأبوي الجديد على نمط مخصوص من "الخطاب الأحادي" يجبط عزيمة الحديث الحواري ويستثني المتكلمين الآخرين ويتجاهلهم، فيتحول الأفراد إلى مستمعين "يسمعون الكلام". (الحمايي.2012.ص196)

وعند تناول نظام الإعلام و الاتصال في الوطن العربي ينبغي أن نأخذ بعين الاعتبار عدم إمكانية وجود سياسة اتصالية نمطية أو شبه نمطية، وعدم إمكانية تحقيق ذلك، فالنظام الاتصالي الإعلامي لأي قطر عربي يتوافق مع نظامه السياسي والاقتصادي والاجتماعي ويتسق مع قيمه الثقافية ، و على الرغم من وجود بعض السمات العامة التي تجمع نظم الاتصال القطرية كلها أو بعضها، فإن الأهداف و الوظائف و السياسات الاتصالية سوف تختلف من قطر إلى آخر، تبعا لدرجة تطور هذا القطر ونموه، وتبعا لفلسفته السياسية، مع الأخذ بعين الاعتبار المؤثرات المتشابهة القومية والدولية التي تتعرض لها هذه النظم. (الجمال.2001.ص44)

وبناء على ماسبق تنبني مستويات النظام الإعلامي العربي وفق مجموعة من المراحل التي تركزت في التحولات التي طرأت على البنية السياسية و التكنولوجية في الدول العربية ويمكن تحديدها فيما يلي:

المستوى الأول :

وفي هذا المستوى تتجه وسائل الإعلام إلى دعم سلطة النظام القائم وتوجهاته في المجالات المختلفة، وخدمة مصالحه الحقيقية و المتصورة بصورة مباشرة على النحو الذي يخدم تماسك النظام وديمومته، فوسائل الإتصال والإعلام العربية هي بنت السلطة. ولما كانت السلطة مركزة أصلا في العاصمة فقد تركزت وسائل الاتصال هي الأخرى في العواصم، وأصبحت

تطوع بمرورية شديدة، سواء في إدارتها أو ممارستها أو الإشراف عليها ، كما نجم عن هذا الوضع أن اصطبغ مضمون الاتصال في معظم أشكاله بالصبغة الدعائية المباشرة ، التي تعزز مصالح النظام السياسي وأهدافه، وتعزز المصالح القطرية وتغرس الولاء لها في عقول الجماهير . وهذا التوجه هو الذي أسس أجهزة صنع هذه السياسات وحدد أهدافها وصلاحتها ، وهذا الوضع يسري على الأقطار العربية كلها، بما فيها تلك التي تأخذ بنظام تعدد الأحزاب أو يسمح فيها للأفراد بإصدار الصحف و المجلات.(الجمال.2001.ص53)

المستوى الثاني:

فيتصل بالعملة الاتصالية وتأثيراتها في منظومة وسائل الإعلام السلطوية ، وبخاصة عند مستوى تعطيل قدراتها على السيطرة على المجال العمومي الوطني، إذ شكلت منصات التدوين و الشبكات الاجتماعية موارد أتاحَت فضاءات بديلة لنشاطات تواصلية متعددة تحرر الأفراد من الفضاء الإعلامي المغلق، وساهمت بمبادرات الدفاع عن الحريات الافتراضية و عن الحق في الإعلام، و النفاذ إلى مصادره في إفساد صورة النظام بأشكاله المختلفة. (الحماي.2012.ص195)

المستوى الثالث:

منذ بداية تسعينات القرن الماضي، توقع الكثيرون -بشكل متفائل- أن هناك خطأ جديدا في الوطن العربي لرعاية ماسمي آنذاك ب "الديمقراطية الفضائية" Satellite Democracy، و هذا الخطأ التحرري الجديد يقوم على الدور المهم للشبكات الإخبارية ك"الجزيرة"، "العربية" و "أبوظبي"، بسبب إمكانيتها للوصول جغرافيا إلى كل أنحاء الوطن العربي من جهة، وقدرتها كذلك على توحيد المجتمعات العربية التي مزقتها الحروب، العزلة، وهجرة اليد العاملة من جهة أخرى.(Figenschou.2014.p08)

إضافة إلى ماسبق فقد استطاعت القنوات الفضائية الإخبارية تخريب سياسة التعتيم الإعلامي، و إخراج استراتيجية التمثيل الإعلامي للأحداث من الإطار الافتراضي إلى الإطار الإعلامي الواسع. (الحماي.2012.ص195)

2-2-نشأة الفضاءات الإخبارية في الوطن العربي وعوامل تأسيسها:

لم تعرف المنطقة العربية القنوات التلفزيونية المتخصصة إخباريا إلا مع شبكة CNN الأمريكية في أوائل التسعينات من القرن الماضي، حيث تزامن هذا الأمر مع حرب الخليج الثانية1991، أين كانت شبكة CNN المصدر الأول لما يحدث في العراق، حتى أن بعض المصادر أوضحت أن السعودية لم تكن على علم بأمر الغزو إلا من خلال CNN

نفسها ، وهو ما شكل بحد ذاته طفرة آنذاك بحيث لم يعتد المشاهدون العرب على تلقي المعلومات بأسلوب واحترافية CNN، ما أجبر العرب على إعادة النظر في سياساتهم المتعلقة بالبث ، فعلى سبيل المثال غيرت القنوات المصرية نشراتها الإخبارية لتتوافق شكلا ومضمونا مع قناة CNN مع زيادة ساعات البث لتصل إلى 22 ساعة يوميا. (Abdulla.2007.p05)

و التمعن في طبيعة ظاهرة التلفزيون الفضائي الأجنبي الوافد يفصح أن العوامل الوسيطة تقل فاعليتها إلى حد كبير في هذا النمط من أنماط الاتصال، الأمر الذي يجعل من احتمالات تأثير القنوات واضحاً في الوطن العربي، حيث إن ما يقلل من قوة العوامل الوسيطة يتمثل في تيسر التعرض للقنوات التلفزيونية الوافدة على مدار اليوم، وتعدد القنوات الوافدة، وقوة طرق تقديم المواد التلفزيونية وجاذبيتها، وجدة الموضوعات وحيويتها، وضعف مستوى المواد التلفزيونية المحلية. فضلا عن عوامل لاعلاقة لها بهذه القنوات وترتبط بواقعا الاجتماعي، منها ضالة مجالات الترويج و النشاط الاجتماعي في فترات الفراغ، وشعور المواطن العربي بالقلق إزاء مستقبله وشدة تشبثه في الوقوف على ما يحيط به، الأمر الذي يدفعه إلى التعرض للمصادر الاتصالية التي تحقق له قدرا من الطمأنينة. (الهيثي.2004.ص66)

وتحقيق الطمأنينة عبر القنوات التلفزيونية الوافدة يتحقق عبر ماتروج له هذه القنوات التي تعتمد في نمط تصويرها للوقائع على ثقافة المواطنة العالمية Cosmopolitanism التي تظهر الحياة بأسلوب حاسي ومتألق، تسافر و تمازج بين مختلف الثقافات و العقول و الإتجاهات العالمية، رغم كونها تحمل طابعا نخبويا وغريبا في نفس الوقت. (Figenschou.2014.p08)

وتتحدد الأسباب الرئيسية التي أسهمت في تكريس الفضائيات الإخبارية في الوطن العربي كمايلي:

أ-التحولات السياسية المعاصرة :

يرتبط هذا العامل بطبيعة المناخ السياسي الدولي،الذي أصبح يؤثر في فلسفات ومرجعيات الأنظمة الحاكمة، فبعد انهيار الاتحاد السوفياتي و انتهاء الحرب الباردة ، شكل النموذج الديمقراطي الاتجاه السائد الذي يقوم على التعددية السياسية و الإعلامية، وحرية المبادرة الخاصة والمشاركة السياسية. وهذا تعالت الأصوات في الداخل و الخارج للمطالبة بالديمقراطية و الإصلاح السياسي، وتكرس هذا الأمر خاصة بعد الغزو الأمريكي على العراق حيث ظهرت العديد من

المبادرات الإقليمية و الدولية التي تنادي بإنهاء احتكار الدولة لوسائل الإعلام كجزء أساسي مكمل للإصلاحات السياسية، و التي نذكر منها (حسن.د سنة). ص 16) :

✓ على صعيد المبادرات الإقليمية تبرز "وثيقة الاستقلال الثاني" الصادرة عن المنتدى الأول الموازي للقمّة العربية الرابعة المنعقدة بتونس، و الذي عقد بالعاصمة اللبنانية بيروت في مارس 2004، وشارك فيه ممثلو 52 منظمة من 13 دولة عربية، حملت هذه الوثيقة من أبرز مطالبها رفع الرقابة عن جميع وسائل الإعلام المقروء و المسموع و المرئي، وإطلاق حرية إصدار الصحف و تملك وسائل الإعلام و تداول و نشر المعلومات ، و إصلاح التشريعات بخاصة تلك التي تتعارض مع حريات الرأي و تداول المعلومات و الحق في المعرفة و العمل من أجل إنهاء سيطرة الدولة على جميع وسائل الإعلام.

✓ و على صعيد المبادرات العربية شبه الرسمية تبرز "مبادرة الاسكندرية"، التي انطلقت عبر مؤتمر قضايا الإصلاح العربي تحت رعاية الحكومة المصرية، التي عقدت بمكتبة الاسكندرية في 2004، وقد أكدت وثيقة الاسكندرية الصادرة عن هذا المؤتمر أن الديمقراطية الحقيقية تقتضي كفالة حريات التعبير بجميع صورها و في مقدمتها حرية الصحافة و وسائل الإعلام المكتوب و السمعي البصري و الالكتروني، و طالبت بتحرير الصحافة و وسائل الإعلام عموماً من التأثيرات و الهيمنة الحكومية، و تطوير القوانين المنظمة لإصدار الصحف، و إنشاء محطات البث الإذاعي و التلفزيوني، بما يضمن الاستقلال في الملكية و الإدارة و الشفافية في التمويل، و تحقيق قدرة الإعلاميين على تنظيم شؤون المهنة ، و ممارستها دون تدخل السلطة.

ويمكن القول أن الدعوات الأوروبية و الأمريكية للدفع باتجاه ديمقراطية العالم العربي، قد تم الدمج بينها فيما يعرف بمشروع "الشرق الأوسط الكبير" الذي طرحته الولايات المتحدة الأمريكية للنقاش مع مجموعة الدول الثمانية G8، و قد تأسس هذا المشروع على ثلاث محاور أساسية : أولها تشجيع الديمقراطية، و ثانيها بناء مجتمع المعرفة، و ثالثها توسيع الفرص الاقتصادية.

ب-التحولات التكنولوجية :

تمثل الثورة التكنولوجية ظاهرة كونية غاية في التعقيد، و هي مع ذلك ترتبط بشكل مطرد مع التقدم و التحديث في المجتمعات، و بالتالي فهي أحد المؤشرات البارزة للتقدم. و لكون عملية التنمية المعلوماتية هي قضية سياسية في المقام

الأول، فهي عرضة لقبود سياسية ذات ثقل كبير، وصاحب القرار السياسي العربي ليس حرا في خياراته سواء بسبب الاعتبارات الأمنية أو الاقتصادية، ولا يخفى على أحد تدخل مؤسسات الدعم المالي العالمية والإقليمية في صياغة القرار السياسي في الكثير من البلدان العربية. (علي. 1994. ص 29)

لذلك نجد أن ادخال التكنولوجيا إلى الوطن العربي بالأخص تكنولوجيا البث الفضائي، ارتبطت بالارادة السياسية للجيل الجديد من السياسيين العرب والرؤساء الذين تلقوا تعليما غربيا من أمثال الملك الأردني "عبد الله الثاني" و"جمال مبارك" و"سيف الإسلام القذافي" سابقا، والذين اهتموا بتحسين صورة بلدانهم من خلال تحديث وسائل الإعلام، ونفس الأمر ينطبق على الصحفيين العرب الذين فضحت تجاربهم الإعلامية و ازدادت حرفيتهم من خلال وسائل الإعلام الغربية، وابتكروا أساليب جديدة لإدارة الحوارات و المناقشات السياسية. وفي نفس السياق نجد أن المنافسة الشديدة من القنوات الأجنبية و التي استقطبت المشاهد العربي، لعبت دورها في زيادة الوعي بأهمية القنوات الفضائية العربية لمحاربة الإعلام الوافد، فقناة "CNN" أطلقت موقعها باللغة العربية سنة 2002، كما انطلقت قناة "CNBC العربية" في البث في جويلية 2003، وأطلقت هيئة الإذاعة البريطانية قناة "BBC العربية" في عام 2008. (Mellor. 2011. p13)

ج- المنافسة الاقتصادية:

مع دخول البث الفضائي إلى المنطقة العربية فإنه تم إدخالها إلى ميدان صراع استراتيجي بين عمالقة التلفزيون في العالم، وهو صراع أقله على تلك الأسواق الاعلانية التي كان من المحتمل أن يكون حجم الإنفاق الاعلاني كبيرا فيها مستقبلا، إذ رأت وكالات الإعلان الدولية أن الأسواق العربية أسواق خام، فإنفاق الوطن العربي على الإعلان كان حتى نهاية التسعينات لا يساوي 1 في المئة من الإنفاق العالمي. (القادري. 2013. ص 56)

مراحل تطور الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية :

ويمكن تحديد ثلاث مراحل أساسية مرت بها الفضائيات الإخبارية في الوطن العربي وهي:

المرحلة الأولى:

هي المرحلة التي شهدت صعود نفوذ الفضائيات الإخبارية الأجنبية و بالتحديد قناة CNN الأمريكية، فخلال حرب الخليج الثانية ما بين 1990-1991 قدمت CNN تغطية مميزة للحرب و التي تمكنت فيها من نقل الأخبار مباشرة من مواقع الجيش الأمريكي، كما أن خبراء العلاقات العامة في البنتاغون أدركوا قيمة الرأي العام في توجيه الحرب لذلك فقد

تمكنوا من تحديد المعلومات التي يجب بثها، على أن تكون النتيجة هو توفير الأخبار بشكل دائم وفوري لمشاهدي التلفزيون. ولقد أثبتت CNN وقتها في تغطيتها المكثفة للحرب على قيمها الإخبارية و الإنتاجية التي جعلت العرب آنذاك يعيدون النظر في سياساتهم الإعلامية. فعلى الرغم أن قناة CNN لم تكن متاحة للمشاهدين العرب، حيث أن تكاليف اقتناء الأجهزة للالتقاط بثها كانت باهضة ، ولم تكن تتوفر إلا في بعض المؤسسات التجارية كالفنادق، حتى أن استخدامها للغة الإنجليزية كان حاجزا أمام تحقيق الفهم للمشاهدين، إلا أنها استطاعت أن تنشئ خطأ جديدا أهم وسائل الإعلام العربية.(Alterman.1998.P16)

و بروز كل من CNN و لاحقا قناة BBC جعل منها رموزا لمؤسسات الأخبار العالمية، بسبب قدرتها على بث مجموعة هائلة من الأخبار إلى أسواق عالمية مختلفة، لذا طورت CNN ثلاث أنماط صحفية لتقديم التلفزيوني هي:

- الأخبار العاجلة: Breaking News
- التغطية المباشرة: Live coverage
- صحافة الوقائع: Fact Journalism

وكاستجابة للطلب المتزايد على الأخبار فقد حددت مدة عرضها لكل برنامج بنصف ساعة ، مع إلغاء وقت الذروة لتفادي أي تعارض برامجي مع الأخبار العاجلة أو التغطية المباشرة. وبذلك اكتسبت CNN أسلوبا لافتا في عرض الأخبار أنتج مايسمى ب"أسلوب CNN" Cnnization للأخبار الدولية، و الذي أتبعه إطلاق العديد من الفضائيات الإخبارية بالإعتماد على أسلوبها على غرار Sky News,BBC, FoxNews وغيرها. (Figenschou.2014.p03)

وبالنظر إلى هذا الأسلوب في تغطية الأخبار و ازدياد المنافسة بين القنوات التلفزيونية الإخبارية، فقد تم اللجوء إلى أسلوب آخر في مجال الأخبار وهو Infotainment الذي هو عبارة عن مزيج من الترفيه و الأخبار ، و المقصود به هو أن المضامين الإخبارية يتم معالجتها بشكل مشوق وجذاب يقرب من أسلوب المضامين الترفيهية حتى تجذب المشاهد لمتابعتها.(العبد.2009.ص34)

ويوجد حاليا حوالي 100 قناة تلفزيونية إخبارية حول العالم، ولكن معظمها متاح عبر الاشتراك، أو لها محدودية عند البث إلى كل أرجاء العالم ، إلا أن كلا من BBC و CNN متاحتان عبر العالم دون صعوبة تذكر، وهذا مايعزز الأفكار التقليدية لمدرسة الاقتصاد السياسي التي تعتقد بفوقية اللاعبين الكبار في الإعلام Major Players لدى الغرب،

فقدرة القنوات التلفزيونية الوطنية و الإقليمية على ممارسة دورها في التدفق المضاد تواجه عراقيل، تتركز في عدم تكافؤ فرصها في الوصول إلى مناطق أوسع كما هو الحال بالنسبة للقنوات العالمية، كما أن هنالك الكثير من التناقضات التي يقع فيها العالم اللاتيني في حالات كثيرة ومتعددة، وذلك بسبب تواجد القنوات التلفزيونية المحلية و العالمية معا في نفس السوق الإخبارية. ولكن ومع الوقت فإن استراتيجيات عوامة القنوات التلفزيونية الإخبارية أثبتت فشلها في استقطاب الجماهير العالمية الخارجية، فعدد الجماهير الفعلية أقل بكثير مما توقعه الخبراء في المجال العام العالمي، وثبت أن وسائل الإعلام المحلية والإقليمية لم تتأثر جراء المنافسة من وسائل الإعلام العالمية، حتى أن هذه الأخيرة كانت سببا في إنشاء و تقوية وسائل الإعلام الوطنية في مناطق العالم، وفي الوطن العربي كانت وسائل الإعلام العالمية تعمل في ظل تقييدات سياسية واقتصادية، أين كانت الحكومات العربية تتحكم في البث الفضائي. (Figenschou.2014.p05)

المرحلة الثانية:

لقد تميز التطور الذي ميز المرحلة الأولى بأنه كان لافتا لدرجة لا يمكن تجاهله، ووجدت المنطقة العربية نفسها في وضعية تتميز بالآتي:

- ليس بإمكانها منع هذه الفضائيات من اختراق الحدود.
- ليس من وقت كاف لوضع خطط للمواجهة، فالتقنية متسارعة و الاتصال المتفاعل مع المشاهدين أصبح أمرا حتميا.
- ليس من حدود بين صناعة النشر و الترفيه.
- صعوبة في تحديث القوانين و التشريعات النازمة للعمل الإعلامي، بما يوفق بين التطورات التكنولوجية المتسارعة و الأوضاع الاجتماعية و السياسية البطيئة، إن لم نقل الراكدة. (القادري.2013.ص57)

وكان افراد شبكة CNN بتغطية حرب الخليج الثانية محفزا لنشأة الفضائيات الإخبارية العربية، وأخذ المشهد قفزة نوعية ومع ظهور قناة "الجزيرة" بوصفها ظاهرة مستحدثة على الخطاب الإخباري "الفضائي" في المنطقة، متأثرة بعض الشيء في البداية بممارسات محطة BBC في هذا المجال. (عزي.2013.ص93)

واستطاعت الجزيرة ومعها "العربية" و أبو ظبي من أن تمارس العمل التلفزيوني بمهنية أثناء الحروب بما فيها حرب الخليج والحرب على أفغانستان، الأمر الذي جعل الكثير من القنوات الأجنبية تنقل عنها، لكن محاولة اختراق السوق العالمية عبر الفضائيات العربية و الوصول إلى المتلقين في المجتمع الدولي لم تتحقق بعد على نطاق واسع، وبقيت الهيمنة على

الإعلام الدولي في مجال سريان المعلومات، وهذا يعني أن امتلاك التكنولوجيا لا يكفي بل لابد من توافر الكيفية الملائمة لإدارة المعلومة. (الموسى.2013.ص140)

المرحلة الثالثة:

تبدأ هذه المرحلة بعد تدارك الأخطاء السابقة التي عرقلت المشروع الأمريكي في الانتشار و الهيمنة، وتم اعتماد استراتيجيات بديلة حيث عمل الأمريكيون على تطبيق المبادئ نفسها على الساحة الإعلامية كالخصخصة، الميديا التجارية، التحديث وفق النمط الأمريكي وغيرها، لكن مع استيعاب دروس الماضي حيث تبين أن الأفضل هو الاعتماد على وسائل إعلام عربية، وأخذ مقتضيات السياق بعين الاعتبار، لذلك تركز العمل على تشجيع إنشاء الفضائيات العربية وناطقة بالعربية ترتبط عبر انتماءاتها بالمجموعات الاستثمارية نفسها، فيما ترتبط هذه الأخيرة بمراكز سياسية معينة. (الحويك.2013.ص188)

لقد أصبحت القنوات التلفزيونية العابرة للحدود تدرك أن رضا الجماهير عبر مناطق العالم يزيد كلما كانت منتجات وسائل الإعلام تتجه نحو الوطنية و الاهتمامات المحلية، لذلك فقد اختارت كل من CNN و BBC استراتيجيتين مختلفتين في هذا المضمار، حيث عملت CNN على إدخال اللغات المحلية على الأخبار وتطوير شبكة دولية للقنوات المحلية والإقليمية. أما قناة BBC فقد فضلت أن تبث نفس الأخبار لكل مكان مع تنويع الشؤون المحلية الخاصة بالمنطقة التي تبث إليها إضافة إلى الوثائقيات، وهذا ما أنتج قنوات عالمية مع نسخ إقليمية. (Figenschou.2014.p05)

وأكد الكثير من الباحثين من مدرسة الاقتصاد السياسي أن عمليات تأسيس النسخ المحلية للقنوات التلفزيونية الإخبارية مهمة لتفعيل التدفق الإخباري الغربي عبر العالم عن طريق تقديم نفس الخدمات الإخبارية ولكن بتصميم يراعي ثقافات مختلفة ومستهلكين محددين كمتطلب تجاري، إلا أن هذه العملية تناقض في جوهرها المجال العمومي العالمي، بسبب اعتمادها على فكرة "الإقليمية" Regionalism التي تستهدف جماهير وطنية وجيوثقافية. وبما أن شبكة CNN قدمت نموذجا ناجحا لذلك ألهم العديد من مؤسسات الإعلام في العالم بحيث أصبحت القنوات الفضائية الموجهة على الوطن العربي تتميز بالتنوع نذكر منها: "الحرّة الأمريكية" الممولة من الكونغرس الأمريكي، "BBC العربية" الممولة من مكتب الخارجية البريطاني، قناة "روسيا اليوم" التي تمولها الحكومة الروسية، وقناة "العالم" المملوكة للدولة الإيرانية، وقناة CCTV التي تملكها الحكومة الصينية، دون أن ننسى قناة "France24" التي تمولها الحكومة الفرنسية، وقناة "Deutsche Well" التي تملكها الحكومة الألمانية. (Figenschou.2014.p06)

4-2- الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية وتوجهاتها:

هناك مئات من القنوات الإخبارية حول العالم وعدد منها يبث بلغات مختلفة، وأغلبها تعمل بشكل أساسي على نطاق إقليمي أو وطني وهي تشهد تزايداً مستمراً ، أما فيما يخص الملكية فإن الشركات الغربية تهيمن على المستوى العالمي، ولكن ملكية الفضائيات الإخبارية الإقليمية و الوطنية العربية تميل إلى التعقيد و التجانس ، وهذا يجد من هيمنة الشركات الغربية في مجال التدفق الإخباري.(Figenschou. 2014.P04)

فلاتزال "سيطرة الدولة" على ملكية وسائل الإعلام التقليد الراسخ عربياً، حيث عادة ما يكون المالك حكومة، أو أحد الشخصيات الثرية المرتبطة بالنخب الحاكمة أو الدولة ذاتها، ومن الناحية التاريخية تتماشى هذه الاحتكارات مع النظام المركزي للحكومة، فهي تساعد -حسب مبرراتهم- على الحفاظ على وحدة البلاد. فالتلفزيون يستخدم كأداة دعائية، كما يعد امتداداً لقوة الدولة و لسان حال سياستها، مع ضمان عدم وصول الأصوات المعارضة له، لذا فإن تأثير التلفزيون العمومي وشعبيته يعرف تراجعاً كبيراً . من هنا جاء مقترح لدخول الدولة في الملكية الجزئية لبعض وسائل الإعلام الخاصة كما حدث في مصر ، أو عبر التمويل الخاص كما حدث في السعودية. لذلك من يملك في وسائل الإعلام العربية هي قضية متشابكة، وموضوع للبحث في الوقت نفسه حيث يغلب عليها التناقض، فمن جهة تميل الحكومات إلى الخصخصة و الدخول إلى التجارة العالمية، ومن جهة لاتزال تعتبر وسائل الإعلام تابعة للدولة. (Zayani.2005.p14)

وفيما يخص آخر إحصائيات الأقمار الصناعية لسنة 2016، يوجد اليوم في السماء العربية ما لا يقل عن 1122 قناة تلفزيونية، تبث أو يعاد بثها على الأقمار العربية والدولية التي تغطي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، منها 1188 قناة عربية، عمومية وخاصة، و 15 قناة أجنبية تبث بالعربية أو غيرها من اللغات. السمة العامة لهذا المشهد هي تقلص موقع القنوات العمومية العربية لفائدة القنوات الخاصة والدولية الموجهة إلى المنطقة العربية. ويشير آخر إحصاء فعلاً، إلى وجود 146 قناة عمومية عربية مقابل 1057 قناة خاصة ودولية، وهو ما يعتمق تهميش الإعلام العمومي، ذي رسالة الخدمة العامة، في فضاء اتصالي ليطغى عليه بصفة متصاعدة منطق التجارة والربحية وتعم فيه قنوات دولية متعددة المشارب. وتحمل هذه الأرقام دلالات واضحة عن الخلل الهيكلي الأبرز للمشهد الإعلامي العربي، والذي أدى إلى هشاشة محتوى الرسالة الإعلامية في منطقتنا. وما يثير القلق أيضاً عند قراءة المشهد، هو تقلص مكانة المجموعات الخاصة للبث الفضائي أمام زحف القنوات المنفردة، والتي تفتقد إلى أي هيكل مؤسسي يوفر لها مضموناً إعلامياً واضح المعالم. أما بالنسبة للفضائيات الإخبارية فقد

بلغ عددها حوالي 143 قناة عربية تتوزع ما بين 7 قنوات مملوكة للقطاع العمومي، إضافة إلى العديد من القنوات الأجنبية الأخرى الموجهة على المنطقة العربية، وتبث بلغات أخرى أو تعود ملكيتها إلى مؤسسات أجنبية، ومن بينها "قناة الأرونيوز" EuroNews الأوروبية باللغة العربية التي أعلنت وقف بثها في مارس 2017، وقنوات أخرى على غرار "NHK اليابانية" الإخبارية. (اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية. 2016).

وفيما يلي سنستعرض أهم الفضائيات الإخبارية الناشطة عربيا وتوجهاتها:

الجزيرة:

تأسست قناة الجزيرة في الأول من نوفمبر 1996 و استمدت اسمها من شبه الجزيرة العربية، كما أن الجزيرة اسم عام يساهم في إبعاد الوجه الرسمي الموجه عن القناة، كونها هيئة مستقلة تماما في عملها عن الحكومة القطرية، التي أنشأتها ومولت بنيتها الأساسية، على أن يتولى القطاع الخاص ملكيتها وإدارتها مستقبلا. وهي تستخدم في شعارها القيم الزخرفية للخط العربي في التصميم مع استخدام اللون الذهبي إشارة إلى رمال الجزيرة العربية. (شاهين. 2008. ص306)

جاءت فكرة نشوء "الجزيرة" بعد انهيار الشراكة الطموحة بين الخدمة العربية بتلفزيون "BBC" و بين السعوديين، وفشل الشراكة مرده إلى الخلاف حول مضمون التعاطي الإخباري الذي لم يناسب السعوديين، واستنادا إلى مصادر في الدوحة فإن العديد من أعضاء آل ثاني كانوا محتمين بامتلاك حصة السعوديين، وإدارة المحطة التلفزيونية التي تتخذ من لندن مقرا لها. و لكن أمير قطر الشيخ "حمد بن خليفة آل ثاني" سأل مستشاريه "لماذا نذهب إلى هناك و لا نقوم بها هنا"، و أنشئت الشركة و ضخت فيها العائلة الحاكمة ما قيمته 500 مليون ريال قطري ما يعادل 150 مليون دولار كقروض لمدة خمس أعوام، لتبث من مبنى التلفزيون القطري الحكومي. وتم إلغاء وزارة الإعلام، وقدمت عروض عمل مغرية يصعب رفضها على طاقم المحررين و المذيعين الذين كانوا في الخدمة العربية لقناة "BBC"، ومن بين العاملين في الجزيرة لا يعمل سوى عدد قليل من القطريين كإداريين وتقنيين في القناة الجديدة، أما هيئة التحرير فتضم خليطا أجنبيا من المهارات العربية في تنوع فكري وسياسي. (القادري. 2013. ص67)

وقد ارتبط تأسيس الجزيرة بالتحديث الليبرالي ل"قطر" بعد الإقلاّب الأبيض للأمير "حمد بن خليفة آل ثاني" على حكم والده سنة 1995، ومن بين الإجراءات المرافقة انتخابات غرفة البرلمان، وإعطاء حق التصويت للمرأة، وعند سؤال الأمير القطري عن ارتباط الجزيرة بالعصر المدني القادم في قطر أجاب قائلا " الجزيرة ماضية في نفس الاتجاه قطر،

وهذا الأمر ينطبق حتى على الصحف القطرية، وهو أمر طبيعي يتعلق بإستراتيجية قطر في هذه الفترة".
(Zayani.2005.p12)

بدأ يذيع صيت الجزيرة منذ الحرب على أفغانستان عام 2001، وذلك من خلال بثها لمقاطع فيديو حصرية حول "أسامة بن لادن"، فالجزيرة استقطبت العالم عندما كانت كل أنظاره موجهة نحو أفغانستان، وفي معالجتها لهذه الحرب كانت مصدر المعلومات الأول، حتى أن CNN وباقي القنوات الإخبارية العالمية التي تعودت أن تكون مصدرا للسبق الصحفي، أصبحت تستخدم مقاطع الفيديو عن الجزيرة، واستطاعت الجزيرة بذلك أن تلفت نظر العالم إليها، ووضع "قطر" الدولة الصغيرة على الخارطة الدولية. (El-Nawawy & Iskander.2003.p24)

وتمول الجزيرة بحوالي 30 مليون دولار سنويا، وفي هذا السياق يقول الباحث البريطاني "هيو مايلز" Miles.H في كتابه الصادر بالإنجليزية: "كيف تحدث الأخبار التلفزيونية العربية في العالم"، أن الجزيرة لا تتكل على الإعلانات، إذا ما قاطعتها الشركات المعلنة واتجهت إلى الفضائيات الممولة سعوديا. وقد رأى أن نجاح القناة يرتكز على جمهورها، وليس على ممولها، على اعتبار أنها مؤسسة خاسرة ماليا، لكنها تحدد الضغوطات من قبل عدد من الحكومات العربية، بل إن انتشار "الجزيرة" دفع بالكثير من القنوات الغربية إلى تكيف برامجها مع خط الجزيرة. ويذكر مايلز أن الحكومة القطرية تمول القناة، لكنه يشير إلى بجزر إلى النظريات التي تربط بين "الجزيرة" بتنظيم القاعدة، كون أسامة بن لادن اعتمدها لبث تصاريحه بعد 11 سبتمبر 2001. كما أن علامات الاستفهام تبقى قائمة حول الفضائيات الخاسرة إعلانيا ومدى استقلاليتها عن مولها. (القادري.2013.ص122)

ولكن الغالبية من الأكاديميين و الملاحظين يرون أن الجزيرة تسكت عن قطر بشكل يثير الشبهة، فهي تقدم تغطيات قليلة عنها، وحذرة بشأن أي أمر يتعلق بنقد الأوضاع فيها، ورغم ذلك فإن وزير الشؤون الخارجية القطري قدم العديد من الانتقادات لبرنامج "بلا حدود" ل "أحمد منصور"، ولكن بشكل عام قناة "الجزيرة" تبتعد عن كل ما يؤثر على قطر نفسها. وذكر الباحث المتخصص في شؤون الشرق الأوسط "جون ألترمان" J. Altrman أن من القضايا التي تستر عليها الجزيرة فيما يتعلق بالشأن القطري: قضية الصراع على السلطة بين الأمراء و آباءهم، والسياسة الخارجية القطرية، ورغم النزاعات السياسية التي تسببت فيها الجزيرة، نجد من الغريب أن لا تأثير لها على السياسة الداخلية القطرية، وكان الجزيرة مؤسسة أجنبية، وفي بعض الأحيان تفتعل الجزيرة بعض القضايا في البلدان العربية فقط لتشوش الأنظار عن القضايا

السياسية الداخلية لقطر وصفقاتها المشبوهة مع الولايات المتحدة الأمريكية، منها إقامة القاعدة العسكرية الأكبر في منطقة الخليج. (Zayani.2005.p10)

ب-العربية:

بدأت قناة العربية بث برامجها في 20 من فبراير 2003 و تعد فكرة إنشاء قناة إخبارية ضمن مجموعة MBC فكرة قديمة لكن أحداث 11 سبتمبر 2001 عجلت بتنفيذها، و تبث القناة عبر نايل سات و عربسات و يوتلسات، و تهدف إلى توفير البديل العربي من الأخبار خاصة مع توالي الأحداث السياسية في المنطقة من قضية الإرهاب و الانتفاضة الفلسطينية و حرب العراق و التي تجعل المشاهد العربي في حالة ترقب مستمر. (إساعيل.2009.ص79)

وتعتبر قناة "العربية" من أكثر المشاريع الطموحة التي تسعى لمواجهة مد قناة "الجزيرة" ومنافستها، وقد برزت بشكل واضح أثناء الحرب على العراق وقصف مكتب الجزيرة، أين أخذت زمام المبادرة لتغطية الأحداث، وهذا ما أكده مدير القناة "سلمان الراشد" -آنذاك- في حوار له مع "الواشنطن بوست" قائلاً "أن الجزيرة سيطرت على المشهد الإعلامي لست أو سبع سنوات الأخيرة، ونحن مستعدون لتقديم البديل"، وهذا كان دليلاً على أن الجزيرة رفعت مستوى النقاش العام في الشرق الأوسط. (El-Nawawy & Iskander.2003.p16)

و قناة "العربية" متخصصة في المضمون الإخباري و تقدم سلسلة من البرامج التي تعالج القضايا العربية بالإضافة إلى أفلام وثائقية و برامج ثقافية وحوارية، و ترفع القناة شعار "قناة كل الأخبار"، و فيما بعد تحديداً سنة 2005 اتخذت لنفسها شعار جديد هو "الأقرب للحقيقة" و هي قناة ذات ميزانية مستقلة عن MBC و تملكها مجموعة آرا السعودية، إضافة إلى مجموعة رجال أعمال كويتيين و لبنانيين، و برامجها مزيج من الإنتاج الخاص و الإنتاج العربي والأجنبي. و لقناة "العربية" مجلس إدارة ينص نظامها الداخلي على أنها متخصصة في الأخبار و البرامج السياسية و الوثائقية، فخصت لها استوديوهات مجهزة بأحدث التقنيات و تم تزويدها بطاقم من المذيعين و التقنيين الذين انتقوا بعناية من أصحاب الخبرة في المجال الإخباري من مختلف الدول العربية. كان لقناة العربية منذ إنشائها توجه مختلف عن الأسلوب الذي تتسم به الجزيرة، فلم يكن الاهتمام طاغياً بالبرامج ذات الصبغة الدينية من خلال الترويج للأفكار والآراء المتطرفة، كما أنها تتناول قصص جرائم الشرف و العنف ضد النساء في البلدان العربية، و هي ظاهرة لم تتطرق إليها وسائل الإعلام العربية. (إساعيل.2009.ص80)

ج- قناة الحرة:

بدأت قناة الحرة بثها يوم 14 فبراير 2004، و تدير القناة "مؤسسة الشرق الأوسط" و تتلقى تمويلها بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية. The Broadcasting Boord of Governors BBG. و قد حدد القائمون على أمر هذه القناة رؤيتهم لها باعتبار "الحرة" قناة تلفزيونية غير تجارية ناطقة باللغة العربية مكرسة بصفة رئيسية لتقديم الأخبار والمعلومات و تغطية الأحداث في الشرق الأوسط والعالم، تقدم الحرة برامج متنوعة تشمل الحوارات و المواضيع الحياتية والصحة و اللياقة البدنية والمهنوعات ، الرياضة ، المواضة ، العلوم و التكنولوجيا.

و تسعى المحطة إلى تقديم الأخبار الدقيقة و المتوازنة و الشاملة، و تهدف إلى توسيع آفاق مشاهديها ليتمكنوا من تكوين آراء و اتخاذ قرارات مبنية على معلومات صحيحة، و تدير القناة مؤسسة شبكة الشرق الأوسط للإرسال و هي مؤسسة غير تجارية و لا تبغي الربح المادي، يمولها الشعب الأمريكي من خلال الكونغرس و تتلقى هذا التمويل بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية، و هي وكالة فيدرالية مستقلة تتمتع بإدارة ذاتية، و تعنى بحماية الاستقلال المهني ونزاهة الإعلام و الإعلاميين العاملين في المؤسسات التابعة لها.(عبد الغني.2005.ص89)

وعند التأسيس قد أوضح " نورمان باتيز" رئيس إدارة لجنة الشرق الأوسط أن قناة الحرة ستقدم آفاقاً جديدة للمشاهدين في الشرق الأوسط، كما أنها ستخلق درجة أكبر من الفهم الحضاري و الاحترام، و أضاف أن جزءاً مهماً من رسالتنا هو أن نكون مثلاً أعلى على الصحافة الحرة على الطريقة الأمريكية. كما تهدف الحرة إلى وقفاً للمسؤولين عنها إلى الحد من نفوذ قناتي "الجزيرة" و "العربية" الإخباريتين، وتعتبر قناة الحرة أحدث مبادرة أمريكية لتحسين صور الولايات المتحدة الأمريكية في منطقة تقول عنها واشنطن أنها تريد تشجيع الحرية و الديمقراطية بها. (السيد. 2005. ص210)

ولكن وجهت العديد من الانتقادات لهذه القناة على أنها التي لم تكن في مستوى تصريحات مؤسسيها، فبعد مرور سنوات على بدء القناة طرحت تساؤلات عدة من بينها: هل قدمت إعلاماً أمريكياً مميّزاً باللغة العربية؟ وهل ساعدت على تعميق التفاهم العربي الأمريكي؟ وهل استطاعت الرد على التشويه والدعاية السلبية ضد أمريكا والمنتشرة في الإعلام العربي؟ وهل ساعدت على دعم الديمقراطية في منطقة الشرق الأوسط؟ وهل ظهرت كوسيلة إعلام قوية ومنافسة للإعلام العربي كالجزيرة العربية؟ والحد الأدنى المطلوب من قناة أمريكية، هل عملت بمنأى عن الأنظمة العربية وأجهزتها الأمنية والمخابراتية؟ الإجابة على هذه الأسئلة للأسف بكلمة لا. لم تنجح "الحرة" في إنجاز أي من الأهداف السابقة. وفشلت في تحقيق الصورة

الوردية التي تحدث عنها مستر باتيز والسبب أساساً يعود إلى الفريق العربي الذي يدير الحرة تحت إشراف موفق حرب. لقد سلم الأمريكيون الفريق العربي صلاحيات واسعة ومنحهم ثقة غير جديرين بها، وللأسف أساءوا استخدامها مما أثر سلباً على صورة أمريكا وقدرتها على إنتاج إعلام عربي منافس وفعال. الحرة في تصوري لا تعتبر قناة أمريكية، هي قناة عربية تعكس رداءة الإعلام العربي وقضاياه. وكما يقول "مأمون فندي" الباحث بمعهد بيكر "تبدو الحرة وكأنها متأمرة مع الإعلام العربي. الحرة قدمت الوطن العربي للعرب ولم تقدم لهم أمريكا وهي لا تعكس زخم الإعلام الأمريكي والثقافة الأمريكية والقيم الأمريكية، وإنما صورة بائسة وباهتة للإعلام العربي". (خليل. 2017)

دشبكة CNN الإخبارية Cable News Network:

منذ إطلاق شبكة CNN في الأول من ماي 1980، فهي أول قناة للخدمة الإخبارية على مدار 24 ساعة، وهي من أنجح القنوات الإخبارية الرائدة في العالم لنقل الأخبار و المعلومات، القناة الرئيسية تبث في الولايات المتحدة الأمريكية على الكابل، ولها قناة دولية CNN international، حيث يترافق بثها الفضائي مع بثها عبر شبكة الأترنت على موقع Cnnonline.com، وهي مبرجة في حوالي 212 دولة ومنطقة حول العالم، وتشاهد في أكثر من 100 مليون منزل. وقد أسسها رجل الأعمال الأمريكي "تيد تيرنر" Ted Turner. (Primestream.2014)

توفر CNN على مركز رئيسي للتخطيط في مدينة أطلنطا بولاية جورجيا، وتبث برامجها من أستوديوها في مدن "واشنطن" و "نيويورك" و "لوس أنجلوس"، كما تمتلك نحو خمسين مكتبا، من بينها 32 دوليا تغطي أحداث مختلف بلدان العالم، حيث يصل عدد العاملين بها إلى أكثر من أربعة آلاف شخص، وتتمتع بنسبة مشاهدة عالية.

أطلقت CNN عددا من القنوات التابعة لها بلغات أجنبية ومحلية، وأخرى متخصصة، وشبكتين إذاعيتين، و12 موقعا إخباريا على الإنترنت، أحدها باللغة العربية، وتشاهد من قبل أكثر من 1.5 مليار مشاهد في أكثر من 212 بلدا. وتشمل أهم تلك القنوات شبكة الأخبار الرئيسية "سي أن أن هيدلاين نيوز" (1982)، وقناة خاصة بالأخبار العالمية "سي أن أن الدولية" (1985)، و"سي أن أن الإسبانية" (1997) و"سي أن أن بلاس" و"سي أن أن التركية"، و"سي أن أن طقس" (1982)، و"كورت تي في" (1991)، إضافة إلى قنوات في آسيا مثل "سي أن أن فلبين". إضافة إلى ذلك أطلقت الشبكة قناتين متخصصتين في الأخبار الأمريكية، وهما قناتا أخبار المال (سي أن أن إس آي)

و (سي أن أن إف أن) (1995)، لكنه تم إغلاقها على التوالي عامي 2002 و 2004 بسبب ضغط منافسة القنوات المحلية الأمريكية، كما أغلقت عام 2002 قناة "سي أن أن سبورتس أليوستراند" التي أنشئت عام 1996.

قامت "سي أن أن" يوم 28 يناير/كانون الثاني 1986 بتغطية منفردة من خلال بث مباشر لإطلاق المركبة الفضائية "تشانجر"، والتي شهدت بعد 53 ثانية من إطلاقها تحطمها ومقتل سبعة من روادها. وشكلت تغطيتها المباشرة لأحداث حرب الخليج بالكويت عام 1991 نقطة تحول كبيرة في مسيرتها، حيث تناقلت مختلف القنوات العالمية تلك التغطية وصورها التي تمكنت من الافراد بإنجازها من خلال تعاون وثيق مع الحكومة الأمريكية، مما جعلها تتقدم آنذاك على القنوات الأمريكية المهمة على الساحة، والمعروفة باسم "الثلاث الكبار، وهي: "أي بي سي"، و"سي بي أس"، و"أن بي سي"، وشكلت سبقا منذ ذلك اليوم بوضع شريط للأخبار في أسفل الشاشة، لمواكبة الأنباء المتدفقة في ذلك اليوم، وهو الأمر الذي أصبح لاحقا تقليدا أساسيا في معظم القنوات الإخبارية في العالم.(موسوعة الجزيرة.2017)

تقدم قناة CNN نشرات محلية من الأخبار أقل من البداية، في استجابة لطلبات المشاهدين غير الأمريكيين، بتقليل التركيز على الأخبار المحلية، وكذلك منافسة القنوات الأخرى مثل BBC World و SKY News وغيرها، بالرغم من أن القناة تستخدم العديد من المراسلين المحليين في مراكز جمع المعلومات، وبالرغم من أنهم يغطون أخبارا دولية، إلا أن البعض مازال يرى أن المراسلين يغطون الأحداث من وجهة نظر أمريكية وليست محايدة. وفي 11 سبتمبر 2001 كانت CNN أول قناة تبث أنباء هجمات برجي التجارة العالمي، ويرجع الفضل في هذا السبق إلى المذيع "كارول لين"، الذي كان يبث مباشرة على الهواء وقت وقوع الهجمات، ونتيجة الأخبار التي تدفقت في ذلك اليوم، بدأت القناة في وضع شريط للأخبار، و الذي أصبح أساسيا في معظم القنوات الإخبارية.(المقداي.2013.ص172)

هـ-شبكة BBC البريطانية British Broadcasting Channel:

يعتبر مشروع "بي بي سي" العربية من أقدم المشاريع التي قدمت خدمات إخبارية باللغة غير الإنجليزية، ابتداء عام 1938 بإحدى أقدم الإذاعات الناطقة بالعربية، حيث أطلقت هيئة الإذاعة البريطانية في لندن القسم العربي في الإذاعة، كأول إذاعة أجنبية من القسم العالمي التابع ل BBC، والتي استمرت خدمتها سبعين عاما حتى يومنا هذا، وبالافتتاحية الشهيرة "هنا لندن". وفي عام 1994 أطلق "تلفزيون BBC العربي" بتمويل من شركة "أوربت" السعودية، وبعد أن بثت

القناة برنامجا عن حقوق الإنسان في السعودية أوقفت "شركة أوربت" البث في 1996. ثم عادت BBC وأطلقت من جديد قناة إخبارية في عام 2008. (المقدادي، 2013، ص 174)

تبث "BBC العربية" أخبارا غير متحيزة ودقيقة ومعلومات مبنية على الخبرة و التحليل العميق. وستواصل هذه الخدمة المعززة على هذه النسق واضحة اهتمامات وحاجات المستمعين في بؤرة اهتماماتها المستقبلية. وستكون معاصرة في أسلوبها ومستقلة وتنفذ الى لب الحدث. ويقول مدير بي بي سي العربية حسام السكري: "تهدف بي بي سي العربية إلى توسيع أجندها الإخبارية للمستمعين في المنطقة. وهي تشرك مشاهدين ومستمعين في برامجها بالسماح لهم بالنقاش والتعليق ومحاوره بعضهم البعض. إنها خدمة إخبارية يمكن للمستمعين المشاركة الفعلية فيها مما يثري برامجنا."

يكن السر في تغطية "البي بي سي" لشؤون الشرق الأوسط في توفر شبكة واسعة من المراسلين المتميزين في العالم العربي. وبالرغم من أن إنتاج البرامج يتم في استوديوهات لندن والقاهرة، فإن بي بي سي العربية لها مراسلوها الخاصون في أهم المواقع المحورية في المنطقة وفي أهم العواصم العالمية. وتعتمد بي بي سي العربية على مصادر الهيئة التي لا تضاهي في جمع الأخبار في سائر أنحاء العالم. ويمكن للمهتمين بتغطية البي بي سي الإخبارية الاعتماد على النقل الحي من عين المكان والخبرة في التحليل المقدمة من 250 مراسلا على الأقل منتشرين في 72 مكتبا في مختلف أنحاء العالم.

