



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمارة ثليجي الأغواط
كلية العلوم الانسانية والحضارة
قسم الاعلام والاتصال



العنوان :

دور القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة في تعزيز الديمقراطية
التشاركية للمواطن
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة العلوم السياسية بولاية الأغواط)

مذكرة لنيل شهادة الماستر في اعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتورة

-سميرة مراح

من إعداد الطلبة:

الموسم الجامعي 2024/2023

شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

قال الله تعالى " فاذكروني أذكركم و أشكروني و لا تكفرون " و عملا بقوله صلى الله عليه و

سلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

الحمد لله العظيم الكريم أحمده و اشكره و استرضيه على فضله وجزيل بذله، الذي وفقني
لإنجاز هذا العمل.

أتقدم أولا بالشكر الجزيل إلى من مد يد المساعدة و ساهم معنا في تذليل ما واجهنا من
صعوبات الأستاذ المشرف " سميرة مراح " على مساعدته لنا دون أن يبخل علينا بتوجيهاته و
نصائحه القيمة، وله منا خالص التقدير و الاحترام كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علم
الاجتماع ونشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد و لم نذكره .

إهداء

" و قضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه و بالوالدين احسان "

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من هي الأولى بصحبتى "أمى الغالية"

-إلى من ربانى صغيرا و أشفق عليا كثيرا ، سندی العزیز "أبى الغالى"

-إلى اخوتى و أخواتى الذين كانوا سنداً و داعمين و عوناً لى

فى حياتى كلها و مسيرتى

و تحصيلى العلمى خاصة كل واحد باسمه

إلى كل من ساعدنى من قريب أو من بعيد و لو بكلمة

فنسأل الله أن ييسر لنا عملنا هذا و يوفقنا فيه.



ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الى الكشف وتسليط الضوء على:

الدور الذي يلعبه التلفزيون الجزائري وبالأخص القناة البرلمانية التاسعة كوسيلة اتصال جماهيرية في تعزيز الديمقراطية التشاركية لطلبة السنة الثالثة ليسانس حيث تكونت عينة الدراسة من 16 طالبا من طلاب من جامعة عمار ثليجي، حيث تم اختيارهم بطريقة العينة العرضية باستعمال أسلوب المسح الشامل. وانطلاقا من موضوع بحثنا هذا، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وبعد اختيار العينة والمنهج، استخدمنا أداة (استمارة الاستبيان) التي تكونت من ثلاث محاور، لجمع البيانات والإجابة عن الأسئلة وقد خلصت دراستنا الى النتائج التالية:

أن غالبية أفراد العينة يشاهدون القناة البرلمانية التاسعة لمدة من ساعة الى ساعتين.

أن غالبية أفراد العينة يعتمدون بدرجة متوسطة على القناة البرلمانية التاسعة لتعزيز الديمقراطية التشاركية.

أن غالبية أفراد العينة يشاهدون برنامج الملفات البرلمانية والخميس البرلماني.

الكلمات المفتاحية :

- القناة البرلمانية التاسعة - تعزيز الديمقراطية التشاركية

Abstract :

The study to Reveal And shed the light on:

The role that He plays in TV Algerian, especially the ninth parliamentary channel As a means of communication Mass in year bachelor's -Strengthening participatory democracy for third was formed students, where it is a sample of the study from 16 Asking from students From Ammar , Theliji University where It was completed in a way Their choice of the sample Transverse using the comprehensive survey method.

And off from Theme We searched ,this Lost It was completed Use Curriculum Descriptive ,analytical And after to choose the sample And the curriculum , We used it Tool form The questionnaire which It was formed from three ,Axes To collect data And the answer on questions And it has I finished Our study to its Resu next:

That majority Individuals the sample They watch Parliamentary Channel 9 For a period of One to two hours.

That majority Individuals the sample They depend To a degree middle On Parliamentary Channel 9 .To strengthen participatory democracy

That majority Individuals the sample They watch program Parliamentary files and Parliamentary .Thursday

The words Keywords :

- Parliamentary Channel Nine Strengthening participatory democracy

الصفحة	فهرس للمحتويات
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ-ب	مقدمة
	الفصل الأول
	الاطار المنهجي للدراسة
3	1. الإشكالية
4	2. تساؤلات الدراسة
5	3. فرضيات الدراسة
5	4. تحديد مفاهيم الدراسة
6	5. أهمية الدراسة
7	6. الاهداف الدراسة
8	7. لأسباب اختيار الموضوع
9	8. نوع الدراسة ومنهجها
10	9. أدوات جمع البيانات
11	10. مجتمع البحث وعينة الدراسة

الاطار النظري للدراسة

الفصل الاول: لمحة عامة عن الديمقراطية التشاركية

15	تمهيد
16	المبحث الأول: ماهية الديمقراطية التشاركية
17	المطلب الأول: مفهوم الديمقراطية التشاركية
18	المطلب الثاني: ظروف نشأة الديمقراطية التشاركية بين المفهوم والممارسة
21	المطلب الثالث: مؤشرات الديمقراطية التشاركية
25	المبحث الثاني: آليات تفعيل الديمقراطية التشاركية في الجزائر
27	المطلب الأول: آليات التفعيل على مستوى الدولة
29	المطلب الثاني: آليات التفعيل على مستوى المجموعات الاجتماعية
31	المطلب الثالث: آليات التفعيل على مستوى المواطن

الفصل الثاني: لمحة عامة عن التلفزيون وعلاقتها بالجمهور

33	المبحث الأول: ماهية التلفزيوني
34	المطلب الاول: ماهية التلفزيون
35	المطلب الثاني: تحولات التلفزيون
37	المطلب الثالث: الخصائص التأثيرية للتلفزيون وتقنياتها
39	المبحث الأول: دراسة جمهور وسائل الاعلام وتطورها

40	المطلب الأول: ماهية جمهور وسائل الاعلام
43	المطلب الثاني: سيمات ومميزات جمهور وسائل الاعلام
45	المطلب الثالث: علاقة الجمهور بالوسيلة والرسالة
47	المبحث الثاني: القنوات الاخبارية
49	المطلب الأول: القنوات الاخبارية وعلاقتها بالجمهور
51	المطلب الثاني: القنوات فضائية العربية
53	المطلب الثالث: معدل مشاهدة القنوات الاخبارية التلفزيونية

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

56	حدود الدراسة
58	عرض وتحليل الدراسة
78	تحليل الفرضيات
80	نتائج الدراسة
84	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	محتوى الجداول	الصفحة
(1)	توزيع افراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	53
(2)	توزيع افراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن	54
(3)	توزيع افراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	55
(4)	بأي وسيلة تفضل مشاهدة القناة البرلمانية التاسعة	56
(5)	الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى	57
(6)	تقوم بمشاهدة القناة البرلمانية التاسعة يوميا	58
(7)	المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة	59
(8)	توزيع افراد العينة حسب اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية	60
(9)	توزيع افراد العينة حسب البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمانية التاسعة	61
(10)	توزيع افراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة	62
(11)	توزيع افراد العينة حسب للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك	63
(12)	توزيع افراد العينة حسب تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك	64
(13)	توزيع افراد العينة حسب تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب	65

66	توزيع افراد العينة حسب تعتمد فقط على القناة البرلمانية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية	(14)
67	توزيع افراد العينة حسب أهم البرامج السياسية التي تتابعها عبر القناة	(15)
68	توزيع افراد العينة حسب هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة	(16)
69	رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار	(17)
70	رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة	(18)
71	رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة	(19)
72	تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة	(20)

قائمة التمثيلات البيانية

الصفحة	محتوى التمثيلات البيانية	رقم التمثيلات البيانية
53	توزيع افراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	(1)
54	توزيع افراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن	(2)
55	توزيع افراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	(3)
56	بأي وسيلة تفضل مشاهدة القناة البرلمانية التاسعة	(4)
57	الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى	(5)
58	تقوم بمشاهدة القناة البرلمانية التاسعة يوميا	(6)
59	المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة	(7)
60	توزيع افراد العينة حسب اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية	(8)
61	توزيع افراد العينة حسب البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمانية التاسعة	(9)
62	توزيع افراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة	(10)
63	توزيع افراد العينة حسب للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك	(11)
64	توزيع افراد العينة حسب تأثير البرامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك	(12)
65	توزيع افراد العينة حسب تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول	(13)

	الانتخابات يشجعك على الانتخاب	
66	توزيع افراد العينة حسب تعتمد فقط على القناة البرلمانية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية	(14)
67	توزيع افراد العينة حسب أهم البرامج السياسية التي تتابعها عبر القناة	(15)
68	توزيع افراد العينة حسب هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة	(16)
69	رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار	(17)
70	رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة	(18)
71	رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة	(19)
72	تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة	(20)

مقدمة:

ان وسائل الاعلام تقوم بدور كبير في تأثيرها على اتجاهات الشعوب والجمهور خاصة وتبيان آرائه ومواقفه إزاء جميع القضايا التي تدور من حوله في أي بلد كان، حيث اصبح عالمنا اليوم يوصف بانه مجتمع الاعلام خاصة خلال القرن العشرين، الذي تميز بالتطور الهائل في وسائل الاعلام والاتصال فقد استطاعت هذه الاخيرة احداث آثار عميقة في حياة الافراد فهذه الوسائل لها ان تساهم بشكل فعال، الى حد كبير في بلورة وتشكيل الرأي العام في تحديد اتجاهاته وعمما يجري حوله في العالم، كما شهدت نموا ملحوظا ومتسارعا، خاصة الوسائل المسموعة والمرئية التي احدثت قفزة نوعية في حياة الأفراد واصبحوا ينظرون اليها كمصدر رئيسي يستمدون منه ثقافتهم السياسية.

ورغم قوة وتعدد وسائل الاعلام فقد ركزنا في دراستنا على وسيلة واحدة الا وهي " التلفزيون " الذي يعد اقوى وسائل الاتصال، ومن خلال برامجه فهو قادر على تشكيل اتجاهات الرأي العام والتأثير عليه وذلك من خلال ما يقوم بعرضه من منتجات سياسية، اجتماعية، ثقافية، دينية.

فقد اقيمت بعض الدراسات في الولايات المتحدة الامريكية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وخصوصا التلفزيون باعتباره المصدر الرئيسي للمعلومات السياسية للناخبين الامريكيين، وهذا الامر ليس فقط في امريكا و انما في جميع دول العالم كون التلفزيون المصدر الرئيسي والاساسي للمعلومات التي يتزود بها الافراد، خصوصا عندما يتم ربط وسائل الاعلام بالاحداث التي اصبحت في بؤرة الاهتمام برموز لها مكائتها على المسرح السياسي لتمكنهم من اتخاذ مواقف من الاحداث و القضايا المختلفة، اذ امتد دوره ليشمل الثقافة السياسية وتكوين وسياسي لدى الجماهير يدفعها الى الاهتمام بالشؤون السياسية.

الإطار

المنهجي للدراسة

الإشكالية:

ان وسائل الاعلام والاتصال السمعية البصرية تعتبر من أهم وسائط الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي وذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الاعلامي, اذ يعتبر التلفزيون من هذه أهم الوسائل بل أحدثها وأخطرها في نفس الوقت لقدرته الكبيرة على جذب الكبار والصغار ، اذ يتوفر على خصائص توفر له تقديم المعارف والمعلومات.

والسلوكيات واحتوائه على قيم من خلال أكثر من قالب فني إضافة الى غناء اللغة التعبيرية له وتنوع وتكامل عناصر التجسيد الفني لمادته وبساطة بنيتها ومضمونها وشكلها, وظروف وسهولة التعرف اليها, كما يعتبر من الوسائل الناجحة في التأثير وحشد جماهير كبيرة .

إلى أن وظيفة الأساسية تكمن في ربط المجتمع والعمل بدرجة كبيرة للمساعدة على تماسكه وتبادل الأفكار بين الفئات الشعبية، كما أنه أداة تواصل بين المجتمع المحلي والعالم الخارجي، ويشكل دورا هاما في إحداث التغيير في السلوك والقيم والاتجاهات، وفي ضوء ما تعرفه وسائل الإعلام والاتصال من ثورة حقيقية.¹

وتعد الديمقراطية التشاركية للمواطن من موضوعات علم الاجتماع السياسي، كما تركز جميع المجتمعات على إعداد وبناء شخصية الفرد الذي يعتبر عصب الحياة، فالمواطنون في أي أمة يتقاسمون الشعور بالانتماء الذي يميزهم عن غيرهم من مواطني الأمم الأخرى وذلك بالولاء النابع من القيم المكتسبة منذ الطفولة من طرف ابائهم او مكان دراستهم، فالديمقراطية التشاركية للفرد تستمر معه حتى مماته، لأنها تحقق التفاعل بين المواطن والنظام وهذا ما يعزز المشاركة السياسية ويحقق الاستقرار السياسي في المجتمع من تلك المصادر التي قد تختلف في اساليبها ولكنها في النهاية تتجه نحو هدف

¹ أمير سراج، الديمقراطية التشاركية في الجزائر، مذكرة ماستر حقوق، جامعة سعيدة، 2019، ص 4.