يقول مدير "BBC العربية" حسام السكري: "يريد مستمعو بي بي سي العربية أخبارا عالمية مميزة ، ذلك النوع من الأخبار التي لا يمكن أن تقدمها إلا هيئة اعلامية مثل البي بي سي التي تتميز بأكبر منظومة لجمع الأخبار في العالم." تتوقع BBC ان يكون الاقبال على قناتها كبيرا. وبين استطلاع للرأي بين للمستمعين اجري بطلب من BBC عام 2003، وتم اعادته عام 2005، رغبة ملحّة في توفير مثل هذه القناة. وذكر ما بين 80% و 90% ممن شاركوا في الاستطلاع الذي تم اجراؤه في سبع من دول العالم العربي انه من "المرجح جدا" او من "المرجح الى حد ما" ان يستخدموا هذه الخدمة (حوالي نصفهم كانوا في مجموعة "المرجح جدا"). وظلت هذه النسبة المرتفعة ثابتة خلال السنتين الأخيرتين. وفي بعض المناطق ازداد الطلب في الفترة ما بين الاستطلاعين.

وقد شملت المقترحات زيادة الاستثمار في تطوير وسائل اعلام جديدة في مجال البرامج التفاعلية وتغطية الاخبار بالفيديو وزيادة الاستثمار في محطات اف ام (FM) للتوزيع عالميا والطموح لإطلاق قناة تلفزيونية باللغة الفارسية.

جاء التمويل للمبادرات الجديدة من خلال مراجعة الاولويات في اتفاق المنحة التي تقدمها وزارة الخارجية البريطانية ل"بي بي سي وورلد سرفيس" وكذلك تقليص عدد خدمات البث باللغات غير الانجليزية وتنفيذ برنامج فعال لترشيد الاتفاق. كانت الحكومة البريطانية قد رفضت مقترحا لتوفير اموال اضافية لاطلاق خدمة بي بي سي جديدة لكنها عادت واعلنت في أكتوبر 2007 انها ستوفر 6 ملايين جنية استرليني اضافية لتمكين محطة تلفزيون البي بي سي العربية من البث 24 ساعة في اليوم بعد مرور 6 اشهر من بدء اطلاق الخدمة. (موقع BBC.2017)

وقناة "فرانس 24" France24:

فرانس 24 عبارة عن ثلاث قنوات تلفزيونية مختلفة (بالفرنسية والإنكليزية والعربية) تبث على مدار الساعة وتندرج محمة هذه القنوات في إطار القطاع العام وهي عالمية ولها خط تحريري مشترك. وموقع الإنترنت أيضا باللغات الثلاث ويعمل بالطريقة نفسها. تملكها مجموعة فرانس ميديا موند (France Médias Monde) المكونة من تلفزيون فرانس 24 الناطق بلغات ثلاث وإذاعة فرنسا الدولية وإذاعة مونت كارلو الدولية الناطقة بالعربية تبث من باريس نحو القارات الخمس ب 14 لغة. ويقدم صحافيو المجموعة وشبكة مراسليها عبرالعالم للمشاهدين والمستمعين أخبارا دولية منفتحة على مختلف الثقافات ووجهات النظر وذلك عبر نشرات إخبارية وروبورتاجات وبرامج ثقافية ونقاشات. تبين نسبة المشاهدة، كل أسبوع، أن فرانس 24 تجذب 41.7 مليون مشاهد وإذاعة فرنسا الدولية 34.5 مليون مستمع وإذاعة مونت كارلو الدولية 6.7 مليون مستمع. وتستقطب القنوات الثلاث للمجموعة 24 مليون زائر شهريا من مختلف الفضاءات الإعلامية الجديدة. مجموعة فرانس ميديا موند هي واحدة من المساهمين والشركاء في القناة الناطقة باللغة الفرنسية TV5MONDE.

وصحافيو القنوات الثلاث يعملون معا وكل منهم يضع خبرته رهن إشارة قناته. وتبث فرانس 24 على مدار الساعة ويصل بثها إلى 250 مليون منزل في 177 بلدا في القارات الخمس. ويضاف إلى هذا البث المستمر الذي يصل إلى 71 مليون منزل بفضل اتفاقات بث جزئي بواسطة مقدمي الخدمات التلفزيونية الوطنيين أو الإقليميين. و19 قمر صناعيا ينقل على الأقل واحدة من إشارات البث الثلاث لفرانس 24 لضمان تغطية عالمية لبثها ومساهمتها، وتتيح التقاط القناة مباشرة عبر القمر الصناعي أو عبر عمليات بث بواسطة مقدمي خدمات التلفزيونات المدفوعة.

وعام 2013، دخلت فرانس 24 إلى أكثر من 40 مليون منزل جديد، وهذا يمثل أقوى تقدم في توزيع القناة في ظرف عام واحد، وكان هذا بفضل اتفاق تاريخي في الهند حيث يلتقط بث القناة الإنكليزية منزل هندي من أصل أربعة

(38 مليون منزل يستقبل البث عبر الأقمار الصناعية). وفي منطقة سان فرانسيسكو بكاليفورنيا، أصبحت القناة تلتقط على نطاق واسع جداً لأنها أصبحت متاحة منذ نوفمبر/تشرين الثاني الماضي في 2.5 مليون منزل إضافي. ويعمل في أقسام تحرير "فرانس" 24 أكثر من 400 صحافي وتعتمد على شبكة تضم مئات من مكاتب المراسلين تغطي تقريباً مجموع بلدان الكرة الأرضية. ويعمل في قلب قسم التحرير بباريس صحافيون من أكثر من 35 جنسية. وكبار مراسليها يجوبون كل الأماكن ليقدموا الأخبار من أقرب مكان للأحداث وليكونوا أقرب إلى الفاعلين في هذه الأحداث. (موقع فرانس 24. 2017)

وحسب المدير العام لمنظومة الإعلام الخارجي الفرنسي "ألان بوزياك" Buziak.A أن هؤلاء المراسلين ينقلون وجهة النظر الفرنسية إلى المشاهد العربي حول الأحداث، كما نفي أن تكون موجهة لحساب الأجندة الحكومية الفرنسية، ولكن تعتمد على المنظار الفرنسي للأحداث الذي يتميز بالتعددية وأهمية الجدل و المواجهة بين الأفكار المختلفة، كما قال "نريد أن نتكلم العربية ولكن لا نريد أن نفكر بالعربية". لذلك فشبكة البرامجية تعزز حضور الرؤية الفرنسية ومقارنتها للأحداث، وقد نظمت جولات وزيارات لمسؤولين إعلاميين فرنسيين إلى الإمارات و الجزائر، لأجل توسيع نطاق مشاهدتها. (المقداوي. 2013. ص 177)

زقناة "سكاي نيوز" Sky News Arabia :

سكاي نيوز عربية هي ثمرة شراكة بين شركة أبوظبي للاستثمار الإعلامي، شركة الاستثمار الخاصة، وشركة سكاي البريطانية، الشبكة التلفزيونية الرائدة في المملكة المتحدة. تعمل سكاي نيوز عربية من مقرها في أبوظبي، وهي مؤسسة إخبارية متعددة المنصات؛ تبث الأخبار باللغة العربية عبر قناة تلفزيونية مجانية بجودة الـ HD عالية الوضوح، فضلاً عن تقديم خدماتها عبر موقعها الإلكتروني، ومن خلال تطبيقات الأجهزة المتحركة والذكية ومعظم منصات التواصل الاجتماعي. تقدم سكاي نيوز عربية محتوى مميّزاً وتغطية شاملة لأخبار المنطقة والعالم من خلال شبكة متكاملة تضم أكثر من 500 صحفي وإعلامي يتلقون الدعم من فريق تقني كامل ومن خبراء العمليات. وتبث القناة أخبارها إلى أكثر من 50 مليون منزل بالدقة العالية HD وبصيغة SD. تملك سكاي نيوز عربية أيضاً 30 مكتباً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إضافة إلى مكاتبها في لندن وواشنطن. كما تتعاون القناة مع شبكة المكاتب العالمية والمصادر الإخبارية المختلفة لقناة سكاي البريطانية. (موقع سكاي نيوز. 2017)

وكانت إدارة القناة الأم في بريطانيا قد اعترضت رسميا على الخط التحريري لنسختها العربية التي تبث من أبو ظبي وتملكها الإمارات. ويبدو أن المعايير المهنية التي تلتزم بها المحطة البريطانية تغيب بشكل لافت في نسختها العربية التي تأخذ خطأ منهاضا للثورات العربية، وتظهر بلون واحد عمليا، وهي أقرب إلى التعبير عن سياسات الإمارات الرسمية فيما يتعلق بمجمل الملفات العربية، ومن ضمنها الربيع العربي والحالة الإسلامية بمختلف تجلياتها، بخاصة ما يعرف بـ"الإسلام السياسي". (موقع نون بوست. 2017)

الإشكاليات السياسية المتعلقة بالفضائيات الإخبارية:

كان دخول الفضائيات الإخبارية إلى المنطقة العربية مؤسسا لعصر جديد مختلف عن ما كان معهودا من قبل في ظل إعلام الحكومات المحدود و الدعائي، و رغم أن نطاق تأثيراتها امتد إلى مجالات عدة إلا أن المجال السياسي كان أكثر المجالات التي تأثرت بها بشكل مباشر نظرا للخصوصية السياسية للأخبار، وكانت هذه التأثيرات محل بحث وجدل من طرف الأكاديميين عربيا وغربيا، و ارتكزت أعمالهم ضمن هذا النطاق على أربع مجالات أساسية طالتها تأثيرات الفضائيات الإخبارية وهي:

❖ الفضائيات الإخبارية والحكومات العربية:

بفضل الفضائيات الإخبارية تمكن المشاهد العربي من الخروج من رتابة الإعلام الرسمي على التلفزيونات المحلية، هذا الإعلام الذي يعتمد على نشر و بث نصوص جاهزة أحادية المصدر (السلطة) تتضمن أخبار و تقارير مستفيضة حول تحركات أركان السلطة في جميع القطاعات حيث تمتدح منجزاتهم و نجاحاتهم، و الهبات التي أنعمت بها على الشعب، وذلك دون إعطاء معلومات محددة أو أرقام أو بيانات. (محمنا. 2006. ص43)

ولكن تعرض الفضائيات الإخبارية لموضوع علاقة السلطة الحاكمة بالأحزاب السياسية والمجموعات المعارضة، وبمنظمات المجتمع المدني، يجعل هذه الفضائيات تضطر إلى اتخاذ مواقف لأسباب سياسية تأتي أحيانا بطريقة لا تتوافق مع ممنية العمل الإعلامي، الذي يتطلب حدا من الحيادية، ويتطلب أيضا تأمين شيء من التوازن بين مختلف الأطراف يحترم عقل المشاهد. لذا بدت "العربية" و "الجزيرة" مرتبكتين في التعامل مع المظاهرات الاحتجاجية التي قامت بها المعارضة المصرية، و لاسيما محطة "العربية" التي قلصت المعنى الإخباري من معارضة تتظاهر ضد النظام، إلى معارضة تسببت في أزمة سير في الشارع. و إذا كانت "الجزيرة" على الرغم من الاتفاق السري بين حكومتي قطر و مصر من أجل ضبط

تغطيتها كما تناقلتها أخبار الصحف، فإنها دأبت على عرض تقارير إخبارية مصورة لكل التظاهرات التي يشهدها الشارع المصري، وكذلك عرضت في برنامجها الصباحي "الجزيرة هذا الصباح" شريطا وصلها من ناشطين إسلاميين، يتناول تظاهرة قام بها علماء دين أزهريون من مدينة طنطا المصرية. وهذا الشريط كان قد صور لها و فردت بعرضه، على الرغم من المعلومات التي أشارت إلى وصول نسخة منه إلى قناة "العربية"، لكن المفارقة ليست في عرض "الجزيرة" هذا الشريط، وهو ما فسره البعض على أنه محاولة لإبعاد الشبهات عنها بعد انتشار خبر الاتفاق، بل المفارقة تكمن في أن التغطية المكثفة تظهر مدى ضعف تغطيات محطات أخرى كـ "العربية" للموضوع نفسه. فإذا كانت المحطة السعودية قد اتخذت منذ بداية صعودها موقف المنافس الشرسل لـ "الجزيرة" غير أن هذه المنافسة، وإن نجحت في بعض الأحيان في دفع "العربية" إلى مقدمة السبق، إلا أنها بدت في الموضوع المصري بالذات أقرب إلى "الإعلام الرسمي". (القادري.2013.ص103)

لذلك فالفضائيات الإخبارية تعيش احتدام معارك متواصلة للتعبير عن المواقف السياسية والتأثير في الرأي العام العربي، وأدى هذا التباين في التوجهات والآراء والغايات إلى وضع الانحيازات السياسية في إطار التغطيات الإخبارية لمصلحة مواقف مسبقة التصميم ومحددة الغايات. وفي ذلك قفزت تقاطعات السياسة بقوة على سطح العمل التلفزيوني الفضائي العربي لتساهم في تعميق الصراع السياسي، و التناوب الفكري بين الكيانات الرسمية العربية، وأضحت البرامج السياسية على وجه الخصوص تسعى إلى قيادة المشاهد و الرأي العام العربي إلى خيارها الإيديولوجي والسياسي، وتحمل في الوقت ذاته شحنة من التحريض و الاقصاء. (ياسين.2013.ص154)

❖ الفضائيات الإخبارية و حرية التعبير:

ترى الباحثة حنان يوسف (2010) أن الأداء الفضائي يفتقر كثيرا إلى الحرية بمفهومها الليبرالي، وهو متوافر منها ليس سوى حرية موجهة لأهداف معينة محكومة بأجندة الفضائية. كنا نصنف الإعلام العربي أكاديميا في خانة الإعلام السلطوي، لكن ثبت أن الإعلام الأمريكي الليبرالي قد غدا في تغطيته للحرب الأنجلو-أمريكية على العراق سلطويا إذا جاز التعبير. إن مفهوم الحرية في النظام الإعلامي العربي محكوم بثلاثة أنواع من الرقابة، يجب التمييز بين مستوياتها، هي الرقابات الأجنبية، السياسات الذاتية، و السياسات العامة. تأثير النوع الأول في الأداء الفضائي ليس مباشرا، وإن أخذ في الآونة الأخيرة بعض الأشكال المباشرة في الضغوط، بينما النوع الثاني هو من نوع الرقابة السياسية التي تفرضها المحطة نفسها، وفق أجندتها الخاصة، بغض النظر عن موقفنا منها، وعن الصعوبة التي يواجهها الإعلامي في حال التعارض بين آرائه

وبين تلك الأجنحة ، والتي يمكن أن تطيح بالصدقية في بعض الحالات. وليست تلك صعوبة الإعلامي وحده، بل يعبر عنها المستقبل أو المتلقي، فتشير استطلاعات الرأي العام إلى نسبة المشاهدة المرتفعة، بالفعل لبعض القنوات ، لكن حين تسأل المشاهد عن مدى اقتناعه بصدقية القناة التي تجذبه، يجيبك بالشك وعدم الارتياح. أما النوع الثالث فيتعلق بالسياسات العامة للدولة، بما في ذلك الرقابة على المضامين غير السياسية، والتي تثير مسألة التدخل الداخلي قياسا على التدخل الخارجي، وهي مشكلة خطيرة جدا.

ولكن تبقى هناك بعض الإيجابيات التي عززت حرية التعبير من خلال الفضاءات الإخبارية، وإن كانت السلبات المتعلقة بآدائها قد نتجت عن نمط البيئة السياسية و الإعلامية لوسائل الإعلام العربية عموما، إلا أن هناك قنوات فضائية عربية -على غرار الجزيرة- وجدت مخرجا لذلك عبر تعزيز التعدد الثقافي و السياسي للإعلاميين فيها، وهو ما انعكس على نمط البرامج المقدمة . وهذا ما أكدّه الإعلامي "يسري فودة" رئيس مكتب الجزيرة في لندن سابقا، حيث وصف الجو العام في الجزيرة على أنه "نظام منفرد ونادر في معظم مؤسسات الإعلام الأخرى إنها مزيج من القبلي و الحضري، الشرقي والغربي، اليميني و اليسار ، العلماني و الديني". ولا ندري إذا كان هذا ضربا من البطولة أو الهرطقة، فدائما تطرح تساؤلات حول ما إذا كانت هناك إمكانية لتعايش كل هذه الاتجاهات معا، ولكن القائمين على القناة الأفضل لإثارة النقاش العام والنشاط السياسي في الشرق الأوسط، فالذي يشاهد الجزيرة يلاحظ مستوى التعقيد والانعكاس الثقافي في عدد من برامج الحوار وهذا ما أكدّه الأكاديمي القطري "علي الهايل" الذي علق قائلا "نمط الجزيرة في البرمجة هو أفضل طريقة لتنشيط حس حرية التعبير واحياء المجتمع المدني في العالم العربي".

(El-Nawawy & Iskander.2003.p29)

❖ القنوات الفضائية الإخبارية و بؤادر تكون المجال العمومي العربي:

إن مفهوم المجال العمومي Public Sphere يحمل معه الكثير من التراث النظري الذي يرتبط بإسهامات الباحثين في الغرب لتحديد مدلوله و عناصره و السياقات التي يفترض أن يستخدم فيها. حيث أن المجال العام يعني القدرة على المشاركة في تحديد من يحكم و التعبير ونشر الآراء واحتمال أن يتحول رأي الفرد ليصبح رأي العامة، أو كما يعرفه "يورغن هابرماس" Habermas.J " بأنه حيز من الحياة الاجتماعية يتكون فيها الرأي العام، حيث يتصرف الناس كجسد واحد ، يتداولون "موضة رأي" معينة في إطار حرية التعبير ونشر الآراء، وهو ما ساعد الصحافة على الظهور في القرن الثامن عشر

عندما بدأت في أداء وظيفة نشر الآراء و التعليقات بجانب الأخبار ما أدى إلى إثراء النقاش بين العامة و الطبقة المتعلمة." كما يعرفه "غريساند" Gripsund على أنه " مجموعة من المؤسسات التي تشكل منطقة توازن بين المجال الخاص و الدولة لحماية هذه الأخيرة من القرارات الجائرة التي قد تتداخل مع الأنشطة العقلانية". فالجال العام بهذا هو فضاء يتبادل فيه الناس أفكارهم وآراءهم ، ومن خلال مناقشاتهم يؤثرون في الفعل السياسي أو السياسات أو القرارات الحكومية، وهو يتطلب:

- -نصا مشتركا (بغض النظر عن نوعه) يتم نشره بصورة منتظمة، ويمكن لأي فرد الوصول إليه ، ويكون المواطنون على ثقة بأن الجميع قادرون على الوصول على المعلومة نفسها.
- النقاش دون تمييز وهو ما يتم عن طريق وسطاء على غرار الصحفيين.
- مكانا لهذا النقاش مثل الهيئة التشريعية، المحاكم، صناديق الاقتراع، مؤسسات صنع القرار، وسائل الإعلام، والتجمعات العامة.(عبد الفتاح.2012.ص49)

وعند ذكر المجال العام في الوطن العربي فهو في الغالب تعبير عن معنى ظهور رأي عام ناقد للدولة وعابر للحدود، ولقد لخصها الكاتب اللبناني "حازم صاغية" عند حديثه عن الرأي العام العربي أنه عادة ما يشير على رأي المواطنين في الدولة الواحدة، و الذي يكون نتيجة تلقائية لسياسة الدولة في العالم العربي،بالإضافة إلى السياسة الخارجية، الهوية الدينية، و المسمى المعروف ب "الكرامة الوطنية". كما أن الرأي العام يعبر عن اتجاه في وسائل الإعلام يختلف عن رأي الجماهير ، هذا الأخير الذي يأخذ اتجاهها سلطويا في معظم المجتمعات ، ولكن الرأي العام ذو اتجاه ليبرالي بشكل كلي، ولأن ديناميكية الرأي العام تأتي من المدينة ومن أكثر القطاعات المتقدمة علميا ومهنيا واقتصاديا، وفي الوطن العربي تبقى هذه القطاعات جد محدودة في الوقت الذي يندر فيه التأثير في الحكام العرب الذين يضغطون ويتحكمون في المجتمعات. (Lynch.2006.P31)

وبالتالي فإن وسائل الإعلام المحركة للدول العربية السلطوية يمكن أن توصف على أنها " ضد أطروحة الفضاء العام" مع صوت واحد يمثل النزاهة و المساءلة، و روح النقد، حيث أن القدرة على إنتاج الحجاج و الدلائل أسبق من صناعة جمهور قضايا الشأن العام، لذلك فإن وسائل الإعلام العربية لايمكنها صناعة الرأي العام بمفردها.(Lynch.2006.P32)

وعلى المدى القصير فإن التأثيرات السياسية للفضائيات الإخبارية بدت محدودة ، فالحكومات العربية لازالت على السلطة، ولم يتم تغيير سياساتهم الداخلية و الخارجية، كما أن هذه الفضائيات لم تقم بأي تحالفات داعمة أو قوية في المنطقة، لذلك فإن الباحثين في هذا المضمار أصبحوا أكثر وسطية و أكثر واقعية في تحليلاتهم للآثار السياسية للقنوات الفضائية الإخبارية ، وانتقلت النقاشات من محاولة تحديد الآثار السياسية المباشرة لهذه الوسائل إلى رصد قدرتها على الإسهام في ظهور مجال عمومي عربي جديد، على الرغم من أن الفضائيات الإخبارية أُتِسِّت في بادئ الأمر كأدوات تساعد الحكومات العربية على مواصلة أهدافهم السياسية الخارجية و الداخلية. (Figenschou.2014.p08)

ومن أهم ما خلصت إليه هذه النقاشات أن الفضائيات الإخبارية قد وسعت المجال العمومي العربي عبر ما يلي:

✓ بث الأخبار و المعلومات و الأفكار و النقاشات السياسية باللغة العربية المعاصرة التي يتشاركها ما بين 250-300 مليون نسمة عبر الوطن العربي.

✓ التأكيد على الاهتمام بالحس الهوياتي المشترك للجماهير العربية عبر الفضائيات الإخبارية، فالنغطة الإخبارية للبرامج الحوارية السياسية، أسست لقصة عربية أصلية و مشتركة للأحداث و القضايا المهمة و التي تتحدد بالقومية العربية للمنطقة و البعد الإسلامي، أكثر مما الالتئاء للدولة.

✓ هناك تغييرات أساسية في علاقات المرسل و المستقبل ، فقد أصبحت معظم البرامج تعتمد على التفاعلية التي تنبني على العلاقة الأفقية و الفكر المتعدد، وذلك عبر استخدام البريد الإلكتروني ، الهواتف النقالة، الرسائل النصية، الكاميرا الرقمية و الصحف الإلكترونية و سبر الآراء الإلكتروني.

✓ لقد وسعت الفضائيات الإخبارية مجال المواضيع التي يمكن أن تطرح ، ولكن تبقى هناك أربع خطوط حمراء هي:

- الحذر من تنمية المعارضة أو دعم قوى المعارضة و بالأخص التيارات الإسلامية.
- العائلة المالكة لا تكون محلا للنقد.
- الحذر من تغطية الأحداث ذات الطابع الديني لتجنب أي مشاحنات فرغم ان الدين الإسلامي هو الدين الأول ، إلا أن هناك كثيرا من القضايا الدينية التي لا تزال محل خلاف.

- الحذر من تناول المواضيع الجنسية الذي يكون موضوعا للعديد من القضايا التي لا يجب الحديث عنها
عموما. (Figenschou.2014.p08)

❖ الفضائيات الإخبارية و العلاقات الدولية:

إن مجالات التأثير في عمل الفضائيات الإخبارية لا يتعلق فقط بنطاق البث ، أو الجمهور المستهدف وبيئته، ولكن أصبح التأثير ممتدا إلى مجالات السياسة العالمية، حيث توصل الباحثون في الغرب إلى نظرتين أساسيتين ومتضادتين من حيث المبدأ هما "تأثير السي أن أن" The CNN Effect و "تأثير الجزيرة" The Al Jazeera Effect.

تنطلق هاتان النظريتان من اعتبار كل من "الجزيرة" و CNN شبكتان إخباريتان مهمتهما نقل الأخبار العالمية، ولكن مع اختلاف واضح في رؤية كل منهما للأحداث المنقولة، وهو ما يؤثر على السياسة و المجتمع معا. وقد أقر الأكاديميون لأول مرة فكرة "تأثير CNN" خلال تسعينيات القرن الماضي، أين كان لها دور هام في تغطية أخبار الأزمات العالمية في تلك الفترة، ثم أسس مفهوم "تأثير الجزيرة" لاحقا وبالتحديد بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، وذلك للدلالة على إمكانيات القناتين على تشكيل الرأي العام و السياسة الخارجية على المستوى العالمي. ولاتعني هذه النظرية "الجزيرة" و "CNN" فقط وإنما تضم العديد من القنوات الإخبارية الغربية، وبعض مواقع الأنترنت. (Zingarelli.2010.p03)

وقدمت العديد من التعريفات لنظرية "تأثير CNN" من أهمها تعريف الباحث الأمريكي "فيست" Feist "تأثير CNN يعني أن بث الصور التلفزيونية (الأزمات الإنسانية) تحمل صانعي القرار في الولايات المتحدة الأمريكية على التدخل في مواضيع لا علاقة لها بالمصالح الوطنية لها" ، كما عرفها الباحث "سايب" Seib " على أنها" تفسير للضغوطات الديناميكية الموجودة بين الأخبار التلفزيونية الآنية و العاجلة، و صناع القرار، بحيث يكون الدور الأهم للأخبار في صناعة القرارات العامة". (Giboa.2005.p29) ولكن أول من أقترح دراسة هذا النوع من التأثيرات هو "أونايل" O'neil ، وقد أقترح بذلك مقارنة جديدة لدراسة السياسة العالمية بناء على الدور الهام للتلفزيون العالمي في صناعة القرار، حيث وجد أن التلفزيون و الرأي العام ساهما في زيادة الديمقراطية في العالم ، وأن التغطية المباشرة أثناء الوقت الحقيقي لوقوع الحدث Real-Time Coverage ، ساهما في تراجع النظام السياسي المتعارف عليه. ويتجسد نمط هذه التأثيرات في تحديد خيارات السياسيين وأولوياتهم أو تعطيلها، أو حتى إعاقه منجزاتهم أثناء تبنيهم لمجموعة من السياسات أو القرارات. (Pollishi.2005.p37)

ولقد استخدمت العديد من الأبحاث و المقاربات لدراسة "تأثير CNN" بما فيها دراسة الحالة، التحليلات المقارنة، ونماذج صناعة القرار في السياسات الخارجية و العلاقات الدولية، وتركزت المواضيع على قضية التدخل الأمريكي في "الصومال" عام 1993، وكذا تدخل حلف الناتو في "كوسوفو" سنة 1998، وكان التركيز على في هذه الدراسات على العلاقة بين كثافة التغطية الإخبارية و التدخل الدولي في هذه الأزمات، كما تم -من جهة أخرى- دراسة العلاقة بين كثافة التغطية الإخبارية وغياب التدخل الأمريكي مثلنا حدث رواندا، أو قلة التغطية الإخبارية وقوة التدخل مثلما حدث في السودان. (Giboa.2005.p30)

أما نظرية "تأثير الجزيرة" فتعني قدرة وسائل الإعلام الجديدة على تقليص احتكار المعلومات من طرف الحكومات ووسائل الإعلام التقليدية، مع تقوية المجموعات و الفئات التي كانت غائبة عن وسائل الإعلام العالمية، وتفعيل عملية التدفق الإخباري المضاد عبر نفس الآليات والعمليات الإخبارية الموجودة في المستوى السابق ل "تأثير CNN"، وبهذا ف "الجزيرة" استطاعت أن توازن القوى الإعلامية العالمية، وهذه النظرية لاتعني "الجزيرة" فقط وإنما كل وسائل الإعلام التي تقف في وجه الاحتكار العالمي للمعلومات. (Pollishi.2005.p58)

بدأ عهد "الجزيرة" في التأثير الفعلي على السياسة الخارجية الأمريكية في "حرب الخليج" 2003، بحيث عملت على تحطيم الشعبية العالمية للسياسة الأمريكية عبر إظهار جوانبها السلمية، وانتقادها المتواصل للتدخل في السياسات الخارجية لدول العالم، وهذا مادفع بقوات الاحتلال إلى قصف مكتب "الجزيرة" في بغداد الذي أدى إلى وفاة رئيس المكتب آنذاك "طارق أيوب".

ولم تتوقف الجزيرة عند هذا الحد و إنما واصلت تحليل الوقائع و الدلائل التي قدمها الأمريكيون كمبررات لغزو العراق، وهنا لم تعد وسائل الإعلام الأمريكية المصدر الوحيد للمعلومات؛ وأصبح لدى المشاهدين في العالم بديل يختلف عن وسائل الإعلام المنحازة للولايات المتحدة الأمريكية التي كانت تسمي "غزو العراق" بعملية "تحرير العراق". أما "الجزيرة" فقد أطلقت عليها تسمية "الحرب ضد العراق" عرضت فيها صور الجرحى المدنيين، والقنابل المتفجرة، والجنود في دوريات تتجول في المنطق المدنية، وتبث صوراً للمآسي التي تسببت فيها الأسلحة الأمريكية، وهذه الصور التي ترفض وسائل الإعلام العالمية بثها بسبب مخالفتها لأخلاقيات المهنة، ونفس الصور هيمنت على المشهد الإعلامي ل "الجزيرة" في تغطيتها للقضية الفلسطينية، والحرب في أفغانستان. وعندما وجدت هذه الصور طريقها إلى العالم الغربي و الحكومات الغربية عبر

بعض شبكات الأخبار و شبكات الأنترنت خاصة (بسبب محدودية بث "الجزيرة" ولغتها العربية)، وجدها الغرب صادمة جدا، ماجعل الجمهور الأمريكي يفكر مرة ثانية في أهداف هذه الحرب، وقد تسبب ذلك في التراجع الكبير للدعم العام الداخلي والخارجي لهذه الحرب. (Pollishi.2005.p59)

إلا أنه لا تزال عقبات أمام "الجزيرة" للوصول إلى التأثير الذي وصلت إليه شبكة CNN ، وقد أوضح "محمد النووي" الباحث ضمن "مشروع الجزيرة الإنجليزية للأبحاث" أن قناة "الجزيرة" لم تغير من أفعال الحكومات، ومن المبكر جدا توصيف إمكانيات "الجزيرة" في التأثير على قرارات القادة والسياسيين خلال الأزمات، كما أشار إلى أن التغيير السياسي يأتي من المجتمع المدني، ومقدمته الجزيرة لحد الآن هو زيادة وعيه بالقضايا الحروب و الأزمات. (Zingarelli.2010.p96)

ولقد خالصنا في هذا الفصل الذي يتعلق بإيكولوجيا الفضائيات الإخبارية إلى مجموعة من الاستنتاجات نذكرها فيما يلي:

- ترتبط بيئة وسائل الإعلام الدولية بمحددتين أساسيين هما مبدأ التدفق الحر للمعلومات ومبدأ سيادة الدولة، ورغم وجود تعارض بينهما إلا أن الحرية تبقى للدولة في فتح فضاءاتها أمام وسائل الإعلام الأجنبية
- تتركز مشكلات الدول العربية و الدول النامية فيما يتعلق بمواجهة التدفق الإعلامي الغربي، بمحدودية قدراتها على إنتاج المواد الإعلامية التي تستقطب الجمهور ، بسبب تركيزها بعد الاستقلال على إقامة البنى التحتية للاتصالات ، وإهمال الجانب الإنتاجي وهو ما أدى إلى سيطرة المواد الأجنبية على سوق وسائل الإعلام في الدول النامية.
- لم تتمكن الدول العربية منذ بدايات تأسيس القنوات الفضائية من إيجاد إطار قانوني وتشريعي لعملها، ولكنها استطاعت في عام 2008 من إصدار "وثيقة تنظيم البث الفضائي العربي" ، وذلك من طرف الجامعة العربية، بمصادقة كل وزراء الإعلام العرب ماعدا قطر، هذه الوثيقة التي اعتبرت الفضائيات من الملحقات الحكومية ، بحيث استحدثت جهات رقابية على آدائها.

-ارتبط دخول الفضائيات الإخبارية إلى المنطقة العربية بحرب الخليج الثانية مع شبكة CNN الأمريكية، التي تولت تغطية الأزمة من دون منافسة تذكر، ويرجع الفضل لها في ابتكار الأسلوب الحالي للأخبار التلفزيونية الذي تعمل وفقه الشبكات الإخبارية ، بحيث اضطرت معظم القنوات العربية إلى تغيير أساليبها بعرض الأخبار لتتوافق و أسلوبها. لذلك فالكثيرون يعتبرون ظهور شبكة CNN العصر الثاني للتلفزيون.

-مر تطور الفضائيات الإخبارية في الوطن العربي بثلاث مراحل أساسية: أولها مرحلة دخول الفضائيات الإخبارية الأجنبية مع قناتي CNN و BBC، وشكلت المرحلة الثانية إطلاق الفضائيات الإخبارية العربية والتي بدأت مع قناة الجزيرة القطرية في المنطقة العربية، وشكلت المرحلة الثالثة إطلاق القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، كنسخ إقليمية عن القنوات التلفزيونية الإخبارية العالمية.

- تستقبل الدول العربية الدول العربية أشكالاً متعددة من الفضائيات الإخبارية ، و التي تتعدد ملكياتها وأهدافها وتوجهاتها، إضافة إلى الفضائيات الإخبارية العربية، وهو ما يجعل المشهد الإخباري متنوعاً أمام المشاهد العربي ، وفي الوقت نفسه يكون عرضة للأفكار الأجنبية الدخيلة.

-يبحث الأكاديميون و المتخصصون في مجال الإعلام الإخباري و الاتصال السياسي في أربع مجالات سياسية وأساسية ، كانت محل تأثير الفضائيات الإخبارية في المنطقة العربية وهذه المجالات هي : علاقة الفضائيات الإخبارية بالحكومات العربية، علاقة الفضائيات الإخبارية بجزية الرأي و التعبير،علاقة الفضائيات الإخبارية بالمجال العمومي العربي، وأخيراً الفضائيات الإخبارية و العلاقات الدولية، بحيث كان للفضائيات الإخبارية دور هام على صعيد التحولات التي طرأت على هذه المجالات.

مراجع الفصل الثالث

1. أحمد، جمال محمد. (2014). الإعلام و التوجهات الدولية الراهنة. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع
2. ثاني، عبد الله قدور. (2013). ماهية التدفق الإعلامي الدولي وتطورات خطاباته، مجلة rist. مج 19، العدد 2.
3. رشتي، جيهان. (1986). الإعلام الدولي. القاهرة: دار الفكر العربي
4. صالح، سليمان. (2003). الإعلام الدولي. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع
5. الصرايرة، محمد نجيب. (2014). قضايا في الإعلام الدولي. عمان: مكتبة الرائد العلمية
6. طاهر، سمر. (2017). الإعلام في عصر العولمة و الهيمنة الأمريكية: كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم في مجال الإعلام. القاهرة: دار نهضة مصر للنشر
7. عواد، فاطمة حسين. (2010). الإعلام الفضائي. عمان : دار أسامة للنشر و التوزيع.
8. يوسف، حنان. (2004). مناقشات حول الفضائيات العربية و قضايا الأمة. العرب و الإعلام الفضائي. بيروت مركز دراسات الوحدة العربية.
9. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. (1948). متاح على موقع الأمم المتحدة: <http://www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html>
10. لبكري، إياد شاكر. (2003). تقنيات الاتصال عبر زمنين. عمان: دار الشروق للنشر و التوزيع
11. السيد، محمد عبد السميع. (2009). أثر الفضائيات على القيم الأسرية. القاهرة: العربي للنشر و التوزيع
12. دهية، محمد محمود. (2007). الإعلام المعاصر. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، دار أجنادين للنشر و التوزيع
13. محنا، محمد نصر. (2007). الإعلام و تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. ط2. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب
14. عيساني، رحمة الطيب. (2008). المدخل إلى الإعلام و الاتصال – المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية. عمان: جدار للكتاب العالمي
15. حجاب، محمد منير. (2008). وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها. القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع
16. العبد، عاطف عدلي و العبد، نهي عاطف. (2008). نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي
17. شاهين، هبة. (2008). التلفزيون الفضائي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية
18. الحاطر، مريم راشد. (2010). تنظيمات البث الفضائي عالميا و الدور المطلوب عالميا . ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأسرة و الإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري. قطر.
19. القادري، نهوند عيسى. (2013). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على تخوم التفكيك. ط2 . بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية

20. عبد الغني، أمين سعيد. (2005). وسائل الإعلام و الموجة الرقمية الثانية. عمان: ايتراك للطباعة و النشر
21. اسماعيل، هالة. (2009). الصحافة التلفزيونية العربية: الجزيرة و النيل. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث
22. شراب، منذر أحمد. (2014). السياسة الخارجية القطرية في ظل التحولات السياسية العربية 2003-2012. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الأزهر غزة.
23. عثمان، جمال عبد الفتاح. (2009). المسؤولية الدولية عن عمليات البث المباشر العابر للحدود في ضوء أحكام القانون الدولي. المنوفية: دار الكتاب القانوني.
24. عمران، ماجد و كلثوم، فيصل. (2011). السيادة في ظل الحماية الدولية لحقوق الإنسان. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية. 27 (1). ص ص 461-487
25. حمدي قنديل. (2010). الورقة النقاشية الرابعة. أعمال ندوة الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية. بيروت: المنظمة العربية لمكافحة الفساد.
26. العبد الله، مي. (2004). العرب في مواجهة تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال. العرب و الإعلام الفضائي. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
27. صباح، ياسين. (2013). الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون و التأثير في النخب و الرأي العام. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
28. الجمال، راسم. (2001). الاتصال و الإعلام في الوطن العربي. بيروت مركز دراسات الوحدة العربية.
29. الحمادي، صادق. (2012). المشهد الثوري الافتراضي : نحو مقارنة للأصول التواصلية للثورة التونسية. ظاهرة الويكيليكس: جدا الإعلام والسياسة بين الافتراضي و الواقعي. الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
30. عبد الفتاح ، فاطمة الزهراء. (2012). المدونات الالكترونية و المشاركة السياسية. القاهرة : دار العالم العربي.
31. الهبشي، الهادي هيثم. (2004). الاتصال التلفزيوني الفضائي الوافد واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي. العرب و الإعلام الفضائي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
32. العبد، نهى عاطف. (2009). الإعلام الدولي. القاهرة : الدار العربية للنشر و التوزيع.
33. الحويك، حياة . (2013). الفضاءات الإخبارية العربية بين عولمتين: جيوبوليتيك و خطاب الفضاءات الإخبارية العربية. بيروت : منتدى المعارف.
34. الموسى، عصام سليمان. (2013). الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق . الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
35. عزي، عبد الرحمان. (2013). الرأسال الرمزي الجديد : قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضاءات في المنطقة العربية. ثورة الصورة : المشهد الإعلامي وفضاء الصورة. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
36. ميللر، نهى. (2010). صناعة الأخبار العربية. ترجمة حنان عبد الرحمان. القاهرة: المركز القومي للترجمة

37. السيد، ليلي حسين. (2005). استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية. الفضائيات الإخبارية ومتغيرات العصر. القاهرة: دار المصرية اللبنانية
38. المقدادي، كاظم. (2013). الإعلام الدولي و الجديد وتصعد السلطة الرابعة. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع
39. بسيوني، راندة عاشور. (2014). دور مواقع القنوات التلفزيونية الإخبارية في ظل اندلاع الثورات العربية. القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
40. مهنّا، فريال. 2002. علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية. بيروت: دار الفكر المعاصر.
41. اتحاد إذاعات الدول العربية. (2008). وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية. http://www.asbu.net/asbutext/pdf/2008_01_005.pdf
42. عبد الرحيم، وليد. مفهوم السيادة في القانون الدولي. (2018). <https://www.ssnp.info/?article=16294>.
43. منظمة الأمم المتحدة. ميثاق الأمم المتحدة. (1945). <http://www.un.org/ar/sections/un-charter/chapter-i/index.html>
44. خليل، مجدي. 2017. لماذا فشلت قناة الحرة؟. <http://www.mafhoum.com/press9/264C33.htm>
45. الشهري، محمد علي. (2008). طفرة إعلامية أسبابها واضحة وحدودها مفتوحة <HTTP://www.26.sept.net/article.php> .46
47. موقع BBC. (2017). http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/about_us/newsid_7257000/7257604.stm.
48. موسوعة الجزيرة. (2017). <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures>.
49. موقع فرانس 24. (2017). <https://www.france24.com/ar/company>.
50. موقع سكاى نيوز. (2017). <https://www.skynewsarabia.com/about>.
51. موقع نون بوست. (2017). <http://www.noonpost.org/content/1853>.
52. Gohan-Klas, Tomasz. (1978). The concept of the "Free & balanced flow of information" in the central & east European countries. Paris: UNESCO
53. Many voices one world: Towards a new efficient world information and communication. (1980). New York: UNESCO
54. El-Nawawy, M & Iskander, A. (2003). Al Jazeera The Story of The Network That is Rattling Governments and Redifining Modern Journalism. Massachusetts: West View Press Book.
55. Moller, N & Ayish, M & Dajani, N & Rimani, K. (2011). Arab Media. Cambridge: Polity Press
56. Zayani, M. (2005). Al-Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media. London: Pluto Press

57. Figinschou,T.(2014). Al Jazeera and The Global Media Landscape: The South is Talking Back. London: Routeldge
58. Abdulla.R.(2004). The Internet in the Arab World. New York: Peter Lang
59. Lynch,M.(2006). Voices of New Arab Public. New York: Columbia University Press
60. Altrman,J.(1998). New Media New Politics: From Satellite TV to The Internet in The Arab world. Policy Paper No48.The Washington Institute For Near East Policy.
61. Gilboa, E.(2005).The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. Political Communication. 22. PP27-44
62. Palloshi,S.(2015). The Influence of The CNN Effect and The Al Jazeera Effect on American Foreign Policy. Communication Faculty Journal. 2(2),PP 43-67
63. Zingarelli,M3.(2010).The CNN Effect and The Al Jazeera Effect In Global Politics and Society. A Master Thesis. The school of Continuing Studies and The Graduate Schoolof Art and Science. George Town University. Washington

الفصل الرابع

الوعي السياسي- مفاهيم ونظريات-

1- الجذور الفكرية و السياسية للوعي

2- المفاهيم المرتبطة بالوعي السياسي

2-1- التنشئة السياسية

2-2- الثقافة السياسية

2-3- المشاركة السياسية

2-4- التنمية السياسية

2-5- الإصلاح السياسي

3- مصادر الوعي السياسي

4- مستويات الوعي السياسي

5- الوعي السياسي في منظومة وسائل الإعلام

6- تأثيرات وسائل الإعلام على تكوين الوعي السياسي

6-1- التأثيرات المعرفية

6-2- التأثيرات الوجدانية

6-3- التأثيرات السلوكية.

يعد الوعي السياسي أحد المفاهيم الشائعة في العلوم الاجتماعية و العلوم السياسية خصوصا، ولكنه يبرز في الدراسات الإعلامية غالبا بسبب الدور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيله وتمييزه إزاء مختلف القضايا السياسية والشؤون العامة. ورغم أنه يستند إلى مفاهيم اشتراكية، ارتبطت بالرؤية الماركسية التي أسهمت بشكل خاص في بلورته ضمن متطلبات الصراع الطبقي في المجتمعات الليبرالية، إلا أن التوجهات الحالية تعتبره من عوامل تحقيق متطلبات التنمية، وتحقيق المشاركة السياسية الفعالة، ودعم الإصلاحات المختلفة في أي بلد.

ولقد تعرضنا في هذا الفصل إلى مجموعة من المعلومات تتعلق في البحث في الأصول العلمية و الفكرية لمفهوم الوعي السياسي، كما تطرقنا إلى مجمل المفاهيم ذات الصلة بهذا المفهوم والتي عادة ما يستخدمها علماء السياسة و الاجتماع في تعرضهم للوعي السياسي، ثم عرضنا مصادره وعوامل تشكله وتمييزه في المجتمع، في الأخير قمنا باستعراض الاتجاهات العامة لتكوين الوعي السياسي عبر وسائل الإعلام و التي تتركز في الاتجاه المعرفي، و الاتجاه العاطفي، والاتجاه السلوكي.