واحد وهو تنشئة الفرد نحو الديمقراطية التشاركية للمواطن سياسيا ويكون من خلالها عضوا فاعلا في المجتمع الذي يعيش فيه.

ورغم اختلاف العلماء والباحثون حول أهمية هذه المصادر إلا أنهم يعتقدون انها تتعاون جميعها في الديمقراطية التشاركية وتتكامل لغرس وزرع القيم السياسية لدى افراد المجتمع، وتساعدهم في توجيه سلوكهم بما يخدم مصلحتهم، وبما يخلق منهم مواطنين صالحين قادرين على فهم وتحليل النسق السياسي بالطرق المدروسة وبما يحقق إيمانهم بالمشاركة السياسية، التي بدورها تحقق المنفعة المتبادلة والمصلحة المشتركة بين المجتمع والدولة؛ ومن أهم مؤسسات التنشئة السياسية الأسرة، المدرسة، الأحزاب السياسية، الاعلام.

ومن خلال ماسبق حاولنا في هذا البحث تناول الفضاءية الجزائرية التاسعة كقناة اعلامية ومؤسسة من مؤسسات التنشئة والمشاركة السياسية حيث تهدف لنشر الوعي السياسي من خلال برنامجها في الضوء الذي تبثه على مدار السنة وعلى إثر هذا فالمشاركة السياسية للمواطن الجزائري تتجسد من خلال تواجده في الشأن السياسي للمجتمع ومشاركته كانت تعبر عن رؤية استراتيجية تتمثل في الانخراط داخل الأحزاب والحركات السياسية بمختلف قضايا المجتمع، ومنظمات المجتمع المدني التي تلعب وسائل الإعلام بمختلف أنواعها دور هام في تشكيل الوعي السياسي للمواطن الجزائري وبناء على هذا تمارس وسائل الإعلام وخاصة القنوات البرلمانية دورا هاما في تشكيل الاتجاهات السياسية للمواطن حول عملية تشكيل القرارات تجاه القضايا السياسية الراهنة ويندرج موضوع بحثنا ضمن الاشكالية التالية:

ما هو دور القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية لطلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط ؟

تساؤلات الدراسة:

➤ ما مدى اعتماد طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط على القناة البرلمانية

الجزائرية التاسعة؟

➤ ماهو تأثير هذا البرنامج السياسية في توعية طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة

الأغواط على القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة؟

➤ كيف تساهم وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي المتعلق بفاعلية المشاركة السياسية لطلبة

السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط ؟

فرضيات الدراسة:

➤ اعتماد طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط على القناة البرلمانية الجزائرية

التاسعة بشكل كبير.

➤ تأثر البرنامج السياسية بشكل كبير في توعية طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة

الأغواط على القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة.

➤ تساهم وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي المتعلق بفاعلية المشاركة السياسية لطلبة السنة

الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط بشكل ايجابي.

مصطلحات الدراسة :

➤ - مفهوم الاعلام:

- لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الاتصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي اوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك.¹

- اصطلاحا: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام او دولة من خلال وسائل الاعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.²

➤ - **التعريف الإجرائي:** هي عملية نقل أخبار البرلمان لتستهدف جماهير معينة من خلال اعلامها بحقائق أو أحداث أو قضايا تنقل بموضوعية وحرية في احدى وسائل الاعلام التي اعتمدت لدى دولة

➤ - التلفزيون:

➤ لغة: يتكون من مقطعين Télé ومعناه عن بعد و Vision ومعناه الرؤية، وبهذا يكون معنى هذه الكلمة هو: الرؤية عن بعد.

➤ اصطلاحا: أما من الناحية العلمية يمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه " طريقة إرسال واستقبال الصوت والصورة، من مكان الى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في حالة البث طويل المسافة " ³

➤ **التعريف الإجرائي:** التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية لطالما كانت تسحر مختلف الفئات الاجتماعية، كما تعرف بقدرتها على التأثير في المتلقين والمتابعين لكل القنوات البرلمانية في تعزيز الديمقراطية التشاركية.

¹علي عبد الفتاح، إدارة الاعلام، دار الزاوي العلمية للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014، ص144

²علي عبد الفتاح، نفس المرجع، ص 145

³ فوضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 143

➤ -الجمهور:

لغة: إن كلمة جمهور تعني في معناها العادي تجمعا لمجموعة لا على التعيين من قبل الافراد، أيا تكن هويتهم القومية أو مهنتهم أو جنسهم.

اصطلاحا: الشخصية الواعية للفرد وتصبح عواطف وأفكار والوحدات المصغرة المشكلة للجمهور موجهة في نفس الاتجاه.¹

- **التعريف الإجرائي:** وهو عدد من الأفراد تجمعهم رابطة محددة متمثلة في استقبال برامج عبر وسائل محددة (تلفزيون) أي مستقبلين لبرنامج معين في توقيت محدد في تعزيز الديمقراطية التشاركية.

➤ - **الديمقراطية التشاركية:** يمكن تعريف الديمقراطية التشاركية على أنها "مجموعة الإجراءات والوسائل والآليات التي تتيح للمواطنين الانخراط المباشر في تسيير وتبعا لذلك لا يتم تعريف الديمقراطية التشاركية في حد ذاتها.

بل يتم تعريفها من خلال الوسائل " الشؤون العامة " الديمقراطية التشاركية ثغرات الديمقراطية التمثيلية وتوجه إلى الموضوع على ذمتها وذلك في علاقة بالهدف المقصود من تكريسها وتسد إصلاحها أي أنها تقوم بدمقرطة الديمقراطية.

- **التعريف الإجرائي:**

➤ هي مجموعة الإجراءات والوسائل والآليات التي تقوم بها قناة البرلمانية التاسعة التي تتيح لطلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بالانخراط المباشر في تعزيز الديمقراطية التشاركية.

¹غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ت: تبوزيد صحراوي و اخرون ، بيروت ، لبنان ، دار الساقى ، ط1، 1991، ص53

أهداف الدراسة:

كل البحوث لها أهداف وغاية تود وتسعى الوصول إليها ونسعى في بحثنا هذا إلى:

- تحاول الدراسة تشخيص الاطار النظري للمنظومة التي تقوم بتعزيز الديمقراطية التشاركية للمواطن.
- معرفة والتقرب أكثر من هذه الفئة ودراستها دراسة موضوعية.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية دراسة بتعزيز الديمقراطية التشاركية للمواطن على السياسة الجزائرية التي يمكن دراستها في:

- محاولة توضيح الإطار النظري لمفهوم بتعزيز الديمقراطية التشاركية للمواطن على السياسة الجزائرية التي ازداد الحديث عنها باعتبارها نقطة بقاء التلفزيون أداة للتأثير على السياسة الجزائرية.
- معرفة درجة التأثير الاعلامي على الديمقراطية التشاركية للمواطن في السياسة الجزائرية.

أسباب اختيار الموضوع:

● أسباب اختيار الموضوع:

يعد اختيار الموضوع البحث أولى الخطوات المنهجية عند التفكير في إعداد أي بحث علمي, بدون العثور على موضوع مناسب للبحث لا يمكن إن يكون هناك بحث أصلا ولعل اختيار موضوع البحث لا يتم اعتباطا أو مزاجا أو حتى بمحض الصدفة, بل هناك العديد من المؤشرات الموضوعية والذاتية التي تتفاعل فيما بينها لتوجيه الباحث نحو اختيار إشكالية معينة ليتناولها كموضوع لدراسته, وتكمن هذه المؤشرات في الإحساس الصادق والميل الشخصي والاستعداد لدراسته, وما تمثله المشكلة المدروسة من أهمية على المستوى العلمي والعملية, ولعل هذه الأسباب مجتمعة مع بعضها البعض هي التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع الذي يساهم في إثراء المعرفة ومن بين الأسباب التي دفعتنا للبحث مايلي:

● أسباب ذاتية:

إن من أهم شروط نجاح الدراسة رغبتنا فيها لأننا اعلم من غيرنا بميولنا ورغباتنا

- ❖ الرغبة في دراسة موضوع بشكل عميق كونه يدخل ضمن اهتماماتنا.
- ❖ الميل الشخصي اتجاه المواضيع المتعلقة بتعزيز الديمقراطية التشاركية.
- ❖ الرغبة الشخصية في الحصول على معلومات والحقائق التي تخص هذا الموضوع.
- ❖ الرغبة في التعرف على طبيعة هذه التعزيزات.

➤ أسباب موضوعية:

- تعتبر الديمقراطية التشاركية من بين المفاهيم الأكثر حداثة في حقل العلوم السياسية والسياسات المقارنة بشكل خاص، فالديمقراطية التشاركية تعتبر اقترابا علميا قائم على مجموعة من المتغيرات والمؤشرات في تحليل النظم السياسية والمقارنة فيما بينها.
- تزويد مكتبتنا بدراسة تكون بمثابة أرضية خصبة لدراسات جديدة.
- جدة الموضوع واعتباره محط جدال، خاصة فيما يتعلق بتعزيز الديمقراطية التشاركية للمواطن.

الدراسات السابقة:

تمثلت الدراسات السابقة في سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد وتحديد موقعها في التراث النظري من حيث الاهتمام بها كما تمثل الدراسات السابقة والبحوث نقطة انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة سواء المتغيرين معا او كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى ومن هذه الدراسات نجد ما يلي:

الدراسة الأولى:

دراسة "محمد السباعي" حول الاعلام التلفزيوني ودوره في التحول الديمقراطي في الوطن العربي، قناة الجزيرة أنموذجا، جامعة وهران - احمد بن بلة - وهران، أجريت هذه الدراسة سنة 2017.

-انطلقت هذه الدراسة من الاعلام التلفزيوني والدور الذي لعبه في التحولات الديمقراطية التي شهدتها الوطن العربي وتحديد مساهمة قناة الجزيرة الفضائية في التحول الديمقراطي للنظام السياسي المصري، حيث طرح التساؤل الرئيسي:

ما الدور الذي لعبته قناة الجزيرة في تحول الأنظمة السياسية العربية بصفة عامة وفي النظام المصري على الوجه التحديدي؟ كما تلخصت أهمية هذه الدراسة في:

-وضع هذه الدراسة بأيدي المهتمين نظرا لجديتها من اجل الاستنارة بمحتواها ونقدها وتنقيتها
-محاولة اختبار تأثير الذي يحدثه الاعلام الجديد وخاصة التلفزيوني في عملية التحول في عصر الثورة والمعلومات منها تلفزيون الجزيرة.

هدفت هدده الدراسة في عدة عناصر يمكن اجمالها فيما يلي:

- رصد القدرة الاعلام التلفزيوني في مجابهة الاعلام البديل والقدرة على منافسته واحتوائه

- كشف دور الاعلام بصفة عامة في صنع القرار في المنطقة العربية خاصة تونس ومصر

نذكر اهم ما جاءت به الدراسة من نتائج:

- التجربة الديمقراطية في العالم العربي تجربة جديدة وصاعدة نحو الرقى الاجتماعي والدولة المدنية لكنها لم تبلغ بعد مرحلة الرشاد نظرا لحداتها وما يبررها الطرح هو ان الكثير من الأقاليم العربية التي

مارست هذه التجربة لانزال تتخبط في الصراعات السياسية والمؤتمرات الدولية المرتبطة بالأهمية الجيوستراتيجية لهذه الدول.

- الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة هو خطاب سياسي يهدف الى ديمقراطية النظم العربية التي شهدت ثورات الربيع العربي وهو خطاب ساهم في إزالة النظم الشمولية العربية نظرا للأهمية التاريخية والإستراتيجية لتلك الدول.

الدراسة الثانية:

دراسة "يصرف الحاج" حول تأثير التلفزيون الجزائري على تحديدي السلوك الانتخابي، جامعة وهران أجريت هذه الدراسة سنة 2006.

بحيث انحصرت مشكلة الدراسة في التعرف على مدى التأثير التلفزيوني الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي لجمهور الناخبين لولايات الغرب الجزائري، من خلال عرضه لمضامين الحملة الانتخابية المتعلقة ببرنامج المصالحة التي أجريت في الجزائر سنة 2005.

تندرج تحت سؤال: هل مارس التلفزيون الجزائري دوره بفعالية في التأثير على الجمهور الناخبين وتوجيههم الى تبني سلوك انتخابي يتماشى مع اهداف الحملة الانتخابية من خلال تناوله لبرنامج المصالحة الوطنية؟

كما جاء في الفرضية الرئيسية للدراسة:

- ان التلفزيون الجزائري يمارس تأثيرا إيجابيا، قويا ومباشرا على تحديدي السلوك الانتخابي للأفراد. وتهدف هذه الدراسة الى التعرف على الدور التلفزيوني الجزائري وتأثيره على تحديد السلوك الانتخابي لمواطني الغرب الجزائري باعتباره كوسيلة بث واقناع وذلك من خلال عرضه للحملة الانتخابية الخاصة ببرنامج المصالحة الوطنية، ومدى تمكنه من تحقيق الأهداف التي خططت لها هذه الحملة.