1- الجذور الفكرية و السياسية للوعي:

تعد قضية الوعي من القضايا التي استحوذت على اهتمام الباحثين، ووقفوا منه مواقف بنائية، فالنظرية الوظيفية واسعة الانتشار في الفكر السوسيولوجي بالرغم من أن الوعي أساس الوجود، فإن بعض الباحثين يتجاهلون دور الوعي في تحديد المسارات الفعلية للواقع الإنساني. كما أننا نجد أن الوظيفيين يؤكدون على الطابع النفسي للظواهر الاجتماعية، ويستندون إلى افتراض أن سائر العلاقات القائمة بين البشر ماهي إلا ظواهر ذات طبيعة فكرية، و أن الوعي الاجتماعي يقوم على تلك الروابط و تتمثل في الثقافة الاجتماعية. (حلس و مهدي.2010.ص143)

وتركز النظرية الوظيفية على أن هذه الروابط تتكون من خلال التفاعل الذي يقع بين الأشخاص داخل النظام الاجتماعي، ويمكن التعبير عنه من خلال المراكز و الأدوار الاجتماعية التي يشغلونها. لكن البنية الاجتماعية تتكون من المؤسسات البنوية الأساسية التي تحدد طبيعة المجتمع، و المؤسسات البنوية تتكون من تكامل الأدوار الاجتماعية لأعضائها ومنتسبيها. والأدوار الاجتماعية لا يمكن أن تكون ثابتة و مترسخة إلا من خلال إسنادها و تبريرها من قبل السلطة المؤسسية التي ينتمي إليها، وتخضع لأحكامها وقوانينها. و الأدوار الاجتماعية في الدولة أو الحزب السياسي لا يمكن أن تكون شرعية أو مقبولة إذا لم يتبناها قائد الدولة ورئيسها أو مؤسس وقائد الحزب السياسي.(الحسن.2013.ص53)

أما المنظور الماركسي فيرى أن انقسام المجتمع إلى طبقات أدى إلى نشأة الحياة السياسية كجمال خاص للحياة الاجتماعية ، والسياسة هي مجال العلاقات المتبادلة بين الطبقات، وهي تابعة مباشرة للاقتصاد. وحسب تعريف "لينين" Lenin تعتبر السياسة " أكثر التعابير تركيزا على الاقتصاد". وفي السياسة تدور الأمور حول مسائل الوضع الاقتصادي للطبقات، وحول تأمين مصالحها الرئيسية والدفاع عنها. أما النقطة المركزية في هذا المجال من الحياة الاجتماعية التي تمنحها صفة النوعية، وتجعلها أكثر التعابير تركيزا عن الاقتصاد هي "الدولة"، و الطبقات السائدة التي تتصرف بوسائل الإنتاج لا تلجأ إلى حماية مصالحها إلى الإكراه الاقتصادي، بل إلى الإكراه غير الاقتصادي. من أجل ذلك تحتاج إلى سلطة الدولة ، وتناضل الطبقات المضطهدة الطامحة إلى تحررها الاقتصادي من جانبها في سبيل الحريات و الحقوق الديمقراطية، ويشمل نضالها حتما حياة الدولة. إذ لا مجال لإرضاء مصالحها الرئيسية إلا بإقامة ديكتاتوريتها الخاصة، وتنصيب العلاقات المتبادلة للطبقات بهذا الشكل أو ذاك، على مسألة الدولة وبنائها وقيادتها، ومسائل الاشتراك في الحفاظ على سلطتها القائمة، أو إحلال نظام دولة أخرى محلها. وهذه العلاقات تظهر كعلاقات سياسية ومجالها واسع بين الطبقات في دولة معينة، على العلاقات بين الدول و الأمم. (أوليدوف.1978.ص78)

ويمكن توضيح الرؤية المادية للوعي من أعمال "ماركس" Marx و المنهج الجدلي الذي اعتمد عليه تحليله الاجتماعي، ومن الواضح من قراءة التراث النظري أن "ماركس" لم يحدد ويخصص أجزاء مستقلة من أعماله للوعي الاجتماعي. ولكنه قدم تصورا حول تلك القضية في إطار نظرياته العامة، فعلى أساس الإحساسات الواردة عن العالم المادي تتشكل المدركات و الأفكار و التصورات بدون الوجه الموضوعي، فإن تلك الانعكاسات لا يمكن أن تتكون داخل عقل الإنسان، فعلى ذلك لا يمكن للعقل أن يقوم بهذا العمل الإنتاجي مستقلا عن تأثير العالم المحيط به، وبناء على ذلك فإن الوعي الاجتماعي نتاج اجتماعي تاريخي بقياس الوجود الاجتماعي في صور فكرية وذهنية مختلفة بالوعي مايمكن أن يكون شيئا آخر سوى الوجود الواعي، ووجود الناس هو حياتهم الفعلية و الواقعية، كما أن تطور الوعي يرتبط بعلاقاته بالأساس الذي يستند عليه دوره في الحياة الاجتماعية، أو أن الناس بجانب تطويرهم لمنتجاتهم المادية فإنهم يطورون تفكيرهم و انتاجهم الفكري.(حلس و مهدي.2010.ص144)

وفي الوقت الراهن تنصرف سوسيولوجيا المعرفة في الولايات المتحدة الأمريكية بالدرجة الأولى إلى دراسة المسائل المرتبطة بانتشار المفاهيم و الأفكار و منظومات التفكير و الرأي ، أي بدراسة درجة الاشباع الإعلامي للجاهير، وتنشغل بشكل أقل بمشاكل التبعية الاجتماعية لهذه الظواهر ، غير أنه سيكون من الخطأ القول أن علماء الاجتماع

الأمريكان لا يملكون أية وجهة نظر حول هذه المسألة، حيث أن علماء اجتماع كبار من أمثال "بارسونز" Parsons.T و"ميرتون" Merton.R، يولون أهمية كبيرة في أعمالهم للتحليل السوسولوجي للمنظومات الفكرية في المجتمع، وهم يدعون أن المنظومات الفكرية ترتبط وظيفيا بالبيئة الاقتصادية والسياسية للمجتمع. (أوليدوف.1978.ص13)

ويمكن التعرف على رؤية "بارسونز" لقضية الوعي من خلال التعرف على نظريته في الفعل الاجتماعي، والتوجيه القيمي، ودور الأفكار و المعتقدات الاجتماعية. ويرتكز الإطار النظري ل "بارسونز" على أربعة مفهومات هي :

- **الفعل الاجتماعي:** الذي يتصف بعنصر اتخاذ القرار الذي يقع بين المنبه والاستجابة.
 - **الموقف:** فهو أي طرف يكون فيه الفاعل مضطرا إلى اتخاذ 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.
 - **الفاعل:** هو وحدة التحليل الذي يكون فردا أو مجموعة أو مجتمعا.
 - **توجيهات الفاعل:** وهي محددات الفعل، وقد ميز "بارسونز" بين ما أسماه بالتوجيهات الدافعية و التوجيهات القيمية، وتشير التوجيهات الدافعية إلى تلك الجوانب من توجيهات الفاعل نحو موقفه، و التي تربط بين بالإشباع أو الحرمان الفعليين و الممكنين لاحتياجات الفاعل. وتشير التوجيهات القيمية 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.(عبد ربه.2002.ص59)
- أما "روبرت ميرتون" يرى أن مصدر المعرفة يرجع إلى بنية الثقافة السائدة في المجتمع، فسلوك الفرد يرتبط بالبناء الاجتماعي و الثقافة السائدة في المجتمع، فالأهداف والغايات تحدها معايير المجتمع الثقافية و التي تشكل الإطار المرجعي للطموح، وكذلك القواعد و الإجراءات المسموح بها لسلوك الفرد، وهذا السلوك يكون نتيجة وعيه بهذه المكونات الثقافية، فإما يحدث الامتثال نتيجة تقبل الفرد للأهداف والقواعد التي تمكنه من تحقيق هذه الأهداف، و إما يحدث الاعتراض نتيجة عدم التوافق معها، و بالتالي تصدر السلوكيات الناتجة عن وعي الفرد بالأوضاع التي لا تتناسب مع أهدافه، و لا تمكنه من تحقيق هذه الأهداف، فالرفض ومحاولة تغيير الواقع لا يتم بدون وعي الفرد بما يدور في المجتمع وإدراكه لأهمية التغيير في سلوك التجديد أو التمرد. (عبد ربه.2002.ص64)

2-المفاهيم المرتبطة بالوعي السياسي:

هناك عدة مفاهيم ترتبط بمسائل الوعي السياسي، قد تكون جزءا منها ، أو غاية له ، أو حتى عاملا ضمن مجالات تكوينه، وهذا راجع إلى حجم التداخل ضمن المفهوم الأساسي للوعي الذي يرتبط بجملة متغيرات تسهم في تحديده وجوده ضمن النطاق الفردي أو الجمعي ، ومن هذه المفاهيم نذكر مايلي:

1-2-التنشئة السياسية: التنشئة السياسية عملية غاية في التعقيد في أغلب الأحوال ، وماهي إلا عملية متفاعلة تتواصل وتستمر داخل حياة الشخص ، وهناك ميل لدى بعض علماء السياسة للنظر إلى التنشئة الاجتماعية على أنها العملية التي يكتسب من خلالها معلوماته وحقائقه ومثله السياسية، ويكون بواسطتها مواقفه و اتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارسته اليومية، وتحدد درجة تضحيته وفاعليته السياسية في المجتمع، وتساعد على بقاء وديمومة استقرار النظام السياسي، طالما تستهدف تمرير الأفكار والخبرات، و الأساليب السياسية التي يعتمدها المجتمع بين أبناء الشعب، و يحاول زرعها في نفوس الأفراد و الجماعات على اختلاف خلفياتهم الاجتماعية و الطبقية. كما تعرف على أنها عملية غرس المعلومات، و القيم والممارسات الثورية، سواء أكانت رسمية أو غير رسمية.(الطيب.2007.ص158)

ودراسة التنشئة السياسية تقتضي التعرف على مصادر قوى التأثير على الفرد، و التي تمت تنشئته عليها، وكذلك معرفة خصائص هؤلاء الأفراد و التي يكون لها قدرة التأثير لإحداث التغيير وباختصار فإن التنشئة السياسية تعتبر عملية غاية في التعقيد. وواحد من أكثر العوامل التي تتمتع بأهمية في التفاعل بين بين الفرد و بيئته الكبيرة ،و التي تلعب دورا في عملية التنشئة يكون متضمنا في عدد من الأنماط الموقفية التي تؤثر في كل فئات الناس، وفيمايلي ثلاثة من هذه الأنماط الموقفية و الأكثر أهمية من الناحية السياسية هي:

1. تأثير دورة الحياة؛

2. تأثير الأجيال؛

3. تأثير الفترة الزمنية.

فبالنسبة لتأثير دورة الحياة نجد فروقا بين جيلين و التي تتمثل في الفروق في العمر أو الفروق التي يكونون عليها في دورة حياة الانسان ، فمثلا يكون من الصعب إن لم نقل مستحيلا أن يتخيل الشاب ماهو مفهوم التأمين على الحياة لدى كبار السن، إذ يختلف كل من الشباب و الكبار من حيث اهتمام كل منهما بالتأمين على الحياة إيجابيا وسلبيا، ونتوقع

أن ينمي الشباب إدراكا و اهتماما بالتأمين على الحياة كلما كبروا في العمر. وأما تأثير الأجيال فيمكن النظر إليه من خلال الخصائص التي تميز جيلا معيناً أو جماعة معينة و التي تبدو أنها تستمر خلال دورة الحياة.(أبو النيل.2008.ص181) والتنشئة السياسية تعني التمييز بين اتجاهين رئيسيين هما :

الاتجاه الأول : أنه عملية يتم بمقتضاها تلقين المرء مجموعة من القيم و المعايير السلوكية المستقرة في ضمير مجتمع ما، بما يضمن بقاءها و استمرارها عبر الزمن.

الاتجاه الثاني: فيشير إلى أنها عملية يكتسب المرء من خلالها هويته الشخصية التي تسمح له بالتعبير عن ذاته، ويرتبط بهذا الاتجاه النظر إلى التنشئة السياسية كوسيلة لتعديل الثقافة السياسية السائدة في المجتمع أو وسيلة لخلق ثقافة جديدة تراها النخبة الحاكمة ضرورية للعبور إلى بالمجتمع من حالة التخلف إلى حالة التقدم. (الطيب.2007.ص160) وتبرز أهمية التنشئة السياسية في نشوء ملكة الوعي السياسي لدى الفرد وكيفية مساهمة المنظومة الثقافية لمجتمعه في تعزيز دور الوعي لديه في إدراك وتمييز الأحداث و المساهمة الفاعلة في الحياة. وتختلف قنوات التقبل لعملية التنشئة لدى الفرد باختلاف نوعية الوعي المكتسب عن طريقها ، إذ أن نشوء الفرد واعيا بذاته و محيطه دليل على اتقان التنشئة لدورها في ترسيخ وعي جاد و عقلائي، أما القصور في وعي الذات و المجتمع فيشير إلى تعثر هذه العملية في جعل الفرد يكتسب وعيا منطقيا ، من خلاله يستطيع أن يدرك كنه الحياة ، ومواصلة تراكميات حياته بصورة سليمة مع إتمام مراحل الانتقال التي أوجبتها عملية التنشئة بدقة كبيرة. (مُحَمَّد.2012.ص48)

2-2-الثقافة السياسية:

تنظر دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية إلى الثقافة السياسية على أنها "مجموعة الاتجاهات و المعتقدات و القيم التي تنظم و تعطي معنى للنظام السياسي"، وهي اصطلاح يقصد به مجموعة القيم و المعتقدات السياسية الأساسية في أي مجتمع و التي تميزه عن غيره من المجتمعات"، وفي كل نظام سياسي هناك إطار من القيم السياسية التي تفرض نوعا من الملاءمة السياسية و الاجتماعية، على سلوك الأفراد سواء كانوا حكاما أو محكومين؛ و هذه القيم تكون نتيجة التفاعل بين الخبرة الاجتماعية و الخبرة الفردية. وتنتقل من جيل إلى آخر عن طريق عملية التنشئة السياسية، وبذلك فإن التنشئة السياسية تتضمن الثقافة السياسية على أساس أن هذه الأخيرة تمثل مضمون وجوهر العملية السياسية. (الشمري.2013.ص205)

وتتفرع الثقافة السياسية من الثقافة السائدة في المجتمع وهي تتخصص في نظرة أعضاء هذا المجتمع إلى أنماط توزيع مراكز القوة والسلطة وعملها وكيفية صنع القرار في الدولة والمشاركة فيه والتأثير عليه. فضلا عن ما تقدم ، تهتم الثقافة بالفرد والمجتمع ، حيث تركز على الفرد باعتباره بؤرة الثقافة السياسية، وتصبح المسألة هنا نفسية، حيث يرتبط المفهوم بحياة الفرد النفسية وشعوره العام ، وفكره ونظامه والقواعد العامة الحاكمة لسلوكه، وكيفية تأثير المعلومات والمقومات الشخصية في نظامه السياسي والاجتماعي والاقتصادي، ولا ينفصل ذلك عن التكوين الشخصي للفرد وثقافته السياسية. أما التعريفات التي تهتم بالجماعة فهي التي تهتم بموقف الجماهير من النظام السياسي القائم وموقفهم من العناصر الأساسية المشكلة لذلك النظام، والتي تؤثر في الثقافة السياسية حيث تحمل على أنها وسائل اندماج وتلاحم بين الأفراد ضمن الإطار العام للنظام القائم على أساس توجهات الثقافة السياسية. (الزبيدي.2011.ص34)

وتتحدد القيم الأساسية التي تشكل مضمون الثقافة السياسية كما يلي :

1. **الشعور بالهوية الوطنية:** وهو أهم المعتقدات السياسية على وجه الإطلاق كونه يتعدى البعد المادي إلى المعنوي والعاطفي.لذا فإن الإحساس بالهوية القومية هو العنصر الحاسم في بناء الأمة. أي أن بناء الدولة القومية يجب أن يسبقه شعور لدب أفراد الأمة بالولاء برموز سياسية معينة.
2. **المنطلقات الحكومية:** وتعني كيفية أداء النظام السياسي ، أي توقعات الأفراد بخصوص القرارات الحكومية، فكلما اتسع مدى الاعتقاد على في شرعية الحكومة بوصفها جهازا سلطوية في صنع القرارات ، سادت في المجتمع قيم تؤكد الامتثال للقرارات الصادرة منها والعكس صحيح.
3. **عملية صنع القرار:** ففي بعض المجتمعات قد لا يكثر الأفراد بمعرفة قواعد وأساليب إعداد القرار ، إذ يتركز اهتمامهم على ما سيتركه القرار عليهم من نفع أو ضرر، وفي هذه الحالة تكون المشاركة السياسية لأفراد المجتمع مفقودة، وفي مجتمعات أخرى تؤكد المعتقدات السياسية على ضرورة المشاركة السياسية للأفراد في عملية صنع القرار وليس مجرد الإذعان له بعد صدوره. (الشمري.2013.ص206)

2-3- المشاركة السياسية

تعتبر المشاركة السياسية الفرصة التي تمكن فيها المواطن من أن يلعب دورا مهما في الحياة السياسية لمجتمعه ، كما أنها جوهر الحياة الديمقراطية حيث ينتج عنها تمي روح المواطنة ، كما تضفي على النظام نوعا من الشرعية بسبب إشراك

المواطن في العملية السياسية .ولا بد أن نشير إلى أن المشاركة السياسية من المفاهيم التي لا يزال يكتنفها الغموض ،من حيث ماهيته واستخدامه ، لذلك سنحاول اعطاء أهم التعاريف التي يأخذ بها علماء السياسة و علم الاجتماع السياسي :

- المشاركة السياسية هي العصب الحيوي للممارسة الديمقراطية وقوامها الأساس ، و التعبير الصريح لسيادة قيم الحرية و العدالة و المساواة في المجتمع ، كمال أنها فوق ذلك مؤشر قوي الدلالة على مدى تطور أو تخلف المجتمع السياسي، وما يعنيه ذلك من ارتباط وثيق بينها وبين جهود التنمية بشكل عام .
- يعرفها كل من " سيدني فيربا " و "نورمان ني" و "جاي أون كيم " الذي ورد في مؤلفهم "المشاركة و المساواة السياسية " ، حيث ذهبوا إلى أنهم يريدون بالمشاركة تلك الأنشطة ذات الطابع الشرعي ، التي يمارسها مواطنون معينون ، والتي تستهدف بصورة أو بأخرى التأثير في القرارات الحكومية. (الطيب.2007.ص86)

- كما يعرفها " صمويل هنتغتون " بأنها النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي ،سواء أكان هذا النشاط فرديا أو جماعيا ، منظما أو عفويا ، متوصلا أو متقطعا ، سلميا أو عنيفا، شرعيا أو غير شرعي، فعالا أو غير فعال. (أبو حليقة.1999.ص26)
- أما فيليب برو فيعرفها على أنها : "مجموع النشاطات الجماعية التي يقوم بها المحكومون وتكون قابلة لأن تعطيم تأثيرا على سير عمل المنظومة السياسية ، ويقترن هذا المعيار في النظم الديمقراطية التي يعتبر فيها قيمة أساسية بمفهوم المواطنة". (برو.1998.ص301)

وتختلف أشكال المشاركة السياسية من مجتمع إلى اخر ،وكذلك داخل المجتمع نفسه من زمن إلى آخر، وضمن نظام سياسي بعينه وغيره من الأنظمة ، ويعتمد ذلك على شروط معينة مثل مدى توفر الظروف التي تتيح المشاركة السياسية أو تقيدها ، وعلى مدى إقبال المواطنين على الإسهام في العمل العام ويمكن أن نجمل أربع مستويات أساسية للمشاركة السياسية وهي:

المستوى الأول : وهم ممارسو النشاط السياسي ممن تتوافر فيهم الشروط الهامة مثل عضوية منظمة سياسية ، والتبرع لمنظمة أو مرشح، وحضور الاجتماعات السياسية بشكل متكرر، والمشاركة في الحملات الانتخابية ، وتوجيه رسائل بشأن قضية ما للمجلس النيابي وغيرها.

المستوى الثاني: وهم المهتمون بالنشاط السياسي : ويشمل هذا المستوى الذين يصوتون في الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يجري في الساحة الانتخابية .

المستوى الثالث: وهم الهامشيون في العمل السياسي ويشمل من لا يهتمون بالأمر السياسي ولا يميلون للاهتمام بالعمل السياسي ، ولا يخصصون له أي وقت أو موارد ، وإن كان بعضهم يضطر للمشاركة بدرجة أو بأخرى في أوقات الأزمات.

المستوى الرابع : المتطرفون سياسيا وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة وبلجؤون إلى أساليب العنف، و الفرد يشعر بعداء اتجاه المجتمع بصفة عامة أو اتجاه النظام بصفة خاصة .(علي.2010.ص32)

كما يميز كل "فيربا Verba" و"ناي Nie" بين أربعة أنماط أساسية للمشاركة السياسية وهي التصويت ، نشاط الحملات الانتخابية و السياسية ، النشاط الجمعي ، الاتصالات ذات الطابع الخاص. وربما تكون هذه النشاطات بديهية باستثناء النمطين الاخيرين ، فالأنشطة الجمعية تشمل الاتصال بالمسؤولين المحليين بخصوص مشكلات محددة للغاية ، ولا شك أن هذه الانماط تختلف تبعا للأنماط التالية:

- 1-نمط التأثير الواقع على القادة والمسؤولين .
- 2-نطاق النتائج المتوقعة بمعنى هل تؤثر على جميع المواطنين أو عدد قليل منهم.
- 3-حجم الصراع الذي ينطوي عليه النشاط ، حجم المعارضة التي أثرت وهل السياسات المعينة تنطوي على إعادة توزيع المنافع والتكاليف .

4-حجم الوقت اللازم للقيام بالنشاط. (عبد الرحمان.2011.ص133)

4-2-التنمية السياسية:

وقد برز مفهوم التنمية بداية في علم الاقتصاد حيث استُخدم للدلالة على عملية إحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين؛ بهدف إكساب ذلك المجتمع القدرة على التطور الذاتي المستمر بمعدل يحسن المتزايد في نوعية الحياة لكل أفراد، بمعنى زيادة قدرة المجتمع على الاستجابة للحاجات الأساسية والحاجات المتزايدة لأعضائه، بالصورة التي تكفل زيادة درجات إشباع تلك الحاجات؛ عن طريق الترشيد المستمر لاستغلال الموارد الاقتصادية المتاحة، وحسن توزيع عائد ذلك الاستغلال. ثم انتقل مفهوم التنمية إلى حقل السياسة منذ ستينيات القرن العشرين؛ حيث ظهر كحقل منفرد يهتم بتطوير البلدان غير الأوروبية تجاه الديمقراطية. وتعرف التنمية السياسية: "بأنها عملية تغيير

اجتماعي متعدد الجوانب، غايته الوصول إلى مستوى الدول الصناعية"، ويقصد بمستوى الدولة الصناعية إيجاد نظم تعددية على شاكلة النظم الأوربية تحقق النمو الاقتصادي والمشاركة الانتخابية والمنافسة السياسية، وترسخ مفاهيم الوطنية والسيادة والولاء للدولة القومية.(عارف.2016)

وتعني التنمية - أيضا - من الناحية الحضارية: تغيرا أساسيا في كل أنماط الحياة السائدة، ويتبع هذا تغير نوعي وكمي في صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع ، وذلك على الصعيد الاجتماعي، والاقتصادي، والسياسي، والثقافي، والإداري.

أما بالنسبة لهيئة الأمم المتحدة ففهوم التنمية يعني: "مجموعة الوسائل والطرق لتوحيد جهود الأهالي والسلطات العامة بهدف تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في المجتمعات القومية والمحلية". من خلال هذه التعاريف، يمكن لنا الاتفاق مع من يعتبر التنمية عملية تعتمد على النقاط التالية:

- 1- التنمية عملية وليست حالة، وبالتالي فإنها مستمرة ومتصاعدة؛ و تعبر عن احتياجات المجتمع؛
 - 2- أنها عملية من المفروض أن كلا القطاعات والجماعات تسهم فيها؛
 - 3- وبما أنها عملية فهي عمل واع وعقلاني لتحقيق غايتها ووأهدافها المحددة، وليست عملا عشوائيا؛
 - 4 -وعليه فالتنمية تعنى، عملية تحويل حالة إلى حالة أفضل، وعملا يتضمن في طياته، فعلا تطويريا بأشكاله المختلفة، يهدف إلى رفع مستوى المجتمع، من مستوى أدنى إلى مستوى أعلى نسبيا.
- و عملية التنمية السياسية عملية متبادلة ما بين المواطن والمسؤول في عملية صنع القرار، وتعكس عملية استجابة صانع القرار لمقترحات المواطنين، القناعة المتبادلة بين المواطنين والسلطة على ضرورة المشاركة السياسية في دعم النظام الديمقراطي واستمراره، ونجاح عملية التنمية ،التي يرجع الفضل فيها إلى الإعلام التنموي تعززت مواقف المواطنين، ومع تعززها ومع استمرار القناعة المتبادلة بين المواطنين والسلطة، تتزايد درجات مسؤولية المواطنين المدنية من جانب، ومن جانب آخر ازدياد درجات ثقتهم بسلطات نظامهم ستنعكس على استقرار النظام السياسي. وتعكس هذه المواقف المتفاعلة بوضوح نجاعة دور الإعلام التنموي في تفعيل التبادل المعرفي بين السلطة والمواطنين.(العزي.2017.ص56)

2-5- الإصلاح السياسي:

يعتبر مفهوم الإصلاح من المفاهيم الحديثة ، حيث بدأ استخدام هذا المصطلح في ظل انتشار مبدأ الديمقراطية، ورغبة المجتمعات في تطوير آليات الحكم و المشاركة السياسية. كما يشير المفهوم إلى أنه "العملية التي تهدف إلى إعادة بناء المجتمع سياسيا، أو قطاعات منه بحيث يتواءم مع التطورات و التغيرات المستمرة." (الزهراني.2015.ص69)

وإذا سلمنا بأنه ليست هناك وصفة واحدة جاهزة للإصلاح السياسي، إذ تأخذ كل حالة "طابعا إيديولوجيا" يرتبط بطبيعة كل مجتمع وتركيبته الاجتماعية، السياسية والثقافية، فإن هناك ملامح عامة للمؤسسات والأدوار والأبنية والسلوكيات والتفاعلات والقيم التي يمكن أن تنتج "حالة ديمقراطية"، وأهم تلك السمات الإصلاحية التي يجب توفرها في أي مشروع للإصلاح هي أن يمتلك النظام السياسي آليات التطور الذاتي المستمر، بما يمكنه من رفع مستوى الكفاءة واستيعاب القوى السياسية، وتحقيق الاستقرار المنشود، مع ملاحظة التوازن بين مطلب التغيير المستمر لملاحقة التغييرات الحاصلة وهدف الاستقرار. أما السمة الثانية فهي ارتباط الإصلاح بشكل وثيق بنشر ثقافة سياسية ديمقراطية تحقق المعادلة الصعبة المتمثلة في دعم الثقة بين المواطن والنظام من جهة، وحق المواطن في نقد السلطة والمشاركة في تصحيح توجهاتها من جهة أخرى، السمة الأخرى تتمثل في وجود مرحلة وسطى بين النظامين، حيث يعني ولوج مرحلة التحول المرور بعملية تفكيك متدرج للنظام السلطوي وصولا إلى ترسيخ دعائم الحكم الديمقراطي وذلك عبر آليات ديمقراطية. على أن الوصول إلى صورة الحكم الديمقراطي أو مرحلة تدعيم الديمقراطية تتطلب وقت أطول نسبيًا، لأنها تشمل إجراء تغييرات عميقة في بنية النظام السياسي (تعديلات دستورية، مأسسة النظام، انتخابات نزيهة، تثبيت قيم الديمقراطية). (عربي.2013.ص240)

وتشير الأدبيات العلمية إلى أربعة مداخل نظرية مفسرة للإصلاح السياسي وهي:

1-مدخل التحديث السياسي:

يسعى هذا المدخل على تعميم عصر النهضة الأوروبية بكل آلياته على كافة المجتمعات الساعية نحو الرقي ، وقد تم تحديد ثلاثة أبعاد لعملية التحديث هي: البعد التكنولوجي، ثم البعد المؤسسي التنظيمي، ثم الاتجاهي الموقفي، كما أن هناك مؤشرات لعملية التحديث السياسي وهي زيادة درجة التحضر ، نمو المعرفة، انتشار وسائل الإعلام، المشاركة السياسية.

وقد أشار كتاب "الرجل السياسي" الصادر عام 1960، للمفكر "ليست" Lipset.S إلى أن التنمية الاقتصادية أساس الاستقرار السياسي و التنمية السياسية ، وقد وزع الدول الناطقة باللغة الإنجليزية إلى ديمقراطيات مستقلة، وديمقراطيات غير مستقلة ودكتاتوريات ، وصنف بلدان أمريكا اللاتينية إلى ديمقراطيات غير مستقرة، ودكتاتوريات غير مستقرة، وأجري مقارنة بينها وفق الثروات التي تمتلكها ومستوى التعليم و التحضر ، ووجد أن البلدان ذات الديمقراطيات المستقرة تتمتع بمستوى أعلى من التنمية الاقتصادية و الاستقرار الاجتماعي و السياسي، ورأى أن التنمية الاقتصادية أدت إلى الديمقراطية. (الزهراني.2015.ص71)

2-مدخل التحول الديمقراطي:

يُعد مفهوم «التحول الديمقراطي» من أكثر المفاهيم شيوعاً في الوقت الراهن سواء على المستوى الأكاديمي أو السياسي، وهو يشير إلى عملية الانتقال أو التحول من نمط أو صيغة حكم غير ديمقراطي - مدني أو عسكري- إلى نمط أو صيغة حكم ديمقراطي. وقد جرت عملية التحول الديمقراطي منذ انطلاق ما يُعرف بـ«الموجة الثالثة» التي شهدها العالم منذ سبعينيات القرن العشرين، جرت من خلال أساليب وطرق عديدة. فهناك نمط التحول من أعلى، أي الذي تقوم به وتمندسه النخبة الحاكمة في النظام غير الديمقراطي أو الجناح الإصلاحى فيها كما هو الحال في كل من إسبانيا والبرازيل. وهناك نمط التحول من أسفل، وهو الذي يتم بضغوط واسعة من قبل قوى المعارضة المدعومة بتأييد شعبي كبير مثلما حدث في كل من البرتغال، والأرجنتين، ورومانيا. وهناك نمط التحول من خلال عمليات المساومة والتفاوض بين النخبة الحاكمة والقوى المعارضة لها على نحو ما حدث في جنوب أفريقيا، والسلفادور، ونيكاراجوا.

وهناك نمط التحول من خلال تدخل عسكري خارجي على غرار ما حدث في "جرينادا"، وبما في ثمانينيات القرن الماضي والعراق في عام 2003.

وتؤكد التجارب المقارنة للتحول الديمقراطي على الصعيد العالمي على أن هذه العملية لا تسير في اتجاه واحد. ففي بعض الحالات إلى أفضى التحول إلى تأسيس نظم ديمقراطية مستقرة جسدت ما يُعرف بـ«عملية ترسيخ الديمقراطية»، وفي حالات أخرى حدثت ردة أو انتكاسة قادت إلى ظهور نظم تسلطية جديدة، وفي حالات ثالثة تخضت عملية التحول الديمقراطي عن ظهور نظم سياسية هجين تجمع بدرجات متفاوتة وأشكال مختلفة بين بعض سمات النظم الديمقراطية وبعض سمات النظم غير الديمقراطية.

وبصفة عامة، فقد أصبح من المؤكد أن عملية التحول إلى نظم حكم ديمقراطية، وترسيخ هذه هي في الأغلب الأعم عملية معقدة، تتداخل في تشكيل مساراتها وتحديد نتائجها جملة من العوامل الداخلية والخارجية التي يتفاوت تأثيرها من حالة إلى أخرى.

كما أكدت خبرات وتجارب التحول الديمقراطي على الصعيد العالمي خلال العقود الأربعة الماضية على أن هناك بعض القضايا والإشكاليات الكبرى، وتمثل أهمها في: التزامن بين معضلي إعادة بناء الدولة الوطنية، وتحقيق التحول الديمقراطي وما يقترن بذلك من تحديات في مقدمتها عملية تسييس الانقسامات الرأسية أو العمودية في المجتمع، والتي تلقى بتأثيرات سلبية على فرص التحول الديمقراطي، ودور الجيش في عملية التحول وما يرتبط بذلك من قضايا جوهرية تتصل بطبيعة العلاقات المدنية - العسكرية خلال مرحلة التحول وما بعدها، فضلاً عن دور الدين والمؤسسات والتنظيمات الدينية في هذه العملية، وإلى أي مدى تُعتبر دافعاً أو معوقاً لها؟ ومن القضايا والإشكاليات المطروحة أيضاً طبيعة المجتمع المدني وحدود دوره في عملية التحول الديمقراطي وترسيخ الديمقراطية، وكذلك طبيعة وحدود تأثير العوامل الخارجية في هذه العملية. (إبراهيم، 2018)

3- المدخل البنوي:

ويستند هذا المدخل إلى أن التغيير و التحول الديمقراطي و الإصلاح السياسي، يأتي عبر مراحل تاريخية طويلة المدى، ويتم التحول وفقاً إلى فكرة ومفهوم بنى القوة و السلطة المتغيرة والعوامل المحيطة بها.

4-مدخل التفسير الخارجي:

ويركز هذا المدخل على تحليل طبيعة التغير ونوعيته في النظام السلطوي تجاه الديمقراطية، و القوى الدافعة إلى الإصلاح السياسي. فإلى جانب العوامل الداخلية المتمثلة في الأزمات السياسية أو الاقتصادية، هناك عوامل خارجية دولية تؤدي في النهاية إلى عملية الإصلاح السياسي ومن ثم التحول الديمقراطي. (الزهراني، 2015، ص72)

3-مصادر الوعي السياسي و عوامل تكوينه:

يتكون الوعي السياسي خلال مراحل حياة الفرد كجزء مهم من مدركاته عن واقعه السياسي، وبيئته في إطارها المحلي، الوطني و العالمي، وهنا تبرز مجموعة من المصادر التي تعمل كآليات لتشكيل الوعي و تنميته عبر الزمن، ويمكن رصدها فيما يلي:

3-1- الأسرة:

تتحدد معالم الفرد وهويته في محيطه الأول الذي هو الأسرة ، وهذا المحيط يمثل المرآة الاجتماعية التي تعكس له التوجيهات والإرشادات والعناية والرعاية النفسية والصحية والاجتماعية ، و التي يتكفل بها القائمون على الأسرة من أبوين ، محاولين إكسابه كل ما يحيط به من عادات وقيم ومعايير وقواعد تمثل ركائز الكيانات الهيكلية لمجتمعهم. إذ تمثل الأسرة للفرد مجتمعا مصغرا و مآة عاكسة وبصورة مصغرة لأحوال المجتمع ، ومنها يصبح مهياً و قادرا على الامتلاك الكبير للمعارف و الأفكار و التوجهات و اكتساب المهارات لينطلق باعتباره عضوا اجتماعيا في المجتمع، لتكملة مسيرة تعلمه و اكتسابه لمهارات الحياة عن طريق قنوات التنشئة الاجتماعية الأخرى. وتلعب الأسرة بذلك دورا كبيرا في إرساء منظومة الوعي لديه ، من خلال تلقينه وتعليمه وفتح مداركه ، لتعلم كل مفاصل الحياة الاجتماعية وكيفية التصرف بحياته و النظرة إلى المحيط الاجتماعي و التعامل معه.(مُحَمَّد.2012.ص50)

3-2- المؤسسات التربوية:

التربية بالمعنى العام كل تفاعل اجتماعي من شأنه أن يسمح بنقل معاني الخبرات المكتسبة فرديا أو جماعيا وتبادلها ، كما يسمح بالحفاظ على معنى الخبرات المتجمعة بفعل عمليات الهضم و الحفاظ على كل ما يتركز تاريخيا لدى الأجيال المتعاقبة. و لأن فعل التربية فعل قصدي في قسم منه ، وغير قصدي في القسم الآخر، فإن من أهدافه ونتائجه الواعية وغير الواعية، تشكيل مستمر لقوى الأفراد وتنمية مشاعرهم و إثارة أحاسيسهم و انفعالاتهم ، وتكوين عاداتهم وتهذيب آرائهم ومبادئهم. أما الغاية القصوى الرمزية للتربية فهي "جعل الفرد مشاركا بالتدرج في الكنوز و الذخائر العقلية و الخلقية التي نجح المجتمع في جمعها؛ الأمر الذي يخول للفرد أخيرا أن يكون وريث للمدينة الإنسانية كلها. ويقترن فعل التربية بفعل التكوين و إعادة التكوين. ومعنى ذلك أن التربية ليست إيجاد ما ليس موجودا على نحو إنسائي خارجي خالص بتأثير البيئة الاجتماعية فحسب، كما أنها ليست انكشافا داخليا خالصا للقدرات الطبيعية للأفراد، وإنما هي هذا الوسط التفاعلي بين القدرات والبيئة.(مُحْمَد.2013.ص132)

ونحو إكمال تعزيز منظومة الوعي للفرد تقوم المدرسة بدورها في جعل الفرد واعيا بتاريخ مجتمعه وتراثه الفكري ، وطرقه الشعبية في اللباس التقليدي و التغني بالوطن و الهوية الوطنية، ورموز وشعارات الدولة و الأساليب التي قد لا تنسجم وتتعارض مع قيم مجتمعه وعاداته.(مُحْمَد.2012.ص60)

وتعتبر المؤسسات التربوية حلقة من حلقات التعلم الاجتماعي التي تركز على الرسائل التي يتبناها الفرد من العالم الخارجي، و العالم الذي يكون مختصا بهذا المنظور يهتم بتحليل المضمون السياسي لكتب الأطفال المدرسية، ويعتمد متابعة مثل هذا النوع من العمل على تفاصيل تغير ظروف التنبيه البيئي في الأسرة و المدرسة و جماعة الأصدقاء، والذي يكون له قيمة في عملية التوحد، وعلى تحليل للمتغيرات التي في البيئة سواء في الحاضر أو الماضي و التي تعمل على ضبط السلوك . وتأتي معظم أشكال التعلم الاجتماعي من خلال التدريب و التعليم المباشر ، وهي المواقف التي تتم فيها تلك المحاولات الواعية من جهة أشخاص في المجتمع بهدف التوصل إلى نوع من التنشئة السياسية المحددة الواضحة لأفراد آخرين .ولهذا فإن ذلك يقتضي قرار سياسيا يختص بإنشاء فصول في النظام التعليمي يعد لها مناهج خاصة بذلك. (أبو النيل.2008.ص181)

وهناك وجهة نظر تتمثل في إمكانية استخدام "الدروس المدنية" لتعليم الأطفال ما سيحتاجونه يعرفوا بصورة منظمة الطريق نحو أخذ مكانهم كمواطنين راشدين. وتتضمن هذه الدروس معلومات عن الحكومة و التفكير العقائدي بذلك النظام، ويوجد مثل هذا التعليم في مناهج التعليم الرسمية .ويوجد النوع الثاني في كل مكان في البيئة التي يعيش فيها الفرد، لكن هناك اختلافا كبيرا حول الأهمية الخاصة به و التي يمكن أن يكتسبها الفرد ،ويتعلق ذلك بما يهدف إليه من تنمية مشاعر المواطنين وولائهم للنظام، ويؤكد النظام في روسيا على ذلك بينما في أمريكا تكون وجهة النظر نسبيا أكثر تهذبا.

ونجد المدرسة في النهاية تقوم بقدر معين من التعليم المتعلق بالسياسة حتى ولو كان ذلك يتم بدون قصد، فالمدرسة مؤسسة معقدة وكبيرة لذلك لا بد من السيطرة عليها. فإذا كان أسلوب القيادة و الإدارة فيها أتوقراطيا فإن الطلاب سوف يتعلمون الكثير عن كيفية أن يحكموا حياتهم أتوقراطيا. (أبو النيل .2008.ص191)

3-3- الجماعات المرجعية:

من العوامل المهمة و الجوهرية في تكوين الآراء و المواقف حول الأحداث و القضايا السياسية و الاجتماعية طبيعة الجماعات المرجعية التي ينتمي إليها الفرد. فالفرد في المجتمع المعقد و المتحضر ينتمي إلى عدة جماعات مرجعية في آن واحد، فهو ينتمي مثلا إلى حزب سياسي وينتمي إلى دائرة بيروقراطية، وينتمي إلى مصنع أو شركة أو ينتمي إلى نادي اجتماعي أو رياضي وينتمي إلى مسجد أو كنيسة...إلخ. ولكل هذه الجماعات المرجعية أهدافها ووظائفها وطموحاتها، وقد تتناقض أهداف ووظائف جماعة مرجعية مع أهداف ووظائف جماعة مرجعية أخرى. وهذا ما يؤثر تأثيرا سلبيا في

شخصيات الأفراد الذين ينتمون إليها ، ويؤثر كذلك على آرائهم و أفكارهم وتقييمهم للأشياء و الأحداث السياسية.
(الحسن.2013.ص126)

4-3- المنظمات المهنية و الشعبية:

تساهم المنظمات المهنية و الشعبية من خلال نشاطاتها و أعمالها الثقافية و التربوية بدور كبير في التوجيه الفكري و العقائدي لأبناء المجتمع الذين ينتمون إليها.ويمكن تلخيص مهماتها في النقاط التالية:

- الدفاع عن الحقوق و الامتيازات المهنية و الاجتماعية و المادية لأعضائها؛
- تقديم الأنشطة الترويحية و الترفيهية لأعضائها؛
- تقديم تسهيلات الضمان الاجتماعي و الصحي و الاقتصادي للأعضاء وقت تعرضهم للأزمات و الكوارث و المشكلات البيئية؛
- تطوير الجوانب الفكرية و الثقافية و التربوية عند الأعضاء من خلال الاجتماعات الأسبوعية و المؤتمرات و الندوات و الحلقات الدراسية و الايفادات، و المجالات العلمية؛
- الدفاع عن الدولة ضد الأخطار و التحديات التي قد تهددها في الداخل و الخارج؛
- المحافظة على منجزات الدولة و العمل على تعميقها و ترسيخها في عقول الجماهير.

أما طبيعة الواجبات التنقيفية و الفكرية التي تقوم بها المنظمات المهنية و الشعبية، فتعتمد على سياستها الوطنية وخططها التنظيمية و أبعادها الحضارية و أغراضها التعبوية و المجتمعية. وتعمل على تعميق الوعي الوطني و القومي و إشاعة و تثبيت القيم و الممارسات الديمقراطية و الاشتراكية، كحب الوطن و التضحية و العمل الجماعي واحترام العمل و الزمن و التفكير المبدع الخلاق و المناقشة الواعية و النقد الذاتي واحترام القيادات وغيرها. (الحسن.2013.ص277)

5-3- الأحزاب السياسية:

يعرّف الحزب السياسي على أنه مجموعة منظمة من الأفراد يمتلكون أهداف و آراء سياسية متشابهة بشكل عام، و يهدفون إلى التأثير على السياسات العامة من خلال العمل على تحقيق الفوز لمرشحيهم بالمناصب التمثيلية.

تميل الأحزاب السياسية إلى التجذر بعمق واستمرارية في تركيبات اجتماعية محددة في مجتمع ما في الديمقراطية الراسخة والفاعلة. إذ يمكنهم الربط بين الحكومة وعناصر المجتمع المدني في مجتمع حر وعادل، وهم يشكلون عنصراً ضرورياً في أي نظام ديمقراطي حديث. تضطلع الأحزاب السياسية بمهام رئيسية في المجتمع الديمقراطي، مثل:

- تجميع وصياغة الاحتياجات والتحديات التي يعبر عنها أعضاؤها ومناصروها؛
- القيام بنشاطات اجتماعية وتنقيف الناخبين والمواطنين بشكل عام حول النظام السياسي والانتخابي وتشكيل القيم السياسية العامة؛

- موازنة المتطلبات والتطلعات المتناقضة وتحويلها إلى سياسات عامة؛
- تحريك وتنفيذ المواطنين للمشاركة في القرارات السياسية وتحويل آرائهم إلى خيارات سياسية واقعية؛

■ إيجاد قنوات لنقل الرأي العام من المواطنين إلى الحكومة؛

■ استقطاب وتأهيل المرشحين للمناصب التمثيلية.

عادةً ما توصف الأحزاب السياسية على أنها الوسيط بين المجتمع المدني ومن يظلمون بمسؤولية صنع القرارات وتنفيذها. ومن خلال ذلك، تتمكن الأحزاب السياسية من تمثيل تطلعات أعضائها ومناصريها في البرلمان والحكومة. وعلى الرغم من قيام الأحزاب السياسية بأدوار حيوية متعددة في المجتمع الديمقراطي، إلا أن تسمية المرشحين وتنفيذ الحملات الانتخابية هي من الفعاليات الأكثر ظهوراً للعيان أمام الناخبين. (شبكة المعرفة الانتخابية. 2017)

الأحزاب هي منظمات تتجه إلى العمل على تنظيم المنتخبين و المساعدة على وعي التضامنت بين المجموعات الاجتماعية المختلفة، فالمدى والبرنامج ، أو مجرد مواضيع الحمبة الانتخابية تنقل بالفعل رسائل تستخدم كمرجع مشترك، ليس فقط لأعضاء الحزب نفسه، وإنما لناخبيه والمتعاطفين معه أيضاً. ويتعلق الأمر هنا بتسويات ملموسة بين مصالح مختلفة يمكن أن ينضم إليها المستأجرون وأصحاب الأملاك العقارية ، و المعلمون و أولياء التلاميذ، وسكان الأرياف وسكان المدن. كما يتعلق الأمر بقيم ذات حدود غير واضحة بشكل كاف ، كالحرية و التضامن وحقوق الإنسان وذلك على الأقل لخلق الوهم بوجود المعتقدات المشتركة بين فئات المواطنين الذين يتشاطرون أحيانا في الواقع تطلعات مختلفة جدا؛ لكن هذا الوهم يخلق الشعور بوجود تضامنت أفقية تتجاوز فروق السن و الطبقة و الانتماء المحلي ،

ويشجع بالتالي على التكامل الاجتماعي. وهناك ما هو أكثر من ذلك، فالقدرة الاقناعية للأحزاب السياسية لا تكون أبدا قوية كما هي عندما تلتقي صراحة أو ضمنا على تسليم نفس الرسالة في الواقع، في حين أنها تتجه عادة إلى أن تتجاهه على المسرح السياسي، إن قابلية المواطنين لتلقي الرسالة واستنباطها يكون حينذاك في حده الأقصى، نظرا لعدم وجود تنافر بين المصادر المرسل لها. و بالعكس فإن اتفاقها يساهم في اعتبار المواقف و التصرفات التي تشجع عليها "طبيعية ومسلما بها". (برو.1998.ص386)

4-مستويات الوعي السياسي:

يعبر التعدد في مستويات الوعي السياسي عن عدم التجانس بين الأفراد عما يتغلق الأمر بإدراك البيئة السياسية أو المشاركة فيها ، حيث تتميز هذه المستويات بسات معينة للأفراد ضمنها يعبر عن شدة أو ضعف وجودهم السياسي ، وهذه المستويات هي:

- **الأمي :** قد يكون أي شخص من الأميين* سياسيا – يعرف من رئيس الجمهورية ، ولكن عادة لا يشاهدون الأخبار وليست لديهم المعرفة بالقضايا السياسية، وليس لديه القدرة على اختيار من يمثله ، وهذا الشخص لا يصوت في الانتخابات.
- **المعلومات الخاطئة:** ويعاني منها الكثير من أفراد المجتمع وقد تستخدم في تزييف الوعي السياسي، وتوجيهه لأهداف معينة لصالح رموز السلطة و النظام السياسي، وتظهر الأفراد مجرد رعية وليسوا مواطنين في الحياة العامة، فعلاقة الفرد بالنظام السياسي هي علاقة تبادلية من خلال المعارف و المشاعر ، ولذلك يؤثر النظام السياسي في مواقف وتوجهات الأفراد، وهذا الشخص عادة يشارك في التصويت بشكل متذبذب.
- **العام:** يقصد به الوعي العام بالمسؤولين الحكوميين ، وبعض القضايا السياسية وهؤلاء الأشخاص لديهم القدرة على اختيار مرشحهم على أساس نداء شخصي بدلا من الانتماء الحزبي، وهذه الفئة تميل إلى الاعتدال والاستقرار ويصوتون في كل الانتخابات.
- **ناشط:** هذا الشخص لديه فهم جيد للقضايا ، ويقراً الكتب عن السياسة ، ويواكب الأخبار اليومية ، ويعرف كيفية بناء تحالفات من أجل تحقيق مصالحه، وهذا الشخص يعرف عن جميع المرشحين ويقوم بالتصويت في كل الانتخابات.