- اقتضت طبيعة دراستهم استعمال منهج المسح الاجتماعي كما تمثل مجتمع البحث في مجموع الافراد الناخبين البالغين 18 سنة فما فوق والقاطنين بولاية الغرب الجزائري ذكورا واناثا في فترة الحملة الانتخابية لبرنامج المصالحة الوطنية، جرت دراسة على عينة قصدية متكونة من 450 طالب جامعي

موزعين على الولايات التالية: وهران، سيدي بلعباس، مستغانم، وذلك بمعدل 150 مفردة في كل ولاية.

- كشفت نتائج الدراسة مدى قدرت العوامل الوسطية الأخرى في التأثير على تحديد سلوك الناخبين بحيث تم التوصل الى ان نسبة كبيرة من الجمهور الناخبين بالموازاة مع تعرضهم لمضامين الحملة الانتخابية من خلال التلفزيون الجزائري كانوا يدخلون في نفس الوقت في اتصال شخصي مع الافراد المحيطين بهم بخصوص برنامج المصالحة الوطنية وتمثل جماعة الأصدقاء الفئة المفضلة لدى هؤلاء.

الدراسة الثالثة:

كتاب ريتشارد داوسون تأليف كينيث برويت وكارن داوسن بعنوان التنشئة السياسية دراسة تحليلية ترجمة مصطفى عبد الله خشيم ومحمد زاهي المغربي تناول الإشكالية:

كيف يكون المواطن معتقداته حول ما يفعله تجاه النظام العام؟

عن طريق أي عمليات يتم نحت العادات السياسية في قلوب المواطنين؟

وماهي النتائج المترتبة عن ذلك؟

حيث توصل الكاتب في هذه الدراسة الى اعتبار التنشئة السياسية تعني أكثر من مجرد تفسير الكيفية التي يصبح بموجبها المواطنون مؤمنين بأهداف ومعتقدات سياسية معينة، فالباحث السياسي يطمح في فهم الكيفية التي بموجبها تصبح أنماط التنشئة السياسية ذات صلة بالحياة السياسية في الدولة ككل.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الدراسات السابقة استفدنا من الناحية المنهجية من خلال تحديد المنهج المستخدم وتحديد العينة والتطرق للعينة واستخدامها كما تسمح بتحديد أدوات الدراسة.....).

منهج الدراسة:

إن من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه هو انتقاء منهج ملائم كونه أداة لاختبار الفروض ولا تتم أي دراسة بحثية إلا به، كما تعد منهجية البحث من أهم أسباب نجاح البحث العلمي، لذا يوليها الباحث أهمية عظمى، قصد اختيار منهج يلائم طبيعة العمل والموضوع في آن واحد. وتختلف المناهج باختلاف المواضيع فلكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه.¹

لذا أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية لطبيعة الموضوع الذي يتطلب ذلك، فلمنهج الوصفي هو " المنهج الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً والبحوث الوصفية لا تنحصر أهدافها في مجرد جمع الحقائق، بل ينبغي أن تتجه تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلًا دقيقاً كافياً ثم الوصول إلى التعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة موضوع الدراسة"². كما أنه "تصوير للوضع الراهن وتحديد للعلاقات التي توجد بين الظواهر والاتجاهات"³

عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها "ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلالها المعطيات، في ميدان العلم، ونتطلع أن تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات أو الآلاف من العناصر وذلك حسب الحالة، والمأخوذة من مجتمع بحث معين بالوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي أي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين "⁴ إذ تمثلت عينة دراستنا في

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995، ص 92

² عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه ، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان 2014، ص 149

³ عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، نفس المرجع السابق، ص 150

⁴ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006، ص 301

جل طلبة السنة الثالثة ليسانس قسم العلوم السياسية جامعة الأغواط بنية توزيع الاستبارة كما كان مخطط له في السابق، والذي بلغ مجملهم 16 مفردة.

كما قد تمت الاستعانة بأسلوب المسح الشامل اذ تعرف أنها المسوحات التي تشمل كافة مفردات مجتمع البحث. ويقصد بالمتجمع، مجموع وحدات البحث أو الدراسة التي يراد الحصول على معطيات عنها سواء أكانت وحدة العد إنسانا أو نباتا أو جمادا. إلا أن عملية العد الكامل (المسوحات الشاملة) باهظة التكاليف سواء من الناحية المالية أو الوقت، وتعرض لأخطاء كبيرة، كأخطاء الحذف والازدواجية، وأخطاء التسجيل، وأخطاء تجهيز المعطيات وغير ذلك التي من شأنها أن تؤثر على جودة العمل. وتنبع هذه الأخطاء أساسا من صعوبة الإشراف السليم على مثل هذه العمليات الإحصائية الكبيرة. لذا فكثيرا ما تسفر مسوحات العينة عن نتائج أكثر دقة من التعدادات، لان المسح بالعينة يتيح الوقت للإشراف الدقيق على الأعمال الميدانية وتجهيز النتائج وتقليل الأخطاء البشرية وشهدت السنين الأخيرة تناقصا تدريجيا في عدد المسوحات الشاملة نتيجة العوامل التالية:

- التطور الكبير في العمل الإداري وما أدى ذلك من انتظام السجلات الإدارية وسهولة الحصول على المعطيات الإحصائية.

- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي للأفراد وإدراكهم أهمية إعطاء المعطيات الصحيحة، لزيادة حاجتهم إلى الخدمات الرسمية التي تتوقف على الحصول على معطيات مدونة عن الأفراد وممتلكاتهم وأسرههم وعناوينهم وما إلى ذلك.

- تقدم الأدوات الإحصائية والرياضية من أجل شيوع استنتاجات العينة وتأسيس التوقعات والتقديرات وقد ساعد على ذلك بدرجة كبيرة التوسع في استخدام الحاسب الآلي.¹

¹مدحت جمال، البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا وباستخدام SPSS. عمان: دار الشروق. <https://www.maktabtk.com/>. اخر زيارة للموقع في

أدوات جمع البيانات:

يتوقف نجاح أي دراسة علمية على مدى استعداد الباحث على استغلال العقلاني للتقنيات والأدوات المنهجية التي تدخل في مجال البحث حتى يكون بحثه متكاملًا موضوعيًا إلى حد ما، إذ تتطلب الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية من الباحث الاستعانة بأدوات معينة لجمع المعلومات الضرورية الخاصة بدراسته وتختلف أهمية هذه الأدوات بالنسبة للباحث وذلك لارتباطها بطبيعة مشكلة البحث وفروض الدراسة والأهداف المتوخى تحقيقها من هذه الدراسة لذلك يستعين الباحث بأداة أو أدوات معينة دونما غيرها من الأدوات.

وعليه قد استخدمنا لدراسة دور القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة في تعزيز لديموقراطية التشاركية للمواطن على الاستبارة تعرف على أنها " في شكلها الأكثر شيوعًا بسبر الآراء تقنية مباشرة ل طرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، ذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقًا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية. ان الاستبار هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح أسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الافراد، انطلاقًا من الأجوبة المتحصل عليها.¹ كون نفس الأسئلة تطرح على كل مخبر وبنفس الصيغة، وان كل واحد منهم يمكنه ان يختار من ضمن نفس قائمة الإجابات، فإننا نستطيع القيام بالمقارنات بأكثر سهولة مما هو عليه الحال في مقابلة البحث، وكذا القيام بتجميع الرقمي وحساب نسب مئوية في علاقاتها بهذا أو ذاك المتغير المتضمن في فرضية الانطلاق، هكذا فكلما طبقت المعيارية على الأسئلة كلما اتسع مجال المقارنة.

¹ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واحرون، دار القصة للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-

الإطار

النظري للدراسة

تمهيد:

تم اهتمام بالتلفزيون من قبل الباحثين وعلى رأسهم المختصون في مجال علوم الاعلام والاتصال كما أثارت هذه القضية ، ولا زالت تثير الى حد الآن جدلا واسعا حول تأثيراتها على أفراد المجتمع كوسائل اتصالية فعالة.

المبحث الأول: ماهية التلفزيون

المطلب الأول: تعريف التلفزيون:

ويمكن أن نطلق على طريقة عمل التلفزيون بأنها الطريقة القائمة على فكرة إرسال واستقبال صور مرئية تتميز بالقدرة على الحركة وارسال الأصوات، وذلك من خلال موجات كهرومغناطيسية، وفقا لرؤى حسين أبو شنبه وهذا يعني أن للتلفزيون الكثير من الإمكانيات الهائلة وهي إمكانية الجمع بين الضوء والصوت والحركة، وهو بذلك يعطي صورة كاملة للأحداث أي أنه أعطى فرصة انتقال الحدث إلى المشاهد وليس العكس.

ويعرف التلفزيون بأنه مجموعة متكونة من عدة أجزاء هي مواد وبرامج وصور إضافة إلى بعض المعينات سواء كانت تعليمية أو غيرها، والتي يتم بثها من خلال المحطات التلفزيونية النوعية، وذلك بواسطة دوائر مغلقة داخل المدارس أو الجامعات أو المؤسسات التعليمية بشكل عام.¹

¹ رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2011، ص11

- تطور صناعة التلفزيون:

ورث التلفزيون الكثير من تقاليد الراديو، وقد لعبت العديد من العوامل دوراً هاماً لتجعل من التطور التكنولوجي للتلفزيون وانتشاره في المجتمع الأمريكي عملية أكثر سرعة وأقل فوضوية مما حدث مع سلفه الراديو، والواقع أن تكنولوجيا التلفزيون كانت معقدة بالفعل قبل التوسع في صناعة الأجهزة وطرحها على نطاق واسع للبيع في السوق، وفي هذا المجال لا توجد فترة يمكن مقارنتها بما حدث في عصر التلفزيون من حيث سعة الانتشار، ولم تكن الوسيلة الإعلامية الجديدة مضطرة إلى التوصل لهيكل للسيطرة والإشراف مع الحكومة، فقانون الاتصالات الفيدرالي الذي تصفه لجنة الاتصالات الفيدرالية (FCC) والتشريعات المكتملة له ثم الاستيلاء عليها ببساطة من الراديو، وكانت الأسس المالية للتلفزيون واضحة منذ البداية، كما كان الجمهور معتاداً تماماً على الإعلانات التجارية، وكان التلفزيون يبشر بالمزيد من التأثير والفعالية كوسيلة لتنشيط المبيعات، ولم تكن هناك مشكلة موقعة بالنسبة لجلب أموال الإعلانات، كذلك لم تكن هناك مرحلة عداء مع الصحافة ووسائل الاتصال السلكية فكل هذه الترتيبات امتدت ببساطة من الراديو إلى التلفزيون، وكانت فكرة الشبكات قد حققت شعبية بالفعل من أيام الراديو، كما كانت تكنولوجيا الكابل المتحد المحور (coaxial-cable) متاحة وموجودة وكل ما هو مطلوب هو بناء المنشآت المادية فقط، فالجمهور كان معتاداً بالفعل على الصور المتحركة ولم يكن من الصعب تقبلها بعد بثها وإذاعتها بالتلفزيون، ولهذا السبب لم يتوقع أحد سوى مقاومة محدودة من جانب الجمهور للوسيلة الإعلامية الجديد¹

أهمية الفضائيات :

يمثل البث الفضائي ثورة في ميدان الاتصال البشري ومنذ ظهور التلفزيون أعيد تصميم غرف الجلوس وظهرت في الأسواق كراسي خاصة به ، وموائد صغيرة للأكل أثناء مشاهدته وأطعمة جيدة سريعة

¹ ملفين ل. ديفلير وآخرون، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص168.169

التجهيز وقد استطاع أن يشد إليه اهتمام الناس بدرجة هائلة عندما نقل إليهم سلسلة من العروض الحية والفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حقيقية.

إن التلفزيون أصبح يتميز بقدرة خارقة على الاقناع والتأثير والسيطرة لقد أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها أنها تكمن ببساطة من هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام.¹

المطلب الثاني: تطور ظهور التلفزيون

1- ظهور تلفزيون الكابل:

الكابلات ثنائية المحور هي أسلاك مغلقة بالبلاستيك الذي يحيط به غطاء معدني لمنع ضياع الإشارة أو حدوث تداخل، ولقد دخلت هذه الكابلات بسرعة إلى حيز الاستخدام لبث البرامج التلفزيونية عبر مسافات طويلة وأدت مهمتها هذه بنجاح ملحوظ، وكان استخدام الكابلات في نقل الإشارات التلفزيونية إلى المنازل.