- **الخبير:** هذا الشخص يعرف كل القضايا ويعرف كل المرشحين و السلطة شخصيا في بعض الأحيان، ويفهم لغة الدبلوماسيين ، ويمكن وضع استراتيجية مع مؤسسات المجتمع المدني عند الضرورة، وقد يظهر على البرامج الحوارية ، ويؤلف الكتب السياسية ، و آرائه ثقل في المجتمع السياسي . (حسب الله.2015.ص84)
- و الأفراد الأكثر وعيا سياسيا يتلقون معظم الرسائل ، ولكنهم في الوقت ذاته أكثر قدرة على انتقاد هذه الرسائل وممارسة العمليات الانتقائية في تعاملهم معها ، لأنهم يمحسون هذه الرسائل في ضوء خلفياتهم الإيديولوجية. ولهم القدرة على مقاومة هذه الرسائل الغير متسقة مع ميولاتهم وانتماءاتهم الفكرية ، وهذا راجع إلى المبررات التالية:
 - إن الأفراد الأكثر وعيا يمتلكون في ذاكرتهم رسائل مفتاحيه بدرجة أكبر، مما يمكنهم من تعرف الرسائل غير المتسقة مع قيمهم.
 - إن الأفراد الأكثر وعيا يحتمل أن يكون لديهم مخزون من الاعتبارات حول معظم القضايا، وهذا الزاد المعلوماتي يخفف من تأثير أي رسائل جديدة.
- إن الأفراد الأكثر وعيا من المحتمل أن يتعرضوا بدرجة أكبر إلى لرسائل معارضة لرسائل البيئة السائدة مما يجد من تأثير الرسائل السائدة.
- ولكن هناك حالات أخرى يكون فيها الأفراد الأكثر وعيا سياسيا هم الأكثر قابلية للتأثر ، لأنهم مؤهلون لاستنتاج العلاقات بين الرسائل التي يتعرضون لها عن القضايا المختلفة، وبعض القيم المؤيدة لهذه الرسائل ، أي أنهم أكثر قدرة على وضع الرسائل التي يتعرضون لها في سياق؛ مما يؤدي إلى مزيد من قبول هذه الرسائل إذا كانت اتجاهاتهم الأخرى تتفق معها، فعلى سبيل المثال: إذا كان الأفراد الأعلى في مستوى الوعي السياسي يشتركون مع أحد المرشحين السياسيين في الانتماء الحزبي و القيم التي يبثونها ، فإنهم يؤيدونه بصرف النظر عن قوة حملته.
- أما بالنسبة إلى الأفراد الأقل وعيا سياسيا فهم أقل اهتماما بالسياسة ، وبالتالي فهم يتلقون قدرا محدود من الرسائل ، بالإضافة إلى أن اتجاهاتهم لا تتسم بالثبات ، فهم يغيرونها مباشرة عندما يتعرضون لرسالة جديدة، لأنهم يفتقرون إلى المعلومات السياقية، التي تمكنهم من تحليل الرسائل في ضوء اتجاهاتهم ومعتقداتهم السابقة، ومن ثم فهم يتقبلون معظم الرسائل دون نقدها، ولكن الرسائل المتعارضة تلغي تأثير بعضها البعض، مما يؤدي إلى انخفاض معدل التأثر النهائي بوسائل الإعلام.

أما بالنسبة للأفراد ذوي المستويات المتوسطة من الوعي السياسي، فهم الأكثر تأثراً برسائل وسائل الإعلام على الإطلاق، حيث تكون لهم من المعرفة السابقة و المهارات المعرفية ما يكفي لتلقي وفهم الرسائل المرتبطة بالقضايا المختلفة، ولكنهم ليس لديهم من المعلومات المضادة ما يكفي لمقاومة هذه الرسائل.(زغيب.2009.ص ص 107، 106)

5-الوعي السياسي في منظومة وسائل الإعلام:

تعتبر وسائل الإعلام مصدرا أساسيا من مصادر تكوين الوعي بكافة أشكاله، بذلك تولي الدولة أهمية بالغة "للإعلام" بأشكاله وصوره المختلفة، وتخصيص المبالغ الطائلة للمؤسسة المختصة بهذه العملية، فالسياسة الإعلامية ترتبط عادة بطبيعة الأهداف و المصالح التي يقوم النظام السياسي على رعايتها. كما يلعب الإعلام العلمي السيكولوجي المقنن أدوار كبيرة في تغيير الاتجاهات و القنوات للأفراد و الجماعات"، حيث يعتمد على دراسة الثقافة و الميول و الآمال والطموحات و المخاوف التي تلازم الجماعة أو مجتمعا معينا، كمدخل لكيفية نشر مادته، وتمثل وسائل الإعلام تفاعلا رمزيا من جانب واحد، موجها للأفراد و الجماعات ، بشكل قذف متواصل لا يملكون منه فكاً".(غانم.2016.ص 66)

فلكي يحقق الأفراد و الجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس.و تتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من المصادر والمعلومات يتمثل المصدر الأول في جمع المعلومات، والمصدر الثاني في تنسيق المعلومات، أما المصدر الثالث فهو نشر-المعلومات والقدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود.

غير أن علاقة التبعية هذه ليست ذات اتجاه وحيد، فدرجة المعادلة لا تتعلق فقط بالأفراد، وإنما أيضا بتبعية النظام الإعلامي لمصادر يهيمن عليها الآخرون، فلكي يصل النظام الإعلامي لتحقيق أهدافه، لابد عليه من الحصول على بعض المصادر التي يسيطر عليها النظام السياسي، فالهدف الأول في النظام الإعلامي للمجتمعات الليبرالية هو الربح، والهدف الثاني هو ضمان حرياته، والهدف الثالث هو الاستقرار الاقتصادي للنظام الإعلامي. (مهما. 2002.ص 390)

و ترى هذه النظرية أن التأثير عملية نفسية إدراكية تزيد احتمالات تأثر الناس بمضامين معينة لوسائل الإعلام ويتم هذا التأثير حسب تسلسل الخطوات التالية:

أ- يتعرض الشخص لمضمون وسائل الإعلام التي يتوقع أن تساعد في تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو الترفيه، ويعتمد تحقيق التوقع على تجارب الشخص السابقة ومحادثاته مع الآخرين وما يحصل عليه من مصادر

وسائل الإعلام، وأغلب الناس يختارون ما يودون التعرض له من مضامين ووسائل الإعلام، في أغلب الأوقات، ولكنهم يلعبون أحيانا دور المراقب العرضي الذي في بعض الأحيان يتعرض صدفة لوسائل الإعلام دون تخطيط أو اختيار.

ب- كلما كانت شدة البواعث المتعلقة بالموضوع لدى المتلقي أكثر، كانت الدرجة أكبر في تحقيق الإثارة العاطفية لديه (كالحب والكراهية)، وكذلك أكبر في تحقيق الإثارة الإدراكية لديه (على مستوى الانتباه) ذلك لأن الأشخاص لا يتعرضون بنفس الطريقة لمضامين ووسائل الإعلام، ولا يتم اعتمادهم عليها بطريقة واحدة لأن ذلك يرتبط باختلاف أهدافهم الشخصية ووسطهم الاجتماعي، وتوقعاتهم من الفائدة المحتملة لمضامين ووسائل الإعلام، ولسهولة وصولهم إليها، وترتبط بأهداف بيئاتهم، فإذا كانت البيئة مليئة بالغموض أو التهديد فإن اعتمادهم على وسائل الإعلام يكون قويا، لأن وسائل الإعلام تصبح ضرورية لحل الغموض وتقليل التهديد الذي يواجهه البيئة.

ج- كلما كانت شدة البواعث لدى الشخص أكبر كانت مشاركته في تنسيق المعلومات أكبر، وحينما يتم استثارة شخص إدراكيا أو عاطفيا فإنه سيشارك بعد التعرض للرسالة في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات.

د- كلما زادت المشاركة في تنسيق المعلومات يزداد احتمال تأثر الشخص بتعرضه لمضمون وسائل الإعلام، ويزداد احتمال تأثير وسائل الإعلام على الإدراك والعاطفة والسلوك. (أبوأصبع.2006. ص ص 168،169)

و وسائل الإعلام باعتبارها طرفا في عملية اكتساب الوعي السياسي، تختلف باختلاف أنواعها ومصدر تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة الشمولية انحصرت وسائل الإعلام بيد الحزب الحاكم، أو السلطة المنفردة، بحيث يفرض الحاكم الأوامر إرادته على أفكار العامة، على عكس ما نراه في المجتمعات الديمقراطية، حيث تفرض وسائل الإعلام آراءها وإرادتها على الحكومات وسياساتها. وهكذا فإن التغطية الإعلامية تؤثر في الأفراد ويكون لديهم توجهات آراء حول مختلف المفاهيم والأحداث السياسية، وما دمنا نعيش اليوم عصر المعلوماتية، فإن هذا الدور معرض للتطور والتوسع، وإننا لنجد في عالم اليوم تعدد وتنوع طرق اكتساب الوعي السياسي، و اتساع المؤثرات التي تسهم في تنمية الوعي السياسي على المستوى الكوني العالمي والمحلي. أما كيفية تحقق ذلك أبعاده سلبا وإيجابا فهذا أمر آخر. فالبعد السلبي في تشكيل الوعي السياسي غالبا ما نراه في الأنظمة الشمولية التي تعتقل فيعا الكلمة، وينعدم فيها الرأي، وحيث الإعلام موجه لدرجة تؤثر على عقول الأفراد وتوجههم نحو نوع معين من الأفكار والمعتقدات، وذلك من خلال الوسائل التي تمارس من خلالها الحرب النفسية والدعائية الموجهة، وتستغل وسائل الإعلام المرئية لذلك الغرض.

(الكواري.2015.ص44)

لذلك من الضروري ضمان تكافؤ الفرص بين أحزاب المعارضة و الحزب الحاكم في السيطرة على وسائل الإعلام أن يوجد مساحة للرأي والرأي الآخر ، خصوصا أن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية هي الأكثر انتشارا وشعبية، ويظل دور وسائل الإعلام في إيجاد التأييد و الترابط الفكري بين الجماهير و السلطة السياسية مرهونا بمدى تطابق أهداف الرسالة الإعلامية مع أهداف الجماهير ومصالحهم، حيث أن وسائل الإعلام تستطيع أن تبلور الإيديولوجيا ، ولكن لايمكن أن تخلقها من لا شيء، ولكن تتكون إيديولوجيا على مستوى الدولة لابد من وجود قدر معين من الإجماع العاطفي ، الوجداني، و الفكري بين المواطنين ، وهذا الإجماع هو وليد التاريخ ، وفي نفس الوقت تعبير عن مصلحة حالية؛ وهذا ما يؤكد التفاعل بين العوامل المادية و المكونات الثقافية في الوعي الفردي و الوعي الجمعي في ثقافة الفرد والتصور الاجتماعي للعالم ، فالثقافة السياسية الضاربة الجذور في المخزون الوجداني للأمة ، حين تتضافر مع الأهداف الممثلة لمصالح الناس، تتجلى الإيديولوجيا أو الوعي السياسي. (غام،2016.ص67)

6-تأثيرات وسائل الإعلام على تكوين الوعي السياسي:

يقسم خبراء الاتصال السياسي أنواع تأثير وسائل الإعلام في عملية تكوين الوعي السياسي إلى ثلاثة أنواع :
التأثيرات المعرفية، التأثيرات العاطفية ، و التأثيرات السلوكية .

6-1-التأثيرات المعرفية :

تؤكد الدراسات التي أجريت في مجال معرفة العلاقة بين وسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي بالقضايا السياسية ، أن هذه الوسائل تمثل مصدرا مهما من مصادر تكوين الوعي السياسي، و أن وسائل الإعلام تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للأفراد، وتغني ثقافتهم السياسية المتعلقة بالقضايا و المؤسسات السياسية في مجتمعه وعن رجال السياسة أنفسهم. ومن هذه الدراسات الدراسة التي أجراها "كونواي" Conway ، "ستيغنز" Stevens و"سميث" Smith حول استخدام وسائل الإعلام وعلاقتها بتنمية الوعي المعرفي السياسي لدى الناشئة. و 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 الفرد. وخلصت نتائج دراستهم إلى أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا في هذا الصدد. وأكدت على أن وسائل الإعلام تقدم المعلومات الضرورية و المتعلقة بالمتغيرات الأساسية للبيئة السياسية مثل النظام السياسي و الأعراف و القيم السياسية السائدة في المجتمع ، و الكيفية التي تمارس بها السياسة في هذا النظام أو ذاك، وعن المؤسسات السياسية الهامة في المجتمع. (البشر،1997.ص137)

وتعددت المداخل البحثية التي تبحث في التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام، ومن أبرزها نظرة الأجنحة و تحليل الأطر و التهيئة المعرفية وفجوة المعرفة ونماذج المعرفة المعقدة . وقد اتخذت هذه الدراسات في أغلبها اتجاهًا متفائلًا في تفسير التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام ، من خلال ربط تعرض وسائل الإعلام وخاصة المطبوعة منها ، ورفع مستوى الوعي السياسي و المعرفة السياسية، ومن ثم المشاركة السياسية و الاجتماعية، وهو ما أكدته دراسة "كايت كنسي" Kensi.K سنة 2006، و التي أجريت على عينة من الشباب الأمريكي، و أكدوا فيها أن استخدام وسائل الإعلام يرتبط مع المستويات العالية من الوعي السياسي ، لأنها تبني رأس المال الاجتماعي من خلال الإمداد المستمر بالبيانات و المعلومات عن مختلف الاهتمامات المشتركة بين أفراد المجتمع كما أثبتوا أن الوعي السياسية المشاركة السياسية يرتبطان أكثر بوسائل الإعلام الإخبارية. (عبد الله.2013.ص139)

وتعتمد وسائل الإعلام الإخبارية لتنمية الوعي السياسي على الآليات التالية:

- ✓ تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن نقص المعلومات أو تعارض تقارير وسائل الإعلام، ويتم حله بما تقدمه هذه الوسائل من استكمال لهذه المعلومات أو تفسير لها.
- ✓ تشكيل الاتجاهات: حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها وخاصة في أحوال الأزمات أو الحروب.
- ✓ ترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام.
- ✓ التأثير على نظم معتقدات الأفراد سواء بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات في إطارها أو زيادة المعتقدات في كل فئة، وذلك يؤدي إلى اتساع نظام المعتقدات بالنسبة للمتلقين. (عبد الحميد.2000.ص314)
- وتأثير الاعتماد على وسائل الإعلام على المعارف السياسية ، ليس أمرا واحدا بين أفراد المجتمع كافة، بل إنه ينتج عددا من الفجوات المعرفية المهمة، و التي لا يمكن تجاهل إنعكاسها على الاتجاهات و السلوكيات السياسية للمواطنين . وتجدر الإشارة إلى أن هذه التأثيرات لا ترتبط بالضرورة بمستخدمي الوسائل الإعلامية فقط، بل تمتد إلى غير المستخدمين من عدة مستويات، ومن أبرزها : نقل المعلومات و التأثير على الاتجاهات و السلوكيات ، مثل منع الآباء لأبنائهم من الإنخراط في جماعة مجتمعية معينة، لأنهم يقرأون في الصحف موضوعات سلبية المضمون عنها ، و الأصدقاء والجيران الذين يجذرون أقرانهم من فئات مجتمعية معينة. (عبد الله.2013.ص140)

2-6- التأثيرات الوجدانية:

و هو النوع الثاني من أنواع التأثير الذي تحدته وسائل الإعلام على الفرد، ومعناه أن مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية تقود إلى مرحلة أخرى من مراحل التأثير وهي الاهتمام بهذه القضايا ومتابعتها، وهذا ما ينبج عنه مشاعر كالحب والكره والإعجاب والاهتمام والتقدير وغيرها. و الدراسات التي أجراها المتخصصون في هذا الصدد و التي ركزت على متغير الاهتمام بالبيئة 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 الوسائل الإعلامية.

و هذا ما خلص إليه جونسون Johnson في دراسة بعنوان " التلفزيون والتسييس " سنة 1973 حيث أكد أن الأشخاص الذين لهم اهتمام بقضايا البيئة السياسية يجدون في وسائل الإعلام ما يثير انتباههم واهتمامهم بتلك القضايا، ولذلك يكونون أكثر معرفة وثقافة بهذه القضايا من غيرهم، وبما أن مرحلة الوعي المعرفي تقود إلى مرحلة أكثر تقدما منها وهي الاهتمام والرغبة في متابعة الأحداث المتعلقة بقضايا البيئة السياسية، فإن هاتين المرحلتين تؤديان إلى مرحلة أكثر تقدما، وهي مرحلة المشاركة الفعلية في نشاطات البيئة السياسية وهو النوع الثالث من أنواع التأثير الذي تحدته وسائل الإعلام. (البشر.1997.ص142)

وتظهر هذه التأثيرات بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الوسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم ومن أمثلة هذا النوع من التأثيرات:

■ الفتور العاطفي: حيث أن هناك فرض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف يؤدي إلى الفتور العاطفي، وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين.

■ القلق والخوف: على سبيل المثال نجد أن التعرض المكثف للرسائل الجديدة أو الدراما التلفزيونية التي ترسم مدناً ما على أنها تتميز بالعنف يؤدي ذلك إلى الخوف من الحياة فيها.

■ التأثيرات الأخلاقية والمعنوية: فالدمع المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال.

(عبد الحميد.2000.ص315)

ولقد غلب على منظري هذه التأثيرات تبني الاتجاه المتشائم من رصد وتحليل التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام على علاقة الشباب بالعمل الاجتماعي و السياسي، فمن مراجعة التراث العلمي لهذا الاتجاه يتضح تبني أصحاب هذا الاتجاه الرؤية التقليدية، التي تربط بين المستحدثات الاتصالية و المشاكل و الأمراض الاجتماعية، فعلى سبيل المثال: يتهم التلفزيون بالعمل على تآكل الهوية المجتمعية واستنفاد رأس المال الاجتماعي، ومع ظهور وسائل الإعلام الرقمية اهتمت بتشجيع العزلة و الإحباط ، وخفض معدلات المشاركة السياسية في المجتمع ، وتستند مدارس الأعراض السلبية لوسائل الإعلام، إلى منظومة بحثية متكاملة عنيت بتحليل المضامين و الأساليب و الأطر الإعلامية ، ودورها في تدعيم الاعتزاز السياسي ، والعزوف عن المشاركة السياسية ، وانتشار الإحساس بعد الجدوى و الفاعلية وانعدام الثقة والسخرية والتهمك من مفردات الحياة السياسية. فلا شك أن هذا السخط و القلق الاجتماعي و السياسي لم يتوقف عند حدود العملية السياسية ، بل انسحب بالضرورة على جميع القيم و المعايير التي تقوم عليها الأنظمة المجتمعية ، بل وعلى جميع القوى الفاعلة داخل هذه الأنظمة ، حيث أكدت دراسة للباحثة الأمريكية "باتريسا موي" Moy.P سنة 2005 في دراستها الرائدة لتزايد معدلات انخفاض الثقة الاجتماعية و السياسية، و التي خلصت فيها إلى نتيجة مفادها تراجع معدلات الثقة في جميع الأنظمة و القوى و المؤسسات القائمة فعليا في المجتمعات الديمقراطية الراهنة كمؤسسات الدولة الرئاسية و التنفيذية و التشريعية ونظام المحاكم الجنائية و المؤسسة الأمنية و التعليمية و الأحزاب ، بل ووسائل الإعلام ذاتها. (عبد الله.2013.ص141)

3-6- التأثيرات السلوكية:

مرحلة التأثير السلوكي تعد أهم مراحل تأثير وسائل الإعلام، إذ هي الترجمة الحقيقية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية، وما أفرزته هذه المعارف والمعلومات من مواقف واتجاهات تساعد على المشاركة الفاعلة، ويؤكد هذا ما ذهب إليه كل من "تشافي" Chafee و جاكسون بيك " Jackson-Beeck ودورال Dural في دراسة بعنوان " توازن المشاركة الإعلامية السياسية " سنة 1976 ،من أن وسائل الإعلام وبخاصة - في هذا الوقت الذي يشهد ثورة اتصالية كبيرة في مجال التلفزيون الذي أصبح من أدوات اكتساب المعلومات للمواطن العصري- تسهم إسهاما كبيرا في توعية المواطن وتشجيعه على الاهتمام ببيئته التي يعيش فيها مما ينعكس على سلوكه تجاهها ومحاولة مشاركته فيها.(البشر.1997.ص143)

فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع أيضا، ولكن على أنها درجة للتأثير في السلوك الواضح، ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية وعدم الفعالية أو تجنب القيام بالفعل. ومفهوم الفعالية يظهر عندما يقوم الفرد بعمل ما كان يعمل لولا تعرضه للرسائل الإعلامية، والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية، وعلى سبيل المثال نجد أن الأفراد يمكنهم أن يرتبطوا بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات تكونت بالمعرفة والمشاعر التي طورتها الرسائل الإعلامية، وعلى العكس من ذلك نجد أن الرسائل الإعلامية عندما تثير الخوف من شيء ما فإنها قد تجعل الفرد يتجنب القيام بعمل ما، وهو المقصود بالامتناع عن الفعل. (عبد الحميد.2000.ص316)

وقد اختلفت نتائج الباحثين عن تأثير الاتجاهات السياسية السلبية على سلوك المواطنين ، فبينما أثبت البعض أنها تحفز السلوك السياسي ، حيث أن الاتجاهات السلبية أكثر احتمالية لتحريك السلوك من الاتجاهات الايجابية ، فعامة الناس تميل إلى السعي نحو درء المخاطر و السلبيات ، أكثر من السعي إلى لتحقيق مكاسب سياسية ، في حين كان هناك من يرى أنها تؤدي إلى تثبيط السلوك ، و أكد "غوين" Gwinn على حتمية عدم الخلط بين متغيرات عدم الثقة و اللامبالاة أو السخرية السياسية و المشاركة السياسية، فقد يشارك المواطنون رغم سلبية هذه المتغيرات، فعدم الثقة السياسية ، ممكن أن يدفع المواطنين إلى المشاركة السياسية و التصويت تحت ظروف معينة. (عبدالله.2013.ص143)

ومن خلال هذا العرض لجوانب الوعي السياسي في علاقته بالنظام السياسي و الاجتماعي، وكذا علاقته الوطيدة بالنظام الإعلامي يتضح أن الوعي السياسي ذو أهمية كبيرة انعكست على حجم الدراسات و الأبحاث التي قدمت لأجل تفسير ظواهره في المجتمع. كما أن أهميته تظهر في من خلال أهدافه وغاياته، فقد يكون وعيا إيجابيا يرقى بالحياة السياسية من خلال إشراك المواطن في قضايا الشأن العام، وتفعيل الممارسة السياسية لديه بما يسهم في اتخاذ القرارات وهو ما يزيد من حجم الولاء و الانتماء للدولة و الوطن.وتظهر التداعيات السلبية المرتبطة بانعدام الوعي حول القضايا السياسية حيث تتراجع نسب مساهمة الفرد في الحياة السياسية داخل بلده ، بحيث يكون سببا أساسية في مشاكل الاعتراب السياسي، و التي تكسر العلاقة البناءة بين المواطن وبلده.

مراجع الفصل الرابع

- الشديدة ، مُجَّد عبد الله.(2013). الوعي السياسي لطلاب التعليم الجامعي باليمن: دراسة تحليلية.رسالة دكتوراه غير منشورة. معهد الدراسات التربوية. جامعة القاهرة
- حسب الله ، رجب عبد الله.(2015). تصور مقترح لتنمية الوعي السياسي للدراسات بمدارس الفصل الواحد على ضوء متطلبات ثورة 25 يناير. قسم التعليم العالي و التعليم المستمر. جامعة القاهرة
- الطيب ، مولود زايد.(2007). علم الاجتماع السياسي.الزاوية: منشورات جامعة السايح من أبريل.
- أوليدوف، أك.(1978). الوعي الاجتماعي . ترجمة ميشال كيلو. بيروت: دار ابن خلدون.
- جلس، موسى عبد الرحيم و مهدي ، ناصر علي.(2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر.مجلة جامعة الأزهر.سلسلة العلوم الإنسانية.(12).2. 180-135
- الحسن ، إحسان مُجَّد .(2013).علم الاجتماع السياسي. ط4.عمان :دار وائل للنشر و التوزيع.
- عبد ربه ، صابر.(2002). الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي. الإسكندرية: دار الوفاء للنشر والتوزيع.
- المصالحة، مُجَّد حمدان.(2009). الاتصال السياسي: مدخل نظري ونموذج تطبيقي.عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- أبو النيل، محمود السيد.(2008).علم النفس السياسي عربيا وعالميا.القاهرة: المكتبة الأنجلو أمريكية.
- العزي، علياء.(2017). الإعلام العربي و التنمية السياسية.سلسلة دراسات. معهد البحرين للتنمية السياسية.
- الزهراني ، أحمد قران.(2015).السلطة السياسية و الإعلام في الوطن العربي.بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
- عربي ، مسلم بابا.(2013).محاولة في تأصيل مفهوم الإصلاح السياسي. دفاتر السياسة و القانون. العدد9.ص 248-233.
- إبراهيم ، حسنين توفيق .(2018). التحول الديمقراطي من منظور عربي. مجلة الديمقراطية. العدد72.
<http://democracy.ahram.org.eg/News/426.aspx>
- مُجَّد ، مرسل مازن. (2012). مشكلة الوعي ووعي المشكلة. بيروت : دار الفارابي.
- حجلأوي، لطفي. (2013). التربية الديمقراطية. الجزائر: دار النديم للنشر و التوزيع.

- أبو حليقة ، سعيد أحمد.(1999)تطور الفكر الاجتماعي و المشاركة السياسية في ليبيا. القاهرة: معهد البحوث و الدراسات العربية .
- علي ، ناصر الشيخ.(2010)دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين.بيت ساحور: المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات.
- عيد الرحمان ، حمدي.(2011). المشاركة السياسية : مشكلات عامة و قضايا نظرية. مجلة العلوم الاجتماعية الكويتية.39(1). ص ص 130-142
- الشمري ، علي جبار.(2013). ملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية.وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير .عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- الزبيدي، رعد حافظ.(2011). مبادئ الثقافة السياسية. القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات.
- الكواري،راشد.(2015).دور البرامج الإخبارية و الحوارية في قناة الجزيرة في نشر الوعي السياسي. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- غانم ، عبد الكريم.(2016). الوعي السياسي في المجتمع اليمني. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- عبد الحميد، مُحمَّد.(2000). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير.ط2.القاهرة: عالم الكتب.
- مهنا، فريال.2002. علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية.بيروت: دار الفكر المعاصر
- أبو أصبع، صالح.(2000).الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع.
- البشر، مُحمَّد بن سعود.(1997). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض : مكتبة العبيكان.
- زغيب، شيماء.(2009). نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. ط2.القاهرة: الدار المصرية. اللبنانية.
- عبد الله، إيمان مُحمَّد.(2012).الشباب و الحركات الاجتماعية و السياسية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب
- شبكة المعرفة الانتخابية. (2017) <http://aceproject.org/ace-ar/topics/pc/pca/pca01/pca01a>

الفصل الخامس

تحليل وتفسير البيانات الميدانية

- 1- المحور الأول عادات وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية
- 2- المحور الثاني حول إدراك الشباب الجامعي لأبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية
- 3- المحور الثالث: حول الفضائيات الإخبارية وتمثلات الشباب الجامعي حول القضايا السياسية
- 4- المحور الرابع حول الفضائيات الإخبارية والسلوكات السياسية للشباب الجامعي

المحور الأول: عادات وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية لدى الشباب الجامعي:

الجدول رقم (4): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على نوع الفضائيات الإخبارية التي يتابعونها

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة
1	54.5	238	الفضائيات الإخبارية العربية
3	13.65	60	الفضائيات الإخبارية الأجنبية
2	31.65	138	الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (335) فرد، أن استجاباتهم على السؤال الذي نص على: "ما هي نوعية الفضائيات الإخبارية التي تشاهدها؟" -والذي يمكن لأفراد العينة من خلاله اختيار أكثر من بديل- جاءت كمايلي: في المرتبة الأولى "الفضائيات الإخبارية العربية" بـ (238) تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 54.5%، وفي المرتبة الثانية جاء البديل "الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية" بمجموع تكرار بلغ (138) ونسبة مئوية قدرت بـ 31.65%، وفي المرتبة الثالثة "الفضائيات الإخبارية الأجنبية" بمجموع تكرار بلغ (60) ونسبة مئوية قدرت بـ 13.65%.

وتعتبر هذه النتيجة عن مدى تحقيق الفضائيات الإخبارية العربية لأهدافها الأساسية التي تتركز إلى تحويل انتباه المشاهد إليها، بحيث أن عامل تضييق الجمهور عبر زيادة التخصص على مستوى المضامين وعلى مستوى المنطقة أصبح من عوامل نجاح وسائل الإعلام بشكل عام. ورغم أن كلا من الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية وكذا الناطقة بالعربية تعمل في إطار نفس السوق الإخبارية في المنطقة العربية، إلا أن الفضائيات العربية استطاعت أن تمتلك نفوذا إعلاميا في المنطقة، بالنظر إلى الأزمات المتواصلة التي تعيشها، بحيث أنها تشكل مصدرا مهما للأخبار عن المنطقة العربية.

وفي السياق الجزائري فإن اهتمام الأفراد بالشؤون الدولية ومتابعتهم له يكون بناء على تفضيلاتهم، ولكن بالنسبة إلى تشكيل الرأي العام الوطني وتوجيهه، فإن وسائل الإعلام الوطنية لا تخصص إلا مساحة ضئيلة أو وقتا قصيرا لمناقشة القضايا الدولية و عرضها عرضا موضوعيا. (بدر، 2009) وهو ما يبرز الفضائيات الإخبارية العربية كبديل مناسب، بحيث تراعي البيئة السوسيوثقافية للمتلقين الجزائري، والتي تماثل في خصائصها نظيراتها في الدول العربية.

الجدول رقم (5) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول عدد المرات التي يطلعون فيها على الأخبار عبر الفضائيات الإخبارية بشكل يومي.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K2	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	175,636 ^a	2	-83,7	111,7	8,4	28	أكثر من خمس مرات
				-25,7	111,7	25,7	86	من خمس مرات إلى مرتين
				109,3	111,7	66	221	مرة على الأكثر
				////////////////		%100	335	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (5) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول عدد المرات التي يطلعون فيها على الأخبار عبر الفضائيات الإخبارية قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين يطلعون على الأخبار "أكثر من خمس مرات" وقد بلغ عددهم (28) فردا بنسبة مئوية بلغت 8,4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين يطلعون على الأخبار "من خمس مرات إلى مرتين" والبالغ عددهم (86) بنسبة مئوية قدرت بـ 25,7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين يطلعون على الأخبار "مرة على الأكثر" والبالغ عددهم (189) بنسبة مئوية قدرت بـ 66%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 175,636^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (مرة على الأكثر) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يأتي هذا التقسيم حسب ما أورده تقرير رويترز حول (Reuters.2016)، حيث صنف مستخدمي الأخبار إلى تبعا لثلاثة أنواع، يمثل النوع الأول "محبو الأخبار" الذين يطلعون على الأخبار بمعدل خمس مرات يوميا أو أكثر، ويتميزون بأنهم يهتمون بها بشكل مكثف وهم في العادة يلعبون دورا مهما في البيئة التفاعلية للأخبار، وهذه الفئة بالنسبة لدراستنا تشكل نسبة ضعيفة تقدر بـ 8.4%، وهذا أما الفئة الثانية فهي "المطلعون المختصرون" وهم الذين يطلعون على الأخبار من مرتين إلى خمس مرات يوميا، ويتميزون بارتفاع نسبة إطلاعهم على الأخبار خاصة مع وجود الأزمات وهذه

الفئة تمثل نسبة 25.7 % من عينة دراستنا الحالية، أما النسبة الأكبر و المقدر ب 66% فهي تعود للفئة الثالثة "المستخدمون العاديون" الذين لا يتجاوز اطلاعهم على الأخبار " مرة واحدة يوميا " ، وتتميز هذه الفئة بكونها معتدلة ، وترتكز على أهم أحداث اليوم .

الجدول رقم(6) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول مكانة الفضائيات الإخبارية كمصدر للأخبار

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المتوقعة	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	51,839 ^a	2	24,3	111,7	40,6	136	مصدر أتعرض اليه في بعض الأوقات
				-61,7	111,7	14,9	50	مصدر ثانوي للاطلاع على الأخبار
				37,3	111,7	44,5	149	مصدر أساسي للاطلاع على الأخبار
				//////////		%100	335	المجموع

من خلال الجدول رقم (6) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين يعتبرون الفضائيات الإخبارية " مصدر أساسي للإطلاع على الأخبار " ،وقد بلغ عددهم (149) بنسبة مئوية قدرت بـ 44,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين يعتبرونها " مصدر ثانوي للاطلاع على الأخبار " والبالغ عددهم (50) بنسبة مئوية قدرت بـ 14,9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين يعتبرونها " مصدر أتعرض اليه في بعض الأوقات " والبالغ عددهم (136) فردا بنسبة مئوية بلغت 40,6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 51,839^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (مصدر أساسي للاطلاع على الأخبار) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بناء على أن الفضائيات الإخبارية لها عاملين رئيسيين في تحديد أهميتها بالنسبة للمتلقين: -العامل الأول يرتبط بأهمية الأخبار لدى المشاهدين بحيث تقوم هذه الفضائيات بتقديم الأخبار التلفزيونية

بشكل يستهدف جذب اهتمام المتلقين، كما أن الجمهور يميل إلى الثقة أكثر في الأخبار التلفزيونية عن الأخبار المكتوبة ، وذلك لتوفر الصور و الفيديوهات والفورية في نقل الحدث.(العبد.2007.ص24)

أما العامل الثاني فيتعلق بقوة الخطاب التلفزيوني على الفضائيات الإخبارية، حيث أن للخطاب التلفزيوني أهمية بالنسبة للمواطنين في المجتمعات المعاصرة، لكونهم يتعرضون على نطاق واسع ومستمر لفقرات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحملها إليهم مختلف قنوات الاتصال الجماهيري، ولكن الخطاب التلفزيوني يتسم بقدرته على التأثير في الرأي العام، وتمتية الثقافة السياسية، وتعميق علاقة الولاء بين المرسل والمستقبل.(الشمري.2009.ص2013)

و الملاحظ أيضا أن نسبة 40.06% من أفراد العينة يعتمدون على الفضائيات العربية الإخبارية فقط في بعض الأوقات، وهذا يعني أن مشاهدتهم للفضائيات العربية الإخبارية مرتبطة بتوفر أوقات الفراغ، أو وجود أزمات محلية أو عالمية تستلزم المتابعة المستمرة للأخبار.ومن هنا نستنتج أن هذه النسبة من المبحوثين ينتقون بعناية ما يشاهدونه من أخبار و برامج وفقا لخبراتهم السابقة ومحادثاتهم مع الآخرين، إضافة إلى المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الأخرى، وهذه من العوامل التي تجعل نسبة التأثير في أفكارهم واتجاهاتهم أقل من الفئة السابقة.

أما نسبة 40.6% فهم يتعرضون للفضائيات العربية الإخبارية بالصدفة ما يتيح لهم التعرف على الأخبار، أي أن هذا التعرض يكون دون تخطيط مسبق أو اختيار وهو ما يعني أن هذه الفئة ليست انتقائية في اختياراتها، إلا أنه يمكن لهذه الصدفة أن تكون دافعا لمواصلة المشاهدة خاصة إذا كانت الأخبار من النوع المفضل لديه.

أما باقي المبحوثون الذين تقدر نسبتهم بحوالي 14.9% فتمثل الفضائيات الإخبارية بالنسبة لهم مصادر الثانوية لتلقي الأخبار، وهذا يعني أن المعلومات المستقاة منها ستكون مكملة لما يحصلون عليه من مصادرهم الأساسية.

الجدول رقم (7) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب دوافع اعتمادهم على الفضائيات الإخبارية

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة
1	67,2%	225	متابعة الأخبار والمستجدات في الوطن والعالم
2	31,3%	105	تدعيم معلوماتي السياسية حول مختلف القضايا
4	13,4%	45	اكتساب معلومات تساعدني على المحادثة مع أهلي وأصدقائي
5	4,8%	16	تساهم في اتخاذ قرارات شخصية (الانتخاب، احتجاجات، ترشيد نفقات...)
3	18,8%	63	لأشغل بها وقت الفراغ وتساعد على تضيئة الوقت

من خلال الجدول رقم (7) وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (335) فرد نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (4) والذي نص على: " ماهي دوافع الاعتماد على الفضائيات الإخبارية؟" (وحيث يمكن لأفراد العينة اختيار أكثر من بديل)، حيث جاء في المرتبة الأولى البديل "متابعة الأخبار والمستجدات في الوطن والعالم" بـ 225 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 67.2%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل "تدعيم معلوماتي السياسية حول مختلف القضايا" بمجموع تكرار بلغ 105 ونسبة مئوية قدرت بـ (31.3%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل "لأشغل بها وقت الفراغ وتساعد على تضيئة الوقت" بمجموع تكرار بلغ (63) ونسبة مئوية قدرت بـ 18.8% وفي المرتبة الرابعة جاء البديل "اكتساب معلومات تساعدني على المحادثة مع أهلي وأصدقائي" بمجموع تكرار بلغ (45) ونسبة مئوية قدرت بـ 13.4%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل "تساهم في اتخاذ قرارات شخصية (الانتخاب، احتجاجات، ترشيد نفقات...)" بمجموع تكرار بلغ (16) ونسبة مئوية قدرت بـ 4.8%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على نص السؤال أن أكثر دوافع الاعتماد على الفضائيات الإخبارية هي بالدرجة الأولى: دوافع إعلامية أو دوافع نفعية، تتمثل متابعة الأخبار والمستجدات حول الوطن والعالم، ثم يليه تدعيم معلوماتهم السياسية حول مختلف القضايا حيث أن تشكل الدوافع الأساسية لاستهلاك الأخبار، وهذه الدوافع تتعلق بالوظائف الإخبارية لوسائل الإعلام التي تتركز في توفير المعلومات للمتلقي حتى يتمكن من مراقبة بيئته، وإشباع رغبته في المعرفة وفهم ما يحدث في العالم (Lee.2013). يليها الدوافع الترفيهية المتمثلة دافع شغل وقت الفراغ والمساعدة على تضيئة الوقت، حيث أن بروز وسائل الإعلام بشكل علم في حياة الأفراد يرتبط بهذا العامل، بحيث أنهم يميلون إلى شغل أوقاتهم عبر مشاهدة الأخبار. ولكن اهتمام أفراد العينة بالدوافع الاجتماعية المتمثلة في اكتساب معلومات تساعد على المحادثة مع الأهل والاصدقاء وردت بنسبة ضعيفة، وهذا راجع إلى أن الغالبية من أفراد العينة مصنفون على أنهم "مطلعون عاديون". على الأخبار يحتمل أن مشاركتهم للأخبار و المعلومات مع غيرهم ضعيفة ، في حين أن نسبة "محبّي الأخبار" والذين يلعبون دورا محما في البيئة التفاعلية للأخبار ، ويجوبون الظهور بمظهر المطلعين يشكلون نسبة ضئيلة من أفراد العينة. وفي الأخير يأتي الاعتماد على الفضائيات الإخبارية بدافع المساهمة في اتخاذ قرارات شخصية (الانتخاب، احتجاجات، ترشيد نفقات...)، وبالتالي فإن الوظائف الإعلامية للفضائيات الإخبارية تبرز بشكل أقوى من الوظائف التوجيهية.

الجدول رقم (8) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلاتهم للفضائيات الإخبارية

الترتيب							الرتب
CNN	الحرّة	SkyNews	France 24 العربية	BBC العربية	العربية	الجزيرة	
8	25	6	85	48	60	103	الرتبة الأولى
26	14	14	45	45	99	92	الرتبة الثانية
30	21	21	69	90	58	46	الرتبة الثالثة
34	28	27	68	83	46	49	الرتبة الرابعة
91	50	72	50	42	20	10	الرتبة الخامسة
50	116	117	2	17	19	14	الرتبة السادسة
96	81	78	16	10	33	21	الرتبة السابعة
6	5	7	2	4	3	1	الترتيب

من خلال الجدول (8) نلاحظ استجابات أفراد العينة على السؤال المتعلق بترتيب الفضائيات الإخبارية حسب درجة الاعتماد ، حيث تصدرت قناة (الجزيرة) في المرتبة الأولى بـ 103 تكرار ، وفي الرتبة الثانية قناة (France24 العربية) بمجموع تكرار بلغ 85، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (العربية) بمجموع تكرار بلغ (60) ، أما في المرتبة الرابعة جاء البديل (BBC العربية) بمجموع تكرار بلغ (48). وجاءت في المرتبة الخامسة قناة (الحرّة) الأمريكية بمجموع تكرار بلغ (25). وفي المرتبة السادسة جاء البديل (CNN) بمجموع تكرار بلغ (8). المرتبة السابعة جاء البديل (SkyNews) بمجموع تكرار بلغ (6).

وعند قراءة هذه النتائج فإننا نستنتج أن اختيار المبحوثين وترتيبهم للفضائيات الإخبارية لم يكن عشوائياً، بحيث نلاحظ أن هذا الاختيار كان متسقاً مع بعض الدراسات السابقة على المستوى العربي، ومن بينها دراسة إبراهيم القطان (2009) حول "دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي للطلاب"، ودراسة "هالة بغدادى" (2007) حول "التغيرات المؤثرة في تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية الإخبارية"، حيث أن قناة "الجزيرة" تصدرت ترتيب أهم خمس قنوات إخبارية في الوطن العربي، أما في الجزائر فقد خلصت دراسة "زواوي حاج سعد" (2013) حول "اتجاهات

الجمهور نحو البرامج الإخبارية على قناة " الجزيرة " إلى نفس النتيجة، حيث تستحوذ " الجزيرة " على اهتمام الجمهور الجزائري وذلك بسبب أساليب العمل و التغطية، وكان النقل الحي بالصور عبر المراسلين أهمها.

أما بالنسبة لقناة France24 جاءت في الترتيب الثاني، وهذا راجع إلى الارتباط الثقافي بالثقافة الفرنسية بسبب القرب التاريخي و الجغرافي كذلك، وهذا ما أثبتته دراسة "راج" و "غالتونغ (Galtung & Ruge.1965) حول النظرية البنائية للإمبريالية" الخاصة بالأخبار الدولية، التي يرون في أحد افتراضاتها أن الدول المركزية في تدفق الأخبار تركز تغطيتها على الدول التي تربطها علاقات تاريخية و ثقافية معها، لذلك فسياسة قناة France24 التي تعتمد على تكثيف التغطية حول كل ما يتعلق بالدول الفرونتونية، بما فيها الجزائر خاصة. كما أن قناة France 24 تعتمد على الرؤية التي طرحها الرئيس الفرنسي السابق "جاك شيراك" الذي قال " أن فرنسا بحاجة إلى أن تكون ذات وجود أكبر في معركة الصور عبر شاشات التلفزيون في العالم" وهو ما يجعلها من فواعل الدبلوماسية الثقافية لفرنسا. (بوخاري. 2018.ص243)

لذلك نجد أن تفضيلات الباحثين ترتبط بالدرجة الأولى بالعوامل السوسيو ثقافية ، التي تجعل "الإقليمية" أحد الركائز الأساسية لشعبية قنوات إخبارية في مناطق معينة على أخرى، وهذا ما يفسر تأخر ترتيب القنوات الإخبارية الأنجلوساكسونية ممثلة في BBC و CNN، و حتى SkyNews العربية، رغم ريادة تجربتها مهنتها العالية التي تجعل منها مدارس في الإعلام الإخباري.

الجدول رقم (9) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للنشرات الإخبارية

النشرات الإخبارية	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
باتتظام	98	29,3	83,8	14,3	3	89,203 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
بشكل غير منتظم	139	41,5	83,8	55,3				
حسب اوقات الفراغ	79	23,6	83,8	-4,8				
لا أشاهدها	19	5,7	83,8	-64,8				
الاجمالي	335	%100	//////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (335) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على متابعة (النشرات الاخبارية) بالبديل " بانتظام" وقد بلغ عددهم (98) فرداً بنسبة مئوية بلغت 29.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " شكل غير منتظم" والبالغ عددهم (139) بنسبة مئوية قدرت بـ 41.5% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " حسب اوقات الفراغ " والبالغ عددهم (79) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.6% ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أشاهدها " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.7% ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 89,203a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع لصالح المجموعة الثانية (بشكل غير منتظم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغليتهم يؤكدون أنهم يتابعون النشرات الاخبارية بشكل غير منتظم.

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم لشريط الأخبار

شريط الاخبار	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
بانتظام	64	19,1	83,8	-19,8	3	26,684 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
بشكل غير منتظم	117	34,9	83,8	33,3				
حسب اوقات الفراغ	59	17,6	83,8	-24,8				
لا أشاهدها	95	28,4	83,8	11,3				
الإجمالي	335	%100	//////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (335) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على متابعة (شريط الاخبار) بالبديل " بانتظام " وقد بلغ عددهم (64) فرداً بنسبة مئوية بلغت 19.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " شكل غير منتظم " والبالغ عددهم (117) بنسبة مئوية قدرت بـ 34.9% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " حسب اوقات الفراغ " والبالغ عددهم (59) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.6% ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أشاهدها " والبالغ عددهم (95) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.4% ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 26,684^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع لصالح المجموعة الثانية (بشكل غير منتظم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن اغليبيتهم يؤكدون أنهم يتابعون شريط الاخبار بشكل غير منتظم.

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للبرامج التحليلية

البرامج التحليلية	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
بانتظام	36	10,7	83,8	-47,8	3	48,725 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
بشكل غير منتظم	75	22,4	83,8	-8,8				
حسب اوقات الفراغ	120	35,8	83,8	36,3				
لا أشاهدها	104	31,0	83,8	20,3				
Total	335	%100	//////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (335) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على متابعة (البرامج التحليلية) بالبديل " بانتظام " وقد بلغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت 10.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " شكل غير منتظم " والبالغ عددهم (75) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.4 % أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " حسب أوقات الفراغ " والبالغ عددهم (120) بنسبة مئوية قدرت بـ 35.8 % ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أشاهدها " والبالغ عددهم (104) بنسبة مئوية قدرت بـ 31 % ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 48,725^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع لصالح المجموعة الثالثة (حسب أوقات الفراغ)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم يتابعون البرامج التحليلية حسب أوقات الفراغ.

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للبرامج الحوارية

البرامج الحوارية	التكرار المشاهد	النسبة المتوقعة	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
بانتظام	73	21,8	83,8	-10,8	3	2,325 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
بشكل غير منتظم	92	27,5	83,8	8,3				
حسب أوقات الفراغ	87	26,0	83,8	3,3				
لا أشاهدها	83	24,8	83,8	-,8				
Total	335	%100	//////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (335) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على متابعة (البرامج الحوارية) بالبديل " بانتظام " وقد بلغ عددهم (73) فرداً بنسبة مئوية بلغت 21,8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت

إجابته على هذا السؤال بالبديل " شكل غير منتظم " والبالغ عددهم (92) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5 % أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابته على هذا السؤال بالبديل " حسب اوقات الفراغ " والبالغ عددهم (87) بنسبة مئوية قدرت بـ 26 % ، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابته على هذا السؤال بالبديل " لا أشاهدها " والبالغ عددهم (83) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.8 % ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 2,325^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع لصالح المجموعة الثانية (بشكل غير منتظم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم يتابعون البرامج الحوارية بشكل غير منتظم.

المحور الثاني: الأبعاد المهنية للأداء الاعلامي في المجال السياسي عبر الفضائيات الاخبارية:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تحديدهم لنمط ملكية الفضائيات الإخبارية

CNN		France 24		BBC		العربية		الجزيرة		القناة
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	نمط الملكية
16,1	54	16,4	55	11,3	38	37,3	125	30,7	103	حكومي
9,9	33	21,8	73	32,5	109	28,1	94	26,9	90	حكومي مستقل
11,0	37	20,3	68	17,6	59	14,9	50	28,1	94	خاص /مستقل
14,9	50	13,1	44	9,6	32	7,8	26	3,6	12	غير واضح
48,1	161	28,4	95	29,0	97	11,9	40	10,7	36	لا أعرف

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه عدم وضوح ملكية القنوات الإخبارية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة فبالنسبة لقناة الجزيرة فيرى (103) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 30,7% أنها ذات ملكية حكومية، في حين يرى (90) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 26,9% أنها ذات ملكية حكومية مستقلة، في حين يرى (94) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28,1% أنها ذات ملكية خاصة مستقلة، في حين يرى (12) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 3,6% أنها غير واضحة الملكية، في حين يؤكد (36) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 10,7% أنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة .

أما بالنسبة لقناة العربية فيرى (125) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 37,3% أنها ذات ملكية حكومية، في حين يرى (94) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28,1% أنها ذات ملكية حكومية مستقلة، في حين يرى (50) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 14,9% أنها ذات ملكية خاصة مستقلة، في حين يرى (26) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 7,8% أنها غير واضحة الملكية، في حين يؤكد (40) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 11,9% أنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة

أما بالنسبة لقناة BBC فيرى (38) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 11,3% أنها ذات ملكية حكومية، في حين يرى (109) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 32,5% أنها ذات ملكية حكومية مستقلة، في حين يرى (59) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 17,6% أنها ذات ملكية خاصة مستقلة، في حين يرى (32) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 9,6% أنها غير واضحة الملكية، في حين يؤكد (97) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 29% أنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة.

أما بالنسبة لقناة France 24 فيرى (55) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 16.4% أنها ذات ملكية حكومية، في حين يرى (73) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 21.8% أنها ذات ملكية حكومية مستقلة، في حين يرى (68) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 20.3% أنها ذات ملكية خاصة مستقلة، في حين يرى (44) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 13.1% أنها غير واضحة الملكية، في حين يؤكد (95) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28.4% أنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة

أما بالنسبة لقناة CNN فيرى (54) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 16.1% أنها ذات ملكية حكومية، في حين يرى (33) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 9.9% أنها ذات ملكية حكومية مستقلة، في حين يرى (37) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 11% أنها ذات ملكية خاصة مستقلة، في حين يرى (50) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 14.9% أنها غير واضحة الملكية، في حين يؤكد (161) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 48.1% أنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة.

ولقد أبرزت هذه المعطيات جانبا من معارف الباحثين حول بنية الفضائيات الإخبارية ونمط ملكيتها، ويمكن إجمالها في نقطتين أساسيتين هما:

أولا: أن غالبية أفراد العينة لم يتفقوا في مجملهم حول نمط ملكية الفضائيات الإخبارية ، فيما كانت أغلبية الإجابات حول كل قناة على حدى تتركز في الاتجاه الصحيح ،لأن التحديد كان صحيحا بالنسبة لكل من الجزيرة و BBC ، فإن الإجابات الأخرى كانت مجرد تخمينات ، أو أنها تصریح مباشر بعدم معرفة الجهات المالكة كما في حالة France24 و CNN.

ثانيا: اتجه تصنيف الباحثين لملكية الفضائيات العربية الإخبارية نحو الملكية الحكومية، وهذا الأمر يحيلنا إلى تفسيرات الباحث "فيجنشو" (Figenschou.2014) الذي يرى أن معظم الفضائيات الإخبارية بدأت خاصة ، وخاضعة لملاكها الذين لهم علاقات قوية مع القادة السياسيين، لذلك فالخط الفاصل بين الدولة و الفضائيات العربية ليس واضحا دائما، فهناك شبكة علاقات بين الملاك الخواص و القادة السياسيين. وهذا ما أطلق عليه "نموذج الشركات القطاعية" Feudal corporate model ،الذي حل محل ضبط وسائل الإعلام المملوكة للدولة، وهو بارز بشكل خاص في دول الخليج، وهذا الحال ينطبق على معظم الفضائيات العربية التابعة لمؤسسات خاصة، ولكنها مرتبطة بشخصيات ثرية تمولها، وهو ما يجعلها عرضة للضغوطات الخارجية من الدول الثرية، خاصة السعودية.

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تحديدهم لتوجهات الفضائيات الإخبارية

القناة/ التوجه السياسي	الجزيرة		العربية		BBC		France 24		CNN	
	النسبة المتوية	التكرارات	النسبة المتوية	التكرارات	النسبة المتوية	التكرارات	النسبة المتوية	التكرارات	النسبة المتوية	التكرارات
رسمي / سياسات الحكومة	51,0	171	34,3	115	9,0	30	15,5	52	10,7	36
شبه رسمي	9,0	30	22,7	76	15,5	52	34,7	116	6,6	22
معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي	11,9	40	6,0	20	6,6	22	7,8	26	54,9	184
مستقل	9,3	31	5,1	17	23,6	79	21,2	71	12,2	41
خدمة المصالح الأجنبية	,6	2	2,4	8	9,6	32	7,2	24	7,2	24
علماني	1,2	4	2,4	8	35,8	120	00	00	1,2	4
إسلامي	17,0	57	27,2	91	00	00	00	00	00	00
غير واضح	00	00	00	00	09.0	30	13.7	46	7,2	24

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) تصنيف الباحثين للتوجه السياسي للفضائيات الإخبارية ، فبالنسبة لقناة الجزيرة يرى (171) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 51% أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة، في حين يرى (30) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 9% أنها ذات توجه شبه رسمي، كما يرى (40) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 11,9% أنها ذات توجه معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي ، و كذلك يرى (31) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 9.3% أنها ذات توجه مستقل ، في حين يرى (2) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 0.6% أنها ذات توجه خدمة المصالح الأجنبية ، في حين يرى (4) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 1.2% أنها ذات توجه علماني، أما (57) فرد من أفراد العينة بنسبة مئوية قدرت بـ 17% يرون أنها ذات توجه إسلامي.

أما بالنسبة لقناة العربية فيرى (115) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 34.3% أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة ، في حين يرى (76) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 22.7% أنها ذات توجه شبه رسمي، و يرى (20) فرد بنسبة

مئوية قدرت بـ 6% أنها ذات توجه معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي، كما يرى (17) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 5.1% أنها ذات توجه مستقل ، و نجد أن (8) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 2.4% يرون أنها ذات توجه خدمة المصالح الأجنبية ،في حين يرى (8) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 2.4% أنها ذات توجه علماني، في حين يرى (91) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 27.2% أنها ذات توجه إسلامي.

أما بالنسبة لقناة BBC فيرى (30) من أفراد العينة بنسبة مئوية قدرت بـ 9% أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة، حين يرى (52) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 15.5% أنها ذات توجه شبه رسمي، في حين يرى (22) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6% أنها ذات توجه معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي، و يرى (79) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 23.6% أنها ذات توجه مستقل ،كما يرى (32) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 9.6% أنها ذات توجه خدمة المصالح الأجنبية، في حين يرى (120) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 35.8% أنها ذات توجه علماني، في حين (30) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 9% يعتقدون أنها ذات توجه غير واضح.

أما بالنسبة لقناة France 24 فيرى (52) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 15.5% أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة ، حين يرى (46) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 13.7% أنها ذات توجه شبه رسمي، حين يرى (116) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 34.6% أنها ذات توجه معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي ، ويعتقد (71) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 21.2% أنها ذات توجه مستقل ،في حين يرى (24) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.2% أنها ذات توجه خدمة المصالح الأجنبية ،في حين يرى (00) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 28,1% أنها ذات توجه علماني ، ، في حين أن (46) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 13.7% يرون أنها ذات توجه غير واضح.

أما بالنسبة لقناة CNN فيرى (36) من أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 10,7% أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة، في حين يرى (22) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6% أنها ذات توجه شبه رسمي، ونجد أن (148) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 54.9% يرون أنها ذات توجه معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي، كما يرى (41) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 12.2% أنها ذات توجه مستقل ،أما حوالي (24) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 7.2% يعتقدون أنها ذات توجه خدمة المصالح الأجنبية، في حين يرى (4) أفراد بنسبة مئوية قدرت بـ 1.2% أنها ذات توجه علماني ، ، في حين أن (24) فرد بنسبة مئوية قدرت بـ 7.2% يرون أنها ذات توجه غير واضح.

يتبين من خلال بيانات هذا الجدول أن المبحوثين كذلك متفقين غير بشأن توجهات الفضائيات الإخبارية ، وتراوحت أغلبية إجاباتهم حول الفضائيات الإخبارية الأجنبية بين كونها ذات توجهات علمانية بالنسبة لقناة BBC أو ديمقراطية بالنسبة لقناة CNN أو شبه رسمية بالنسبة ل France 24 ، حيث أن الملاحظ أن المبحوثين لا يمكنهم معلومات دقيقة عن توجهات القناة، ولكنه المرشح أنهم يطابقونها مع توجهات البيئة السياسية في بلدانهم، أو الأهداف التي أنشئت من أجلها كما هو الحال مع France24.

أما بالنسبة للفضائيات العربية الإخبارية فمعظم الإجابات اتجهت لكون اتجاهها السياسي رسمياً، وهو ما يتفق مع نظرتهم لمط ملكيتها ، وهذا راجع حسب "فيجنشو" (Figenschou.2014) إلى سيطرة النخب السياسية العربية، والتي أثرت في تشكيل وسائل الإعلام بشكل عام، وامتد هذا الأمر إلى الأجنداث السياسية الرسمية التي دعمت فيما بعد نماذج الملكية و الضبط فيها. أما الفضائيات الإخبارية بشكل عام تصنف على أنها شبه مستقلة ، ووضعها يطابق رؤية الباحث "عزي" (2013) ، الذي يرى أنها تتميز بغياب الإيديولوجية بسبب استنفاد النظم الرمزية الوطنية و القومية ، وانهيار "المعسكر الاشتراكي" و جاذبية " الليبرالية" ، التي تطرح عددا من الشعارات النظرية، مثل التحرر ومنطق السوق والخصخصة و الموضوعية و المنافسة و البقاء للأقدر، و الحاصل أن النزعة شبه المستقلة في الإعلام لا تشكل إزعاجاً كبيراً للنظام السياسي في المنطقة العربية، على الرغم من أنها تمس "القضايا" الساخنة" القريبة، و بروز هذا النوع في المجتمعات العربية الأكثر محافظة و الأقل ممارسة للثقافة السياسية القائمة على التعددية و الاقتراع المباشر بحرية التعبير ، فالإعلام الإخباري شبه المستقل وإن كان أميناً على أكثر على الحدث ، فإنه ليس أميناً على الحراك السياسي و الاجتماعي، خاصة في المجتمعات التي تنتمي إليها هذه هذه القنوات، فحلفيته وهمه الأساسي هما "الإعلام لأجل الإعلام" ، تماشياً مع النظرة الليبرالية التقليدية من أن الأهم هو "الخبر" ذاته، أما الرأي و السياق و "المحلية" فعناصر ذاتية وأقل أهمية.

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مؤشرات تصنيفهم للتوجهات السياسية للفضائيات الإخبارية

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة
3	22.34	137	-اللغة الإعلامية المستخدمة
4	13.37	82	عدم التوازن بين أطراف القضية في التغطية الإخبارية
1	28.38	174	نمط الضيوف والمحللين المشاركين في النقاش
2	26.42	162	سيطرة قضية معينة أو بلد معينة على جل اهتمامات القناة
5	9.46	58	مما نشر وعرض عنها (كتب، مقالات، برامج...الخ)

من خلال الجدول رقم (15) يتضح أن المؤشرات التي اعتمدها الباحثون في تحديد التوجهات السياسية للفضائيات الإخبارية، ركزت في "نمط الضيوف والمحللين المشاركين في النقاش" في المرتبة الأولى بـ 174 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 28.38%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل "سيطرة قضية معينة أو بلد معينة على جل اهتمامات القناة" بمجموع تكرار بلغ 162 ونسبة مئوية قدرت بـ (26.42%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل "اللغة الإعلامية المستخدمة" بمجموع تكرار بلغ (137) ونسبة مئوية قدرت بـ 22.34%، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل "عدم التوازن بين أطراف القضية في التغطية الإخبارية" بمجموع تكرار بلغ (82) ونسبة مئوية قدرت بـ 13.37%، وفي المرتبة الخامسة جاء البديل "مما نشر وعرض عنها (كتب، مقالات، برامج...الخ)" بمجموع تكرار بلغ (58) ونسبة مئوية قدرت بـ 9.46%.

ويبدو من خلال بيانات هذا الجدول أن المؤشرين الأساسيين لمعرفة توجهات القناة الإخبارية هو نمط الضيوف والمشاركين، وسيطرة قضية أو بلد معين على جل اهتمامات القناة، وبالتالي فإن غالبية الباحثين يعتمدون على نمط التغطية الإخبارية و الفاعلين البارزين فيها لتحديد التوجه السياسي للقناة، ولعل هذين العاملين يبرزان بشكل أكبر ماتخفيه القناة من أجندات سياسية لا يصرح بها أمام الجمهور، وهذا راجع (الشمري.2013) إلى أن الخطاب التلفزيوني يتسم بعدم الحيادية، لكونه صادرا عن جهة سياسية أو اجتماعية ما، وهو الآلية المتاحة أمام المشاهد .

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مراعاتهم لتوافق الفرضيات الإخبارية وتوجهاتهم

البدايل	ت مشاهد	النسبة المئوية	ت المتوقع	الفرق التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
1-مشاهدة الفرضيات الإخبارية التي تتفق وتوجهاتك السياسية	54	16,1	167,5	-113,5	1	153,81 8 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
2-تشاهد الفرضيات من كل التوجهات ثم تكون رأيك بنفسك	281	83,9	167,5	113,5				
الإجمالي	335	100	//////////					

من خلال الجدول رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال (عند مشاهدتك للفرضيات الإخبارية هل تقوم) بالبدليل " بمشاهدة الفرضيات الإخبارية التي تتفق وتوجهاتك السياسية " وقد بلغ عددهم (54) فردا بنسبة مئوية بلغت 16.1% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل " تشاهد الفرضيات من كل التوجهات ثم تكون رأيك بنفسك " والبالغ عددهم (281) بنسبة مئوية قدرت بـ 83.9%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 153,818^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (تشاهد الفرضيات من كل التوجهات ثم تكون رأيك بنفسك) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

لذلك نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغليبتهم يؤكدون أنه عند مشاهدتهم للفرضيات الإخبارية يقومون بمشاهدة الفرضيات من كل التوجهات ثم يكونون رأيهم بنفسهم، وهذا إقرار منهم بعدم وجود أيديولوجية أو توجه سياسي خاص بهم ، ومواقفهم السياسية مستقلة عن تيارات الفرضيات الإخبارية، وهذا الأمر انعكس حتى على انتماءاتهم السياسية ، فالغالبية الساحقة من أفراد العينة لا ينتمون إلى أي حزب سياسي.

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مستويات الثقة من خلال نوع الفضائيات الإخبارية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	88,054 ^a	2	-25,7	111,7	%25,7	86	عبر الفضائيات الإخبارية العربية
				-53,7	111,7	%17,3	58	عبر الفضائيات الإخبارية الأجنبية
				79,3	111,7	%57	191	لا رى أي اختلاف
				//////////		%100	335	المجموع

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول البديل " عبر الفضائيات الإخبارية العربية " وقد بلغ عددهم (86) فردا بنسبة مئوية بلغت 25.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عبر الفضائيات الإخبارية الأجنبية " والبالغ عددهم (58) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا أرى أي اختلاف " والبالغ عددهم (191) بنسبة مئوية قدرت بـ 57%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 88,054^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (لا أرى أي اختلاف) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال الثاني عشر أن أغلبهم يرون أنه لا يوجد اختلاف من حيث الثقة في المضامين السياسية المقدمة عبر الفضائيات الإخبارية العربية أو عبر الفضائيات الإخبارية الأجنبية، وهذا لأنه وعلى الرغم من الأسلوب المتطور للفضائيات الإخبارية الأجنبية، إلا أن الفضائيات العربية الإخبارية وعلى رأسها " الجزيرة " تعتمد على نفس الأساليب وتراعي الشروط الموضوعية لصديقة الخبر، مثل الدقة في نقل الخبر، وتوثيق المعلومة، ونوعية المصادر التي يتم الاستعانة بها.

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول أسباب الثقة في الفضائيات الإخبارية العربية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	29,169 ^a	2	34,0	77,0	48.05	161	لأنها تراعي التوجهات والالتزامات السياسية السائدة عربياً
				-33,0	77,0	21.9	71	لأنها تقدم الخبر بمهنية وحرافية تضاهي القنوات العالمية
				-1,0	77,0	30.74	103	عامل اللغة يمنعني من مشاهدة القنوات الإخبارية غير الناطقة بالعربية
				////////////////////		%100	335	المجموع

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل " لأنها تراعي التوجهات والالتزامات السياسية السائدة عربياً" وقد بلغ عددهم (161) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48.05%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لأنها تقدم الخبر بمهنية وحرافية تضاهي القنوات العالمية والبالغ عددهم (71) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.19%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " عامل اللغة يمنعني من مشاهدة القنوات الإخبارية غير الناطقة بالعربية " والبالغ عددهم (103) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.74%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 29,169^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى (لأنها تراعي التوجهات والالتزامات السياسية السائدة عربياً) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة ، أن أغلبية الذين اختاروا الفضاءات الإخبارية العربية أرجعوا اختياراتهم لأنها تراعي التوجهات والانتماءات السياسية السائدة عربيا. وهذا يعني أن هذه الفئة لا تهتم بالمعلومات ومصداقيتها، وإنما تهتم بمدى اتساقها مع البيئة السياسية بشكل عام، وتميل إلى تدعيم اتجاهاتها أكثر من تعديلها أو تغييرها.

ومن جهة أخرى فإن الفضاءات العربية تركز معظم التوجهات السائدة عربيا، وما أثبتته بعض الدراسات مثل دراسة شراب (2014) حول السياسة القطرية أن خطاب "الجزيرة" يماثل غالبية الجماهير العربية، وهذا لا يؤثر إلى خطاب غني من حيث المضمون، وإنما يؤثر إلى استراتيجية بلاغية واسعة الاستخدام، تتيح لقناة الجزيرة أن تخفف في نهاية المطاف من جذرية المشاهدين، وتؤطرها في أيديولوجية سياسية ملائمة لمصالح قطر. ونفس الأمر يستخدم في غالبية الفضاءات الإخبارية فالانطلاق من قضايا سياسية يحصل فيها اتفاق مع نظرة المشاهد ، هو مبدأ أساسي لاستقطابه، ولكنه في المقابل، له خلفياته المتعلقة بأجندته السياسية وخدمة مصالح الجهات المالكة.

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب أسباب ثقتهم في الفضاءات الإخبارية الغربية

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	46,182 ^b	2	-40	66	13.37	46	تناول القضايا العربية بموضوعية وحياد أكثر
				2	66	28.65	96	بسبب وضوح مصدر التغطية - الإخبارية فيها
				38	66	57.61	104	لأنها تطرح المضامين الإخبارية بجرية
				////////////////////		100	335	المجموع

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " تناول القضايا العربية بموضوعية وحياد أكثر" وقد بلغ عددهم (46) فردا بنسبة مئوية بلغت %13.73 ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا

السؤال بالبديل " بسبب وضوح مصادر التغطية الإخبارية فيها والبالغ عددهم (96) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.65% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لأنها تطرح المضامين الإخبارية بجرية " و عددهم (193) بنسبة مئوية قدرت بـ 57.61% ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 46,182^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (لأنها تطرح المضامين الإخبارية بجرية) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن أغلبيتهم الذين اختاروا الفضائيات الإخبارية الأجنبية نظراً لأنها تطرح المضامين الإخبارية بجرية، بحيث تشكل الحرية تعبيراً عن مختلف التيارات السياسية و عاملاً في تفسير القيود المفروضة على بعض المواضيع الممنوعة في البلدان العربية، وهو ما يجعل من الحرية معياراً أساسياً لتحديد مصداقية قناة معينة أو مضمون إعلامي معين.

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة " تقدم الفضائيات الإخبارية معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جداً	36	10,7	67,0	-31,0	4	321,224 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	195	58,2	67,0	128,0				
محايد	55	16,4	67,0	-12,0				
معارض	39	11,6	67,0	-28,0				
معارض جداً	10	3,0	67,0	-57,0				
الإجمالي	335	100	////					

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرة: -تقدم الفضائيات الإخبارية معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر. حيث انقسمت استجاباتهم إلى خمس (5) مجموعات ، حيث

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل " موافق جدا" وقد بلغ عددهم (36) فردا بنسبة مئوية بلغت 10.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (195) بنسبة مئوية قدرت بـ 58.2%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (55) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.4%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 321,224a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية الباحثين يؤكدون على أن الفضائيات الاخبارية تقدم معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر. وهذا يرجع إلى التنافس الكبير بين الفضائيات لأجل الحصول على المعلومة ، بحيث توفر الأساليب التكنولوجية اللازمة التي تتيح لها نقل الخبر بجودة عالية، لتحقيق من جهة السابق و مصدرية الخبر ، ومن جهة أخرى استقطاب المشاهدين، وهنا تجدر الإشارة إلى أن هذا الأسلوب الذي يعتمد على قدرة الفضائيات الإخبارية على الاحترافية العالية لنقل الخبر قد ابتكرته قناة CNN الأمريكية ، وهو الأسلوب الراجح في جميع القنوات الإخبارية، و الذي يميزه التغطية المباشرة من مكان الحدث و أسلوب الأخبار العاجلة كذلك، ولكن قناة BBC البريطانية قد ابتكرت خطا خاصا بها منذ سنة 2017 ، حيث خضعت هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" إلى "عملية إعادة ترتيب الأولويات الرئيسية" والتي تركز على إنشاء ما تسميه صحافة "الأخبار البطيئة" أو "Slow News" وهو ما يعني الابتعاد التدريجي عن متابعة "الأخبار العاجلة" أو "Breaking News" والتوجه نحو نشر قصص أكثر عمقا، ربما يكون عددها أقل لكنها أكثر تفصيلاً وشمولاً، فضلا عن المزيد من المواضيع المرئية القصيرة.(منتدى المحررين المصريين.2017)

الجدول رقم (21) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تنوع الفضائيات الاخبارية في مصادر المواد الإعلامية بين شهود، تصريحات لمسؤولين، إعلام المواطن "

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال عند مستوى 0.01	,000	303,403 ^a	4	7,0	67,0	22,1	74	موافق جدا
				117,0	67,0	54,9	184	موافق
				-11,0	67,0	16,7	56	محايد
				-50,0	67,0	5,1	17	معارض
				-63,0	67,0	1,2	4	معارض جدا
				////////	////////	100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للعبارة " تنوع الفضائيات الاخبارية في مصادر المواد الإعلامية بين شهود، تصريحات لمسؤولين، إعلام المواطن"، فإن إجابات عينة الدراسة انقسمت إلى خمس مجموعات، حيث تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على (تنوع الفضائيات الاخبارية في مصادر المواد الإعلامية بين شهود، تصريحات لمسؤولين، إعلام المواطن). بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (74) فردا بنسبة مئوية بلغت 22.1%. أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (184) بنسبة مئوية قدرت بـ 54.9%. أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت بـ 16,7%. أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.1%. أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.2%. وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 303,403^a

وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على تنوع مصادر المواد الإعلامية بين شهود، تصريحات لمسؤولين، إعلام المواطن في الفضائيات الاخبارية، وهذا التنوع مقصود من طرف الفضائيات الاخبارية

، فهي من جهة تبعد الرتبة عن المشاهد غير تنوع القوالب التي تقدم بها المعلومة أو الخبر، كما أنها وتحت ضغط المنافسة و التسابق لأجل السبق ، فإنها تركز على كل ما يمكن أن يظهر على أنه خدمة إخبارية متميزة لدى المشاهد، حيث درج أثناء ثورات الربيع العربي استخدام إعلام المواطن، عندما تعذر وصول الصحفيين إلى بؤر التوتر، والتي حققت الفضائيات الإخبارية من خلالها مصدريّة الخبر في كثير من الأحيان.

الجدول رقم(22) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تستعين الفضائيات الاخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	92	27,5	67,0	25,0	4	197,224 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	153	45,7	67,0	86,0				
محايد	49	14,6	67,0	-18,0				
معارض	37	11,0	67,0	-30,0				
معارض جدا	4	1,2	67,0	-63,0				
الاجمالي	335	100	//////	//////				

أما بالنسبة للعبارة " تستعين الفضائيات الاخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم " ، فإن إجابات عينة الدراسة انقسمت إلى خمس مجموعات ،حيث تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم عن العبارة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (92) فردا بنسبة مئوية بلغت 27.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (153) بنسبة مئوية قدرت بـ 45.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (49) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.6%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (37) بنسبة مئوية قدرت بـ 11%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 197,224^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة

هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على استعانة الفضائيات الإخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم، وهو ما يجعل الخبر على الفضائيات الإخبارية أكثر تدعياً، حيث أن هؤلاء المحللين عادة ما يعطون أبعاد أعمق بالنسبة للخبر. بما يخلق مجالاً أوسع بالنسبة للمشاهد للتفكير في الحدث ونطاق تأثيراته.

الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تحقق الفضائيات الإخبارية السابق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جداً	42	12,5	67,0	-25,0	4	98,448 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	124	37,0	67,0	57,0				
محايد	56	16,7	67,0	-11,0				
معارض	91	27,2	67,0	24,0				
معارض جداً	22	6,6	67,0	-45,0				
الإجمالي	335	100%	//////					

أما بالنسبة للعبارة "تحقق الفضائيات الإخبارية السابق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام"، فإن إجابات عينة الدراسة انقسمت إلى خمس مجموعات، وتمثلت المجموعة الأولى من إستجابات أفراد العينة على نحو العبارة، بالبدليل "موافق جداً" قد بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية بلغت 12.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبدليل "موافق" والبالغ عددهم (124) بنسبة مئوية قدرت بـ 37%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبدليل "محايد" والبالغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت بـ 16,7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبدليل "معارض" والبالغ عددهم (91) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.2%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبدليل "معارض جداً" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 98,448^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه

يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن الفضائيات الإخبارية تحقق السبق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام، وهذا ما يجعل الفضائيات الإخبارية، تتسابق في نقل الخبر، بعد أن أدركت أهمية السرعة في نقل الخبر، حتى تكون قادرة على المنافسة، لذلك فمعظم الفضائيات الإخبارية حول العالم توفر شبكات واسعة للمرسلين في أبرز مناطق العالم وحتى في أماكن وقع الحدث، وتتحمل في سبيل ذلك تكاليفهم الباهضة. (العياري.2006.ص24)، و أصبح هذا المعيار الذي تصنف وفقه الفضائيات الإخبارية الناجحة عند استعراضها لمدى مهنيتها قوتها على صعيد الإعلام الإخباري.

الجدول رقم (24) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة والفاعلة سياسياً على الفضائيات الإخبارية"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال عند مستوى 0.01	,000	156,657 ^a	4	33,0	67,0	29,9	100	موافق جدا
				66,0	67,0	39,7	133	موافق
				-21,0	67,0	13,7	46	محايد
				-11,0	67,0	16,7	56	معارض
				////////		100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للعبارة " هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة والفاعلة سياسياً على الفضائيات الإخبارية"، فإن إجابات عينة الدراسة انقسمت إلى خمس مجموعات، حيث تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (100) فرداً بنسبة مئوية بلغت 29.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (133) بنسبة مئوية قدرت 39.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (46) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.7%، أما

المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ 0%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 156,657^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة و الفاعلة سياسياً على الفضائيات الإخبارية، وبالتالي فإن رؤية الباحثين حول وجود تحيز في التغطية الإخبارية لصالح الدول القوية سياسياً ، يطابق النظرة الأكاديمية للنظرية الامبريالية -التي تناولنا جوانبها في الفصل الثاني-، التي تحدث عنها "شيلر" و غالتونغ و راج"، التي ترى أن وسائل الإعلام الإخبارية الغربية تركز تغطيتها على أخبار الدول الصغرى، وتتجاهل الدول الضعيفة إلا إذا كان الأمر يتعلق بالأخبار السلبية.

أما بالنسبة إلى للفضائيات العربية الإخبارية، فإن هذا التفاوت يبرز بشدة عندما تستخدم هذه القنوات في نقد بعض الأنظمة، و السكوت عن أنظمة أخرى، ولاتوازن الحضور ما بين مختلف الأقطار العربية، بمعنى تركيزها على جهات معينة من أقطار معينة ، وإهمال أخرى. (المسناوي.2004.ص176)

الجدول رقم (25) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " : اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	34	10,1	67,0	-33,0	4	131,463 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	122	36,4	67,0	55,0				
محايد	82	24,5	67,0	15,0				
معارض	92	27,5	67,0	25,0				
معارض جدا	5	1,5	67,0	-62,0				
الاجمالي	335	100		//////////				

أما بالنسبة "اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (34) فردا بنسبة مئوية بلغت 10.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (122) بنسبة مئوية قدرت 36.4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (82) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (92) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ^a131,463 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث، وهو ماذهبت إليه حياة الحويك (2013)، التي رأت في أن هناك انحيازاً واضحاً عند نقل الأخبار في "الحرب على العراق" سنة 2003، حيث عكست المصطلحات المستعملة موقفاً معيناً من الحرب، "الحرب على العراق" على "الجزيرة"، "العدوان على العراق" على "المنار" و "التلفزيون السوري"، "على خط النار" على العربية، و"في رياح الحرب" على "أبوظبي".

عكست التغطية الإخبارية للفضائيات العربية توجهات و انحيازات مختلفة تجاه الأحداث في فلسطين، والتي انعكست على المفردات المستخدمة و الإطار الدلالي الذي سيقته هذه المفردات، فنلاحظ أن "الجزيرة" تستخدم المفردات التالية: عمليات استشهادية، الحرب على غزة، مقاومة، مقاومون، شهداء. في حين أن قناة العربية المحسوبة على حركة فتح و السلطة الفلسطينية فنلاحظ استخدامها للمفردات التالية: قتلى، الحرب في غزة، عمليات انتحارية...إلخ.

الجدول رقم (26) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تنتهك الفضائيات الاخبارية بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على السبق "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	81	24,2	67	14,0	4	110,687 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	132	39,4	67	65,0				
محايد	64	19,1	67	-3,0				
معارض	36	10,7	67	-31,0				
معارض جدا	22	6,6	67	-45,0				
الاجمالي	335	100	//////					

أما بالنسبة " تنتهك الفضائيات الاخبارية بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على السبق "، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (81) فردا بنسبة مئوية بلغت 24.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (132) بنسبة مئوية قدرت 39.4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (64) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 110,687^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الفضائيات الاخبارية تنتهك بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على السبق، وهذا راجع أن السرعة في الحصول على الأخبار خاصة في أوقات الأزمات، يجعل من الصعب التمييز بين المصادر الحقيقية، وغير الحقيقية، وإن كانت تغيب بعض الحقائق عن المشاهد في حينها، إلا أن هذا الأمر يبدو واضحا جدا عند عرض نفس الحدث على فضائيات مختلفة، خاصة عما يظهر تضارب في عرض الأرقام، وأو أعداد الضحايا، أو حتى الفاعلين الأساسيين في الحدث.

الجدول رقم (27) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة تركز الفضائيات الإخبارية على القضايا السياسية المهمة لأجندة ملاكها والمعلنين الاقتصاديين"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	91	27,2	67	24,0	4	132,836 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	130	38,8	67	63,0				
محايد	72	21,5	67	5,0				
معارض	28	8,4	67	-39,0				
معارض جدا	14	4,2	67	-53,0				
الاجمالي	335	%100		///////				

أما بالنسبة للعبارة "تركز الفضائيات الإخبارية على القضايا السياسية المهمة لأجندة ملاكها والمعلنين الاقتصاديين"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (91) فردا بنسبة مئوية بلغت 27.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (130) بنسبة مئوية قدرت 38.8%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (72) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.4%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 4.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 132,836^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تركز على القضايا السياسية المهمة لأجندة ملاكها والمعلنين الاقتصاديين. وهذا يعني أن المبحوثين يدركون جيدا الارتباط الوثيق بين البنية الاقتصادية ووسائل الإعلام، وهو الذي ينعكس على تقييمهم لكل مؤسسة بناء على مكونات هذه البنية.

الجدول رقم (28) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " هنالك انحياز في اختيار الضيوف و الفاعلين السياسيين في التغطية الإخبارية "

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال عند مستوى 0.01	,000	92,478 ^a	4	23,0	67,0	26,9	90	موافق جدا
				40,0	67,0	31,9	107	موافق
				17,0	67,0	25,1	84	محايد
				-23,0	67,0	13,1	44	معارض
				-57,0	67,0	3,0	10	معارض جدا
				////	///	100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للعبارة "هنالك انحياز في اختيار الضيوف و الفاعلين السياسيين في التغطية الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (90) فردا بنسبة مئوية بلغت 26.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (107) بنسبة مئوية قدرت 31.9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (84) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (44) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 92,478^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكيد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن هنالك انحياز في اختيار الضيوف والفاعلين السياسيين في التغطية الإخبارية، وهذا الانحياز يرتبط بقواعد لعبة القوة المعهودة بين السياسيين و الإعلاميين، حيث أن السياسيين الذين يملكون السلطة و النفوذ، هم أكثر ترجيحاً للحصول على النفاذ إلى وسائل الإعلام، وأولئك الذين يتمتعون باحترام أكبر من قبل وسائل الإعلام من المرجح معاملتهم باحترام أكبر من قبل وسائل الإعلام، أما المنافسون

السياسيون الأقل نفوذا وحظا، فمن المحتمل أنهم سوف يلتفتون انتباه العامة من خلال أخبار الفوضى و الاضطرابات. (السرور و الأوسى.2012.ص79)

الجدول رقم (29) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "يتمتع إخراج البرامج في الفضائيات الاخبارية بالجودة الفنية والديكور بالتجديد والحيوية"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال عند مستوى 0.01	.000	153,612 ^a	4	-9,0	67,0	17,3	58	موافق جدا
				85,0	67,0	45,4	152	موافق
				-3,0	67,0	19,1	64	محايد
				-24,0	67,0	12,8	43	معارض
				-49,0	67,0	5,4	18	معارض جدا
				//////		100	335	الاجبالي

أما بالنسبة للعبارة "يتمتع إخراج البرامج في الفضائيات الاخبارية بالجودة الفنية والديكور بالتجديد و الحيوية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (58) فردا بنسبة مئوية بلغت 17.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (152) بنسبة مئوية قدرت 45.4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (64) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (43) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.8%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 153,612^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن إخراج البرامج في الفضائيات الإخبارية يتمتع بالجودة الفنية والديكور بالتجديد والحيوية. وهذا ما يدل على مستوى رضا المبحوثين عن الطريقة التي يتم بها إخراج البرامج على الفضائيات الإخبارية، بحيث أن أسلوب التقديم الجيد ينعكس إيجاباً على إقبال الجمهور على مختلف البرامج الإخبارية. الجدول رقم (30) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "اعتماد الفضائيات الإخبارية على الرسوم التوضيحية والخرائط والمواد الأرشيفية يزيد درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	124	37,0	67,0	57,0	4	221,552 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	140	41,8	67,0	73,0				
محايد	43	12,8	67,0	-24,0				
معارض	8	2,4	67,0	-59,0				
معارض جدا	20	6,0	67,0	-47,0				
الاجمالي	335	100		//////				

أما بالنسبة للعبارة "اعتماد الفضائيات الإخبارية على الرسوم التوضيحية و الخرائط والمواد الأرشيفية يزيد درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (124) فردا بنسبة مئوية بلغت 37%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (140) بنسبة مئوية قدرت 41.8%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (43) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.4%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 221,552^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تعتمد على الرسوم التوضيحية والخرائط والمواد الأرشيفية لزيادة درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية، وهذه أحد الآليات التي تعتمدها الفضائيات الإخبارية لتزيد من سعة مدركات الجمهور حول المضامين الإخبارية و السياسية المقدمة، كما أنه يضيف مصداقية ودقة على الخبر المقدم، فبالنظر إلى المستوى الثقافي المرتفع عادة لجمهور الفضائيات الإخبارية، فإن أحد متطلباته الأساسية هو زيادة أساليب التوضيح مع تقديم أرقام و إحصائيات تمكنه من الفهم الصحيح للحقائق، كما أنه يضيف جاذبية على المضمون المقدم.

الجدول رقم (31) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " لا يراعي الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال عند مستوى 0.01	,000	169,552 ^a	4	-37,0	67,0	9,0	30	موافق جدا
				55,0	67,0	36,4	122	موافق
				54,0	67,0	36,1	121	محايد
				-9,0	67,0	17,3	58	معارض
				-63,0	67,0	1,2	4	معارض جدا
				////////////////////		100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للعبارة "لا يراعي الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (30) فردا بنسبة مئوية بلغت 9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (122) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (121) بنسبة مئوية قدرت بـ 36.1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (58) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.3%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 169,552^a وهي قيمة دالة

إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعتين الثانية والثالثة (موافق/محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية لا يراعون التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة، ذلك أن ما يميز الفضائيات الإخبارية العربية هي خصوصية "العشوائية" بمعنى أن الإعلامي يرتجل و يبادر و هذا بسبب افتقار الفضائيات في حد ذاتها إلى المؤسسة ، حيث يمكن للمذيع أن يتصرف وفق خلفيته كما يشاء دون أن يجد من يصحح له مسلكيته المهنية، و هو ما يعتبره البعض أمراً إيجابياً فيما إذا ضبط بحدود معقولة وفق منظومة القيم و المبادئ المجتمعية المحكومة بالصدق و الدقة والموضوعية، بغرض تكوين رأي عام موضوعي و فاعل يسهم في عملية التنمية و يقلل من حجم الفجوة المعرفية. (الزياني.2004)

الجدول رقم (32) يوضح توزيع استجابات أفراد عينة الدراسة "يتمتع الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية بخلفية جيدة حول المواضيع السياسية التي يطرحونها"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	44	13,1	67,0	-23,0	4	129,46 3 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	142	42,4	67,0	75,0				
محايد	69	20,6	67,0	2,0				
معارض	63	18,8	67,0	-4,0				
معارض جدا	17	5,1	67,0	-50,0				
الاجالي	335	100		////////				

أما بالنسبة للعبارة "يتمتع الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية بخلفية جيدة حول المواضيع السياسية التي يطرحونها"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (44) فردا بنسبة مئوية بلغت 13.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (142) بنسبة مئوية قدرت 42.6%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (69) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.6%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (63) بنسبة مئوية

قدرت بـ 18.8%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 129,463^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية يتمتعون بخلفية جيدة حول المواضيع السياسية التي يطرحونها، وهذا راجع أساساً إلى أن البرامج في الفضائيات الإخبارية يتولى إعدادها فريق عمل متكامل، كما أن الفضائيات الإخبارية كمؤسسات تسعى لتطوير موظفيها، ليس فقط على الصعيد المهني وإنما حتى على الصعيد الثقافي، ففي " الجزيرة " على سبيل المثال يخضع العاملون إلى دورات تدريبية فور التعاقد وقبل العمل مباشرة، ولا تتوقف هذه الدورات على الدورات المؤهلة للعمل في القناة، وإنما تلحقها بدورات تثقيفية وورش عمل متواصلة، لاسيما في المجالات الحيوية التي تمس العمل الإعلامي، مثل حقوق الإنسان، والتعليم، والتنمية والتخطيط.

(بغداد، 2011، ص131)

الجدول رقم (33) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " الإعلاميون يجيدون التفاعل مع الضيوف والجمهور ولكن لا يديرون الوقت بشكل جيد "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	28	8,4	67,0	-39,0	4	136,179 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
موافق	131	39,1	67,0	64,0				
محايد	86	25,7	67,0	19,0				
معارض	78	23,3	67,0	11,0				
معارض جدا	12	3,6	67,0	-55,0				
الاجمالي	335	100		////////				

أما بالنسبة للعبارة "الإعلاميون يجيدون التفاعل مع الضيوف والجمهور ولكن لا يديرون الوقت بشكل جيد"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 31,1%، أما المجموعة

الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (131) بنسبة مئوية قدرت بـ 39.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (86) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض" والبالغ عددهم (78) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 136,179^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن الإعلاميين يجيدون التفاعل مع الضيوف و الجمهور ولكن لا يديرون الوقت بشكل جيد، ويتجسد ذلك عبر المقاطعات المتكررة للضيوف و إنهاء الحلقات قبل اكتمال النقاشات، أو الانحياز الواضح لضيوف على حساب آخرين.

الجدول رقم (34) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " يلجأ بعض الإعلاميين إلى الأداء الاستفزازي لأجل تحقيق شعبية أكثر لبرامجهم"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	109	32,5	67,0	42,0	4	216,090 ^a	,000	دال عند مستوى الدلالة 0,01
موافق	151	45,1	67,0	84,0				
محايد	39	11,6	67,0	-28,0				
معارض	24	7,2	67,0	-43,0				
معارض جدا	12	3,6	67,0	-55,0				
الاجمالي	335	100	//////////	//////////				

أما بالنسبة " يلجأ بعض الإعلاميين إلى الأداء الاستفزازي لأجل تحقيق شعبية أكثر لبرامجهم" ، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا" وقد بلغ عددهم (109) فردا بنسبة مئوية بلغت 32.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (151) بنسبة مئوية قدرت بـ 45.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.6%، أما المجموعة الرابعة

فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 7.2%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 216,090^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على لجوء بعض الإعلاميين إلى الأداء الاستفزازي لأجل تحقيق شعبية أكثر لبرامجهم، وإن كان هذا الاتجاه بارزاً في البرامج الحوارية، إلا أنه اتجه بارزاً في الإعلام الإخباري لإخراجه من الطابع الرصين والجاد، والذي ميزه لفترات طويلة، و الانتقال به إلى أسلوب الإثارة الذي يثير في المشاهد التشويق والفضول لإكمال البرنامج إلى نهايته.

المحور الثالث: الفضائيات الإخبارية و التمثلات حول القضايا السياسية

الجدول رقم (35) يوضح توزيع إجابات الباحثين حول أهم المضامين السياسية التي يتابعونها عبر الفضائيات الإخبارية

العبارات	بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
القضايا السياسية الجزائرية	دائماً	146	43,6	111,7	34,3	2	45,212 ^a	,000	دال عند مستوى الدلالة 0,01
	أحياناً	135	40,3	111,7	23,3				
	نادراً	54	16,1	111,7	-57,7				
الصراع العربي الاسرائيلي / القضية الفلسطينية	دائماً	140	41,8	111,7	28,3	2	99,803 ^b	,000	دال عند مستوى الدلالة 0,01
	أحياناً	168	50,1	111,7	56,3				
	نادراً	27	8,1	111,7	-84,7				
الملف النووي الإيراني	دائماً	10	3,0	111,7	-101,7	2	272,854 ^b	,000	دال عند مستوى الدلالة 0,01
	أحياناً	76	22,7	111,7	-35,7				
	نادراً	249	74,3	111,7	137,3				

دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	43,421 ^b	2	-41,7	111,7	20,9	70	دائماً	السياسة الأمريكية
				-12,7	111,7	29,6	99	أحياناً	
				54,3	111,7	49,6	166	نادراً	
دال عند 0,05	,025	59,218 ^b	2	-65,7	111,7	13,7	46	دائماً	السياسة التركية
				24,3	111,7	40,6	136	أحياناً	
				41,3	111,7	45,7	153	مطلقاً	
دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	22,949 ^b	2	-20,7	111,7	27,2	91	دائماً	الربيع العربي وتداعياته
				41,3	111,7	45,7	153	أحياناً	
				-20,7	111,7	27,2	91	نادراً	
دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	49,725 ^b	2	34,3	111,7	43,6	146	دائماً	الحرب في سوريا
				26,3	111,7	41,2	138	أحياناً	
				-60,7	111,7	15,2	51	نادراً	
دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	141,534 ^b	2	-83,7	111,7	8,4	28	دائماً	السياسة الروسية
				-9,7	111,7	30,4	102	أحياناً	
				93,3	111,7	61,2	205	نادراً	
دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	100,197 ^b	2	-85,7	111,7	7,8	26	دائماً	الأوضاع في العراق
				52,3	111,7	49,0	164	أحياناً	
				33,3	111,7	43,3	145	نادراً	
دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	50,191 ^b	2	-21,7	111,7	26,9	90	دائماً	قضايا الإرهاب
				60,3	111,7	51,3	172	أحياناً	
				-38,7	111,7	21,8	73	نادراً	
دال عند مستوى الدلالة 0,01	,000	50,798 ^c	2	-61,7	111,7	14,9	50	دائماً	الصحراء الغربية
				23,3	111,7	40,3	135	أحياناً	
				38,3	111,7	44,8	150	نادراً	
////////////////////				////////////////////				100,	الاجمالي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (335) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول متابعتهم "القضايا السياسية الجزائرية" ' بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (146) فرداً بنسبة مئوية بلغت 43.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا العبارة بالبديل "أحياناً" فبلغ عددهم (135) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.3%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا العبارة بالبديل "نادراً" والذين بلغ عددهم (54) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 45,212³ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى "دائماً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أنهم دائماً يتابعون القضايا السياسية الجزائرية عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول متابعتهم "الصراع العربي الإسرائيلي و القضية الفلسطينية"، فقد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، فبالنسبة للمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البدل "دائماً" حيث قدر عددهم (140) فرداً بنسبة مئوية بلغت 41.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "أحياناً" فبلغ عددهم (168) بنسبة مئوية قدرت بـ 50.1%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "نادراً" والذين بلغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 99,803^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية "أحياناً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم أحياناً ما يتابعون الصراع العربي الإسرائيلي والقضية الفلسطينية عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول متابعتهم " الملف النووي الايراني "، فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" ، قدر عددهم (10) فردا بنسبة مئوية بلغت 3% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالبديل "أحيانا" فبلغ عددهم (76) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.7%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذه العبارة بالبديل " نادرا " والذين بلغ عددهم (249) بنسبة مئوية قدرت بـ 74.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ $272,854^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم نادرا ما يتابعون الملف النووي الايراني عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول موضوع " السياسة الأمريكية " فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" قدر عددهم (70) فردا بنسبة مئوية بلغت 20.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالبديل "أحيانا" فبلغ عددهم (99) بنسبة مئوية قدرت بـ 29.6%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذه العبارة بالبديل " نادرا " والذين بلغ عددهم (166) بنسبة مئوية قدرت بـ 49.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ $43,421^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم نادرا ما يتابعون السياسة الامريكية عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول موضوع" السياسة التركية " فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" قدر عددهم (46) فردا بنسبة مئوية بلغت 13.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالبديل "أحيانا" فبلغ عددهم (136) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.6%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "نادرا" والذين بلغ عددهم (153) بنسبة

مئوية قدرت بـ 45.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 59,218^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم نادرا ما يتابعون السياسة التركية عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول " الربيع العربي و تداعياته " فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" قدر عددهم (91) فردا بنسبة مئوية بلغت 27.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالبديل "أحيانا" فبلغ عددهم (153) بنسبة مئوية قدرت بـ 45.7%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل " نادرا " والذين بلغ عددهم (91) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 22,949^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية "أحيانا"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم أحيانا ما يتابعون الربيع العربي و تداعياته عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول موضوع " الحرب في سوريا " فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" قدر عددهم (146) فردا بنسبة مئوية بلغت 43.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذه العبارة بالبديل "أحيانا" فبلغ عددهم (138) بنسبة مئوية قدرت بـ 41.2%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل " نادرا " والذين بلغ عددهم (51) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 49,725^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة

الأولى "دائماً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم دائماً يتابعون "الحرب في سوريا" عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول متابعتهم "السياسة الروسية"، فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً"، قدر عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 8.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "أحياناً" فبلغ عددهم (102) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.4%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "نادراً" والذين بلغ عددهم (205) بنسبة مئوية قدرت بـ 61.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 141,534^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادراً)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يرون بأنه نادراً ما يتابعون السياسة الروسية عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول موضوع "الأوضاع في العراق" فبالنسبة للمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" حيث قدر عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 7.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "أحياناً" فبلغ عددهم (164) بنسبة مئوية قدرت بـ 49%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "نادراً" والذين بلغ عددهم (145) بنسبة مئوية قدرت بـ 43.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 100,197^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية "أحياناً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يرون بأنه أحياناً ما يتابعون الأوضاع في العراق عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول موضوع " قضايا الإرهاب (تنظيم القاعدة، داعش..إلخ)" فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" قدر عددهم (90) فرداً بنسبة مئوية بلغت 26.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "أحياناً" فبلغ عددهم (172) بنسبة مئوية قدرت بـ 51.3%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذه العبارة بالبديل " نادراً " والذين بلغ عددهم (73) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 50,191^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية "أحياناً"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم أحياناً ما يتابعون قضايا الإرهاب (تنظيم القاعدة، داعش..إلخ) عبر الفضائيات الإخبارية.

أما بالنسبة لاستجابات أفراد العينة حول موضوع " الصحراء الغربية " فالمجموعة الأولى والتي تمحورت إجاباتها على البديل "دائماً" حيث قدر عددهم (50) فرداً بنسبة مئوية بلغت 14.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذه العبارة بالبديل "أحياناً" فبلغ عددهم (135) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.3%، في حين نلاحظ أن المجموعة الثالثة تمثل الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذه العبارة بالبديل " نادراً " والذين بلغ عددهم (150) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 50,798 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادراً)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم نادراً ما يتابعون قضية الصحراء الغربية عبر الفضائيات الإخبارية.

مايمكن استنتاجه من بيانات الجدول أن اهتمام المبحوثين بمتابعة القضايا السياسية يرتبط بعدة اعتبارات تتعلق بأبعاد جغرافية أو إقليمية و أبعاد ثقافية و تاريخية ، وأبعاد أزماتية . وتتجلى الأبعاد الجغرافية في التركيز على متابعة القضايا السياسية الجزائرية عبر الفضائيات الإخبارية بشكل دائم، وبالنسبة للقضايا العربية فإن متابعتها ينطلق من أبعادها

الثقافية و التاريخية، على غرار الصراع العربي الإسرائيلي، الربيع العربي، الأوضاع في العراق وكذا قضايا الإرهاب ، إلا أن متابعتهم للقضايا العربية تتميز بالتذبذب ، نظرا لأبعادها الأزماتية حيث تتراوح الأوضاع في هذه البلدان بين الاستقرار النسبي و التوتر.

أما بالنسبة للقضايا التي تقل فيها الأبعاد مجتمعة فنلاحظ أن عينة الدراسة نادرا ماتشاهدها وتتابعها ، رغم تداعياتها المهمة على الصعيد العالمي، ويتعلق الأمر بكل من الملف النووي الإيراني، السياسة الأمريكية، السياسة التركية، السياسة الروسية ، وحتى قضية الصحراء الغربية رغم قربها الجغرافي و الثقافي.

الجدول رقم (36) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حول الدور السياسي للفضائيات الإخبارية:

الرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة
2	40	134	1-تغيير المعتقدات السياسية لتتفق والتوجهات السياسية العالمية.
1	41,8	140	2-تجديد الأفكار السياسية لتتفق وضرورات الإصلاحات السياسية.
3	24,2	81	3-تدعم المعتقدات والأفكار السياسية التقليدية.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة ، نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال المتعلق بأدوار الفضائيات الإخبارية على الصعيد السياسي، جاء في المرتبة الأولى البديل "تجديد الأفكار السياسية " لتتفق وضرورات الإصلاحات السياسية. بـ 140 تكرار ونسبة مئوية قدرت بـ 41.1%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل "تغيير المعتقدات السياسية لتتفق والتوجهات السياسية العالمية". بمجموع تكرار بلغ 134 ونسبة مئوية قدرت بـ (40%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل "تدعم المعتقدات والأفكار السياسية التقليدية" بمجموع تكرار بلغ (81) ونسبة مئوية قدرت بـ 24,2%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أنهم يرون أن الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية لها دور في تجديد الأفكار السياسية لتتفق وضرورات الإصلاحات السياسية بالدرجة الأولى ، ثم يليها تغيير المعتقدات السياسية لتتفق والتوجهات السياسية العالمية بالدرجة الثانية وفي المرتبة الأخيرة تدعم المعتقدات والأفكار السياسية التقليدية. وبالتالي فإن الفضائيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تحمل أفكار مستجدة إلى المنطقة العربية، و التي تعتبر قاعدة أساسية لأي إصلاحات سياسية ، فهذه الفضائيات تستغل المبادئ الليبرالية و الديمقراطية لأجل

ضمان عملها (حرية الرأي و التعبير، التدفق الحر للأبناء ... وغيرها)، وهو عامل بارز في ربط الإصلاح السياسي بالأفكار و المبادئ الديمقراطية، و التي تعد بعيدة عن الواقع العربي الذي يتميز بأنظمتها السلطوية المتحكمة.

الجدول رقم (37) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "للقضايا السياسية في الجزائر مساحة مهمة على الفضائيات الإخبارية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	64	19,1	67,0	-3,0	4	88,418 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	118	35,2	67,0	51,0				
محايد	59	17,6	67,0	-8,0				
معارض	82	24,5	67,0	15,0				
معارض جدا	12	3,6	67,0	-55,0				
الاجمالي	335	%100	///	///				

أما بالنسبة للعبارة "للقضايا السياسية في الجزائر مساحة مهمة على الفضائيات الإخبارية" ، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (64) فردا بنسبة مئوية بلغت 19.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (118) بنسبة مئوية قدرت 35.2%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (59) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.6%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (82) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 88,418a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأنه للقضايا السياسية في الجزائر مساحة مهمة على الفضائيات الإخبارية، وهذه النظرة ترجع إلى وجود برامج تركز على في الشأن المغربي نذكر منها "الحصاد المغربي" على قناة "الجزيرة" وبرنامج "النقاش" على قناة "France 24"، والتي تولي فيها اهتماما بارزا بالقضايا السياسية الجزائرية. الجدول رقم (38) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تشكك الفضائيات الإخبارية في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون السياسية في الجزائر"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01		106,119 ^a	4	-16,0	67,0	15,2	51	موافق جدا
				72,0	67,0	41,5	139	موافق
				-7,0	67,0	17,9	60	محايد
				-10,0	67,0	17,0	57	معارض
				-39,0	67,0	8,4	28	معارض جدا
				////		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للعبارة "تشكك الفضائيات الإخبارية في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون السياسية في الجزائر"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل "موافق جدا" وقد بلغ عددهم (51) فردا بنسبة مئوية بلغت 15.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (139) بنسبة مئوية قدرت 41.5%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (60) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.9%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "معارض" والبالغ عددهم (57) بنسبة مئوية قدرت بـ 17%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "معارض جدا" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 106,119a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تشكك في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون

السياسية في الجزائر، وهذا يبرز جليا من خلال التركيز على سلبيات الأداء الحكومي في الجزائر، وقضايا الفساد السياسي مثل قضية سوناطراك، وكذا التركيز على التصريحات الغريبة لبعض المسؤولين، وفي بعض الأحيان تعرض بأسلوب ساخر وتهكمي، يعكس وجهات نظر مختلفة عن ما تروج له وسائل الإعلام الوطنية.

الجدول رقم (39) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " لا تبرز الفضائيات الإخبارية أنشطة المجتمع المدني في الجزائر وتقلل من فاعلية الأحزاب سياسيا"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	28	8,4	67,0	-39,0	4	145,373 ^a	,000	دال
موافق	134	40,0	67,0	67,0				احصائيا عند 0.01
محايد	87	26,0	67,0	20,0				
معارض	76	22,7	67,0	9,0				
معارض جدا	10	3,0	67,0	-57,0				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للعبارة " لا تبرز الفضائيات الإخبارية أنشطة المجتمع المدني في الجزائر وتقلل من فاعلية الأحزاب سياسيا"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (28) فردا بنسبة مئوية بلغت 8.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (134) بنسبة مئوية قدرت 40%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (87) بنسبة مئوية قدرت بـ 26%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (76) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 145,373a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية لا تبرز أنشطة المجتمع المدني في الجزائر وتقلل من فاعلية الأحزاب سياسيا، ويرجع هذا الأمر إلى الركود الذي تعرفه الساحة السياسية في الجزائر، بسبب ضعف المعارضة و المنظمات المجتمع المدني التي تنضوي تحت لواء السلطة في أغلبها، فيما يبقى الفاعلون الحقيقيون في هذا المجال مهمشين حيث يعانون الإقصاء السياسي، بالإضافة إلى قلة نشاطاتهم بفعل الضغوط الممارسة عليهم.

الجدول رقم (40) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة "تركز الفضائيات الإخبارية على الخلافات العربية ما يزيد حدة التوترات الإقليمية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	65	19,4	67,0	-2,0	4	135,373 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	127	37,9	67,0	60,0				
محايد	99	29,6	67,0	32,0				
معارض	36	10,7	67,0	-31,0				
معارض جدا	8	2,4	67,0	-59,0				
الاجمالي	335	%100	////					

أما بالنسبة للعبارة "تركز الفضائيات الإخبارية على الخلافات العربية ما يزيد حدة التوترات الإقليمية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (65) فردا بنسبة مئوية بلغت 19.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (127) بنسبة مئوية قدرت 37.9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (99) بنسبة مئوية قدرت بـ 29.6%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 135,373a.

وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ

بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تركز على الخلافات العربية ما يزيد حدة التوترات الإقليمية، فالفضائيات الإخبارية تستغل مكائنها لتأجيج الاراعات في المنطقة العربية، وهو مارسته قناة "الجزيرة" أثناء ثورات الربيع العربي، وفي حصار "قطر"، وتعرضت للكثير من الانتقادات، واستقالة الكثير من إعلاميها.

الجدول رقم (41) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تشجع الفضائيات الإخبارية على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي "

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقَّع والمشاهد والمتوقَّع	ت المتوقَّع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01	,000	128,955 ^a	4	-39,0	67,0	8,4	28	موافق جدا
				69,0	67,0	40,6	136	موافق
				18,0	67,0	25,4	85	محايد
				-3,0	67,0	19,1	64	معارض
				-45,0	67,0	6,6	22	معارض جدا
				////		100%	335	الاجمالي

أما بالنسبة للعبارة " تشجع الفضائيات الإخبارية على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (28) فردا بنسبة مئوية بلغت 8.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (136) بنسبة مئوية قدرت 40,6%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (85) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.4%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (64) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 128,955a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تشجع على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي، والملاحظ أن أغلب هذه الدعوات تأتي من محللين سياسيين أو شخصيات معارضة، تستغل هذه الفضائيات كمنابر لإيصال أفكارها الإصلاحية، والتي تتركز في أغلبها إلى زيادة هامش الحريات السياسية للخروج من حالات الكبت التي تعيشها الدول العربية و إشراكها بصورة أوسع في عمليات صنع القرار، حيث يبرز إصلاح المنظومة الانتخابية كأحد المطالب الأساسية.

الجدول رقم (42) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة "تروج الفضائيات الإخبارية للثورات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	الترار
موافق جدا	60	17,9	67,0	-7,0	4	61,552 ^a	,000	دال
موافق	114	34,0	67,0	47,0				احصائيا
محايد	71	21,2	67,0	4,0				عند 0.01
معارض	66	19,7	67,0	-1,0				
معارض جدا	24	7,2	67,0	-43,0				
الاجمالي	335	%100	///					

أما بالنسبة للعبارة "تروج الفضائيات الإخبارية للثورات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (60) فردا بنسبة مئوية بلغت 17.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (114) بنسبة مئوية قدرت بـ 34%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (71) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.2%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض" والبالغ عددهم (66) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 7.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 61,552a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى

الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يبدون موافقتهم على أن الفضائيات الإخبارية تروج للثورات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة، ولقد وقفت ليلي الزبيدي، مدير مؤسسة "هاينريش بويل" الألمانية في بيروت، مؤكدة أن تغطية "الجزيرة" كانت "مهمة جداً" منذ بداية الثورات العربية. وقالت في حوارها لـ "دويتشه فيله": "كانت (قناة الجزيرة) داعمة للثورات منذ اللحظة الأولى، وبذلك لعبت دوراً مهماً، خاصة أن الإعلام الغربي كان بعيداً عن الأحداث. كان هناك تخوف من الإسلاميين، ولم يكن الغرب يرى الصورة جيداً، لم يكن يعرف من هم صناع هذه الثورة، وهو ما فعلته الجزيرة التي أعطت مساحة كبيرة للتعرف على حقيقة المحتجين مطالبهم". (موقع DW، 2018)

الجدول رقم (43) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية تظهر الديمقراطية على أنه الحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جداً	44	13,1	67,0	-23,0	4	124,866 ^a	,000	دال
موافق	123	36,7	67,0	56,0				احصائياً عند 0.01
محايد	101	30,1	67,0	34,0				
معارض	59	17,6	67,0	-8,0				
معارض جداً	8	2,4	67,0	-59,0				
الإجمالي	335	100%	///					

أما بالنسبة للفقرة "الفضائيات الإخبارية تظهر الديمقراطية على أنه الحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جداً " وقد بلغ عددهم (44) فرداً بنسبة مئوية بلغت 13,1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (123) بنسبة مئوية قدرت بـ 36,7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (101). بنسبة مئوية قدرت بـ 30,1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (59) بنسبة مئوية قدرت بـ 17,6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جداً " والبالغ عددهم

(8) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 124,866a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يبدون موافقتهم على أن الفضائيات الإخبارية تظهر الديمقراطية على أنه الحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات، حيث لعبت دوراً مهماً في عملية التغيير و استمرارية العمل السياسي الإصلاحي والتوعوي، الذي تناط به مسؤوليات "حماية مكاسب التغيير الديمقراطي وتطويرها"، رغم جميع المعوقات والصعوبات التي تحول دون نجاحها، والمضي في طريق التحول الديمقراطي على مستوى البلدان العربية ولاسيما بلدان الربيع العربي. (العالم، 2013)

الجدول رقم (44) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تعبير الفضائيات العربية عن اهتمامات والطموحات السياسية للشارع العربي أكثر من الأنظمة السياسية"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائياً عند 0.01	,000	64,657 ^a	4	-33,0	67,0	10,1	34	موافق جداً
				7,0	67,0	22,1	74	موافق
				43,0	67,0	32,8	110	محايد
				16,0	67,0	24,8	83	معارض
				-33,0	67,0	10,1	34	معارض جداً
				///		100%	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة "تعبير الفضائيات العربية عن اهتمامات والطموحات السياسية للشارع العربي أكثر من الأنظمة السياسية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل "موافق جداً" وقد بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية بلغت 10.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (74) بنسبة مئوية قدرت 22.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (110) بنسبة مئوية قدرت بـ 32.8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "معارض" والبالغ عددهم (83) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.8%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "معارض جداً" والبالغ عددهم (34)

بنسبة مئوية قدرت بـ 10,1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 64,657a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الفضائيات العربية تعبر عن الاهتمامات والطموحات السياسية للشارع العربي أكثر من الأنظمة السياسية، وفي دراسة حول "صحفيو اليوم والغد في الأردن.. كيف يقيمون تغطية قناة الجزيرة العربية لأحداث الربيع العربي عام 2011"، حيث أظهرت الدراسة أن 67% من الصحفيين يعتقدون بأن قناة "الجزيرة" انحازت بشكل كامل إلى الشعوب العربية الثائرة، وقاطعت الأنظمة في الدول التي شهدت الثورات، لأن هذه الأنظمة قررت أن تغلق أبوابها أمام القناة ومراسليها، وأن هذا الانحياز لم ينتقص من محمية القناة. في المقابل، يعتقد 33% من عينة الصحفيين أن القناة لم تكن موضوعية لأنها كانت تسعى إلى تنفيذ أجندة سياسية خاصة مرتبطة بالنظام القطري الذي وظف "الجزيرة" في مناكفة أنظمة لا ترتبط بعلاقات قوية مع الدوحة كأنظمة مصر وتونس وليبيا. (موقع الجزيرة. 2011)

الجدول رقم (45) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تعرض الفضائيات الإخبارية على إثارة العنف الطائفي وسياسة التمييز"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	66	19,7	67,0	-1,0	4	79,224 ^a	,000	دال احصائياً عند 0.01
موافق	84	25,1	67,0	17,0				
محايد	119	35,5	67,0	52,0				
معارض	34	10,1	67,0	-33,0				
معارض جدا	32	9,6	67,0	-35,0				
الاجمالي	335	%100	///					

أما بالنسبة للفقرة "تعرض الفضائيات الإخبارية على إثارة العنف الطائفي وسياسة التمييز"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل "موافق جدا" وقد بلغ عددهم (66) فردا بنسبة مئوية بلغت 19.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد

الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (84) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (119) بنسبة مئوية قدرت بـ 35.5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 9.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 79,224a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الفضائيات الإخبارية تحرض على إثارة العنف الطائفي وسياسة التمييز، وهذه النتيجة تعبر عن أن أفراد العينة يدركون جيداً أبعاد الصراعات الطائفية في وسائل الإعلام، بحيث أن معظم الفضائيات الإخبارية التي تستقبلها الدول العربية، ليس لها انتماءات طائفية، وإنما تمثل مصالح سياسية عربية وغربية، وإن كانت تستفيد أحياناً من بعض الصراعات الطائفية (مثل قناة الحرة وماتنته عن الأوضاع في العراق)، إلا أنها في غالب الأحيان تراعي أخلاقيات المهنة في هذا المجال حفاظاً على صورتها.

الجدول رقم (46) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تساهم الفضائيات الإخبارية في تقبل الآخر (الغرب)"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	52	15,5	67,0	-15,0	4	85,731 ^a	,000	دال
موافق	125	37,3	67,0	58,0				احصائياً
محايد	76	22,7	67,0	9,0				عند
معارض	60	17,9	67,0	-7,0				0.01
معارض جدا	22	6,6	67,0	-45,0				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة " تساهم الفضائيات الإخبارية في تقبل الآخر (الغرب)"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (52) فردا بنسبة مئوية بلغت 31,1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (125) بنسبة مئوية قدرت 37.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (76) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (60) بنسبة مئوية قدرت بـ 17,9%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 85,731a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تساهم في تقبل الآخر (الغرب)، وهذا ما يبرز من خلال استضافة ومحاوره سياسيين غربيين وبالأخص إسرائيليين ، رغم رفض التطبيع من طرف الشعوب العربية، وإن لاقى هذا الأمر في البداية استنكارا كبيرا ، إلا أنه لا يزال مستمرا.

الجدول رقم (47) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية تعمل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر والوطن العربي"

البيانات	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقد والمشاهد والمتوقد	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	48	14,3	67,0	-19,0	4	83,701 ^a	,000	دال
موافق	78	23,3	67,0	11,0				احصائيا
محايد	125	37,3	67,0	58,0				عند
معارض	58	17,3	67,0	-9,0				0.01
معارض جدا	26	7,8	67,0	-41,0				
الاجمالي	335	100%		///				

أما بالنسبة للفقرة "الفضائيات الإخبارية تعمل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر والوطن العربي"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (48) فردا بنسبة مئوية بلغت 14.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (78) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (125) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.3%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (58) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.3%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 7.8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 83,701a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الفضائيات الإخبارية تعمل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر والوطن العربي، وهذا التحفظ راجع إلى أن أفراد العينة يدركون أن زعرة الاستقرار السياسي تحتاج إلى عوامل أكبر من الفضائيات الإخبارية، بحيث أن ما حدث أثناء الثورات العربية كانت نتيجة الضغوط السياسية والاقتصادية التي مارستها الأنظمة العربية لسنوات.

الجدول رقم (48) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية العربية لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الولاة، عودة اللاجئين)"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
احصائياً عند 0.01	,000	90,799 ^b	4	23,4	66,6	26,9	90	موافق جدا
				43,4	66,6	32,8	110	موافق
				15,4	66,6	24,5	82	محايد
				-41,6	66,6	7,5	25	معارض
				-38,4	66,6	8,4	28	معارض جدا
				///		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة "الفرضيات الإخبارية العربية لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الدولة، عودة اللاجئين)" ، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (90) فردا بنسبة مئوية بلغت 26.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (110) بنسبة مئوية قدرت بـ 32.8%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (82) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 7.5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 90,799b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفرضيات الإخبارية العربية لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الدولة، عودة اللاجئين...)، وهذا بالتحديد ما أرجعه الباحث نصر الله (2002)، إلى أن تعاطي الفرضيات الإخبارية مع كل تطورات القضية الفلسطينية هو تعاطي إخباري فقط، بحيث يشدنا الخبر ، ولكن لاندخل في نسيج القضية ومفاصلها، فالقضية الفلسطينية ليست فقط في عدد الشهداء أو الحصار أو في الاشتباكات.

الجدول رقم (49) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تركز الفرضيات الإخبارية على الصراعات السياسية في العراق أكثر من حالة الإنسانية للشعب "

الترار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
احصائياً عند 0.01	,000	174,507 ^a	4	-5,0	67,0	18,5	62	موافق جدا
				65,0	67,0	39,4	132	موافق
				44,0	67,0	33,1	111	محايد
				-45,0	67,0	6,6	22	معارض
				-59,0	67,0	2,4	8	معارض جدا
				///	///	%100	335	الاجبالي

أما بالنسبة للفقرة " تركز الفضائيات الإخبارية على الصراعات السياسية في العراق أكثر من حالة الإنسانية للشعب"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (62) فردا بنسبة مئوية بلغت 18.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (132) بنسبة مئوية قدرت 39.4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (111) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 174,507a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تركز على الصراعات السياسية في العراق أكثر من الحالة الإنسانية للشعب، ويبدو هذا الأمر واضحا من خلال " التركيز الكبير من قبل قناة "الجزيرة" على إظهار الجوانب السلبية في الشأن العراقي وإعطاء الدعم المعنوي للجماعات المسلحة مقابل رفع الشرعية عن المؤسسات الرسمية العراقية مقابل صورة معكوسة في قناة الحرة وهي صورة (إيجابية) بشأن مايجري في العراق مقابل صورة أقل وضوحا وتبلورا إزاء الشأن العراقي في قناة "العربية"، وهي صورة تستند الى المواقف السياسية التي تعتمدها الدول والمؤسسات التي تقف خلف القنوات الإخبارية. (راضي.2008)

الجدول رقم (50) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " الخطاب السياسي للفضائيات الإخبارية تغير اتجاه اسرائيل (تفادي الحروب والمواجهات المسلحة ...)

القرار	مستوى الدلالة	قيمة K ²	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
احصائيا عند 0.01	دال	109,373 ^a	4	-15,0	67,0	15,5	52	موافق جدا
				21,0	67,0	26,3	88	موافق
				58,0	67,0	37,3	125	محايد
				-7,0	67,0	17,9	60	معارض
				-57,0	67,0	3,0	10	معارض جدا
				////		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة " الخطاب السياسي للفضائيات الإخبارية تغير اتجاه اسرائيل (تفادي الحروب والمواجهات المسلحة)"، و كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (52) فردا بنسبة مئوية بلغت 15,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (88) بنسبة مئوية قدرت بـ 26,3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (125) بنسبة مئوية قدرت بـ 37,3%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض" والبالغ عددهم (60) بنسبة مئوية قدرت بـ 17,9%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 109,373a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الخطاب السياسي للفضائيات الإخبارية تغير اتجاه اسرائيل (تفادي الحروب و المواجهات المسلحة.....)، وهذا على اعتبار تراجع الخبر الفلسطيني في الفضائيات الإخبارية والابتعاد عن التعمق في أبعاد القضية الفلسطينية، خاصة بعد ظهور قضايا الربيع العربي، وقبلها قضايا الإرهاب، وبالتالي فإن أفراد العينة يتحفظون حيال تغير الخطاب السياسي اتجاه إسرائيل.

الجدول رقم (51) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تؤكد الفرضيات الإخبارية على البعد الإنساني لقضايا اللاجئين "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	60	17,9	67,0	-7,0	4	77,284 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	115	34,3	67,0	48,0				
محايد	85	25,4	67,0	18,0				
معارض	57	17,0	67,0	-10,0				
معارض جدا	18	5,4	67,0	-49,0				
الاجمالي	335	%100	///					

أما بالنسبة للفقرة "الفرضيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقية للأزمة السورية وتتركز على تضليل الرأي العام حولها"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل "موافق جدا " وقد بلغ عددهم (60) فردا بنسبة مئوية بلغت 17.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (115) بنسبة مئوية قدرت 34.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (85) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.4%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (57) بنسبة مئوية قدرت بـ 17%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 77,284a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفرضيات الإخبارية تؤكد على البعد الإنساني لقضايا اللاجئين، وهذا الجانب قد لا يتصدر النشرات الإخبارية ولكن هناك دائما مساحة مخصصة لعرض قضايا اللاجئين ومشاكلهم وحتى طلعاتهم سواء أكان ذلك عبر المواعيد الإخبارية أو حتى الوثائقيات و البرامج الخاصة.

الجدول رقم (52) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقية للأزمة السورية وتتركز على تضليل الرأي العام حولها"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	76	22,7	67,0	9,0	4	151,731 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	127	37,9	67,0	60,0				
محايد	101	30,1	67,0	34,0				
معارض	19	5,7	67,0	-48,0				
معارض جدا	12	3,6	67,0	-55,0				
الاجمالي	335	%100	///	///				

أما بالنسبة للفقرة "الفضائيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقية للأزمة السورية وتتركز على تضليل الرأي العام حولها"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (76) فردا بنسبة مئوية بلغت 22.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (127) بنسبة مئوية قدرت 37.9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (101) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.1%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 151,731a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقية للأزمة السورية وتتركز على تضليل الرأي العام حولها. وهذا ما خلصت إليه دراسة "حسين حسناء" (2018)، التي خلصت إلى أن الخطابات التي تبنتها هذه الفضائيات في تغطيتها للأزمة السورية بين المعلوماتي المحض، خاصة التقارير والبرامج التي عالجت القضايا المرتبطة بتنظيم الدولة (لاسيما ممارساته الدموية) وأوضاع النازحين والأقليات الدينية والعرقية، وبين

المنحرف إلى التضييقي خاصة في المضامين التي عاجلت الإحداثيات على الأرض وتحديد الفاعلين وأدوارهم. ففي هذه النقطة بالذات ركزت قناتا فرانس 24 والحررة على الدور الكردي والفصائل المحلية التابعة له ودور التحالف الدولي فيما أسمته بـ "الحرب على الإرهاب"، متجاهلة الفصائل الثورية المحلية كـ "الجيش السوري الحر" والفصائل "المعتدلة" التي تشارك في القتال على الأرض ضد التنظيمات الجهادية والنظام السوري في آن معاً. كما جرى استغلال هذه الأزمة من قبل بعض هذه الفضائيات، في تصفية الحسابات السياسية بين الدول القيمة عليها عندما رُوِّجت لخطاب غير مسؤول وتضييقي في بعض الأحيان تجسّد في تبادل الاتهامات وتقاذف مسؤولية هذه الدول بشأن استهداف المدنيين. وقد لعبت التغطيات الإخبارية لهذه الأزمة بشكل رئيسي على وتر الاصطفافات السياسية المصطنعة لدول تتنافس في لعب الأدوار في المنطقة في محاولة لإيham الرأي العام العربي بأنها جادة في انخراطها في محاربة الإرهاب، مما يجعل من الأزمة السورية ومعاونة السوريين ومصير سوريا ضحية الرهانات بين القوى المحلية والإقليمية الممتثلة في كل من النظام السوري وحزب الله بشكل رئيسي من جهة والعالمية لاسيما الولايات المتحدة الأميركية وإيران وروسيا من جهة أخرى.

الجدول رقم (53) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تقسيم العراق هو نتيجة طبيعية للنزاعات الطائفية التي كانت الفضائيات الإخبارية عاملا فيها"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	64	19,1	67,0	-3,0	4	81,373 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	99	29,6	67,0	32,0				
محايد	108	32,2	67,0	41,0				
معارض	44	13,1	67,0	-23,0				
معارض جدا	20	6,0	67,0	-47,0				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة "تقسيم العراق هو نتيجة طبيعية للنزاعات الطائفية التي كانت الفضائيات الإخبارية عاملا فيها"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (64) فردا بنسبة مئوية بلغت 19.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (99) بنسبة مئوية قدرت 29.6%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (108) بنسبة مئوية قدرت بـ 32.2%، أما

المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (44) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 81,373a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار أن تقسيم العراق هو نتيجة طبيعية للزاعات الطائفية التي كانت الفضائيات الإخبارية عاملاً فيها، ولكن هذه النتيجة لا ترجع فكرة تقسيم العراق إلى ما تثيره الفضائيات الإخبارية من نعرات تستغلها الفضائيات في تصوير الأوضاع في العراق، وهذه نتيجة دراسة "راضي وسام فاضل" (2008) حول "دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق"، والتي خلصت إلى التأكيد على ربط صورة المؤسسات الرسمية العراقية على أنها (تجسد المحاصصة الطائفية) - حسب رأي عينة الدراسة - وكان المصدر الرئيسي للصورة تلك هو قناة الجزيرة مقابل صورة بمعدل أدنى تظهر المؤسسات على أنها (عميلة) ومصدرها كان قناة "الجزيرة" أيضاً، مقابل صورة غير بارزة تشير إلى صورة المؤسسات بأنها (وطنية) وكان مصدرها الأساسي هو قناة "الحرّة".

الجدول رقم (54) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "تحظى قوى المعارضة في العالم العربي بحضور قوي على الفضائيات الإخبارية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جداً	34	10,1	67,0	-33,0	4	114,746 ^a	,000	دال احصائياً عند 0.01
موافق	117	34,9	67,0	50,0				
محايد	110	32,8	67,0	43,0				
معارض	52	15,5	67,0	-15,0				
معارض جداً	22	6,6	67,0	-45,0				
الاجمالي	335	%100	///					

أما بالنسبة للفقرة تحظى قوى المعارضة في العالم العربي بحضور قوي على الفضائيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل "موافق جدا" وقد بلغ عددهم (34) فردا بنسبة مئوية بلغت 10,1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (117) بنسبة مئوية قدرت بـ 34,9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (110) بنسبة مئوية قدرت بـ 32,8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "معارض" والبالغ عددهم (52) بنسبة مئوية قدرت بـ 15,5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "معارض جدا" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6,6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 114,746a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية الباحثين يؤكدون على أن قوى المعارضة في العالم العربي تحظى بحضور قوي على الفضائيات الإخبارية، وهذا التأكيد يرجع إلى أن الفضائيات الإخبارية وعلى رأسها "الجزيرة" تنتهج خطاً لا يتوافق مع طبيعة النظم السياسية العربية، وهذا لأنها توفر مساحات للأصوات المعارضة التي تعاني التهميش و الاقصاء من الحياة السياسية، ولقد برز ذلك بقوة بعد الربيع العربي و التي استغلتها المعارضة لطرح وجهات نظرها، ومبادراتها في الإصلاح و التغيير.

الجدول رقم (55) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تغلب الصبغة الدينية على المواضيع المتعلقة بالإرهاب وجماعته في الفضائيات الإخبارية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	68	20,3	67,0	1,0	4	112,806 ^a	,000	دال
موافق	131	39,1	67,0	64,0				احصائياً
محايد	81	24,2	67,0	14,0				عند 0.01
معارض	36	10,7	67,0	-31,0				
معارض جدا	19	5,7	67,0	-48,0				
الاجمالي	335	100%		///				

أما بالنسبة للفقرة " تغلب الصبغة الدينية على المواضيع المتعلقة بالإرهاب وجماعاته في الفضائيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (68) فردا بنسبة مئوية بلغت 20.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (131) بنسبة مئوية قدرت بـ 39.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (81) بنسبة مئوية قدرت بـ 24.2%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 112,806a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الصبغة الدينية تغلب على المواضيع المتعلقة بالإرهاب وجماعاته في الفضائيات الإخبارية، وهذا يبرز جلياً مع انتشار صورة سلبية عن الإسلام بعد أحداث 11 أيلول /سبتمبر ، وماتلاها من تفجيرات لندن و التي اتهم بها مسلمون ، حيث صور الإرهابيون وهم يرتدون الزي الإسلامي وملتحين بلحي كثيفة، وهذه الصور انتشرت عبر الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية.

الجدول رقم (56) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تظهر الفضائيات الإخبارية الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقتها"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	93	27,8	67,0	26,0	4	106,030 ^a	,000	دال احصائياً عند 0.01
موافق	114	34,0	67,0	47,0				
محايد	72	21,5	67,0	5,0				
معارض	52	15,5	67,0	-15,0				
معارض جدا	4	1,2	67,0	-63,0				
الاجبالي	335	%100	///	///				

أما بالنسبة للفقرة " تظهر الفرضيات الإخبارية الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقتهما"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (93) فردا بنسبة مئوية بلغت 27.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (114) بنسبة مئوية قدرت بـ 34%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (72) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (52) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 106,030a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفرضيات الإخبارية تظهر الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقتهما بصفتها دول العالم الأول ، و أن الحياة فيها حياة رفاهية ، وهو ما جعل المتلقي يقارن بين الأوضاع فيها وفي بلده، بحيث أصبحت النماذج الديمقراطية مهمة جدا في أي دعوات إصلاحية خاصة في ظل التعدد الإثني و الطائفي في الدول العربية بحيث توفر الديمقراطية مناخا مناسباً للتعايش، ولعل ذلك كان أحد الأسباب التي جعلت من المحتجين أثناء ثورات الربيع العربي يرفعون شعارات "ديمقراطية" لأجل تحقيق التغيير المنشود.

المحور الرابع: الفضائيات الإخبارية و اتجاهات السلوكيات السياسية:

الجدول رقم (57) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تشجع الفضائيات الإخبارية على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01	,000	138,358 ^a	4	0,0	67,0	20,0	67	موافق جدا
				76,0	67,0	42,7	143	موافق
				3,0	67,0	20,9	70	محايد
				-26,0	67,0	12,2	41	معارض
				-53,0	67,0	4,2	14	معارض جدا
				////////////////////		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة " تشجع الفضائيات الإخبارية على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (67) فردا بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (143) بنسبة مئوية قدرت 42.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (70) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.9%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (41) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.2%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 4.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 138,358a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تشجع على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية، ولقد برز هذا الأمر جليا لدى الفضائيات الإخبارية العربية و الموجهة بعد ثورات الربيع العربي، أين

طلعت الاحتجاجات الشعبية على اهتمامات هذه الفضائيات ، وطرح خيار إشراك الشعب في صناعة القرار كأحد الحلول التي يجب أن تخضع لها السلطات السياسية العربية.

الجدول رقم (58) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تقلل الفضائيات الإخبارية من الدور الحزبي في صنع القرار السياسي في الوطن العربي "

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01	,000	264,597 ^a	4	-55,0	67,0	3,6	12	موافق جدا
				81,0	67,0	44,2	148	موافق
				58,0	67,0	37,3	125	محايد
				-17,0	67,0	14,9	50	معارض
				-67,0	67,0	00	0	معارض جدا
				///		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة "تقلل الفضائيات الإخبارية من الدور الحزبي في صنع القرار السياسي في الوطن العربي"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت 3.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (148) بنسبة مئوية قدرت 44.2%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (125) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.3%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (50) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.9%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ 0%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 264,597a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تقلل من الدور الحزبي في صنع القرار السياسي في الوطن العربي، ويبدو هذا واضحاً من خلال ضعف الأحزاب من تقديم أي مبادرات إصلاحية، أو مشاركة فعلية في إحداث التغييرات، وهو ناتج عن سياسات الاحتواء و الاقصاء التي تمارسها السلطات السياسية العربية.

الجدول رقم (59) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تشجعي متابعي للفضائيات الإخبارية على التحول إلى ناشط سياسي "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	32	9,6	67,0	-35,0	4	36,507 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	72	21,5	67,0	5,0				
محايد	93	27,8	67,0	26,0				
معارض	85	25,4	67,0	18,0				
معارض جدا	53	15,8	67,0	-14,0				
الاجمالي	335	%100	//////////					

أما بالنسبة للفقرة " تشجعي متابعي للفضائيات الإخبارية على التحول إلى ناشط سياسي "، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 9.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (72) بنسبة مئوية قدرت 21.5%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (93) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (85) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.4%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (53) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 36,507a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكيد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار أن متابعتهم للفضائيات الإخبارية تشجعهم على التحول إلى نشاط سياسي، على الرغم من أن الناشطين السياسيين يعتبرون أحد المصادر الأساسية التي تعتمد عليها الفضائيات الإخبارية في تغطياتها الإعلامية ، ويتميزون بقدرتهم على التحرك الفردي في مواجهة السلطات العامة عبر أساليب التعبير المتحرر ، خاصة باستخدام وسائل الإعلام الجديد. وهذه الممارسات عادة ماتحتاج إلى حريات سياسية تساهم في بلورتها وهذا أثار تحفظ عينة الدراسة على ذلك.

الجدول رقم (60) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " تجعلني الفضائيات الإخبارية أؤيد فكرة الاحتجاجات الجماعية لإصلاح الأوضاع (إضرابات أو مسيرات احتجاجية تقوم بها الجماعات السياسية أو النقابية)"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	30	9,0	67,0	-37,0	4	44,119 ^a	,000	دال
موافق	76	22,7	67,0	9,0				احصائيا عند 0.01
محايد	86	25,7	67,0	19,0				
معارض	95	28,4	67,0	28,0				
معارض جدا	48	14,3	67,0	-19,0				
الاجمالي	335	%100	///	///				

أما بالنسبة للفقرة "تجعلني الفضائيات الإخبارية أؤيد فكرة الاحتجاجات الجماعية لإصلاح الأوضاع (إضرابات أو مسيرات احتجاجية تقوم بها الجماعات السياسية أو النقابية)" ، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (30) فردا بنسبة مئوية بلغت 9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (76) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (86) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (95) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.4%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة

الحرية (4) قدرت بـ 44,119a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الرابعة (معارض)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني ان أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضايات الإخبارية لا تجعلهم يؤيدون فكرة الاحتجاجات الجماعية لإصلاح الأوضاع (إضرابات أو مسيرات احتجاجية تقوم بها الجماعات السياسية أو النقابية). ورغم أن تبني فكرة المظاهرات آلية أساسية للمطالبة بالحقوق وتعتبر الأقرب و الأكثر فاعلية للإصلاح ، فهي إقحام للمواطن في الحياة السياسية، ولكنها عادة ما ترتبط بمفهوم الغوغائية و الشغب ، وفي الدول الشمولية تكون سببا في إحداث الفوضى نظرا لعدم استناد السلطة إلى شرعية شعبية، وهي ماتتجسد جليا بعد ثورات الربيع العربي، لكنها تبقى تأكيد لوجود سياسي متحرر بشكل أو بآخر من مراقبة سلطة الدولة وهي تهدد -سواء أكانت عفوية أو منظمة - الألفية المؤسساتية وهدهو النظام العام .

الجدول رقم (61) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " متابعي للفضايات الإخبارية يزيد من رغبتني في تولي منصب سياسي ما"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	24	7,2	67,0	-43,0	4	50,209 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	56	16,7	67,0	-11,0				
محايد	70	20,9	67,0	3,0				
معارض	86	25,7	67,0	19,0				
معارض جدا	99	29,6	67,0	32,0				
الاجمالي	335	100%	///					

أما بالنسبة للفقرة " متابعي للفضايات الإخبارية يزيد من رغبتني في تولي منصب سياسي ما" ، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (24) فردا بنسبة مئوية بلغت 7.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت 16.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (70) بنسبة مئوية قدرت بـ 20.9%، أما المجموعة الرابعة

فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (86) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (99) بنسبة مئوية قدرت بـ 29.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 50,209a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة (معارض جدا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن متابعة الفضائيات الإخبارية لا يزيد من رغبتهم في تولي منصب سياسي، وهذا راجع لعامل أساسي يتعلق بصورة السياسيين على الفضائيات الإخبارية التي لاتبرز بشكل إيجابي، حيث أن هذه الفضائيات تنطلق من بيئات ديمقراطية، تجعل من وسائل الإعلام آلية للمساءلة السياسية وكشف مواضع الفساد لدى السياسيين، وتحملهم مسؤولية الخلل في الأداء الحكومي، وهو ما يكون صورة سلبية عنهم وعن أدوارهم. الجدول رقم (62) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "أشترك في المناقشات السياسية بالمعلومات التي أحصل عليها من الفضائيات الإخبارية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	37	11,0	67,0	-30,0	4	180,090 ^a	,000	دال احصائياً عند 0.01
موافق	150	44,8	67,0	83,0				
محايد	93	27,8	67,0	26,0				
معارض	43	12,8	67,0	-24,0				
معارض جدا	12	3,6	67,0	-55,0				
الاجمالي	335	%100	///	///				

أما بالنسبة للفقرة "أشترك في المناقشات السياسية بالمعلومات التي أحصل عليها من الفضائيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (37) فرداً بنسبة مئوية بلغت 11%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (150) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.8%، أما المجموعة

الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (93) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (43) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.8%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 180,090a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أنهم يشتركون في المناقشات السياسية بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفضائيات الإخبارية، وهذه النتيجة تدل على مدى ثقة هؤلاء الباحثين في المضامين الإخبارية للفضائيات، وتوسع نشاط تفاعلهم مع هذه المضامين لتصل إلى المحيطين بهم في حال محادثاتهم ومناقشاتهم حول مختلف القضايا السياسية.

الجدول رقم (63) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " متابعي للفضائيات الإخبارية تزيد من رغبتني في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي".

البيانات	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	18	5,4	67,0	-49,0	4	70,806 ^a	,000	دال
موافق	44	13,1	67,0	-23,0				احصائياً
محايد	92	27,5	67,0	25,0				عند
معارض	97	29,0	67,0	30,0				0.01
معارض جدا	84	25,1	67,0	17,0				
الاجمالي	335	100%		///				

أما بالنسبة للفقرة "متابعي للفضائيات الإخبارية تزيد من رغبتني في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 5.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (44) بنسبة

مئوية قدرت 13.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (92) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (97) بنسبة مئوية قدرت بـ 29%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (84) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 70,806a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الرابعة (معارض)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأن متابعتهم للفضائيات الإخبارية لا تزيد من رغبتهم في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي، وهذا راجع بالأساس إلى ضعف الفعل المدني و الحزبي في الجزائر، الذي يعاني الركود حيث أن نشاطاته محدودة وموسمية لا تكاد تظهر إلا عبر الانتخابات .

الجدول رقم (64) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أتابع حلقات الحوار والندوات السياسية على الفضائيات الإخبارية وأشارك في التعبير عن رأيي فيها"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	46	13,7	66,6	-20,6	4	42,781 ^b	,000	دال
موافق	102	30,4	66,6	35,4				احصائيا عند 0.01
محايد	79	23,6	66,6	12,4				
معارض	71	21,2	66,6	4,4				
معارض جدا	37	11,0	66,6	-29				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة " أتابع حلقات الحوار والندوات السياسية على الفضائيات الإخبارية وأشارك في التعبير عن رأيي فيها"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (46) فردا بنسبة مئوية بلغت 13.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (102) بنسبة مئوية قدرت 30.4%.

أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (79) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.6%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (71) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.2%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (37) بنسبة مئوية قدرت بـ 11%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 42,781b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أنهم يتابعون حلقات الحوار و الندوات السياسية على الفضائيات الإخبارية والمشاركة في التعبير عن الرأي فيها، وهذا يدل أن هؤلاء الباحثين لا يكتفون فقط بالأخبار السياسية وإنما تمتد اهتماماتهم للتعرف على مختلف المناقشات و التحليلات التي تهتم بمسيرة تطور القضايا السياسية على الفضائيات الإخبارية، و التعبير عن آرائهم من خلالها.

الجدول رقم (65) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أستغرق في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية "

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	57	17,0	67,0	-10,0	4	195,015 ^a	,000	دال احصائياً عند 0.01
موافق	166	49,6	67,0	99,0				
محايد	56	16,7	67,0	-11,0				
معارض	27	8,1	67,0	-40,0				
معارض جدا	29	8,7	67,0	-38,0				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة " أستغرق في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (57) فرداً بنسبة مئوية بلغت 17%، أما المجموعة الثانية

فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (166) بنسبة مئوية قدرت بـ 49.6%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "محايد" والبالغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "معارض" والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "معارض جدا" والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 195,015a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم يستغرقون في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية، وهذه النتيجة تؤكد على حجم اهتمام عينة الدراسة بالقضايا السياسية، وعملية الاستغراق هي عملية ذهنية تسمح بتحديد توجهات الأفراد وربط علاقات بين أجزاء هذه القضايا. ومما كانت نتيجة هذه التوجهات إلا أنها تثبت أن معظم أفراد العينة نشطون في تحديد أولوياتهم وتوجهاتهم نحو القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية.

الجدول رقم (66) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "أحلل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتي بغض النظر عن آراء المحللين"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	38	11,3	67,0	-29,0	4	139,791 ^a	,000	دال
موافق	131	39,1	67,0	64,0				احصائياً
محايد	103	30,7	67,0	36,0				عند
معارض	49	14,6	67,0	-18,0				0.01
معارض جدا	14	4,2	67,0	-53,0				
الاجمالي	335	100%		///				

أما بالنسبة للفقرة " أحلل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتي بغض النظر عن آراء المحللين"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (38) فردا بنسبة مئوية بلغت 11.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (131) بنسبة مئوية قدرت 39.1%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (103) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (49) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 4.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 139,791a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$). وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أنهم يقومون بتحليل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتهم بغض النظر عن آراء المحللين، وهذا ما يجعلنا نعتبر أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بالثقة الكافية في آرائهم التي تكون مستقلة عن آراء المحللين السياسيين الذين يعتبرون أصحاب وظيفة توجيهية ، أكثر منهم أصحاب وظيفة إخبارية.

الجدول رقم (67) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أعبّر عن آرائي السياسية في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	38	11,3	67,0	-29,0	4	61,284 ^a	,000	دال
موافق	73	21,8	67,0	6,0				احصائياً
محايد	117	34,9	67,0	50,0				عند
معارض	67	20,0	67,0	0,0				0.01
معارض جدا	40	11,9	67,0	-27,0				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة " أعبّر عن رأيي السياسية في المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (38) فردا بنسبة مئوية بلغت 11.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (73) بنسبة مئوية قدرت 21.8%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (117) بنسبة مئوية قدرت بـ 34.9%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (67) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.9%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 61,284a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد حول التعبير عن آرائهم السياسية في المواقع الالكترونية والصفحات التابعة للفضائيات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي. وهذه النتيجة دليل على عدم اهتمام عينة الدراسة بوسائل الإعلام الجديد كأدوات تعبير رغم أهميتها على هذا الصعيد بالنظر إلى خصائصها التفاعلية، وهو ما يجعلنا نقر بمحدودية هذه الوسائل وفعاليتها في التعبير عن الآراء السياسية لدى أفراد العينة.