وبالإضافة إلى ذلك أدت حقيقة أن الإشارة التلفزيونية تنتقل في خط مستقيم إلى التقليل من جودة الاستقبال أو حتى استحالة حدوثه فيها وراء المباني المرتفعة أو على الجانب الأخر من التلال أو الجبال وما أشبه ذلك.²

وهناك بعض الجدل حول المكان الذي بدأ فيه استخدام الكابل للاستقبال التلفزيوني المنزلي، ويؤكد أحد الآراء أن ذلك حدث عام 1950 بمنطقة لانسفورد بولاية بنسلفانيا الأمريكية، فقد تلقى رويرث تارلتون، الذي كان يمتلك ورشة لإصلاح أجهزة الراديو والتلفزيون، العديد من الشكاوى حول الاستقبال.

¹ قاسي علاء الدين وآخرون، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، جامعة 08 ماي 1945 قالة، 2017، ص55-54.

² ملفين ل. ديفليير وآخرون، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص173.

أصبحت الكابلات قادرة على أن تقدم لمشتركيها الإشارات التي يتم إرسالها من مدن أخرى على مسافات أبعد، وبالنسبة لمحطة الإرسال المحلية، كان ذلك عملاً غير مرغوب فيه وغير عادل، وكانت النتيجة عدد من القضايا والدعوى القانونية.

2- التلفزيون الرقمي أو التلفزيون التفاعلي:

التلفزيون التفاعلي هو وسيط ثنائي الاتجاه يمنح المشاهد الفرصة في الاختيار والتعديل بجدول البرامج ومواعيدها كي يتلاءم مع مواعيده وأذواقه فهو بهذه الحالة يزيد من المشاركة بين المرسل والمستقبل ويمنح عملية الاتصال المرونة المطلوبة، والتلفزيون التفاعلي هو نفسه التلفزيون الرقمي فالرقمية هي التي منحت التفاعلية إذا فالتلفزيون التفاعلي يجب أن يكون رقمياً فالنظام الرقمي هو ضرورة التفاعل لقدرته على توفير خصائص ومستحقات رقمية في الإنتاج والعرض والتقديم ودعم المشاركة في الاتصال، (فالسمة التفاعلية التي يتمتع بها التلفزيون الرقمي تجعل منه مشهيداً يمكن المشاهد من التدخل في المحتوى الإعلامي واختيار ما يروقه والتحكم في مجريات الأحداث).¹

ويعتمد عمل التلفزيون التفاعلي على قاعدتين أساسيتين هما:

1. توفير التفاعلية مع البرامج والقنوات أثناء المشاهدة بحيث يتحول المشاهد إلى مشارك وتنتهي فكرة المشاهد السلبي.

2. إلغاء التزامن بين العرض والمشاهدة الذي يفيد المشاهد بخريطة العرض ويكون أمام خيار واحد هو أن يشاهد ما يرغب في وقت العرض حسب خريطة العرض وزمنه، فقد أنهت التفاعلية أسطورة احتكار المعلومة.

¹ يسرى خالد ابراهيم، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة، ديوان مطبوعات جمعية، 2010، ص251.

3- البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية (Satellite TV Broadcasts)

عرف البث المباشر في مجال الإذاعة أنه كل مادة تبث حية أي غير مسجلة، ويقصد به نوعية من البرامج التي تبث على الهواء، أو التي يكون المشاهد عنصراً رئيسياً مشاركاً فيها، أما البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية فهو ظاهرة حديثة نسبياً، وهو إمكانية وصول الإشارة إلى أجهزة الاستقبال التلفزيوني في البيوت مباشرة بعد تركيب معدات صغيرة إضافية دون مرور بمحطات أرضية للاستقبال.

ووفقاً لهذا التعريف فإن البث المباشر يشمل الاستقبال الفردي أو الجماعي، ويقصد بالاستقبال الفردي إمكانية تلقي الفرد للإشارة من قمر الاتصالات بوسائل بسيطة ولاسيما الهوائيات الصغيرة، في حين يقصد بالاستقبال الجماعي استقبال الاشارات عن طريق تجهيزات للاستقبال معقدة وهوائيات أكبر من التي يستخدمها الفرد من أجل استخدام مجموعة من الأفراد أو للاستخدام العام في منطقة محدودة أو بنظام توزيع يغطي منطقة معينة.¹

أدى استخدام أقمار الاتصال في مجال التلفاز إلى حدوث تغير ملموس في البث التلفزيوني، فقد أمكن التغلب على المشاكل التي كانت تعوق نقل البرامج التلفزيونية إلى مناطق بعيدة، واصبحت القنوات التلفزيونية قادرة على توصيل برامجها إلى جميع أنحاء العالم، إلا أن التطور الأكبر الذي أحدثته أقمار الاتصال هو القدرة على تحقيق الآنية في نقل الأخبار والمعلومات والبرامج من دول العالم المختلفة، وهذا أدى إلى تقدم المادة الإعلامية في زمن حدوثها، وسهل للتلفاز الوصول إلى إدراك المشاهد وجعله يتعايش مع الأحداث بشكل مباشر.

¹ سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، جامعة دمشق، 2.1، دمشق، 2010، ص 468-467.

المطلب الثالث: الخصائص التلفزيون وتقنياتها

1- الخصائص الإتصالية ذات الطبيعة التأثيرية للتلفزيون:

اتاحت خصائص وميزات التلفزيون قدرات كبيرة له في التأثير على قطاعات واسعة من الجمهور فضلا عن القدرة على تناول الكثير من الموضوعات التي تعجز الوسائل الاعلامية الأخرى عن تناولها بالطريقة المؤثرة نفسها وهذه الميزات التي يمتلكها هذا الصندوق السحري لم تأت من فراغ أو حكم عشوائي بل اثبتت عبر دراسات وبحوث اشارت الى أن الفرد يتذكر 10 % مما يقرؤه ، ويتذكر 7.20 % مما يسمع ، ويتذكر 7.30% مما يرى ، ويتذكر 7.50% مما يسمع ويرى ، و 7.70 % مما يقول و 90 % مما يقول ويفعل، وأشار العالم الاميريكي (ولتر لبيان) إلى أن وسائل الاعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور، وتقدم أحيانا (صورة زائفة) للواقع.¹

وقال عالم الاتصال الاميريكي (ولبرشرام) في هذا الشأن " إن التلفزيون الامكانيات والظروف التي يستطيع بها أن يأسر انتباه المشاهد ويشجعه على الاستغراق مع البرامج ، وذهب باحثون آخرون إلى أن التلفزيون ينتج عملية الاقناع عبر اربع طرائق مختلفة تلقي بآثارها على الجمهور وهي تمكين الناس من الاحاطة بما يجري في العالم اسلوب التعلم وتحديد القضايا والاحداث السياسية المهمة أو مشاكل الساعة (أسلوب ترتيب الاحداث) ، وأداء دور تأثيري في تحديد السياسيين الذين ينبغي لومهم أو مكافأتهم بشأن الموضوعات والاحداث التي توردها الاخبار.

وعلى وفق هذا فإن القدرة التأثيرية التي يتميز بها التلفزيون ناتجة من خصائصه الفنية كوسيلة ، ومن المضمون الذي ينتجه ، فضلا عن طبيعة جمهوره ، وتتجلى صدقية الصورة في مقدمة الخصائص الفنية التي تعزز من قدرة التلفزيون في عملية الاقناع والتأثير على الجمهور على حد سواء.

¹ غالب كاظم جياذ الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2016، ص96-95-94.

2- التقنيات التلفزيونية الحديثة:

شكلت وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى اليوم قنوات للمعرفة الإنسانية، وأهميتها تتزايد باستمرار نتيجة التطور الذي تشهده تقنيات الاتصال ، الأمر الذي جعلها تقع في دائرة اهتمام الجمهور الذي بات يخصص من وقته ساعات طويلة لتلقي المضامين الاتصالية التي تبث على مدار 24 الساعة ويعد استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة في تغطية النشرات الإخبارية مهمة أساسية في صناعة الخبر التلفزيوني، الأمر الذي منحها أهمية بالغة تمثلت في عملية انتقاء الأحداث التلفزيونية والمفاضلة بينها وبتبناها، وذلك للفت انتباه وأنظار المشاهدين والمهتمين بهذا المجال، والسعي إلى دراستها والكشف عنها، وبيان مدى أهمية كل منها بالنسبة لبيئة النظام السياسي الذي نتج منه، وإمكانية قدرتها على تلبية حاجاته ورؤيته لمهام الأخبار والمضامين التي تحملها.¹

إن أبرز التقنيات الحديثة المستخدمة في مجال التلفزيون والهادفة إلى جذب المتابعين وزيادة أعدادهم تتمثل بما تستخدمه إدارة القنوات الفضائية من برمجيات ومعدات خاصة ، بهدف إخراج العمل الإعلامي بأعلى مستويات الجودة وذلك لنقل كل ما هو جديد من خلال هذه التقنيات . كما أن أهم هذه التقنيات تتجلى في المؤثرات البصرية والمؤثرات السمعية ، حيث تعد أجهزة نقاء الصورة وأجهزة تسجيل وعرض الفيديو وأجهزة المونتاج ، بالإضافة إلى أجهزة مزج الصورة والمؤثرات الرقمية والرسومات والتصميم أجهزة مهمة تساهم في نقل الصور بأحسن حال للمشاهد، أما المؤثرات السمعية والتي يمكن الإشارة إليها في المايكروفونات والسماعات ومازجات الأصوات ، بالإضافة إلى أجهزة التسجيل الصوتي المغناطيسي وأجهزة قياس الصوت وغيرها، لها القدرة على الوصول إلى مسامع المشاهدين. والتأثير فيهم قدر الإمكان.

¹ مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة متاهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني،(رسالة

ماجستير، تخصص اعلام)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2017، ص 9-10-11.

المبحث الأول: محة عامة عن جمهور وسائل الاعلام.

المطلب الأول: ماهية جمهور وسائل الإعلام :

إن الحديث عن ماهية الإعلام والاتصال باعتبارهما كعملية يتم من خلالها نقل الأفكار والمعلومات والأخبار وحتى تبادل الخبرات عن طريق وسائل مختلفة ومتباينة الخصائص والمميزات، يقودنا إلى الحديث عن تلك الفئة المستهدفة من خلال هذه العملية والتي تقصد بها هنا مجموع المتلقين أو جمهور وسائل الإعلام، فغاية المرسل أو القائم بالاتصال تبقى متجهة دائما إلى تحقيق هدف معين يسعى من خلاله إلى تعديل سلوك أو التأثير على اتجاهات ومواقف المتلقي، هذا الأخير الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعاني في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال تعرضه لمضامين وسيلة إعلامية، أو بوصفه كأحد أطراف العملية الاتصالية.¹

أنواع جمهور وسائل الاعلام:

-**الجمهور العام**: ويأتي هذا النوع في طليعة الجماهير عددا إلا أنه متباعد مكانيا ويتصل في كونه يتفاعل ازاء قضية أو ظاهرة متصلة بالحياة العامة للمجتمع وهو جمهور عام متنوع من حيث الثقافة والتعليم والجنس والمهنة وعرفه (ديوي) بأنه تجمع سياسي لمجموعة من الافكار يشكلون وحدة اجتماعية عبر الاعتراف المتبادل بوجود مشكلات مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها

-**الجمهور الخاص** : يميز أفراد هذا النوع من الجمهور انهم يربطون بوشاح تجمعهم مع بعضهم كالانتماء إلى نقابة أو مؤسسة أو يجمعهم الاهتمام المشترك بقضية من القضايا او انتمائهم الى فئة العمرية نفسها (اطفال/ وشباب/وكهول) أو على أساس جغرافي أو نوعي (نساء/ورجال) أو على أساس مهني (فلاحين، عمال، صحفيين، اطباء) وغيرها من التقسيمات الأخرى التي تتبع من وجود علاقة تجمع هذا النوع من الجمهور مع بعضه دون غير من الأنواع الأخرى .

¹ -صرف الحاج،(تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي،مذكرة ماجستير، اعلام واتصال)،قسم علوم الاعلام والاتصال،كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية،جامعة وهران،2007،ص.30.

وقدم الباحث الأمريكي (كلوس) عددا لجمهور وسائل الاعلام تتصل بمستوى اسهامه وكما يلي :

أ-الجمهور الخاص : يوصف هذا النوع من الجمهور بانه الجمهور الذي يمتلك اجهزة تلفزيون او راديوا ويواظب على قراءة الصحف ومن ثم يستطيع استقبال الرسالة الاعلامية، الا أن هناك صعوبات تواجه الباحثين في معرفة و تحديد الجمهور المفترض الذي يستقبل الرسائل الاعلامية عبر الانترنت فضلا عن بروز حالة جديدة وهي لجوء الجماهير إلى الاستعانة بأكثر من وسيلة اعلامية للحصول على المعلوماتو من ثم تتبلور صعوبات في المعرفة وتعيين الجمهور المفترض لكل وسيلة بمعزل عن الاخرى.¹

ب -الجمهور الفعلي:

وهو حصيلة مجموع الجمهور الذي يتعرض لمضمون الوسيلة الاعلامية ويشمل افراد الجمهور المواظب على متابعة برنامج معين في التلفزيون او وسائل الاعلام الاخرى .

ج-الجمهور المتعرض أو المستهدف :

يعد جزءا من الجمهور الفعلي الذي تعرض للرسالة الاعلامية بغض النظر عن الاستجابة لها، فهناك من يستجيب للرسالة وهناك من يستخف بها أو يتجاهلها لتعارض مضمونها مع معتقداته و افكاره .

د-الجمهور الفعال او النشط:

وهو جزء من الجمهور يستجيب للرسالة الاعلامية و يكون محط اهتمام السياسيين ورجال الاعمال ويتم توجيه برامج متنوعة تستهدف تغيير قناعاته أو كسب وده في الحصول على صوته الانتخابي أو دفعه لشراء سلع دون اخرى بتعريضه إلى إعلانات متنوعة.

¹ غالب كاظم جواد الدعيمي، مرجع سابق، ص.67.

وقسم (دينيس هوويت) الجمهور على :

أ-الجمهور العنيد : يتميز هذا الجمهور بوعي ثقافي كبير وعدم تقبله مضمون الرسائل الاعلامية بسهولة وهودائما يعرضها للنقاش والحوار مع نفسه قبل قبولها أو رفضها فضلا عن دور المعتقدات التي يؤمن بها والتي يكون لها مدخلية كبيرة في تدعيم قبول الرسالة أو رفضها .

ب- الجمهور الحساس : إن تأثير وسائل الاعلام في الجمهور ليس مطلقا بل هناك حدود لهذا التأثير وتباين درجة تأثير من شخص إلى آخر فالاطفال والمراهقون هم أكثر عرضة للتأثير من غيرهم وهناك أشخاص بطبيعتهم يتميزون بشخصية حساسة مرهقة قد تكون أكثر استجابة لمضمون الرسائل الاعلامية .¹

ج- الجمهور اللامبالي : يتميز هذا الجمهور بعدم اهتمامه بما يعرض في الوسائل الاعلام ولا يمكن لنا أن نصفه مع الجمهور العنيد أو الجمهور الحساس بل هو جمهور سلمي و غير مهتم اصلا بالرسالة التي تبثها الوسيلة الاعلامية .

د-الجمهور الاستراتيجي :

ويمثل هذا الجمهور تأييدا او دعما للمؤسسة و يتكون من جمهور محلي او خارجي او دولة او وسائل اعلام وربما يكون جمهورا استراتيجيا الان وربما في المستقبل .

و-الجمهور الدائم :

وهو جمهور الثابت في ولائه و تأكيده و حياديته وفي الغالب يكون منضوبا تحت النظام السياسي و تعمل وسائل الاعلام على تنمية و ترسيخ ولائه للنظام ومن الصعوبة تغيير قناعاته إلا في حالات نادرة مثل الانقلابات والثورات.

¹ نفس المرجع،ص 68.

ه- الجمهور المعارض :

يمثل هذا الجمهور تهديدا مباشرا للنظام السياسي ولا بد لقادة الرأي العام أو النخبة من فهم نوع الجمهور الذي يستهدف فليس المهم أن نتحدث بل المهم أن نجد من يستمع لرسالتك و يفهمها و يستجيب لها.¹

ي- الجمهور المتغير :

بمعنى أن الجمهور الذي يصنف على أنه جمهور دائم استراتيجي ربما يتغير في المستقبل الى جمهور اخر بمقتضى المصلحة العامة فلكل زمن جمهور ورسالة مناسبة تتوافق مع متبنياته ،فإدراك ماهية الجمهور يوفر فرصة للقائم بالاتصال اختيار الرسالة المناسبة له .

وهناك تقسيمات اخرى للجمهور منها ما ذهب اليها (غوستاف لوين)، اذا قسم الجمهور على جماهير متجانسة واخرى غير متجانسة ويدرج في الاولى الوظائف (الدينية، السياسية، وغيرها) و الرمز(العسكرية، والعمالية، وغيرها) والطبقات (البرجوازية، والفلاحية، وغيرها) فيما يدرج في الثانية (الجماهير المغفلة) ، وهناك من قسمهما على (جمهور ذواق، وجمهور مثقف، وجمهور غاضب ، وجمهور جاهل ، وجمهور بسيط ، وجمهور سلبي ، وجمهور متردد.

في حين تعرف النخبة بأنها "شريحة مؤثرة ومفكرة تناقش ما يعرض في الرسائل الاتصال من منطلقات فكرية وعلى أسس مرجعية بسبب اهتماماتها و انتماءاتها المهنية وهذا يتفق مع رؤية (لوين) الذي عد النخب

(جزء من كائن كبير اسمه الجماهير) هي التي تقوده بما تملكه من وعي ثقافي وتعليمي واتفق ماركس مع لوين في أن بعض شرائح الجماهير قد تتحول إلى قوة تدمير كبيرة وسلبية في المجتمع.

¹ نفس المرجع، ص 69.

خصائص الجمهور :

1- الخصائص الظاهرية للجمهور

أ- الحجم الواسع : حيث يتخذ شكل الجمهور والجماهير حجما أكبر من اشكال المجتمعات الاخرى .

ب- التباعد: يتواجد أشخاص في أوضاع وأماكن متباعدة خاصة مع استعمال مكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة كالبث الفضائي و الانترنت و الذي يعطي بعدا كونيا للجمهور .

ج- عدم التجانس : حيث تتمايز افراد الجمهور في ميّزتها و احتياجاتها و مصالحها و اهتماماتها وبالتالي في السلوك الاتصال .

د- عدم التعارف : حيث ان الافراد معروفين بذواتهم و مجهولين ببعضهم البعض ، وعند القائم بالاتصال .

هـ- غياب التنظيم الاجتماعي : نظرا لتباعد وعدم تعارف افراد الجمهور يفقد القدرة على تشكيل تنظيمات اجتماعية بهذه الصفات .

و- التغيير : حيث يمتاز افراد الجمهور بعدم الاستقرار الزمان و المكان .¹

2- الخصائص الضمنية (الديموغرافية) للجمهور :

مع تنوع وسائل الاعلام وإتساع حجم الجمهور واحتياجاته واهتماماته في اطار البعد الدعائي والتجاري التسويقي لوسائل الاعلام والاتصال، اوضحت دراسات تعتمد على تحديد حجمه ووصف تركيبته وتجربته الى فأت فرعية على اساس سمات ديمغرافية مثل السن والجنس والوظيفة التي تتفاعل مع عناصر سيكولوجية والسوسيولوجية تأثر في السلوك الاتصالي وتصف هذه السمات الى نوعين هما :

¹ زواوي الحاج سعد،(اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة ،مذكرة ماجستير في علم الاجتماع)،قسم العلوم الاجتماعية،كلية علوم اجتماعية والانسانية،جامعة محمد خيضر بسكرة،2013،ص.69.

أ- أولية أو أساسية: وهي سمات غير قابلة للتغيير مثل السن ، الجنس

ب- مكتسبة أو ثانوية: وهي سمات قابلة للتغيير مثل : الوظيفة ، المستوى التعليمي، مكان اقامة وتستخدم الدراسات الاعلامية هذه السمات او البيانات العامة تبعا لطبيعة البحث حيث نجد اغلب السمات استعمالا فئة العمر والجنس والمستوى التعليمي والمهنة والدخل، نظرا لدورها في تشكيل خبرات الفرد وتوجهاته وتوقعه في سياق الحياة الخاصة والاجتماعية وبالتالي سلوك الاتصالي، ولهذا ستتطرق دراسة لتوضيح الفئة الاهم فيما يلي :

-النوع أو جنس : و يتم تقسيم الجمهور إلى إناث اعتمادا على العوامل الفيسيولوجية و النفسية ، نظرا لثبوت تباين في استجابة كل نوع لرسالة الاعلامية و تباين الاهتمامات .

-العمر أو السن : استخدمت البحوث المبكرة على وسائل الاعلام الفئات العمرية العشرية حسب طبيعة و اهداف الدراسة حيث استخدم (لازار سفيلد) فئة (21-29) ، (30-39) ، (40-49) ، (50-59) ، (60 فما فوق) لاهتمامه بسلوك الانتخابي لقراء الصحافة، ويعتبر توزيع الفئة العمرية العشرية الخماسية أكثر استعمالا في البحوث الاجتماعية العامة، حيث يستخدم علماء الاحصاء السكان هذه الفئة لبيان الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة تصنيفها و تبويبها واستخدامات البريطانية في دراسة استكشاف تأثير أفلام العنف التلفزيوني على الاطفال والمراهقين في السبعينيات القرن الماضي الفئات العمرية الرباعية من مؤسسة (bbc) ، وهذا الامر طبيعي في دراسة تستهدف مجتمع ذا فئات عمرية ليست بالطويلة (5-9) ، (10-14) ، (115-19) .¹

¹ نفس المرجع، ص 70

المطلب الثاني: سيمات ومميزات جمهور وسائل الاعلام.

1- السمات الإجتماعية و الفردية وعلاقتها بالرضى والاشباع لدى جمهور وسائل الاعلام:

ان العوامل الاساسية في ديناميكية تأثير وسائل الأعلام، استشارة الحاجات والدوافع، و التحريض اذا الاستجابة بتلبية الرسائل الاعلامية لحاجات الفرد ورغباته.¹

ذلك ان اي فرد لديه مجموعة من الدوافع و الحاجات تجعل الفرد يستجيب لرسالة مؤيدا لها ،اذا ما جاءت ملبية لهذه الدوافع و الحاجات .

وعند هذه المرحلة يتحقق عند الفرد الرضى عن وسائل الاعلام و مفرداتها و محتواها ،عندما تحقق اشباعا لهذه الدوافع و الحاجات،تدعم استخدامه لهذه الوسائل ،وسلوكه المأيد نحوها .

وقد ترتب على فشل الكثير من البحوث في تقديم الدليل على التأثير المباشر لوسائل الاعلام كما سبق أن ذكرنا من قبل الى البحث في العوامل و المتغيرات المرتبطة بتحقيق حاجات الفرد و دوافعه،والتركيز على ما تقوم به وسائل الاعلام من وظائف تأثر في اهتمام الافراد بوسائل الاعلام و استخدامها لهم لها .

وقدمت نتائج هذه البحوث مدخلا الى دراسة العلاقة بين التباين في السمات الاجتماعية و الفردية التي تمثل السياق الاجتماعي و النفسي للأفراد المتساوي تعرض الاستخدام ،ورضا الافراد عن الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام او المحتوى الذي تقدمه.²

ففي عام 1959 افترض كات ان القيم الافراد واهتماماتهم ومشاركاتهم ودورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض، وتوجه اختيارات الناس الى ما يرونه أو يشاهدونه، ووجد دافينسون ايضا أن تأثير يمكن أن يفسر في اطار دور الذي يتوسمه الافراد حول العلاقة الاكثر رضا بين انفسهم و العالم المحيط بهم.

¹ محمد عبد الحميد، دراسة جمهور بحوث الاعلام، دار النشرعلاء للكتب، القاهرة، ط1، 1993، ص.61

² نفس المرجع، ص.62.

وقبل هذه الدراسات كانت هناك بعض البحوث التي اهتمت بالرضى عن بعض مواد وسائل الاعلام، ووجد هيرزوج في عام 1944 ان الرضى و الاشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها .

وأكد هنري هذه النتائج ووجد أن الراديو يكافئ الزوج و الام عندما يساعدها في زيادة احساسها بالأمن، ورضاهما عن موقعها في المجتمع ولاحظ وولف و فيسك في عام 1949 ان هناك ثلاث وظائف لكوميديا الاطفال وهي وظيفة التجول في العالم الغريب أو الخيالي ،تقدم صورة البطل الذي لا يقهر ،تقدم المعلومات حول العالم الحقيقي و وجدوا ان كلا من هذه الرسائل تمثل مرحلة من مراحل التطور و الاحتياجات الخاصة به .

وغير ذلك من البحوث و الدراسات التي تهتم بالظروف الاجتماعية و سمات الفردية و توضع في الاعتبار عند دراسة حاجة الجمهور او تأثيرات الاتصال.

ووجد ماكويل في استعداته لعديد من الدراسات ان هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة و مستويات التعرض و الاشباع ،وانتهت هذه الدراسات الى أن الرضى والشباع في استخدام وسائل الاعلام يظهر عند الافراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية و النفسية للافراد مثل اكتساب الاخبار و المعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد ،الاستعداد المسبق للهروب الى عالم الخيال والاندماج مع الابطال والبطولة في احوال قلق، العزلة، الاضطرابات، المتاعب الشخصية، وكذلك دعم السلوك و الاتجاهات، زيادة تقدير الذات، قيام وسائل الاعلام في المساعدة على التفاعل الجماعي ودعم الالفة مع البيئة.

وهذه الدراسات قادت ايضا الى تفسير وسائل الاعلام لمواجهة الحاجات القائمة او المتوقعة.

هذه البحوث والدراسات في اتجاهها الى دراسة التعرض والاستخدام، الذي يعكس مستويات الرضى والاشباع عند الفرد بما يكسبه من مكافأة أو جزاء أجل أو عاجل، يرتبط بتحقيق الحاجات الانسانية والسلوك الاتصالي الذي يرتبط بها .