الجدول رقم (68) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أميل إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين أعجب بأدائهم على الفضائيات الإخبارية"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01	,000	11,881 ^a	4	-3,0	67,0	19,1	64	موافق جدا
				11,0	67,0	23,3	78	موافق
				11,0	67,0	23,3	78	محايد
				4,0	67,0	21,2	71	معارض
				-23,0	67,0	13,1	44	معارض جدا
				////////////////////		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة " أميل إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين أعجب بأدائهم على الفضائيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (64) فردا بنسبة مئوية بلغت 19.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (78) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (78) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض" والبالغ عددهم (71) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.2%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (44) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 11,881a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعتين الثانية والثالثة (موافق/محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن الباحثين انقسموا إلى مجموعتين المجموعة الأولى تؤكد على أنها تميل إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين يعجبهم آدائهم على الفضائيات الإخبارية ، فهذه الفئة تركز على طريقة العرض و التقديم، بحيث ينشأ رابط ثقافي بين الجمهور و المقدم ، وهو مايعتبره كل من "شادسون " و "جيفري" (Shudson & Jeffrey.2003) عاملا مهما في ضمان ولاء الجمهور للبرنامج. أما المجموعة الثانية فتتفق موقف الحياد، لأن ارتباطها يكون بنوعية المعلومات المقدمة أكثر من الإعلامي الذي يعرضها. الجدول رقم (69) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أقتبس بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على الفضائيات الإخبارية في محادثاتي اليومية"

البدائل	ت مشاهد	%	ت المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	44	13,1	67,0	-23,0	4	98,090 ^a	,000	دال احصائيا عند 0.01
موافق	120	35,8	67,0	53,0				
محايد	48	14,3	67,0	-19,0				
معارض	99	29,6	67,0	32,0				
معارض جدا	24	7,2	67,0	-43,0				
الاجمالي	335	%100	///	///				

أما بالنسبة للفقرة " أقتبس بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على الفضائيات الإخبارية في محادثاتي اليومية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (44) فردا بنسبة مئوية بلغت 13.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق " والبالغ عددهم (120) بنسبة مئوية قدرت بـ 35.8%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.3%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (99) بنسبة مئوية قدرت بـ 29.6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 7.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 98,090a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق). وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون موافقتهم على اقتباس بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على الفضائيات الإخبارية في محادثاتهم اليومية. وهو أمر مخطط له عبر التكتيكات النفسية المستخدمة في الخطابات السياسية للقادة الـ "Priming effect" وهو التأثير في الذاكرة الضمنية للجاهير والأفراد، عن طريق تكرار مصطلحات وتعابير، والحديث عن مواضيع معينة بشكل مستمر وعلى فترات متعددة، أو ربط فكرتين معاً لخلق ارتباط بينهما في أذهان الناس وترسيخه كفكرة جديدة لاستخدامها لاحقاً. (خلف. 2015)

الجدول رقم (70) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "أبحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية في الكتب أو عبر الأنترنت وغيرها"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01	,000	133,910 ^a	4	-35,0	67,0	9,6	32	موافق جدا
				60,0	67,0	37,9	127	موافق
				39,0	67,0	31,6	106	محايد
				-15,0	67,0	15,5	52	معارض
				-49,0	67,0	5,4	18	معارض جدا
				////		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة "أبحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية في الكتب أو عبر الأنترنت وغيرها"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (32) فردا بنسبة مئوية بلغت 9.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (127) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (106) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.6%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (52) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 133,910a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني ان أغلبية أفراد العينة يؤكدون موافقتهم على البحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية في الكتب أو عبر الأنترنت وغيرها. وهذه النتيجة تثبت أن غالبية أفراد العينة ليسوا متلقين سلبيين، وإنما يمارسون دورا إيجابيا في عملية البحث عن المعلومات السياسية، وهو ما يجعل هذه المعلومات موضع مساءلة وتفكير من قبلهم، وإن كنا نعتبر الفضائيات الإخبارية في هذا السياق محفزا على عملية البحث من خلال تركيزها على قضايا معينة وإبراز أهميتها.

الجدول رقم (71) يوضح توزيع اتجاهات أفراد العينة نحو العبارة " الفضائيات الإخبارية تزيد من ثقتي بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد "

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
احصائيا عند 0.01	,000	89,791 ^a	4	-47,0	67,0	6,0	20	موافق جدا
				22,0	67,0	26,6	89	موافق
				35,0	67,0	30,4	102	محايد
				27,0	67,0	28,1	94	معارض
				-37,0	67,0	9,0	30	معارض جدا
				///		%100	335	الاجمالي

أما بالنسبة للفقرة "الفضائيات الإخبارية تزيد من ثقتي بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (20) فردا بنسبة مئوية بلغت 6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (89) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.6%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (102) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.4%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (94) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 9%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 89,791a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني ان أغلبية أفراد العينة يؤكدون موافقتهم على أن الفضائيات الإخبارية تزيد من ثقتهم بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد، فمن الناحية النظرية هناك تأكيد واضح على أهمية الانتخابات في مسار الإصلاحات السياسية والتقدم، ولكنها بالنسبة للفضائيات تبرز عادة من خلال العرض الإيجابي للانتخابات في الدول الديمقراطية، وهو ما يعطي للمواطن ثقة بفعالية انتائه عبر المشاركة في صنع القرار في بلده، وتبرز بشكل عكسي في الأنظمة الشمولية و منها العربية ، التي غالبا ماتنقلب على الشرعية التي تحددها الانتخابات.

الجدول رقم (72) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " ألبأ إلى مشاهدة اللقاءات السياسية للمسؤولين على الفضائيات الإخبارية عوضا عن حضور تجمعاتهم بشكل شخصي "

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
احصائيا عند 0.01	,000	107,940 ^a	4	-31,0	67,0	10,7	36	موافق جدا
				45,0	67,0	33,4	112	موافق
				45,0	67,0	33,4	112	محايد
				-14,0	67,0	15,8	53	معارض
				-45,0	67,0	6,6	22	معارض جدا
				///	%100	335	الإجمالي	

أما بالنسبة للفقرة " ألبأ إلى مشاهدة اللقاءات السياسية للمسؤولين على الفضائيات الإخبارية عوضا عن حضور تجمعاتهم بشكل شخصي"، فكانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (36) فردا بنسبة مئوية بلغت 10,7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (112) بنسبة مئوية قدرت 33,4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (112) بنسبة مئوية قدرت بـ 33,4%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (53) بنسبة مئوية قدرت بـ 15,8%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 6,6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 107,940a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية والثالثة (موافق/محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة انقسموا الى موقفين مجموعة تؤكد بأنها تلجأ إلى مشاهدة اللقاءات السياسية للمسؤولين على الفضائيات الإخبارية عوضا عن حضور تجمعاتهم بشكل شخصي، وهذا يرجع إلى أن الفضائيات الإخبارية تعتبر تغطية نشاطات الشخصيات السياسية جزءا مهما من عملها، وفي حالة الجزائر تعتبر

الفرضيات الإخبارية فرصة مهمة لظهور الشخصيات المعارضة و المهمشة سياسيا، وبالتالي فإن هذه الفئة تفضل متابعة الشخصيات عبر وسائل الإعلام عن مقابلتها بشكل مباشر، في حين المجموعة الثانية تقف موقف الحياد، و في كلا الحالتين فإن هؤلاء لا يملكون أي ميولات نحو تقديس الزعامات، أو الرفع من شأن النخب السياسية.

الجدول رقم (73) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أقوم بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمني من خلال معارفي التي أستقيها من الفرضيات الإخبارية"

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد	ت المتوقع	%	ت مشاهد	البدائل
دال احصائيا عند 0.01	,000	123,373 ^a	4	-36,0	67,0	9,3	31	موافق جدا
				62,0	67,0	38,5	129	موافق
				35,0	67,0	30,4	102	محايد
				-26,0	67,0	12,2	41	معارض
				-35,0	67,0	9,6	32	معارض جدا
				///	///	%100	335	الإجمالي

أما بالنسبة للفقرة " أقوم بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمني من خلال معارفي التي أستقيها من الفرضيات الإخبارية"، كانت إجابات أفراد العينة بالبدل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (31) فردا بنسبة مئوية بلغت 9,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبدل "موافق " والبالغ عددهم (129) بنسبة مئوية قدرت 38,5%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبدل " محايد" والبالغ عددهم (102) بنسبة مئوية قدرت بـ 30,4%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبدل " معارض " والبالغ عددهم (41) بنسبة مئوية قدرت بـ 12,2%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبدل " معارض جدا" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 9,6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 123,373a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأنهم يقومون بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمهم من خلال المعارف التي يستقونها من الفضائيات الإخبارية، وهذا يدل على الدور المهم الذي تقوم به الفضائيات الإخبارية في التنقيف السياسي ، خاصة بالنسبة لأولئك الذين يعتبرون كمطلعين و قادة رأي ضمن محيطهم .

الجدول رقم (74) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة " أستجيب للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي"

البيانات	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	31	9,3	67,0	-36,0	4	119,493 ^a	,000	دال
موافق	85	25,4	67,0	18,0				احصائيا
محايد	128	38,2	67,0	61,0				عند
معارض	75	22,4	67,0	8,0				0.01
معارض جدا	16	4,8	67,0	-51,0				
الإجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة " أستجيب للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي"، فكانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " وقد بلغ عددهم (31) فردا بنسبة مئوية بلغت 9,6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل "موافق" والبالغ عددهم (85) بنسبة مئوية قدرت 25,4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد" والبالغ عددهم (128) بنسبة مئوية قدرت بـ 38,2%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض" والبالغ عددهم (75) بنسبة مئوية قدرت بـ 22,7%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 4,8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 119,493^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية

أفراد العينة يقفون موقف الحياد حيال الاستجابة للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي، ويمكن تفسير هذه النتيجة من جانبين : حيث أن هذا الحياد يرتبط بغياب الأطر الصحيحة لإشراك الأفراد في المشاركة في هذا والتي تأتي على رأسها "منظمات المجتمع المدني" في الجزائر و التي تتميز في غالبيتها بتبعيتها للسلطة، أو نطاق نشاطها المحدود بالمحلية، لذلك فغالبية الاسهامات تتركز في إطار عشوائي ومبادرات فردية .

الجدول رقم (75) يوضح توزيع اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو العبارة "الفضائيات الإخبارية دور مهم في تشكيل المفهوم الحقيقي للمشاركة السياسية بوصفها تعبيراً عن المواطنة والاشترك في صنع القرار السياسي"

البدائل	ت	%	ت	الفرق بين التكرار المتوقع والمشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
موافق جدا	28	8,4	67,0	-39,0	4	119,910 ^a	,000	دال
موافق	90	26,9	67,0	23,0				احصائيا عند 0.01
محايد	123	36,7	67,0	56,0				
معارض	79	23,6	67,0	12,0				
معارض جدا	15	4,5	67,0	-52,0				
الاجمالي	335	%100		///				

أما بالنسبة للفقرة "الفضائيات الإخبارية دور مهم في تشكيل المفهوم الحقيقي للمشاركة السياسية بوصفها تعبيراً عن المواطنة والاشترك في صنع القرار السياسي"، كانت إجابات أفراد العينة بالبديل " موافق جدا " قد بلغ عددهم (28) فردا بنسبة مئوية بلغت 8,4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " موافق " والبالغ عددهم (90) بنسبة مئوية قدرت بـ 26,9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " محايد " والبالغ عددهم (123) بنسبة مئوية قدرت بـ 36,7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض " والبالغ عددهم (79) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالبديل " معارض جدا " والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 4,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 119,910a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ

بنسبة 1%. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يقفون موقف الحياد في كون أن للفضائيات الإخبارية دور مهم في تشكيل المفهوم الحقيقي للمشاركة السياسية بوصفها تعبيراً عن المواطنة والاشتراك في صنع القرار السياسي، وهذا راجع أساساً إلى تأثيرات البيئة العربية التي تتميز باستبداد السلطات الحاكمة، وانحسار هامش الحريات السياسية عموماً، و التي تنعكس على أداء الفضائيات في تعاطيها مع المشاركة السياسية في الوطن العربي بحيث كثيراً ما تنعكس التناقض الواضح بين مفاهيمها الأساسية كداعم للمواطنة وصنع القرار السياسي في الدولة من جهة، واحتكار هذه العملية من طرف السلطة.

مراجع الفصل الخامس

1. نصر الله، رفيق. (2002). ضمن كتاب الذات و الآخر في الاعلام المعاصر. بيروت: مركز الامام موسى الصدر للأبحاث و الدراسات.
2. الحويك، حياة. (2013). الفضائيات الإخبارية العربية بين عولمتين. بيروت: منتدى المعارف
3. العبد، نهي عاطف . (2007). صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي. القاهرة: دار الفكر العربي.
4. الشمري ، علي جبار. (2013). ملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية. وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
5. بوخاري، مليكة. (2014). فناة فرانس 24 فاعل في الدبلوماسية الثقافية الفرنسية الموجهة للعالم العربي. مجلة اتجاهات سياسية. العدد2. ص ص 241، 246
6. بغدادي، هالة إسماعيل. (2011). الصحفيون التلفزيونيون الإخباريون: القواعد و القيود. القاهرة : المكتب الجامعي الحديث.
7. راضي، وسام فاضل. (2008) . دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق. قسم الصحافة و الإذاعية و التلفزيونية. جامعة بغداد. <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aid=4277>
8. شراب، منذر أحمد. (2014). السياسة الخارجية القطرية في ظل التحولات السياسية العربية 2003-2012. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الأزهر غزة.
9. يوسف، حنان. (2004). مناقشات. العرب و الإعلام الفضائي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
10. الزباني، محمد. (2004). مناقشات. العرب و الإعلام الفضائي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية
11. خلف، مي. (2015). لغة الخطاب والجسد.. كيف تؤثر خطابات السياسيين في الجماهير؟. <http://alkhaleejonline.net/%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85>
12. موقع الجزيرة. (2011). <http://www.aljazeera.net/news/arabic/2011/9/29/>
13. موقع DW. 2018. "الجزيرة" .. الراعي الرسمي لـ "بعض" الثورات العربية؟. <https://www.dw.com/ar/>
14. العالم، صفوت. (2013). دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي.. مصر نموذجا. <http://studies.aljazeera.net/ar/issues/2013/03/201331411434095725.html>
15. حسين، حسناء. (2013). الشؤون العربية في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية: رهانات التأثير وهاجس الوصاية. <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/01/180111094706869.html>

16. Lee, A. (2013). News Audience Revisited: Theorizing The Link Between Audience Motivations & News Consumption .*Journal Of Broadcasting Electronic Media* .57(3). pp 300,317
17. Figenschou,T.(2014). *Al Jazeera and The Global Media Landscape: The South is Talking Back*. London: Routeldge
18. Galtung,J & Ruge,M.(1965). The Structure of Foreign News .*Journal of Peace Research*. 2(1).pp 64-91.
19. Reuters Institute for Study and Journalism.(2016).*Digital News Report 2016*.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%20News%20Report%202016.pdf>

الفصل السادس

نتائج للدراسة

1- النتائج العامة للدراسة

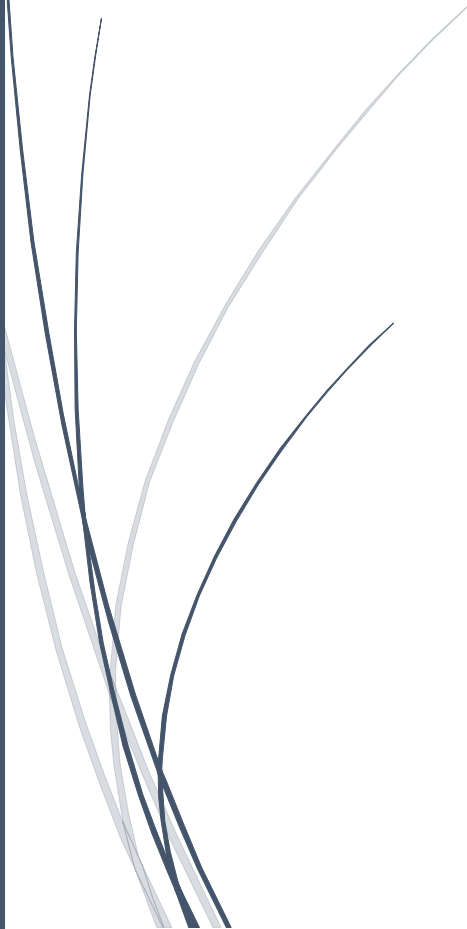
1-1-1- عادات وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية

1-2-1- إدراك الأبعاد المهنية للأداء الإعلامي للفضائيات الإخبارية في المجال السياسي

1-3-3- الفضائيات الإخبارية و التمثلات السياسية

1-4-1- الفضائيات الإخبارية واتجاهات السلوكات السياسية

2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات



1-النتائج العامة للدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول الفضائيات الإخبارية ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر، تم التوصل إلى النتائج التالية:

1-1-عادات وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية لدى الشباب الجامعي

1- نوعية الفضائيات الإخبارية التي يشاهدها أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (335) فرد ، تركزت بالدرجة الأولى على الفضائيات الإخبارية العربية بنسبة مئوية قدرت بـ 54.5 % ثم يليها في المرتبة الثانية (الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية) بنسبة مئوية قدرت بـ (31.65%)، وفي المرتبة الثالثة الفضائيات الإخبارية الأجنبية بنسبة مئوية قدرت بـ 13.65.

2- نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن اغليبتهم يؤكدون أنهم يطلعون على الأخبار عبر الفضائيات الإخبارية مرة على الأكثر يوميا، بنسبة مئوية قدرت بـ 66%، أما المجموعة الثانية فيتراوح إطلاعهم على الأخبار ما بين خمس مرات إلى مرتين بنسبة مئوية قدرت بـ 25,7% في حين أن الذين يطلعون على الأخبار عبر الفضائيات الإخبارية " أكثر من خمس مرات يوميا " فبلغت بنسبتهم المئوية 8,4%. وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ 175,636^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (مرة على الأكثر). ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

3- أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن الفضائيات الإخبارية تعتبر مصدرا أساسيا للإطلاع على الأخبار وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 44,5%، وحلّ في المرتبة الثانية البديل " مصدر أتعرض اليه في بعض الأوقات " بنسبة مئوية بلغت 40,6%، أما في المرتبة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " مصدر ثانوي للإطلاع على الأخبار " بنسبة مئوية قدرت بـ 14,9%. وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) 51,839^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة (مصدر أساسي للإطلاع على الأخبار) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

4- تركزت أهم دوافع الاعتماد على الفضائيات الإخبارية بالدرجة الأولى على متابعة الأخبار والمستجدات في الوطن والعالم بنسبة مئوية قدرت بـ 67.2%، وفي الرتبة الثانية تدعم المعلومات السياسية حول مختلف القضايا) نسبة مئوية قدرت بـ (31.3%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (لأشغل بها وقت الفراغ وتساعد على تضيئة الوقت) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.8% وفي المرتبة الرابعة جاء البديل المتعلق بآكتساب المعلومات للمحادثة مع الأهل و الأصدقاء بنسبة مئوية قدرت بـ 13.4%، أما البديل المتعلق بمساهمة الفضائيات الإخبارية في اتخاذ قرارات شخصية (الانتخاب، احتجاجات، ترشيد نفقات...) فقد ورد بنسبة مئوية ضعيفة قدرت بـ 4.8% .

5- ترتيب الفضائيات الإخبارية حسب درجة الاعتماد لدى أفراد العينة تركز في المرتبة الأولى على (الجزيرة) بـ وفي الرتبة الثانية جاء البديل (France24 العربية) بمجموع تكرار بلغ 85، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (العربية) بمجموع تكرار بلغ (60) وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (BBC العربية) بمجموع تكرار بلغ (48). وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (الحررة) بمجموع تكرار بلغ (25). وفي المرتبة السادسة جاء البديل (CNN) بمجموع تكرار بلغ (8). المرتبة السابعة جاء البديل (SkyNews) بمجموع تكرار بلغ (6) مفردات.

6- نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة أن اغليبتهم يؤكدون أنهم يتابعون النشرات الإخبارية بشكل غير منتظم بنسبة مئوية قدرت بـ 41.5% ، أما نسبة المبحوثين الذين يتعرضون للنشرات الإخبارية بانتظام فبلغت نسبتهم بـ 29.3%، أما الأفراد الذين يشاهدونها " حسب اوقات الفراغ " فنسبتهم قدرت بـ 23.6 أما نسبة الذين لا يشاهدونها فقدرت بـ 5.7% ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) و قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 89,203^أ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الاربع خيارات لصالح الخيار الثاني "متابعة النشرات الإخبارية بشكل غير منتظم"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

7- أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم يتابعون شريط الاخبار بشكل "غير منتظم" بنسبة مئوية قدرت بـ 34. %، أما نسبة الذين يتابعونه " بانتظام" فقدرت نسبتهم بـ 19.1%، أما المبحوثون الذين يشاهدونه " حسب اوقات الفراغ " فمثلوا نسبة 17.6% ، في حين يمثل الأفراد الذين لا يشاهدونه نسبة قدرت بـ 28.4% . وهذا ما تأكد من خلال اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 26,684^أ وهي قيمة دالة إحصائياً

عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع خيارات لصالح الخيار المتعلق بمشاهدة "شريط الأخبار بشكل غير منتظم"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

8- اتضح أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أنهم يتابعون البرامج الحوارية بشكل غير منتظم وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 27.5 % ، أما الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم حول متابعة البرامج الحوارية "بانتظام" فقد بلغت نسبتهم المئوية بـ 21,8%، في حين مثل الأفراد الذين يتابعون البرامج التحليلية حسب اوقات الفراغ نسبة مئوية قدرت بـ 26 % ، أما نسبة الأفراد الذين " لا يشاهدونها " فقدت نسبتهم بـ 24.8 % . وقدرت قيمة (χ^2) عند درجة الحرية (3) بـ $2,325^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع خيارات لصالح الخيار الثاني (بشكل غير منتظم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

2-1- إدراك الأبعاد المهنية للأداء الإعلامي للفضائيات الإخبارية في المجال السياسي :

9- هناك تفاوت بين أفراد العينة في مستويات معرفتهم بملكية الفضائيات الإخبارية، حيث أنهم يعرفون نمط ملكية قنوات معينة ويجهلون أخرى ، فبالنسبة لقناة الجزيرة فأغلبية أفراد العينة والمقدرة نسبتهم بـ 30,7% يرون أنها ذات ملكية حكومية، ونفس الأمر ينطبق على قناة العربية فيرى معظم أفراد العينة الذين تمثل نسبتهم 37,3% أنها ذات ملكية حكومية، و بالنسبة لقناة BBC فيرى معظم أفراد العينة المقدرة نسبتهم بـ 32,5% أنها ذات ملكية حكومية مستقلة، أما فيما يتعلق بملكية قناة France 24 فأفراد العينة المقدرة نسبتهم بـ 28,4% أقرروا بأنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة، ونفس الأمر ينطبق على قناة CNN حيث أكد أفراد العينة و المقدرة نسبتهم بـ 48,1% أنهم لا يعرفون نمط ملكية القناة.

10- إدراك التوجه السياسي للفضائيات الإخبارية كذلك يتفاوت بالنسبة لأفراد عينة الدراسة فبالنسبة لقناة الجزيرة نسبة 51% من المبحوثين يرون أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة ؛ ونفس الأمر ينطبق على قناة العربية التي يرى أغلبية أفراد العينة المقدرة بـ 34,3% أنها ذات توجه رسمي / سياسات الحكومة. وفيما يتعلق بالقنوات الإخبارية الموجهة فقناة BBC تراوحت إجابات عينة الدراسة حولها بين أنها ذات توجه مستقل بنسبة 23,6% ، وأنها

ذات توجه علماني بنسبة مئوية قدرت بـ 35.8% . كما يرى أغلبية المبحوثون أن قناة France 24 ذات توجه شبه رسمي و قدرت نسبتهم بـ 34.6%، أما بالنسبة لقناة CNN فيرى معظم أفراد العينة أنها ذات توجه معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي بنسبة مئوية قدرت بـ 54.9%.

11- مؤشرات التعرف على التوجه السياسي للقناة الاخبارية لدى أفراد العينة تركزت في "نمط الضيوف والمحللين المشاركين في النقاش" بنسبة مئوية قدرت بـ 28.38%، ثم "سيطرة قضية معينة أو بلد معينة على جل اهتمامات القناة" بنسبة 26.42%، ليلها "اللغة الإعلامية المستخدمة" بنسبة مئوية قدرت بـ 22.34%، ثم "عدم التوازن بين أطراف القضية في التغطية الإخبارية بنسبة مئوية قدرت بـ 24.5%، وأخيرا جاء البديل المتعلق بما نشر وعرض عنها (كتب، مقالات، برامج... الخ)) بنسبة مئوية قدرت بـ 9.46%.

12- اتضح من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن اغليتهم يؤكدون أنه عند مشاهدتهم للفضائيات الإخبارية يقومون بمشاهدة الفضائيات من كل التوجهات ثم يكونون رأيهم بأنفسهم وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 83.9%، في حين أن البديل المتعلق " بمشاهدة الفضائيات الإخبارية التي تتفق وتوجهات الفرد السياسية " بلغت نسبته المتوية بـ 16.1% . قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) ^a 153,818 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين الخيارين لصالح الخيار الثاني ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

13- تبين أن أنه لا يوجد اختلاف من حيث مستويات الثقة في المضامين السياسية المقدمة عبر الفضائيات الإخبارية العربية أو عبر الفضائيات الإخبارية الأجنبية من وجهة نظر غالبية المبحوثين بحيث قدرت نسبتهم بـ 57%، أما الذين يثقون في الفضائيات الإخبارية العربية " فبلغت نسبتهم المتوية 25.7%، في حين أن الذين يثقون في مضامين الفضائيات الإخبارية الأجنبية فقدت نسبتهم بـ 17.3%، و بلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) ^a 88,054 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائيا بين الخيارات الثلاث لصالح الخيار الثاني ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

14- نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة أن أغلبية الذين يثقون في الفضائيات الإخبارية العربية يرجع لكونها تراعي التوجهات والالتقاءات السياسية السائدة عربيا بنسبة مئوية بلغت 48.05%، في حين مثل الأفراد الذين

يرون أنها تقدم الخبر بمهنية وحرفية تضاهي القنوات العالمية فقدرت نسبتهم بـ 21.19% ، ثم ورد عامل اللغة الأجنبية بنسبة مئوية قدرت بـ 30.74%. وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ 29,169^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائياً بين الخيارات الثلاث لصالح الخيار الأول ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

15- وجاء اختيار الفضائيات الأجنبية من قبل غالبية الباحثين بسبب "تطرح المضامين الإخبارية بحرية" وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 57.61% ، يليها الخيار الخاص بـ " بسبب وضوح مصادر التغطية الإخبارية فيها" بنسبة مئوية قدرت بـ 28.65% ، ثم لأنها " تتناول القضايا العربية بموضوعية وحياد أكثر" وذلك بنسبة مئوية بلغت 13%. وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ 46,182b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي هناك فرق دال إحصائياً بين الخيارات الثلاث لصالح الخيار الثالث ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (335) على الفقرة: 17- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تقدم معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر، حيث بلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) 321,224^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

16- اتضح أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يؤكدون على تنوع مصادر المواد الإعلامية بين شهود، تصريحات لمسؤولين ، إعلام المواطنين في الفضائيات الإخبارية ، حيث بلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) 303,403^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

17- أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على استعانة الفضائيات الإخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم. وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) 197,224^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)،

وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

18-أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن الفضائيات الإخبارية تحقق السبق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام، وبلغت قيمة (ك²) حي عند درجة الحرية (4) $98,448^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

19-أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة و الفاعلة سياسياً على الفضائيات الإخبارية، وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) - $156,657^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

20-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث، حيث قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ $131,463^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

21-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تنتهك بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على السبق، حيث قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ $110,687^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

22-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تركز على القضايا السياسية المهمة لأجندة ملاكها والمعلنين الاقتصاديين، حيث بلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ $132,836^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة

الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

23-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن هنالك انحياز في اختيار الضيوف والفاعلين السياسيين في التغطية الاخبارية، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 92,478^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

24-أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن إخراج البرامج في الفضائيات الاخبارية يتمتع بالجودة الفنية والديكور بالتجديد والحيوية، وقدرت قيمة (ك²) (4) بـ 153,612^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

25-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الفضائيات الاخبارية تعتمد على الرسوم التوضيحية و الخرائط والمواد الأرشيفية لزيادة درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية ، حيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 221,552^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

26-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الإعلاميون في الفضائيات الاخبارية لا يراعون التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 169,552^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعتين الثانية والثالثة (موافق/محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

27-أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية يتمتعون بخلفية جيدة حول المواضيع السياسية التي يطرحونها، وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) 129,463^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند

مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

28-أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن الإعلاميين يجيدون التفاعل مع الضيوف و الجمهور ولكن لا يديرون الوقت بشكل جيد،(ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 136,179^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

29-أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على لجوء بعض الإعلاميين إلى الأداء الاستفزازي لأجل تحقيق شعبية أكثر لبرامجهم، حيث قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 216,090^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

3-1-الفرضيات الإخبارية و التمثلات حول القضايا السياسية

30-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على انهم دائماً يتابعون القضايا السياسية الجزائرية عبر الفضائيات الإخبارية، حيث بلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) 45,212^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الاولى (دائماً)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

31-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم أحيانا ما يتابعون الصراع العربي الاسرائيلي والقضية الفلسطينية عبر الفضائيات الإخبارية، و قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ 99,803^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

32-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم نادرا ما يتابعون الملف النووي الايراني عبر الفضائيات الإخبارية، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ $272,854^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

33-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم نادرا ما يتابعون السياسة الامريكية عبر الفضائيات الإخبارية، حيث بلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) $43,421^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

34-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم نادرا ما يتابعون السياسة التركية عبر الفضائيات الإخبارية، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ $59,218^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

35-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم احيانا ما يتابعون الربيع العربي و تداعياته عبر الفضائيات الإخبارية، وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (2) $22,949^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (احيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

36-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم دائما يتابعون الحرب في سوريا عبر الفضائيات الإخبارية، وقدرت (ك²) عند درجة الحرية (2) بـ $49,725^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الاولى (دائما)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

37-أغلبية أفراد العينة نادرا ما يتابعون السياسة الروسية عبر الفضائيات الإخبارية، حيث أن قيمة (ك2) عند درجة الحرية (2) قدرت بـ $141,534^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

38-أغلبية أفراد العينة احيانا ما يتابعون الأوضاع في العراق عبر الفضائيات الإخبارية، وبلغت قيمة (ك2) عند درجة الحرية (2) $100,197^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (احيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

39-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم احيانا ما يتابعون قضايا الإرهاب (تنظيم القاعدة، داعش..إلخ) عبر الفضائيات الإخبارية، و قدرت قيمة (ك2) عند درجة الحرية (2) بـ $50,191^b$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

40-أغلبية أفراد العينة يؤكدون انهم نادرا ما يتابعون قضية الصحراء الغربية عبر الفضائيات الإخبارية، وبلغت قيمة (ك2) عند درجة الحرية (2) $50,798$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثالثة (نادرا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

41-أفراد عينة يرون أن الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية لها دور في تجديد الأفكار السياسية لتتفق وضرورات الإصلاحات السياسية بالدرجة الأولى ثم يليها تغيير المعتقدات السياسية لتتفق والتوجهات السياسية العالمية بالدرجة الثانية وفي المرتبة الأخيرة تدعم المعتقدات والأفكار السياسية التقليدية. حيث جاء في المرتبة الأولى البديل تجديد الأفكار السياسية لتتفق وضرورات الإصلاحات السياسية. بنسبة مئوية قدرت بـ 41.8%، وفي الرتبة

الثانية جاء البديل تغيير المعتقدات السياسية لتتفق والتوجهات السياسية العالمية بنسبة مئوية تقدر بـ (40%)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل تدعم المعتقدات والأفكار السياسية التقليدية بنسبة مئوية قدرت بـ 18.20%.

42-أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأنه للقضايا السياسية في الجزائر مساحة ممتدة على الفضائيات الإخبارية. و قدرت قيمة (كا عند درجة الحرية (4) $88,418^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

43-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تشكك في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون السياسية في الجزائر، وبلغت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) $106,119^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

44-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية لا تبرز أنشطة المجتمع المدني في الجزائر و تقلل من فاعلية الأحزاب سياسياً، حيث قدرت (كا²) عند درجة الحرية (4) $145,373^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

45-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تركز على الخلافات العربية ما يزيد حدة التوترات الإقليمية، وبلغت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) $135,373^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

46-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تشجع على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي، وبلغت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) $128,955^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا

($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

47-أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن الفضائيات الإخبارية تروج للشورات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة، وبلغت قيمة (كا) عند درجة الحرية (4) $61,552^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

48-أغلبية أفراد العينة يبدون موافقتهم على أن الفضائيات الإخبارية تظهر الديمقراطية على أنه الحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات، وبلغت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) $124,866^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

49-أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الفضائيات العربية تعبر عن الاهتمامات والطموحات السياسية للشارع العربي أكثر من الأنظمة السياسية، وقدرت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) بـ $64,657^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

50-أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الفضائيات الإخبارية تحرض على إثارة العنف الطائفي وسياسة التمييز، وقدرت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) بـ $79,224^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

51-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تساهم في تقبل الآخر (الغرب)، وقدرت قيمة (كا²) عند درجة الحرية (4) بـ $85,731^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد

هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

52- أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الفضائيات الإخبارية تعمل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر والوطن العربي، وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) ^a 83,701 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

53- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية العربية لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الدولة، عودة اللاجئين...)، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ ^b 90,799 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

54- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تركز على الصراعات السياسية في العراق أكثر من الحالة الإنسانية للشعب العراقي، حيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ^a 174,507 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

55- أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار الخطاب السياسي للفضائيات الإخبارية تغير اتجاه إسرائيل (تفادي الحروب و المواجهات المسلحة....)، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ ^a 109,373 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

56- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تؤكد على البعد الإنساني لقضايا اللاجئين، حيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ^a 77,284 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)،

وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

57-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقية للأزمة السورية وتركز على تضليل الرأي العام حولها. حيث قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 151,731^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

58-أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد في اعتبار ان تقسيم العراق هو نتيجة طبيعية للنزاعات الطائفية التي كانت الفضائيات الإخبارية عاملاً فيها، و قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 81,373^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

59-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن قوى المعارضة في العالم العربي تحظى بحضور قوي على الفضائيات الإخبارية، حيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 114,746^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

60-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الصبغة الدينية تغلب على المواضيع المتعلقة بالإرهاب وجماعته في الفضائيات الإخبارية، وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) 112,806^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

61-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تظهر الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقتها. و قدرت قيمة (ك²) (4) بـ 106,030^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا

($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

4-1- الفضايات الاخبارية و اتجاهات السلوكات السياسية:

62- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضايات الإخبارية تشجع على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية. حيث بلغت قيمة (χ^2) عند درجة الحرية (4) $138,358^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

63- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضايات الإخبارية تقلل من الدور الحزبي في صنع القرار السياسي في الوطن العربي. وقدرت قيمة (χ^2) عند درجة الحرية (4) بـ $264,597^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

64- أغلبية أفراد العينة يتفقون على الحياد في اعتبار أن متابعتهم للفضايات الإخبارية تشجعهم للتحويل إلى نشاط سياسي. حيث قدرت قيمة (χ^2) عند درجة الحرية (4) بـ $36,507^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

65- أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضايات الإخبارية لا تجعلهم يؤيدون فكرة الاحتجاجات الجماعية لإصلاح الأوضاع (إضرابات أو مسيرات احتجاجية تقوم بها الجماعات السياسية أو النقابية). وقدرت قيمة (χ^2) عند درجة الحرية (4) $44,119^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الرابعة (معارض)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

66-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن متابعة الفضائيات الإخبارية لا تزيد من رغبتهم في تولي منصب سياسي؛ حيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بلغت 50,209^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة (معارض جداً)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

67-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على انهم يشتركون في المناقشات السياسية بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفضائيات الإخبارية ، بحيث بلغت (ك²) عند درجة الحرية (4) 180,090^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

68-أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأن متابعتهم للفضائيات الإخبارية لا تزيد من رغبتهم في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي. وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) 70,806^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الرابعة (معارض)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

69-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أنهم يتابعون حلقات الحوار و الندوات السياسية على الفضائيات الإخبارية والمشاركة في التعبير عن الرأي فيها، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 42,781^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

70-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على أنهم يستغرقون في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية، حيث قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 195,015^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

71-أغلبية أفراد العينة يؤكدون على انهم يقومون بتحليل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتهم بغض النظر عن آراء المحللين. وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) ^a 139,791 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

72-أغلبية أفراد العينة يقفون على الحياد عما تعلق الأمر بالتعبير عن آرائهم السياسية في المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية، وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ ^a 61,284 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

73-انقسم أفراد العينة الى مجموعتين المجموعة الأولى تؤكد على أنها تميل إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين يعجبهم آدائهم على الفضائيات الإخبارية والمجموعة الثانية فتقف موقف الحياد..وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ ^a 11,881 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعتين الثانية والثالثة (موافق/محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

74-أغلبية أفراد العينة يؤكدون موافقتهم على اقتباس بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على الفضائيات الإخبارية في محادثاتهم اليومية، وقدرت قيمة(ك²) عند درجة الحرية (4) بـ ^a 98,090 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

75-أغلبية أفراد العينة يؤكدون موافقتهم على البحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية في الكنب أو عبر الإنترنت وغيرها. وبلغت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ ^a 133,910 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

76-أغلبية أفراد العينة يؤكدون موافقتهم على أن الفضائيات الإخبارية تزيد من ثقتهم بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد. وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 89,791^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

77-أغلبية أفراد العينة انقسموا إلى موقفين مجموعة تؤكد بأنها تلجأ إلى مشاهدة اللقاءات السياسية للمسؤولين على الفضائيات الإخبارية عوضاً عن حضور تجمعاتهم بشكل شخصي، في حين المجموعة الثانية تقف موقف الحياد. وقدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 107,940^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية والثالثة (موافق/محايد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

78-إن أغلبية أفراد العينة يؤكدون بأنهم يقومون بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمهم من خلال المعارف التي يستقونها من الفضائيات الإخبارية، بحيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 123,373^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثانية (موافق)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

79-أغلبية أفراد العينة يقفون موقف الحياد حيال الاستجابة للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي. حيث أن قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 119,493^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

80-أغلبية أفراد العينة يقفون موقف الحياد في كون أن للفضائيات الإخبارية دور مهم في تشكيل المفهوم الحقيقي للمشاركة السياسية بوصفها تعبيراً عن المواطنة والاشتراك في صنع القرار السياسي، حيث قدرت قيمة (ك²) عند درجة الحرية (4) بـ 119,910^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الثالثة (محايد).

2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

لقد استندت الدراسة الحالية إلى مجموعة من الفرضيات شكلت المحاور الأساسية لفهم دور الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى عينة الدراسة، الذين يمثلون الشباب الجامعي في الجزائر، وعند عرض نتائج الدراسة في ضوء هذه الفرضيات فإننا سنقدم تفسيرات حول الجوانب الغامضة التي انطلقت منها هذه الدراسة ، ويمكن تحديدها كمايلي:

1- عادات و أنماط التعرض للفضائيات الإخبارية:

لقد جاءت هذه الدراسة لتوضح عادات و دوافع تعرض الشباب الجامعي للفضائيات الإخبارية ، و توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين ليسوا من المطلعين الدائمين على الأخبار، فهم يطلعون عليها بمعدل مرة يوميا. كما أن تفضيلات للفضائيات الإخبارية تنطلق من عوامل ثقافية وتاريخية وحتى جغرافية ، فبالنظر إلى اعتبار اللغة، فهم يفضلون القنوات الإخبارية العربية و الناطقة بالعربية. وتركزت أهم دوافعهم في التعرض إليها في الدوافع الإعلامية من خلال معرفة أخبار ومستجدات العالم، وتضعف لديهم الدوافع التوجيهية بحيث لا يستخدمونها لأغراض اتخاذ قرارات معينة.

ويلعب العامل الثقافي و الجغرافي كذلك دوره في تحديد أهم الفضائيات المشاهدة لديهم ، حيث أن كلا من قناتي "الجزيرة" ثم قناة "France24" تصدرتا الترتيب، فيما كانت القنوات الأنجلوساكسونية في آخر الترتيب. كما أن ولاء أفراد العينة للأشكال الإخبارية التلفزيونية ضعيف، حيث أن غالبيتهم لا ينتظمون في مشاهدة النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية وحتى شريط الأنباء أو البرامج الوثائقية.

2- بالنسبة للفرضية الأولى:

لقد نصت الفرضية الأولى على أن هناك تقدير عال لأداء الفضائيات الإخبارية لدى المبحوثين بناء على أبعاد الأداء المهني للفضائيات الإخبارية على المستوى السياسي، وقد تأكدت هذه الفرضية من خلال الاتجاهات الإيجابية نحو معظم العناصر الشكلية المحددة لها، فأغلبية أفراد العينة يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تقدم معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر، كما يؤكدون على تنوع مصادر المواد الإعلامية فيها بين شهود ، تصريحات لمسؤولين ، إعلام المواطن ، ويوافقون على استعانة الفضائيات الإخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم، وبالنسبة إليهم فإن هذه الفضائيات تستطيع تحقيق سبق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام. ولهم أيضا اتجاهات إيجابية نحو

إخراج البرامج في الفضائيات الاخبارية ، فهم يرون أنه يتمتع بالجودة الفنية والديكور والحيوية، و استخدام الرسوم التوضيحية و الخرائط والمواد الأرشيفية الذي يزيد من درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية ، كما يرون أن الإعلاميين في الفضائيات الإخبارية يتمتعون بخلفية جيدة حول المواضيع السياسية التي يطرحونها.

ولكن هذا التقدير يتضاءل نحو بعض المعايير المتعلقة بالمضمون وطريقة طرح المواضيع السياسية في الفضائيات الإخبارية، حيث أن الباحثين يرون أن هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة و الفاعلة سياسيا على الفضائيات الإخبارية ، و يؤكدون على أن اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث ، وهذا ما يؤثر على نوعية المصطلحات المستخدمة بين فضائية و أخرى ، وهذا الانحياز يمتد إلى اختيار الضيوف والفاعلين السياسيين المشاركين في التحليلات السياسية. كما أكد أفراد العينة على أن الفضائيات الإخبارية تنتهك بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على السبق والتي تؤثر على دقة ومصداقية الأخبار فيها، وهم على دراية بأن الفضائيات الإخبارية لا تنطلق من أهداف إعلامية بحتة، وإنما تركز على تحقيق على الأهداف التجارية التي تتعلق بمصالح ملاكها والمعلنين الاقتصاديين . أما فيما يتعلق بالأداء السلبي للإعلاميين فالمبحوثون يؤكدون على أن الإعلاميين في الفضائيات الاخبارية لا يراعون التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة.

ولقد كشفت الدراسة كذلك أن هنالك غموضا لدى المبحوثين عند تحديد نمط ملكية الفضائيات الإخبارية وتوجهاتها السياسية، حيث أنهم يعرفون نمط ملكية قنوات معينة ويجهلون أخرى ، ويربطون هذه الملكية بالبيئات السياسية التي تنطلق منها، وهذا ما يجعلهم يربطون بين توجهات الفضائيات الإخبارية العربية وتبعيتها الحكومية، وتوجهات الفضائيات الإخبارية الأجنبية و ملكيتها الخاصة. كما أنهم لا يرون أي اختلاف في مستويات ثقافتهم بالمضامين السياسية المقدمة بين الفضائيات الإخبارية العربية و الفضائيات الإخبارية الأجنبية، وهذا ما يؤكد نظرة الباحثين الذين يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية العربية استطاعت التحرر ولو بصفة جزئية من وسائل الإعلام الغربية، و نجحت في تحقيق مصداقية الخبر .

3-بالنسبة للفرضية الثانية :

نصت الفرضية الثانية على أن هناك علاقة بين مستوى الاعتماد على الفضائيات الاخبارية و نوعية التمثلات حول البيئة السياسية لدى أفراد العينة ، وتشكل التمثلات السياسية في هذه الدراسة البعدين المعرفي و الوجداني في توصيف مستويات الوعي السياسي، حيث تأكدت هذه الفرضية من خلال عدة جوانب هي:

1- أن أفراد العينة يتحيزون للعوامل الثقافية و الجغرافية وحتى الأزمانية عند اختيارهم للمضامين السياسية، فهم حريصون على متابعة القضايا الجزائرية، والحرب في سوريا بشكل دائم ، وتنخفض مستويات المشاهدة عند المواضيع المتعلقة بالسياسة التركية و الأمريكية و الروسية، وهو ما يتطابق مع نظرة الباحثين "غالتونغ" و "راج" اللذان يرجعان أسباب متابعة الأخبار الدولية إلى عاملي القرب الجغرافي و القرب الثقافي.

2- تعمل الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية على رسم تمثلات إيجابية ، من خلال دورها في تجديد الأفكار السياسية لتتفق وضرورات الإصلاحات السياسية بالدرجة الأولى ، وفي هذا الصدد فإن الباحثين يرون على أن الفضائيات الإخبارية تشجع على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي، وتعمل على أن تظهر الديمقراطية أنها المرجعية والحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات، وهم يؤكدون على أن الفضائيات الإخبارية تظهر الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقتها، وهو ما يفتح المجال للمقارنة بين الأوضاع في الدول الشمولية العربية والدول الديمقراطية، و المقارنة تلعب دورا معرفيا قويا في الإقناع بالأفكار. و لذلك تروج للثورات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة عندما تركزت دعواتها على زيادة هامش الديمقراطية و الحرية في الدول العربية. وفي جانب آخر فهي تركز على دعم قضايا اللاجئين ، من خلال تأكيدها على البعد الإنساني لقضايا اللاجئين

3- إن الفضائيات الإخبارية تعمل على رسم تمثلات سلبية في تغطية القضايا العربية، ولقد حددها الباحثون في التركيز على الخلافات العربية التي عادة ما تزيد حدة التوترات الإقليمية، وفي حالة العراق فإنهم يرون أن الفضائيات الإخبارية تركز على الصراعات السياسية في العراق أكثر من الحالة الإنسانية للشعب العراقي ، ولا تقدم الأبعاد الحقيقة للأزمة السورية وتتركز على تضليل الرأي العام حولها، وهذا الأمر انعكس كذلك على طرحها لبعض القضايا السياسية في الجزائر، حيث تشكك في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون السياسية في الجزائر، لا تبرز أنشطة المجتمع المدني في الجزائر و تقلل من فاعلية الأحزاب سياسيا. كما أنها تركز في عرض قضايا الإرهاب بالجانب الديني و بالتحديد "الإسلام".

4- يضعف دور الفضائيات الإخبارية في تحديد الاتجاهات السياسية نحو بعض القضايا التي تتسم بالتعقيد وتداخل العوامل السياسية المختلفة دولية كانت أو داخلية، و التي لا يمكن لهذه الفضائيات كعامل مستقل إحداث كل جوانب التأثير ، ويتعلق الأمر هنا بقضايا التمييز و العنف الطائفي الذي يلعب دورا كبيرا في الأزمات السياسية في الشرق الأوسط، وكذا التعبير عن الاهتمامات والطموحات السياسية للشارع العربي في مقابل مصالح الأنظمة السياسية، واعتبار أن الفضائيات الإخبارية تعمل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر والوطن العربي. كما أن الفضائيات الإخبارية العربية تلعب دورا ضعيفا في القضية الفلسطينية بحيث لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الدولة، عودة اللاجئين...)، بسبب تركيزها على الجانب الحبري.