وتفسر أيضا التباين في العرض والاستخدام بين الافراد، نتيجتا لاختلاف الدوافع عند كل منهم، وتغيرها بتغير الزمن والادوار والمواقع والثقافة الاجتماعية.

وتأكد بالتالي أهمية الاتجاه الى استخدام المدخل الاجتماعي في دراسة الجمهور وسائل الاعلام، للاستفادة بنتائجها في سياقة رموز الرسائل الاعلامية التي تتفق مع هذه الدوافع و الحاجات و الادوار والمواقع والثقافات الشائعة في المجتمع، التي تصف في مجموعها الجمهور و افراده بسمات معينة، وتؤكد ايضا على اختبار العلاقة بين التغير في هذه السمات.¹

مميزات جمهور وسائل الاعلام:

1-عضوية الجمهور قد تجئ من جميع مسالك الحياة او من جميع طبقة الاجتماعية التي يمكن تمييزها، ويمكن أن نضم أناس مختلفين في المكانة الطبقية، متباينين في المستويات المعيشية والثقافية، ومختلفين في المهنة والثروة اذا ما يضيفي عليه صفة الجمهور هي مسألة احتكاك بوسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري.²

2-ليس هناك قدر يذكر من التفاعل أو تبادل التجربة بين اعضاء الجمهور، وهم في العادة منفصلون جسديا ولكونهم غير معروفين ، لا تتاح لهم الفرصة السانحة لاعضاء الخليط المجتمع المتزاحم من الناس في التفاعل وطعن الفكر والرؤى والمعرفة.

3- يضم جمهور وسائل الاتصال اناس كثيرون ومختلفون تجهل اسمائهم، هوياتهم أو المواقع الجغرافية التي يتواجدون فيها، فوسائل الاتصال لا تهتم بالأصل أو شخصية الجمهور فالعلاقة الوحيدة بينهما هي الاتصال.

¹ نفس المرجع، ص 63.

²-فضيلة اكلي، (إستهلاك المراهق للصورة التلفزيونية،رسالة الماجستير،الخصص ثقافي تربوي)، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر،84.83،2007.

4- يعد جمهور وسائل الاتصال متفكك جدا من حيث تنظيم و هو خال من القدرة على التصرف الموحدة الذي يميز الخليط المتزاحم، اذا هو عاجز على مراقبة نفسه وتنظيمه اذ هو مشتت لا تربطه الا علاقة الاشتراك في تلك الوسيلة من وسائل الاتصال .

المطلب الثالث: علاقة الجمهور بالوسيلة و الرسالة.

1- علاقة الجمهور بالوسيلة :

لقد ظلت الاتجاهات المهيمنة في اجراء ابحاث الاتصال الجماهيري حول الجمهور و لاسيما الابحاث المبكرة تنظر الى اثار الوسائل الاعلامية المباشرة على الجمهور وسادة التصورات التي ترى ان هذا الجمهور متفرق ، سلمي ذوا طبيعة غير شخصية، كما اكدت على قابليته الشديدة لتاثر وسط الحشد بمحفزات وسائل الاعلام غير ان هذه الراه قد استبعدت الأن لتحل محلها وجهات نظر اكثر تطور وتعقيدا تنظر لطبيعة الجمهور المشيدة اجتماعيا وسادة تأكيد على نتائج السياق الاجتماعي و على العلاقات العامة القائمة بين الاعضاء من جماعات اجتماعية مختلفة في المجتمع و منتجات وسائل الاعلام والجماهيرية ،حتى يسهم ذلك في تفسير السياق وتاويل علاقة وسائل الاعلام بجمهورها.¹

ولقد أصحبت الوسائل اليوم ضرورية لا تتم عملية الاتصال دونها، فالاحزاب والشخصيات السياسية لا تتوجه الى الجماهير بصفة مباشرة مثلما كان الامر قبل الحرب العالمية الثانية وبعدها بقليل ولكنها تتوجه اليها عن طريق وسائل الاتصال والاعلام كما أن المعلنين يعتمدون بشكل كبير على هذه الوسائل في التعريف والترويج لمنتجاتهم وخدماتهم .

2- علاقة الجمهور بالرسالة:

ان وسائل الاعلام الجماهيرية تتلاقى مع جمهورها من خلال عملية اختيار متبادلة في الجمهور اختيار من بين وسائل الاعلام على اساس المضمون الذي تقدمه وفي المقابل تختار وسائل الاعلام جمهورها

¹سماح نجاة، مدفوني مريم،(إستخدام القارئ الجزائري للاعلانات في صحافة المكتوبة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال)،قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، 2015، ص.139.138.

ايضا عن طريق مضمونها ولذلك ينبغي على القائم بالاتصال تكييف رسالته وفق خصائص الجمهور ولتحقيق ذلك لا بد ان يجيب القائم بالاتصال المرسل على الاسئلة التالية :

1-هل سيكون الجمهور قادرا على الامام بالموضوع على نحو جديد ؟

2-هل سبق وان تعرض لمدى اتصالية حول نفس الموضوع؟

3-ما هي الصعوبات التي تواجه الجمهور عند محاولته فهم الرسالة؟

ويمكن تقسيم فئات مضمون أية وسيلة اعلامية في علاقتها بالجمهور الى ثلاث فئات اساسية هي:

1- مضمون اتسم بانخفاض الذوق و المضمون الذي تتعرض له جماهير نفيرة ويتم توزيعه على نطاق واسع و هذا المضمون هو الذي يثير دائما غضب النقاد

2-المضمون الذي لا تختلف عليه وجهات النظر

3-المضمون الذي يتسم بالذوق الرفيع و هو المضمون الذي يوزع على نطاق واسع ولكن لا يتعرض له عدد كبير من الجمهور وهذا المضمون هو الافضل من الناحية الذوق فهو تعليمي ويرفع من مستويات الاخلاقية كما انه ملم بشكل ما.¹

-جمهور وسائل الإعلام من التبعية إلى المشاركة:

يثير ما سبق عرضه حول ائھيار مصداقية وسائل الإعلام وتساعد استخدام الوسائل الجديدة بديلا عن الوسائل التقليدية ، وبصفة خاصة مواقع التشبيك الاجتماعي

التي جاءت نتاجا لتطور شبكة الويب واستخداماتها يثير هذا العرض تساؤلات عديدة حول المفاهيم التي سادت منذ الثلاثينات من القرن الماضي في وصف جمهور وسائل الإعلام وعلاقته بأداء هذه

¹ نفس المرجع، ص 140.

الوسائل ومخرجاتها وحدود التأثير الذي انعكس على وصف الجمهور ووصف التأثيرات.¹

فهو في البداية جمهور سهل الانصياع والتبعية لكل ما تقوله أو تذيعه وسائل الإعلام ، وهي المصدر الأساسي للمعرفة وتطوير السلوك. ثم يتطور بعد ذلك إلى وصف علاقته بأداء وسائل الإعلام ومخرجاتها بالحرية في الاختيار والانتقاء سواء في التعرض أو الإدراك أو التذكر. وفي مرحلة تالية العناد في الاختيار والاستخدام ، ثم التمرد بعد ذلك ورفض الأداء والمخرجات لعدم ثقته في مصداقية الأداء والمخرجات ، ثم بعض المحاولات من جانب وسائل الإعلام التقليدية لتأكيد المشاركة المفقودة. حتى تجلت الصفة الغائبة في وصف هذا الجمهور وهي البحث عن المشاركة والتفاعل مع ظهور الوسائل الجديدة وانتشار استخدامها. وبعد ذلك ليملك الأفراد بناصية القول والكتابة والنشر والإذاعة ونقد الوسائل التقليدية وسياستها وأدائها مع تطور شبكة الويب وتيسير خدمات إنشاء المواقع ودعم التفاعل وحرية التجول وبناء الشبكات الاجتماعية ومجتمعات أو عوالم المدونات والفييس بوك... وغيرها. التي أعلنت العصيان والتمرد على كل الضوابط التي وضعتها الوسائل التقليدية في النشر والتوزيع واحتكار القول والكتابة.

المبحث الثاني: القنوات الاخبارية.

المطلب الاول: القنوات الفضائية الاخبارية العربية.

يمكن ترتيب إنشاء القنوات الفضائية على النحو التالي: في الكويت، الإمارات، مصر، ثم لبنان والسودان والمغرب وسوريا وتونس، ليبيا، موريتانيا، الأردن أما العراق فقد تأخر إطلاق فضائية بسبب منع الدولة لاستخدام الصحون اللاقطة لأسباب تتعلق بسياساتها ورغبتها في السيطرة التامة على الإعلام.²

ومن ثم ظهرت في مختلف البلدان الأخرى، يحق اليوم في مشاهد عربي أن يتنقل بكل حرية من برنامج

¹ محمد عبد الحميد، مدونات الاعلام البديل، دارعلاء للكتب، القاهرة، ط1، 2009، ص37.

² كويبي حفصة، (الصناعات الثقافية التلفزيونية وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي، اطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم

الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016، ص68.67.

به ضيف عربي معارض وآخر يلعن أمريكا والأنظمة العربية على قناة الجزيرة أو المستقلة.

يمكن القول أن الرأسمال الرمزي " في المنطقة العربية عامة حاضر بشكل بارز في الحقل الإعلامي على أكثر من مستوى.:

- الفضائيات الترفيهية.

- الفضائيات الإخبارية شبه المستقلة.

- المحطات التلفزيونية الأرضية الحكومية.

يبدو هذا المشهد تنوعا في الظاهر، إلا أنه يعكس خطابا تتوزع فيه الأدوار حسب الهدف والفئة المستهدفة، فالفضائيات الترفيهية من نوع واحد وإن تعدد أسماء القنوات، وخطابها يؤدي أدوارا اجتماعية غير وظيفية ومنها تحييد القيمة وإزالة صفة الممنوعات الثقافية وعدم إنكار المنكر حتى لا يظل منكرا إلى مهمة الإلهاء، يضاف إلى ذلك أن إضفاء الطابع الدرامي على القضايا الجدلية قد يضعف هيبتها ويجولها إلى وضعية ترفيهية على النحو الملاحظ في عدد من البرامج المسماة بالساخنة. فالملاحظ أن أغلبية القنوات العربية تعتمد إلى استيراد منتجات إعلامية غربية وبخاصة الأمريكية منها، من مسلسلات وأفلام وبرامج الواقع وغيرها من البرامج وترجمتها إلى اللغة العربية المكتوبة أسفل الشاشة، كما غزت اليوم الشاشات العربية الدراما التركية والهندية والكورية وحتى الصينية.

أما ما تنتجه التلفزيونات العربية فهي مجرد اقتباسات من برامج أجنبية، إما اقتباسا كليا، أو جزئيا مع إضفاء بعضا من الطابع الشرقي.

أما بخصوص تعداد القنوات العربية، يواجه دارس القنوات التلفزيونية العربية صعوبة في حصر عددها، فالمصادر العربية، على شحها، تقدم أرقاما متباينة ومتضاربة، وكلما اقتنعنا بتقديرات هذا المصدر أو ذاك لدقته ومصداقيته، يفاجئنا الواقع بميلاد عشرات القنوات التلفزيونية العربية الجديدة التي دخلت

حيز البث أو مازالت قيد التجربة، أو توقفت عن البث بشكل نهائي أو مؤقتاً.¹

المطلب الثاني: النشرات الاخبارية وعلاقتها بالجمهور.

تحتل الاخبار موقع متميز بين برامج التلفزيون التي تحظى باهتمام الجماهير العريضة في المجتمعات كلها، ولم يعد الاهتمام بها ومتابعتها ومناقشتها حكراً على فئة أو طائفة أو شعب دون غيره ويمكن أن توصف أنها ظاهرة عالمية تشترك فيها الدول المتقدمة والدول النامية، وقد اظهرت دراسة أجريت في مصر على سبيل المثال عام (1994م-1995م) أن نسبة الذين يتابعون الاخبار التلفزيونية تقريبا 84% وأن 72% منهم يعدون التلفزيون مصدرهم الرئيس في الحصول على الأخبار ومثلها دراسة أجريت في دولة قطر اشارت الى أن الجمهور يحصل على جل معلوماته حول الأحداث والموضوعات المحيطة به من النشرات الاخبارية التلفزيونية.²

وتعزز متابعة النشرات الاخبارية التلفزيونية إلى حد كبير المعلومات التي يحصل عليها الجمهور وهي تعد من اهم المصادر لدى الجمهور بشأن الاحداث المحلية والاقليمية والدولية كما تعد عاملاً جوهرياً في نشر الأفكار وتوفير المعلومات والبيانات المتعلقة بالوضع المحيط ومن ثم الاسهام بفتح آفاق واسعة امام الجمهور وزيادة مداركه، فضلاً عما يتسم به التلفزيون من مقدرة كبيرة ومتميزة في عرض دقائق الامور وتعريف الجمهور بالشخصيات الاجتماعية والسياسية وتقديمها إلى العالم.

وهكذا فإن المشاهد المتقبل لما يقدم له ، والذي يعمل في إطار ما يمنحه آياه التقرير الاخباري من شعور بالذاتية والسيطرة " فيما يطفو (الموقف التفاوضي) في الافتراض الثاني ل (Hall) بين مضمون النشرة التلفزيونية والجمهور ، فإنه يقبل من النشرة الاخبارية ما يتواءم مع أفضلياته ويدرك مصداقيتها الا انه يقر في الوقت نفسه.

بوجود تناقضات واختلافات أخرى بين أفضليته من محتوى النشرة وبين المحتوى الكامل لها الذي

¹ نفس المرجع، ص 69.

² غالب كاظم جباد الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، مرجع سابق، ص 67.

يحتوي تفسيرات أخرى للحدث أو القضية بما يناقض أفضليته ، في حين يرجح الافتراض الثالث عن معارضة الجمهور لمحتوى النشرة في أثناء متابعته تفاصيلها لتعارض مضمونها مع ما يعتقد به المتلقي عقائدية أو فكرياً.¹

وينتهي الإدراك السليم ماهية ومضمون الخبر بالجمهور الى الحكم الصائب على الأشياء وبناء تصور دقيق وواضح للواقع الاجتماعي والسياسي الذي يحيط به، فضلا عن أن النشرات التلفزيونية تساعد على تقديم تعريف جديد للواقع وفك رموز الأشياء الغامضة عن طريق عرض المعلومات والبيانات التي تخص القضايا النقاشية.

ويظهر على طاولة النقاش عدد من الأهداف التي تسعى نشرات الاخبار إلى تحقيقها وهي كالتالي:

- 1- إمداد الجمهور بالأخبار والبيانات والمعلومات التكوينية أفق معرفي بالأشياء والأمور الاجتماعية والسياسية تخلص إلى تمكين الأفراد من اتخاذ الحكم الصائب إزاء القضايا المطروحة للنقاش.
- 2- تخلق النشرات الاخبارية بيئة من المساواة بين الجماهير العريضة وذلك بتوفيرها فرصة عادلة للمشاهدين بالحصول على المعلومات المتعلقة بالشؤون المحلية والإقليمية والدولية فضلا عن اخبار الكوارث والأخطار والتهديدات الطبيعية الأخرى.
- 3- التأثير على اتجاهات المتلقين وذلك بتعزيز آرائهم أو تغييرها اوخلق رأي جديد عن طريق بث معلومات جديدة يمكنها أن تخلص في النهاية إلى التأثير على متبنياتهم لاسيما في أوقات الانتخابات ويمكن أن تنتهي بالجمهور إلى العزوف عن مرشح والتوجه إلى آخر، وكما توضح هذه الصورة في بناء تصور على الشخصيات الاجتماعية والسياسية سواء أكانت إيجابية أم سلبية.²

¹ نفس المرجع، ص 68.

² نفس المرجع، ص 69.

المطلب الثالث: معدل مشاهدة القنوات الاخبارية التلفزيونية.

معدل مشاهدة أخبار التلفزيون:

بدأ معدل مشاهدة أخبار التلفزيون يتزايد في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ، كما ازدادت ثقة جمهور المشاهدين بأخبار التلفزيون بصورة لاحد لها، واكتسبت أخبار التلفزيون تأثيراً متزايداً في مجالات السياسة وتكوين الرأي العام، ووصلت أخبار التلفزيون مرحلة من التقدم لم يسبق لها مثيل، وأصبحت برمجة الأخبار جزءاً أساسياً منتظمة من التلفزيون. وتشير الدراسات والبحوث أن حجم مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون يختلف تبعاً لاختلاف السن والنوع والمستوى الثقافي للمشاهد، ولقد أثبتت الدراسات المختلفة وجود ارتباط قوي بين مستوى التعليم والانتظام في مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون، وكذلك وجود معامل ارتباط ايجابي بين الانتظام في المشاهدة كمتغير تابع وبين السن كمتغير أساس ويعتمد حجم المشاهدة لأخبار التلفزيون على عدة عوامل هامة أخرى منها تاريخ البث، وموعده، والخدمة التي يقدمها، ومدى اهتمام الرأي العام بها، إلى غير ذلك من العوامل التي تلعب دوراً هاماً في حجم مشاهدة الأخبار في التلفزيون، فمعدل كثافة مشاهدي النشرات يختلف من وقت لآخر، وهناك ما يطلق عليه بالفترات الحية، وهي التي يبلغ العرض الاخباري فيها أعلى نسبة من المشاهدين.

وفي دراسة تطبيقية ثبت فيها أن الوقت المناسب لنصف عدد مشاهدي التلفزيون هو فيما بين الساعة السابعة والرابع مساءً وحتى التاسعة والنصف، وأن أكبر عدد للمشاهدين في الدول موضع الدراسة يتركزون لمشاهدة التلفزيون حوالي الساعة الثامنة.

وفي الدول التي يقدم التلفزيون فيها نشرتين أشارت إحدى الدراسات الاعلامية أن عدد مشاهدي النشرة الثانية (النشرة المسائية) التي تقدم في التاسعة مساءً يزيد عن بقية النشرات، ذلك لأن فترات الكثافة التي يصل فيها معدل مشاهدة البرامج إلى أقصاه، تبدأ من منتصف الساعة الثامنة ويستمر في الارتفاع إلى ما قبل الحادية عشرة مساءً، ثم يبدأ في الهبوط التدريجي حتى يصل إلى أدناه في

منتصف الليل¹.

ومن جهة أخرى أظهرت الدراسات التي أجريت في كثير من الدول أن النسوة أقل إهتماماً بالشئون العامة من الرجال، كما تشير دراساتي التطبيقية على بعض قرى الريف المصري إلى أن نسبة الذكور الذين يفضلون متابعة نشرات أخبار التلفزيون تزداد عن نسبة النساء (الإناث) بدرجة واضحة، حيث بلغت نسبة الإناث 6.17%، بينما بلغت نسبة الذكور 33.58% كما تشير دراسة تلفزيون عن مهمة الأخبار الإذاعية والتي أجريت في لندن أن حجم مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون يزداد فيما بين الذكور عن الإناث بالنسبة لأخبار (bbc) بشبكته طوال مدة الدراسة، كما تشير إلى اختلاف حجم المشاهدة باختلاف أعمار المشاهدين.

واليوم بدأ الاهتمام يتزايد بأخبار التلفزيون بشكل غير عادي، خاصة وأنها تشغل أماكن متميزة وكبيرة بالنسبة لخريطة البرامج في التلفزيون، وأصبح الشخص العادي يشاهد يوميا ولمدة نصف ساعة من أخبار التلفزيون، وبزيادة 50% عما كان عليه الحال منذ أكثر من عقد مضى، كما بدأ معدل المشاهدة يزيد على معدل قراءة الصحف بثلاث أضعاف، وأكثر من ذلك تشير الدراسات والبحوث الميدانية إلى أن متوسط عدد مشاهدي الجهاز الواحد يزيد عن ستة أشخاص.

¹ نفس المرجع، ص 23.22.

الفصل الثالث

الاطار الميداني للدراسة

الحدود المكانية:

يقصد بها المجال المكاني الذي تجرى فيه الدراسة الميدانية، ويمكن حصر المجال المكاني في منطقة واحدة من الوطن وبالتحديد قسم العلوم السياسية جامعة الأغواط التي تم إختيارها، وعليه فتنتائج الدراسة محدودة في نطاق ما تم تطبيق أداة الإستبيان عليهم.

الحدود الزمنية:

ونقصد بها الفترة الزمنية التي إستغرقتها الدراسة الميدانية، منذ بدأ تصميم أداة الدراسة الإستبيان بمراحل المتعددة بدءا بعرضه على الأستاذ المشرف على هذه الدراسة في صيغته الأولية، والتي أسفرت عنها مجموعة من التوجيهات القيمة والملاحظات في صميم الموضوع، ليتم فيما بعد تعديل الإستبيان وفق توجيهات الأستاذ المشرف، ثم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين ، إلى غاية الصياغة النهائية للإستبيان الذي تم إعماده بشكل نهائي في الدراسة الحالية، وتم توزيعه على مجموعة تجريبية من المبحوثين، قبل توزيعه النهائي على عينة الدراسة، وذلك إبتداء من تاريخ 2024/04/15 إلى غاية تاريخ 2024/05/12.

✓ الحدود البشرية:

والمتمثلة في جل طلبة السنة الثالثة ليسانس قسم العلوم السياسية جامعة الأغواط.

المحور الأول : محور البيانات الشخصية.

للتعرف على توزيع مفردات الدراسة حسب خصائص الديموغرافية تم حساب التكرارات والنسب المئوية وجاءت النتائج كما يلي:

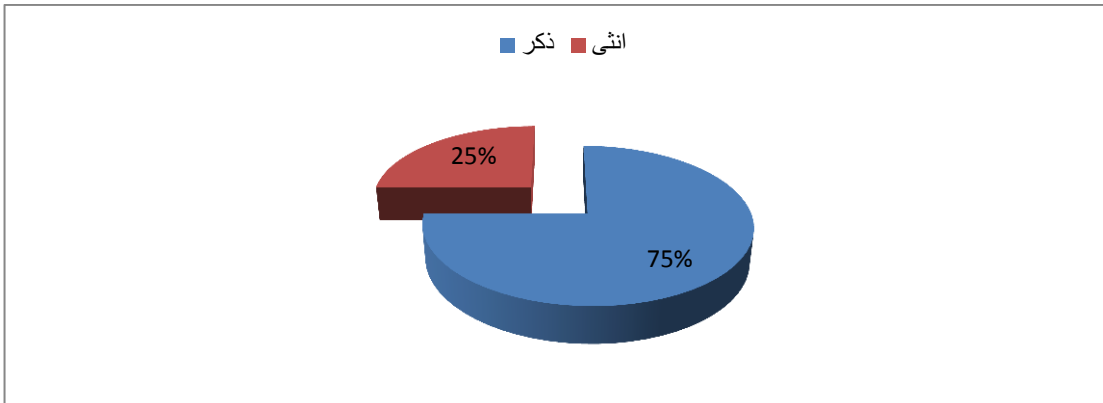
1- توزيع أفراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس:

الجنس	التكرار	التكرار النسبي
ذكر	12	75 %
انثى	04	25 %
المجموع	16	100 %

جدول رقم 01: توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الطلبة الذكور أكبر ثلاثة أضعاف بالنسبة للإناث 75 % مقابل 25 % كما هو موضح.

التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير الجنس.



- تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الطلبة الذكور أكبر ثلاثة أضعاف بالنسبة للإناث 75 % مقابل 25 % كما هو موضح وهذا راجع الى أن الذكور هم الفئة التي تهتم بالسياسة بينما الإناث فهي تركز على أمور البيت أكثر من غيرها.

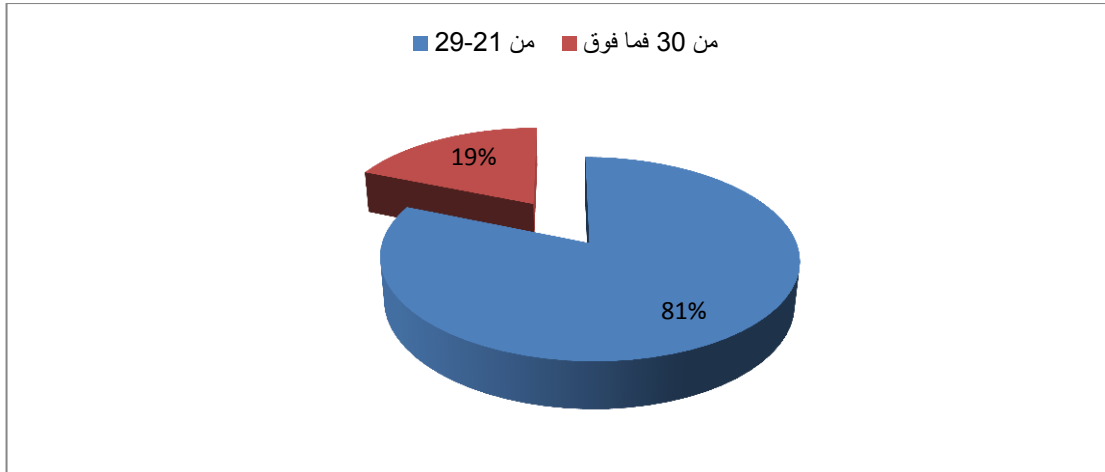
2- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير السن:

جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	التكرار النسبي
من 29-21	13	81 %
من 30 فما فوق	03	19 %
المجموع	16	100%

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أكبر نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من 29-21 حيث بلغت نسبة 81 %، تليها الطلبة التي تتراوح أعمارهم من 30 فما فوق والتي تمثل الفئة العمرية الأكبر تشكل نسبة 19 %.

التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب متغير السن.