بالنسبة للفرضية الثالثة:

نصت الفرضية الثالثة على أن هناك علاقة بين الاعتماد على الفضائيات الإخبارية و نوعية السلوكات السياسية لأفراد العينة (المشاركة السياسية المؤسسة ، المشاركة السياسية غير المؤسسة)، ولكن هذه الفرضية تأكدت في علاقة الفضائيات الإخبارية برفع مستويات المشاركة السياسية غير المؤسسة ، التي تعتمد على التفاعل الفردي مع الأحداث السياسية و في إطار محيطهم وبيئتهم الضيقة مع الأهل و الأصدقاء، فهذه الفضائيات تلعب دورا في إمداد جمهورها بالمعلومات التي يشتركون بها في المناقشات السياسية مع غيرهم ، كما يقومون بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمهم من خلال المعارف التي يستقونها من الفضائيات الإخبارية كذلك. ونجد أن المبحوثين يؤكدون على أنهم يميلون إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين يعجبهم آدائهم على الفضائيات الإخبارية، حتى أنهم يقتبسون بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على في محادثاتهم اليومية. كما أن الفضائيات الإخبارية تساهم في دفعهم على البحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة عليها في الكتب أو عبر الإنترنت وغيرها، و هم يستغرقون في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية، وهم يقومون بتحليل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتهم بغض النظر عن آراء المحللين.

-ولكن الفضائيات الإخبارية تلعب دورا ضعيفا في تنمية مستويات المشاركة السياسية المؤسسة، بحيث على الرغم من إقرار أغلبية أفراد العينة بأن الفضائيات الإخبارية تشجع على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية، و تزيد من ثقمتهم بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد، إلا أنها سلوكاتهم تتسم بالسلبية، فمعظم أفراد العينة لا

ينتمون إلى أي تيارات أو تنظيمات سياسية، وهم عاجزون عن الاندماج ضمن أطر رسمية لبلورة سلوكياتهم السياسية، كما لا يفضلون حضور تجمعات سياسية للمسؤولين، ولا رغبة لديهم في التحول إلى ناشطين سياسيين، أو حتى من أن يصبحوا من ذوي المناصب السياسية، إضافة إلى ذلك فإن متابعتهم للفضائيات الإخبارية لا تزيد من رغبتهم في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي، كما أن التغطية السلبية لأحداث المظاهرات والاحتجاجات جعلتهم لا يؤيدونها لافتكك حقوقهم، وهم يقفون على الحياد حيال الاستجابة للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي. وبالتالي فإنه لا يمكن للفضائيات الإخبارية أن تمارس دورا تعبويا يساهم في تغيير اتجاهات السلوكيات المؤسسة، وبالتحديد المشاركة السياسية، فلا تزال قيود البيئة السياسية المنغلقة حاجزا قويا، ولها انعكاس حاسم على ما يسمى "بالكبت النسبي" الذي يقود إلى عزوف كلي على انخراط الشباب في الحياة السياسية، مع وجود هوة بينهم وبين مؤسسات السياسية و من يمثلونها.

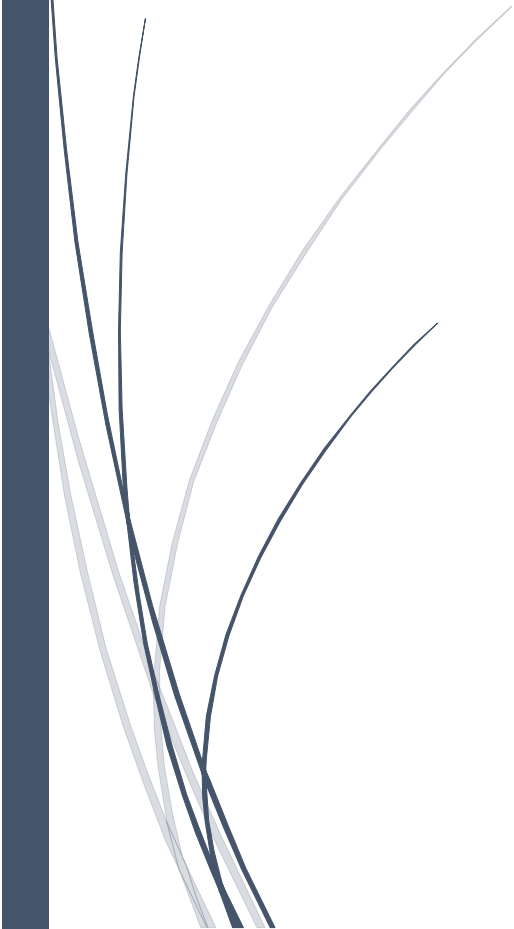
خاتمة

تبين من خلال هذا البحث المقدم حول دور الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الجزائر، أن الفضائيات الإخبارية توفر الدعامات و المتطلبات المعرفية اللازمة لتنمية الوعي السياسي، وهي توظف إمكانيات فريدة من نوعها وتقنيات جد حديثة ومميزيات ضخمة، تتيح لها المنافسة في أسواق الأخبار العالمية لتحقيق الرؤى التي تأسست لأجلها عبر إنتاج ثقافة سياسية تلائم متطلبات النموذج العالمي الديمقراطي و المتعدد.

ولقد اتضح كذلك أن هذه الفضائيات الإخبارية تستقطب فئات من الشباب الجامعي المهتم بالقضايا الوطنية والدولية، وهي جزء من العوامل التي توجه أفكاره السياسية، لكنها تصطدم بالبيئات السياسية المغلقة، التي تضعف فاعليته فيها، لذلك هناك ضرورة ملحة لإعادة الاعتبار للشباب الجامعي -بوصفه القوة الكامنة لأي مجتمع-، وإيجاد آليات قوية لزيادة ثقته في العملية السياسية في الوطن، ولقد تمكنا من معرفة الكثير من جوانب الغموض التي تعترى الطرق والأهداف التي تنتهجها الفضائيات الإخبارية في تنمية الوعي السياسي، بحيث أنها تعمل على بناء تمثلات حول الواقع السياسي، وإن كانت مضامينها متعلقة بمستويات أعلى تعني إجمالاً كل ماله علاقة "بالمواطنة العالمية" عبر زيادة حجم التفاعل مع القضايا الدولية و تفعيل عمليات التحول الديمقراطي في الدول؛ إلا أنه في الجزائر الأمر لايزال محدوداً بأطر الممارسات التقليدية للمشاركة السياسية ، التي لاتزال قاصرة في تشجيع المواطنين على الاسهام في صنع القرار ، وغرس ثقافة اللامبالاة بما يحدث في الجزائر وغيرها من البلدان. كما نجد أن المنظومة الحزبية و المدنية تؤثر بشكل واسع على عدم اندماج الشباب الجامعي في أي أطر رسمية توسع من أشكال السلوك السياسي، والتي قد تنتج ثقافة سياسية مختلفة عن الثقافة السياسية الأصلية، أو دعم أساليب تعبير مغايرة.

وبالتالي فإن أي تغيير يمكن أن يحدث بسبب وسائل الإعلام الدولي عموماً ، والفضائيات الإخبارية خصوصاً عبر تعزيز المعارف السياسية، وعرض التجارب الناجحة للدول الأخرى ، لايمكن أن يحقق أهدافه إلا في وجود بيئة سياسية مرنة، وفي نفس الوقت مفتوحة على استقبال المزيد من المشاركة السياسية- التي تعد المعيار الأساسي للحكم على فاعلية الوعي السياسي-، فما تم إثباته في بحثنا الحالي أن الشباب الجامعي يتابع ، يفكر ، ويحلل ، ولكنه لايتصرف، أو على الأقل هناك محدودية في التصرف، نظراً لحجم الترابط الوثيق بين مستويات التعبئة السياسية ، ومستويات القدرة على الاندماج ضمن المنظمات السياسية.

قائمة المراجع



قائمة المراجع

المصادر:

1. منظمة الأمم المتحدة. ميثاق الأمم المتحدة. (1945).
<http://www.un.org/ar/sections/un-charter/chapter-i/index.html>
2. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. (1948). متاح على موقع الأمم المتحدة.
<http://www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html>
3. اتحاد إذاعات الدول العربية. (2008). وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية. http://www.asbu.net/asbutext/pdf/2008_01_005.pdf

الكتب

1. أبو أصبع، صالح. (2000). الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
2. أبو النيل، محمود السيد. (2008). علم النفس السياسي عربيا وعالميا. القاهرة: المكتبة الأنجلو أمريكية.
3. أبو حليقة، سعيد أحمد. (1999). تطور الفكر الاجتماعي و المشاركة السياسية في ليبيا. القاهرة: معهد البحوث و الدراسات العربية .
4. أبو عامود، محمد سعد. (2009). الإعلام و السياسة في عالم جديد. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
5. أحمد، جمال محمد. (2014). الإعلام و التوجهات الدولية الراهنة. عمان: دار غيداء للنشر و التوزيع.
6. اسماعيل، هالة. (2009). الصحافة التلفزيونية العربية: الجزيرة و النيل. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث
7. أوليدوف، أك. (1978). الوعي الاجتماعي . ترجمة ميشال كيلو. بيروت: دار ابن خلدون.
8. بريس، أندريا وويليامز، بروس. (2012). البيئة الإعلامية الجديدة. (ترجمة شويكار زكي). القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
9. بسيوني، راندة عاشور. (2014). دور مواقع القنوات التلفزيونية الإخبارية في ظل اندلاع الثورات العربية. القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
10. البشر، محمد بن سعود. (1997). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض : مكتبة العبيكان.
11. الجمال، راسم. (2001). الاتصال و الإعلام في الوطن العربي. بيروت مركز دراسات الوحدة العربية.
12. حجاب، محمد منير. (2008). وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها. القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع

13. جلاوي، لطفي. (2013). التربية الديمقراطية. الجزائر: دار النديم للنشر و التوزيع.
14. الحسن، إحسان مُجَّد. (2013). علم الاجتماع السياسي. ط4. عمان: دار وائل للنشر و التوزيع.
15. الحمامي، صادق. (2012). المشهد الثوري الافتراضي: نحو مقارنة للأصول التواصلية للثورة التونسية. ظاهرة الويكيليكس: جدل الإعلام والسياسة بين الافتراضي والواقعي. الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
16. الحويك، حياة. (2013). الفضائيات الإخبارية العربية بين عولمتين: جيوبوليتيك وخطاب الفضائيات الإخبارية العربية. بيروت: منتدى المعارف.
17. دهية، مُجَّد محمود. (2007). الإعلام المعاصر. عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، دار أجنادين للنشر و التوزيع
18. ديفلير، ميلفين؛ روكيش، ساندرابول. (2004). نظريات وسائل الإعلام. ترجمة جمال عبد الرؤوف. ط4. القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
19. رانتان، تيرهي. (2015). الأخبار نشأتها وتطورها. (ترجمة كوثر محمود مُجَّد). القاهرة: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.
20. رشتي، جيهان. (1986). الإعلام الدولي. القاهرة: دار الفكر العربي
21. الزبيدي، رعد حافظ. (2011). مبادئ الثقافة السياسية. القاهرة: المكتب المصري للمطبوعات.
22. زغيب، شيماء. (2009). نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام. ط2. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
23. الزهراني، أحمد قران. (2015). السيادة السياسية و الإعلام في الوطن العربي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
24. ساراتناكوس، سوتيريوس. (2017). البحث الاجتماعي. ترجمة مُجَّد شحدة فارح. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
25. ساري، حلمي الخضر. (1988). صورة العرب في الصحافة البريطانية: دراسة اجتماعية للثبات و التغيير في مجمل الصورة. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
26. سرحان، باسم. (2017). طرائق البحث الاجتماعي الكمية. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
27. السرور، غلام خالد و الألوسي، سوؤد فؤاد. (2012). وسائل الإعلام و الصراعات السياسية. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع

28. نصر الله، رفيق. (2002). ضمن كتاب الذات و الآخر في الاعلام المعاصر. بيروت: مركز الامام موسى الصدر للأبحاث والدراسات.
29. العبد، نهى عاطف . (2007). صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي. القاهرة: دار الفكر العربي.
30. الحويك، حياة. (2013). الفضائيات الإخبارية العربية بين عولمتين. بيروت: منتدى المعارف
31. سعد آل سعود. (2006). الاتصال و الإعلام السياسي. الرياض: القنوات للنشر.
32. السيد، ليلي حسين. (2005). استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية. الفضائيات الإخبارية ومتغيرات العصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية
33. السيد، محمد عبد السميع. (2009). أثر الفضائيات على القيم الأسرية. القاهرة: العربي للنشر و التوزيع
34. شاهين، هبة. (2008). التلفزيون الفضائي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية
35. الشمري، علي جبار. (2013). ملامح الثقافة السياسية المرغوب فيها في الخطاب التلفزيوني العربي عبر البرامج الحوارية. وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
36. شيللر، هربرت. (1999). المتلاعبون بالعقول. (ترجمة رضوان عبد السلام). الكويت: عالم المعرفة.
37. صالح، سليمان. (2003). الإعلام الدولي. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع
38. صباح، ياسين. (2013). الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل للمضمون و التأثير في النخب و الرأي العام. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
39. الصرايرة، محمد نجيب. (2014). قضايا في الإعلام الدولي. عمان: مكتبة الرائد العلمية
40. ضيف، ليندة. (2015). الإعلام الإخباري في الفضائيات: الجزيرة و العربية أنموذجاً. عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع
41. طاهر، سمر. (2017). الإعلام في عصر العولمة و الهيمنة الأمريكية: كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم في مجال الإعلام. القاهرة: دار نهضة مصر للنشر
42. الطيب، مولود زايد. (2007). علم الاجتماع السياسي. الزاوية: منشورات جامعة السايح من أبريل.
43. عبد الحميد، محمد. (2000). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط2. القاهرة: عالم الكتب
44. عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط2. القاهرة: عالم الكتب
45. عبد الغني، أمين سعيد. (2005). وسائل الإعلام و الموجة الرقمية الثانية. عمان: ايتراك للطباعة و النشر

46. عبد الفتاح ، فاطمة الزهراء.(2012). المدونات الالكترونية و المشاركة السياسية. القاهرة : دار العالم العربي.
47. العبد الله، مي.(2004). العرب في مواجهة تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال. العرب و الإعلام الفضائي. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
48. عبد الله، إيمان مُجَدِّد.(2012). الشباب و الحركات الاجتماعية و السياسية. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب
49. عبد ربه ، صابر.(2002). الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي. الإسكندرية: دار الوفاء للنشر و التوزيع.
50. العبد، عاطف عدلي و العبد، نهي عاطف .(2008). نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي
51. العبد، نهي عاطف.(2009). الإعلام السولي. القاهرة : الدار العربية للنشر و التوزيع.
52. عثمان، جمال عبد الفتاح.(2009). المسؤولية الدولية عن عمليات البث المباشر العابر للحدود في ضوء أحكام القانون السولي. المنوفية: دار الكتاب القانوني.
53. عزي، عبد الرحمان.(2013). الرأسمال الرمزي الجديد : قراءة في هوية و سوسولوجية الفضائيات في المنطقة العربية. ثورة الصورة : المشهد الإعلامي و فضاء الصورة. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية.
54. العزي، علباء.(2017). الإعلام العربي و التنمية السياسية. سلسلة دراسات. معهد البحرين للتنمية السياسية.
55. علي، ناصر الشيخ.(2010). دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين. بيت ساحور: المركز الفلسطيني للدراسات و حوار الحضارات.
56. عيساني، رحمة الطيب .(2008). المدخل إلى الإعلام و الاتصال – المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية. عمان: جدار للكتاب العالمي
57. غانم ، عبد الكريم.(2016). الوعي السياسي في المجتمع اليمني. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

58. الفقيه: مُحمَّد عبد الوهاب.(2000).الدور السياسي للتلفزيون: دراسة مسحية وميدانية. القاهرة: مكتبة مدبولي
59. القادري، نهوند.(2013). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك .ط2. بيروت مركز دراسات الوحدة العربية.
60. الكواري، راشد.(1999).دور البرامج الإخبارية و الحوارية في قناة الجزيرة في نشر- الوعي السياسي.بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون
61. البكري، إياد شاكر .(2003). تقنيات الاتصال عبر زمنين. عمان: دار الشروق للنشر و التوزيع
62. ليسلي ، فرونسوا و ماركيز، نيكولا .(2001).وسائل الاتصال المتعددة الميادين. (تعريب فؤاد شاهين). بيروت: عويدات للنشر و الطباعة.
63. ماكفيل ،توماس. (2011).الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، الملكية.(ترجمة عبد الله الكندي). العين: دار الكتاب الجامعي.
64. ماكفيل ،توماس. (2015).الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، الملكية.(ترجمة عبد الله الكندي). ط2. عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
65. مُحمَّد، مرسل مازن. (2012). مشكلة الوعي ووعي المشكلة. بيروت : دار الفارابي.
66. المصالحه، مُحمَّد حمدان.(2009).الاتصال السياسي: مدخل نظري ونموذج تطبيقي.عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
67. المقدادي ، كاظم.(2013).الإعلام الدولي و الجديد وتصدع السلطة الرابعة. عمان: دار أسامة للنشر- و التوزيع
68. مهنا، فريال.2002. علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية. بيروت: دار الفكر المعاصر
69. مهنا، مُحمَّد نصر- .(2007).الإعلام و تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. ط2.الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب
70. الموسى ، عصام سليمان.(2013). الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق .الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
71. ميللر ، نهى.(2010). صناعة الأخبار العربية. ترجمة حنان عبد الرحمان. القاهرة: المركز القومي للترجمة
72. نصر ، مُحمَّد حسني .(2008). مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل و الوسائل. عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
73. الهيثي، الهادي هيثم.(2004).الاتصال التلفزيوني الفضائي الوافد واحتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي.العرب و الإعلام الفضائي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

74. ياسين، صباح.(2013).الإعلام الفضائي في الوطن العربي: تحليل المضمون و التأثير في النخب و الرأي العام. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
75. يوسف، حنان.(2005).الفضائيات الإخبارية وإدارة الأزمات: معالجة الفضائيات الإخبارية العربية لأزمة العراق. الفضائيات الإخبارية ومتغيرات العصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
76. مجموعة مؤلفين. (2004). العرب و الإعلام الفضائي. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
77. بغدادي، هالة إسماعيل.(2011). الصحفيون التلفزيونيون الإخباريون: القواعد و القيود. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.

المعاجم و القواميس

1. إبراهيم، مجدي عزيز.(2006). موسوعة المعارف التربوية. القاهرة: عالم الكتب.
2. بودون، ر و بوريكو، ف.1986. المعجم النقدي لعلم الاجتماع. ترجمة سليم حداد. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية
3. الجوهري، عبد الهادي. (1998). معجم علم الاجتماع. الأزاريطة: المكتب الجامعي الحديث
4. دورتيه، جان فرونسوا.(2011). معجم العلوم الإنسانية. ترجمة جورج كتورة. ط2. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع.
5. فاندنبوس، جاري. (2015). القاموس الموسوعي في العلوم النفسية و السلوكية. ترجمة أيمن عامر وأخرون. المجلد2. القاهرة: المركز القومي للترجمة.

المجلات

1. إبراهيم، حسنين توفيق.(2018). التحول الديمقراطي من منظور عربي. مجلة الديمقراطية. العدد72. <http://democracy.ahram.org.eg/News/426.aspx>
2. بوخاري، مليكة. (2014). قناة فرانس 24 فاعل في الدبلوماسية الثقافية الفرنسية الموجهة للعالم العربي. مجلة اتجاهات سياسية. العدد2. ص ص 241، 246
3. ثاني، عبد الله قدور.(2013). ماهية التدفق الإعلامي الدولي وتطورات خطابه، مجلة rist. مج 19، العدد2
4. حلس، موسى عبد الرحيم و مهدي ، ناصر علي.(2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني: دراسة على عينة من طلاب كلية الآداب بجامعة الأزهر بمجلة جامعة الأزهر. سلسلة العلوم الإنسانية.(12)2. ص ص 135-180

5. الزباني، عبد الكريم العجمي. (2010). الشباب الليبي و الأخبار : دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الفاتح في استخدام القنوات الفضائية الإخبارية و الاشباعات المتحققة منها. مجلة قطوف المعرفة. العدد 03. ص ص 186-159
6. عبد الرحمان ، حمدي.(2011). المشاركة السياسية : مشكلات عامة و قضايا نظرية. مجلة العلوم الاجتماعية الكويتية. 39 (1). ص ص 142-130
7. عربي، مسلم بابا.(2013). محاولة في تأصيل مفهوم الإصلاح السياسي. دفاتر السياسة و القانون. العدد9. ص ص 248-233.
8. عمران، ماجد و كلثوم، فيصل.(2011). السيادة في ظل الحماية الدولية لحقوق الإنسان. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية. 27 (1). ص ص 487-461

الرسائل الجامعية:

1. بوتقرايت، رشيد.(2007). ظاهرة الاهتمام باللباس لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة الجزائر
2. حسب الله، رجب عبد الله.(2015). تصور مقترح لتنمية الوعي السياسي للدراسات بمدارس الفصل الواحد على ضوء متطلبات ثورة 25 يناير. قسم التعليم العالي و التعليم المستمر. جامعة القاهرة
3. راضي، وسام فاضل. (2008). دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق. قسم الصحافة و الإذاعية و التلفزيونية. جامعة بغداد.

<https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=4277>

4. سالم، عبد المهدي كريم الجبوري.(2014). دور قناتي "الحرّة" و "BBC" الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن و الإمارات: دراسة مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب. جامعة البترا الأردن.
5. الشديدة ، مُحمّد عبد الله.(2013). الوعي السياسي لطلاب التعليم الجامعي باليمن: دراسة تحليلية. رسالة دكتوراه غير منشورة. معهد الدراسات التربوية. جامعة القاهرة
6. شراب، منذر أحمد.(2014). السياسة الخارجية القطرية في ظل التحولات السياسية العربية 2003-2012. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب والعلوم الإنسانية. جامعة الأزهر غزة.
7. الهاملي، ميساء سيف.(2012). الوعي السياسي للمرأة الإماراتية واقعه ودور التعليم في تنميته. رسالة دكتوراه غير منشورة. معهد الدراسات التربوية. جامعة القاهرة.

8. يحيوي، عبد الحق. (2001). نشرات الجزيرة الإخبارية و الوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي: دراسة على عينته من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الحلفة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

الندوات والمؤتمرات:

1. حمدي قنديل. (2010). الورقة النقاشية الرابعة. أعمال ندوة الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية. بيروت: المنظمة العربية لمكافحة الفساد
2. الخاطر، مريم راشد. (2010). تنظييمات البث الفضائي عالميا و الدور المطلوب عالميا . ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأسرة و الإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري. قطر.

مواقع الأنترنت:

1. حسين، حسناء. (2013). الشؤون العربية في الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية: رهانات التأثير و هاجس الوصاية.

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/01/180111094706869.html>

2. خلف، مي. (2015). لغة الخطاب و الجسد.. كيف تؤثر خطابات السياسيين في الجماهير؟.

<http://alkhaleejonline.net/%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85>

3. سامح سعيد عبود. (2010). النظام العالمي والإمبراطورية الغامضة.

<http://www.ahewar.org/debat/s.asp?aid=230475&t=4>

4. شبكة المعرفة الانتخابية. (2017) .

<http://aceproject.org/ace-ar/topics/pc/pca/pca01/pca01a>

5. الشهري، محمد. (2008). طفرة إعلامية أسبابها واضحة وحدودها مفتوحة.

<http://www.26.sept.net/article.php>

5. العالم، صفوت. (2013). دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي.. مصر- نموذجاً.

<http://studies.aljazeera.net/ar/issues/2013/03/201331411434095725.html>

6. عبد الرحيم، وليد. مفهوم السيادة في القانون الدولي. (2018).

<https://www.ssnp.info/?article=16294>

7. موسوعة الجزيرة. (2017).
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures>
8. موقع DW. 2018. "الجزيرة" .. الراعي الرسمي لـ "بعض" الثورات العربية؟.
<https://www.dw.com/ar/>
9. موقع الجزيرة. (2011). <http://www.aljazeera.net/news/arabic/2011/9/29/>
10. موقع سكاى نيوز. (2017). <https://www.skynewsarabia.com/about>
11. موقع فرانس 24. (2017). <https://www.france24.com/ar/company>
12. موقع نون بوست. (2017). <http://www.noonpost.org/content/1853>
13. موقع BBC. (2017).
http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/about_us/newsid_7257000/7257604

المراجع الأجنبية

Books:

1. Abdulla.R.(2004). *The Internet in the Arab World*. New York: Peter Lang
2. Altrman,J.(1998). *New Media New Politics: From Satellite TV to The Internet in The Arab world*. Policy Paper No48.The Washington Institute For Near East Policy.
3. Architti, C .(2010).*Explaining News: National Politics & Journalistic Cultures in Global Context* .NewYork: Palgrave Macmillan
4. Boczcowski,P J.(2010).*News at work: Imitation in an age of information abundance*. London: The university of Chicago press
5. Bothun , D & Sviokla .(2016).You're a Media Company Now What? 4 Strategies That Work in This dynamic New World. *In Global Entertainment and Media Outlook 2016-2020. A World of Differences: Special Report*. PWC Network .pp 29,37

6. Brants,K & Voltmer,K.(2011). *Mediatization and De-centralization of Political Communication in Postmodern Democracy Challenging the Primacy of Politics*. New York :Palgrave & Macmillan
7. Brighton, P & Foy, D.(2007).*News Values*. London: Sage Publication
8. El-Nawawy,M & Iskander,A.(2003).*Al Jazeera The Story of The Network That is Rattling Governments and Redefining Modern Journalism*. Massachusetts: West View Press Book.
9. Figenschou, T.(2014). *Al Jazeera and global media scape: The south is talking back*. London: Routledge
10. Figenschou,T.(2014). *Al Jazeera and The Global Media Landscape: The South is Talking Back*. London: Routledge
11. Fushs , C. (2011).*Foundation of Critical Media and Information Studies*. New York: Routledge
12. Gohan-Klas, Tomasz.(1978).*The concept of the "Free & balanced flow of information" in the central & east European countries*. Paris: UNESCO
13. Hamilton , J .(2004). *All News That 's Fit To Sell : How The Market Transform Information Into News* . Prinston :Prinston University Press
14. Harrison, J .(2006). *News*. New York: Routledge
15. Lacy, S & Sohn, A.(2011). *Market Journalism. Changing The News : The Forces Shaping Journalism in Certain Times*. New York: Routledge
16. Lowrey, W .(2011).*News :Once and Future Institution ? Changing The News : The Forces Shaping Journalism In Uncertain Times*. London: Routledge
17. Lynch,M.(2006). *Voices of New Arab Public*. New York: Columbia University Press
18. McNair , B .(2009).*News And Journalism In The UK* .(5th Ed) .New York: Routledge

19. Moller,N & Ayish,M & Dajani, N & Rimani,K. (2011). *Arab Media* .Cambridge: Polity Press
20. Perloff,R.(2014).*The Dynamics of Political Communication :Media and politics in digital age*. Routledge : NewYork
21. Shudson, M & Jeffrey ,A. (2003). *The sociology of news*. New York: W.W. Norton & company
22. Stokes, J .(2003).*How to Do Media and Cultural Studies* .London: Sage Publication LTD
23. Watson, J and Hill,A .(2012).*Dictionary of Media and communication Studies*. (8thEd).London: Bloomsbury Academy
24. Zayani,M.(2005). *Al-Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media*. London: Pluto Press

Periodicals:

1. Afghani, E & Seyyed, R & Sadat, N .(2014). A Comparative Study of State TV News Channels of Iran & Turkey : Content Analysis of Foreign News .*Global Media Journal: TR Edition* .5(09).pp 1-18
2. Galtung,J & Ruge,M.(1965). The Structure of Foreign News .*Journal of Peace Research*. 2(1).pp 64-91.
3. Gilboa, E.(2005).The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. *Political Communication*. 22. PP27-44
4. Given ,J .(2007). Cross Media Ownership Laws: Refinement or Rejection?. *UNSW Law journal* . 30 (1).pp 258,268
5. Lee, A. (2013). News Audience Revisited: Theorizing The Link Between Audience Motivations & News Consumption .*Journal Of Broadcasting Electronic Media* .57(3). pp 300,317
6. Mirrlees,T.(2015). U.S Empire and Communication Today: Revisiting Herbert I Shiller. *The Political economy of Communication*. 3(2). Pp3-27

7. Naz, N & Nawaz, Y & Hussein, N & Mustaq ,S & Nawaz,R. (2014).Role of Talk Show Raising Political awareness among youth: Study Conducted in district Toba TekSing. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. (3)1.223-231
8. Nordenstreng,K.(2013). How The New World Order and Imperialism Challenging Media Studies. *TripleC*. 11(2).pp 348-358
9. Olaylwola , A.(2016). Political Communication in the 2015 General Elections in Nigeria. *Journal of Mass Communication and Journalism*. 6(312).pp1-8
10. Oswald, Kristine.A.(1999) .Mass Media and The Transformation of American Politics . Marquette Law Review. Vol77. Pp 385; 414
11. Palloshi,S.(2015). The Influence of The CNN Effect and The Al Jazeera Effect on American Foreign Policy. *Communication Faculty Journal*. 2(2).PP 43-67
12. Robinson, P .(2005) .Theorizing The Influence of Media on World Politics .*European Journal of Communication*. 16 (4): 5 .pp523, 544
13. Udende, P.(2011). *Mass Media, Political Awarness, and Voting Behaviour in The Nigeria's Presidential Election 2011*. Paper Presented at the African Council for Communication Education. Nigeria. Covenant University.493-501
14. Yanich ,D .(2012). Local TV News , Content ,and The Bottom Line. *Journal Of Urban Affaires* .Vol 35, N 3.pp 327,342
15. Yousaf, Z.(2012). Private Television Channels as an Agent of Political Awarness in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research*. (4)3.532-556

Dissertations:

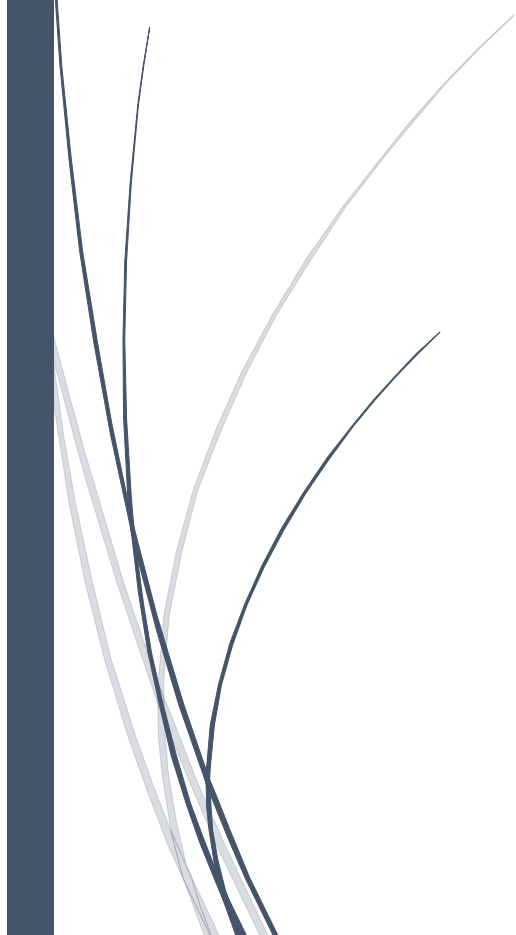
1. Ahmed, M.(2011). *Student's Exposure to political News On the Internet and Political Awarness: A Comparison Between Germany & Egypt* .PHD dissaertation in Philosophy.TchnishenUniversität Dresden.
2. Khumalo, S.(2013). *News as Commodity VS News as Public Good: Adaptation Strategies of South African Newspapers in The Digital Era*. A Dissertation For Magister Degree ,Department of Sociology , University of Pretoria
3. Zingarelli,M3.(2010).*The CNN Effect and The Al Jazeera Effect In Global Politics and Society*. A Master Thesis. The school of Continuing Studies and The Graduate School of Art and Science. George Town University. Washington .

Reports:

1. *Many voices one world: Towards a new efficient world information and communication* . (1980).New York: UNESCO
2. Mckinsey & Company.(2015).*Global Media Report : Global Industry Overview*.
https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/Global%20Media%20Report%202016/GMO%20Report_2016_Industry%20overview_v3.ashx
3. Pew Research Center's Project For Excellence Journalism.(2012) .*The State of The News Media 2012: An Annual Report on American Journalism*. <http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>
4. Pew Research Center For people and The Press.(2012).*Trends in News Consumption :1991-2012: In Changing News Landscape ,Even TV is Vulnerable*. <http://www.journalism.org/2013/03/17/the-changing-tv-news-landscape/>

5. Pew Research center.(2011) .*How the People Know About Their Local Community*.<http://www.pewinternet.org/files/oldmedia/Files/Reports/2011/Pew%20Knight%20Local%20News%20Report%20FINAL.pdf>
6. Pew Research center.(2015) .*Millennials & Political News : social Media , The local TV for The Next Generation?*. <http://apo.org.au/node/55119>
7. Pew Research center.(2016) .*State of News Media 2016*.
<http://www.pewresearch.org/topics/state-of-the-news-media/2016/>
8. Pew Research center.(2016) .*The modern News Consumer :News Attitudes & Practice in Digital Era*.
<http://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>
9. Primestream.(2014) . The Cabel News Network: A Case Study.
http://www.primestream.com/pdf/CS_CNN.pdf
10. Reuters Institute for Study and Journalism.(2016).*Digital News Report 2016*.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%20News%20Report%202016.pdf>

ملاحق الدراسة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة قسنطينة -3-

كلية الاعلام و الاتصال والسمعي البصري
قسم : الصحافة

صحيفة الاستبيان حول

**الفضائيات الإخبارية ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب
الجامعي في الجزائر**
-دراسة ميدانية على عينة من ولايات الشرق الجزائري-

إشراف الأستاذ:

أ.د الطاهر اجعيم

إعداد الطالبة :

هنوز رندة

ملاحظة: البيانات الخاصة بهذا الاستبيان سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي ،لذا
نرجو منكم الإجابة على كل العبارات ولكم منا فائق الشكر .

البيانات العامة:

الجنس : ذكر أنثى

المستوى التعليمي : ليسانس ماجستير / ماستر دكتوراه

الاتناء الحزبي: نعم لا

في حالة الاجابة بنعم ماهو هذا الحزب ؟

المحور الأول: عادات وأنماط التعرض للفضائيات الاخبارية لدى الشباب الجامعي :

1- ماهي نوعية الفضائيات الإخبارية التي تشاهدها:

- الفضائيات الإخبارية العربية
- الفضائيات الإخبارية الأجنبية
- الفضائيات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية
- أخرى تذكر

2- بين عدد المرات التي تطلع فيها على الأخبار عبر الفضائيات الاخبارية بشكل يومي :

- أكثر من خمس مرات
- من خمس مرات إلى مرتين
- مرة على الأكثر

3- هل تعتبر الفضائيات الاخبارية : -مصدر أساسي للاطلاع على الأخبار

- مصدر ثانوي للاطلاع على الأخبار

- مصدر أتعرض اليه في بعض الأوقات

4- ماهي دوافع الاعتماد على الفضائيات الإخبارية:

1. متابعة الأخبار و المستجدات في الوطن والعالم
2. تدعيم معلوماتي السياسية حول مختلف القضايا
3. اكتساب معلومات تساعدني على المحادثة مع أهلي وأصدقائي
4. تساهم في اتخاذ قرارات شخصية (الانتخاب، احتجاجات، ترشيد نفقات
5. لأشغل بها وقت الفراغ وتساعد على تمضية الوقت

..... أخرى تذكر

5-رتب الفضائيات الاخبارية التالية حسب درجة الاعتماد 1/ 2/ 3/ 4 / :

1. الجزيرة
2. العربية
3. BBC/BBC العربية
4. France24/France 24 العربية

5. SkyNews

6. CNN

7. الحرة

أخرى تذكر:

6- ماهي أهم الأشكال الإخبارية التي تتابعها عبر الفضائيات الإخبارية:

البرامج الحوارية	البرامج التحليلية	شريط الأنباء	النشرات الإخبارية	الشكل الإخباري المتابعة
				بانتظام
				بشكل غير منتظم
				حسب أوقات الفراغ
				لا أشاهدها

المحور الثاني :: الأبعاد المهنية للأداء الاعلامي في المجال السياسي عبر الفضائيات الإخبارية:

7- ماهو برأيك نمط ملكية القنوات الإخبارية التالية :

CNN	France 24	BBC	العربية	الجزيرة	القناة
					نمط الملكية
					حكومي
					حكومي مستقل
					خاص /مستقل
					غير واضح
					لأعرف

8- حسب رأيك ما هو التوجه السياسي لهذه الفضائيات الإخبارية:

CNN	France 24	BBC	العربية	الجزيرة	القناة
					التوجه السياسي
					رسمي / سياسات الحكومة
					شبه رسمي
					معارض للأنظمة الشمولية /ديمقراطي
					مستقل
					خدمة المصالح الأجنبية
					علماني
					إسلامي
					غير واضح

10- كيف تتعرف عادة على التوجه السياسي للقناة الإخبارية (يمكنك اختيار أكثر من اقتراح):

1- اللغة الإعلامية المستخدمة

2- عدم التوازن بين أطراف القضية في التغطية الإخبارية

3- نمط الضيوف والمحللين المشاركين في النقاش

- 4-سيطرة قضية معينة أو بلد معينة على جل اهتمامات القناة
- 5-مما نشر وعرض عنها (كتب ، مقالات ، برامج...الخ)

أخرى تذكر:

11-عند مشاهدتك للفضائيات الإخبارية هل تقوم:

1-بمشاهدة الفضائيات الإخبارية التي تتفق وتوجهاتك السياسية

2-تشاهد الفضائيات من كل التوجهات ثم تكون رأيك بنفسك

اخرى اذكرها :

12- هل تتق في المضامين السياسية المقدمة :

1-عبر الفضائيات الإخبارية العربية

2-عبر الفضائيات الإخبارية الأجنبية

3-لا أرى أي اختلاف

13-في حالة اختيار الفضائيات الإخبارية العربية لماذا؟

1-لأنها تراعي التوجهات و الانتماءات السياسية السائدة عربيا

2- لأنها تقدم الخبر بمهنية وحرافية تضاهي القنوات العالمية

3-عامل اللغة يمنعني من مشاهدة القنوات الإخبارية غير الناطقة بالعربية

أخرى تذكر:

14-في حالة اختيار الفضائيات الأجنبية:

1-تتناول القضايا العربية بموضوعية وحياد أكثر

2-بسبب وضوح مصادر التغطية الإخبارية فيها

3-لأنها تطرح المضامين الإخبارية بحرية

أخرى تذكر:

15- ماهو رأيك في العبارات التالية:

الانجاء					العبارة
معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	
					1- تقدم الفضائيات الاخبارية معالجات إعلامية باحترافية ومؤهلات عالية لنقل الخبر .
					2-تنوع الفضائيات الاخبارية في مصادر المواد الإعلامية بين شهود ، تصريحات لمسؤولين ، إعلام المواطن.
					3-تستعين الفضائيات الاخبارية بخبراء ومحللين مقتدرين في مجالهم
					4-تحقق الفضائيات الإخبارية سبق أكثر من غيرها من وسائل الإعلام
					5-هنالك تفاوت في عرض أخبار وأحداث الدول المهمشة و الفاعلة سياسيا على الفضائيات الإخبارية
					6-اللغة الإعلامية المستخدمة في الفضائيات الإخبارية منحازة ولا تراعي التوصيف الدقيق للأحداث
					7-تتهك الفضائيات الاخبارية بعض الأخلاقيات المهنية في سبيل الحصول على سبق
					8-تركز الفضائيات الإخبارية على القضايا السياسية المهمة لأجندة ملاكها والمعلنين الإقتصاديين
					9-هنالك انحياز في اختيار الضيوف و الفاعلين السياسيين في التغطية الاخبارية
					10-يتمتع إخراج البرامج في الفضائيات الاخبارية بالجودة الفنية والديكور بالتجديد و الحيوية
					11-اعتماد الفضائيات الاخبارية على الرسوم التوضيحية و الخرائط والمواد الأرشيفية يزيد درجة الانتباه وفهم المواد الإخبارية
					12- لا يراعي الإعلاميون في الفضائيات الاخبارية التنوع السياسي و الثقافي عند رصد القضايا السياسية الراهنة
					13-يتمتع الإعلاميون في الفضائيات الإخبارية بخلفية جيدة حول المواضيع الساسية التي يطرحونها
					14-الإعلاميون يجيدون التفاعل مع الضيوف و الجمهور ولكن لا يديرون الوقت بشكل جيد
					15-يلجأ بعض الإعلاميين إلى الأداء الاستفزازي لأجل تحقيق شعبية أكثر لبرامجهم

المحور الثالث: الفضائيات الإخبارية و التمثلات حول القضايا السياسية

16- ماهي أهم المضامين السياسية التي تتابعها عبر الفضائيات الاخبارية :

المواضيع السياسية	دائما	أحيانا	نادرا
القضايا السياسية الجزائرية			
الصراع العربي الاسرائيلي / القضية الفلسطينية			
الملف النووي الايراني			
السياسة الأمريكية			
السياسة التركية			
الربيع العربي و تداعياته			
الحرب في سوريا			
السياسة الروسية			
الأوضاع في العراق			
قضايا الإرهاب (تنظيم القاعدة، داعش ..الخ)			
الصحراء الغربية			

أخرى تذكر :

17-من وجهة نظرك هل ترى أن الفضائيات الإخبارية العربية و الأجنبية لها دور :

1-تغيير المعتقدات السياسية لتتنفق و التوجهات السياسية العالمية

2- تجديد الأفكار السياسية لتتنفق و ضرورات الإصلاحات السياسية

3-تدعم المعتقدات و الأفكار السياسية التقليدية

أخرى تذكر:.....

20-ماهو رأيك في العبارات التالية

الاتجاه					العبارة
معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	
					1-للقضايا السياسية في الجزائر مساحة مهمة على الفضائيات الإخبارية.
					2- تشكل الفضائيات الإخبارية في قدرة المسؤولين الجزائريين على إدارة الشؤون السياسية في الجزائر
					3-لا تبرز الفضائيات الإخبارية أنشطة المجتمع المدني في الجزائر وتقلل من فاعلية الأحزاب سياسيا .
					4- تركز الفضائيات الإخبارية على الخلافات العربية مايزيد حدة التوترات الإقليمية
					5-تشجع الفضائيات الإخبارية على المطالبة بإصلاحات سياسية جذرية في الوطن العربي
					6- تروج الفضائيات الإخبارية للتوترات العربية على أنها ناجحة وتحمل مطالب مشروعة
					7- الفضائيات الإخبارية تظهر الديمقراطية على أنه الحل السياسي الوحيد للإصلاح في جميع المجالات
					8-تعتبر الفضائيات العربية عن اهتمامات و الطموحات السياسية للشارع العربي أكثر من الأنظمة السياسية
					9-تعرض الفضائيات الإخبارية على إثارة العنف الطائفي وسياسة التمييز
					10-تساهم الفضائيات الإخبارية في تقبل الآخر (الغرب)
					11- الفضائيات الإخبارية تعزل على تهديد الاستقرار الأمني في الجزائر و الوطن العربي
					12- الفضائيات الإخبارية العربية لا تدافع عن كامل الثوابت الفلسطينية (إقامة الدولة، عودة اللاجئين...)
					13- تركز الفضائيات الإخبارية على الصراعات السياسية في العراق أكثر من حالة الإنسانية للشعب
					14- الخطاب السياسي للفضائيات الإخبارية تغير اتجاه اسرائيل (تفادي الحروب و المواجهات المسلحة ...)
					15-تؤكد الفضائيات الإخبارية على البعد الإنساني لقضايا اللاجئين
					16- الفضائيات الإخبارية لا تقدم الأبعاد الحقيقة للأزمة السورية وتتركز على تضليل الرأي العام حولها
					17-تقسيم العراق هو نتيجة طبيعية للنزاعات الطائفية التي كانت الفضائيات الإخبارية عاملا فيها
					18- تحظى قوى المعارضة في العالم العربي بحضور قوي على الفضائيات الإخبارية
					19- تغلب الصبغة الدينية على المواضيع المتعلقة بالارهاب وجماعته في الفضائيات الإخبارية
					20- تظهر الفضائيات الإخبارية الدول الديمقراطية في الغرب على أنها نماذج يجب أن نسير على طريقها

المحور الرابع: الفضائيات الإخبارية و اتجاهات السلوكيات السياسية:

21- ماهو رأيك في العبارات التالية

الاتجاه					العبارة
معارض جدا	معارض	محايد	موافق	موافق جدا	
					1- تشجع الفضائيات الإخبارية على إشراك الشعب في التأثير على القرارات الحكومية
					2- تقلل الفضائيات الإخبارية من الدور الحزبي في صنع القرار السياسي في الوطن العربي
					3- تشجعني متابعتي للفضائيات الإخبارية للتحويل إلى ناشط سياسي
					4- تجعني الفضائيات الإخبارية أؤيد فكرة الاحتجاجات الجماعية لإصلاح الأوضاع (إضرابات أو مسيرات احتجاجية تقوم بها الجماعات السياسية أو النقابية)
					5- متابعتي للفضائيات الإخبارية يزيد من رغبتني في تولي منصب سياسي ما
					6- أشارك في المناقشات السياسية بالمعلومات التي أحصل عليها من الفضائيات الإخبارية
					7- متابعتي للفضائيات الإخبارية تزيد من رغبتني في الانضمام إلى أي تنظيمات أو أحزاب سياسية للإسهام في صنع القرار السياسي
					8- أتابع حلقات الحوار و الندوات السياسية على الفضائيات الإخبارية وأشارك في التعبير عن رأيي فيها
					9- أستغرق في التفكير في بعض القضايا السياسية المعروضة عبر الفضائيات الإخبارية
					10- أحلل التصريحات الواردة من المسؤولين عبر الفضائيات الإخبارية بناء على معتقداتي بغض النظر عن آراء المحللين
					12- أعبر عن رأيي السياسية في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية
					13- أميل إلى تقليد بعض الإعلاميين الذين أعجب بأدائهم على الفضائيات الإخبارية
					14- أقتبس بعض الكلمات من تصريحات المسؤولين على الفضائيات الإخبارية في محادثاتاتي اليومية
					15- أبحث عن خلفية القضايا السياسية المعروضة على الفضائيات الإخبارية في الكتب أو عبر الأنترنت وغيرها
					16- الفضائيات الإخبارية تزيد من ثقتي بفعالية الانتخابات في تحسين مستوى البلد
					17- أبدأ إلى مشاهدة اللقاءات السياسية للمسؤولين على الفضائيات الإخبارية عوضا عن حضور تجمعاتهم بشكل شخصي
					18- أقوم بتوعية المحيطين بأبعاد القضايا السياسية التي تهمني من خلال معارفي التي أستقيها من الفضائيات الإخبارية
					19- أستجيب للحملات التي تقوم بها الفضائيات الإخبارية في سبيل خدمة قضايا المجتمع الدولي
					20- للفضائيات الإخبارية دور مهم في تشكيل المفهوم الحقيقي للمشاركة السياسية بوصفها تعبيراً عن المواطنة و الاشتراك في صنع القرار السياسي