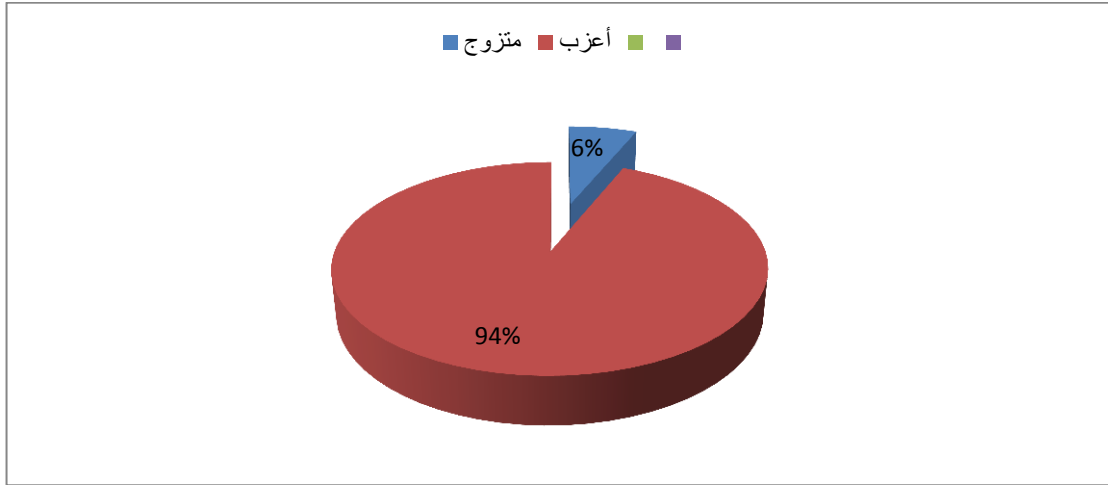
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أكبر نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من 29-21 حيث بلغت نسبة 81 %، تليها الطلبة التي تتراوح أعمارهم من 30 فما فوق والتي تمثل الفئة العمرية الأكبر تشكل نسبة 19 % وهذا بسبب أن هذا السن هو المثالي لهذه السنة الى أن هناك أشخاص كبار السن وهذا بنسبة ضئيلة ترجع الى كثرة اعادة السنوات الدراسية.

3- توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الحالة الاجتماعية:

جدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	التكرار	التكرار النسبي
متزوج	1	06 %
أعزب	15	94 %
المجموع	16	100 %

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أكبر نسبة الطلبة العزب حيث بلغت نسبة 94 %، تليها الطلبة المتزوجين والتي تمثل الفئة العمرية الأصغر تشكل نسبة 06 %.



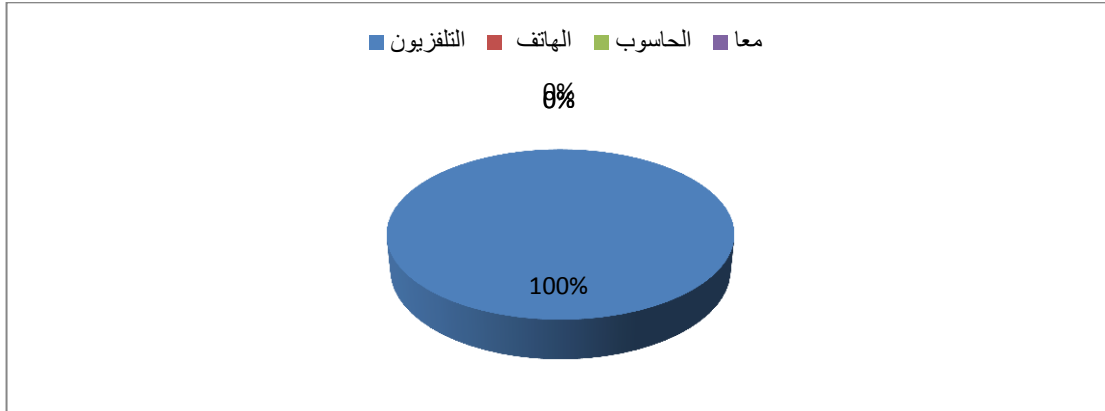
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن بأن أكبر نسبة الطلبة العزب حيث بلغت نسبة 94 %، تليها الطلبة المتزوجين والتي تمثل الفئة العمرية الأصغر تشكل نسبة 06 % ويرجع ذلك الى عدة عوامل منها الجانب الاقتصادي لأن أغلب الطلبة ما يزالون في مرحلة التعليم ولم يذهب الى الحياة العملية اضافة الى عوامل شخصية أخرى.

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة الطلبة السياسيون لقناة البرلمان الثانية التاسعة الجزائرية.

جدول رقم 4 : بأي وسيلة تفضل مشاهدة القناة البرلمانية التاسعة.

الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها	التكرار	التكرار النسبي
التلفزيون	16	% 100
الهاتف	00	% 00
الحاسوب	00	% 00
معا	00	% 00
المجموع	16	%100

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها بأن أكبر نسبة الطلبة الذين يفضلون المتابعة على التلفاز حيث بلغت نسبة 100 %، في المقابل اللذين يفضلون المتابعة عبر الهاتف والحاسوب ومعا كانت بنسبة 00 %.



تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المفضلة للمتابعة فيها بأن أكبر نسبة الطلبة الذين يفضلون المتابعة على التلفاز حيث بلغت نسبة 100 %، في المقابل اللذين يفضلون المتابعة عبر الهاتف والحاسوب ومعا كانت بنسبة 00 % ويرجع ذلك الى أن الطلبة يفضلون المشاهدة في التلفاز لخصائصه التي تدعو الى المشاركة مع العائلة وأوقات البث

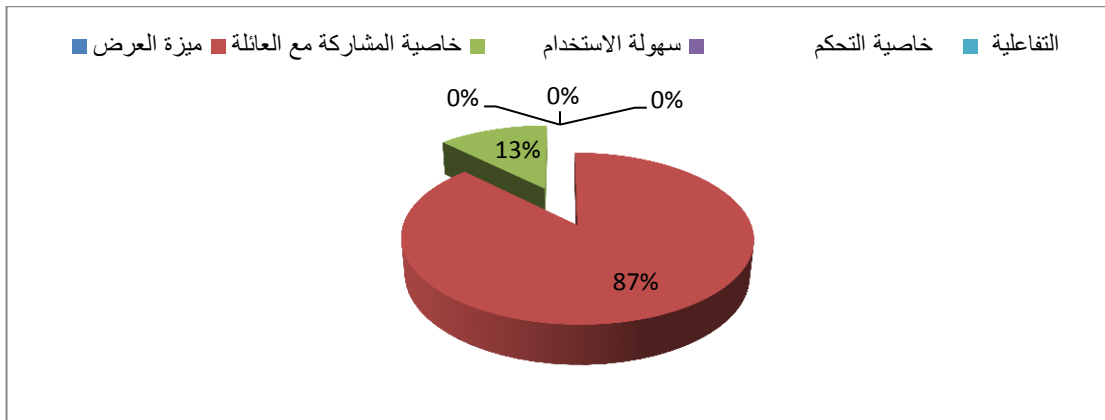
المباشر يمون ليلا مما يساعد الطالب على التوجه للتلفاز كما يتمتع بسهولة الاستخدام مقارنة بالوسائل الأخرى التي تعتمد على الأترنت.

5- ماهي الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى.

جدول رقم 05: توزيع افراد العينة حول الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى.

الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى	التكرار	التكرار النسبي
ميزة العرض	00	% 00
خاصية المشاركة مع العائلة	14	% 87
سهولة الاستخدام	02	% 13
خاصية التحكم	00	% 00
التفاعلية	00	% 00
المجموع	16	%100

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى بأن أكبر نسبة الطلبة الذين يختارون خاصية المشاركة مع العائلة حيث بلغت نسبة 87 %، تليها الفئة التي يختارون سهولة الاستخدام بنسبة 13 %، تليها باقي الفئات بنسبة 00 %.



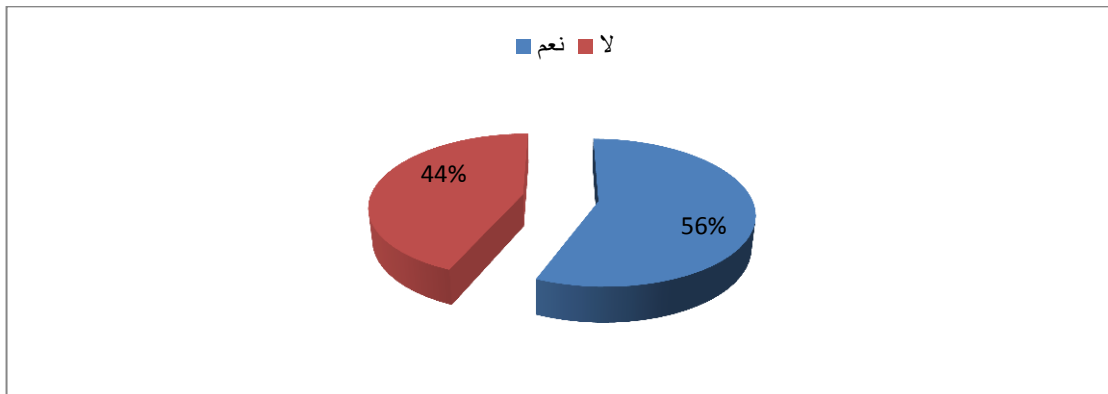
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى بأن أكبر نسبة الطلبة الذين يختارون خاصية المشاركة مع العائلة حيث بلغت نسبة 87 %، تليها الفئة التي يختارون سهولة الاستخدام بنسبة 13 %، تليها باقي الفئات بنسبة 00 % وهذا ما يستقطب الطلبة بأنهم يستخدمون المادة الاعلامية فهم يفضلون المشاركة مع العائلة لتبادل الأفكار وتوحيد الديمقراطية التشاركية.

6- هل تقوم بمشاهدة القناة البرلمانية التاسعة يوميا:

جدول رقم 06: توزيع افراد العينة حول مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة يوميا

التكرار النسبي	التكرار	مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة يوميا
56 %	09	نعم
44 %	07	لا
100 %	16	المجموع

- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة يوميا ان اكبر نسبة 56 % من افراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، تليها نسبة 44 % صرحوا لا.



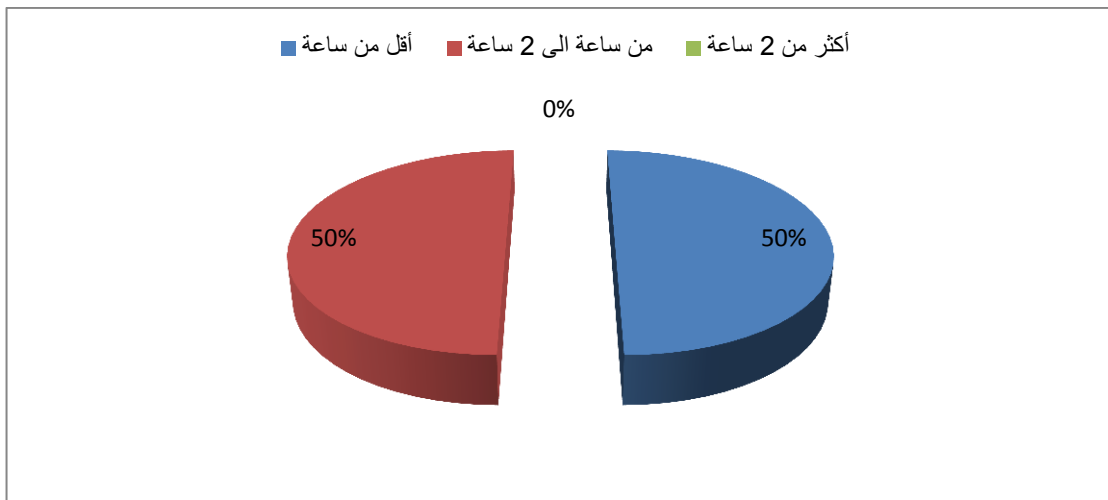
- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة يوميا ان اكبر نسبة 56 % من افراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، تليها نسبة 44 % صرحوا لا ويرجع ذلك الى الانشغالات التي يمرون بها وكذا الحصص التي يتابعونها لا تبث يوميا.

7 ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة

جدول رقم 07: توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة

التكرار النسبي	التكرار	المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة
50 %	08	أقل من ساعة
50 %	08	من ساعة الى 2 ساعة
00 %	00	أكثر من 2 ساعة
100 %	16	المجموع

- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الحصص البرلمانية يوميا ان النسب متعادلة بين أقل من ساعة بنسبة 50 % ومن ساعة الى ساعتين 50 % ، تليها نسبة 00 % صرحوا من أكثر من ساعتين.



- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدة الحصص البرلمانية يوميا ان النسب متعادلة بين أقل من ساعة بنسبة 50 % ومن ساعة الى ساعتين 50 % ، تليها نسبة 00 % صرحوا من أكثر من ساعتين وهذا لقصر مدة الحصص البرلمانية.

8 هل اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية بدرجة ؟

الجدول رقم 08: تمثل توزيع العينة حسب اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية بدرجة

التكرار النسبي	التكرار	اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية بدرجة
06 %	1	عالية
94 %	15	متوسطة
00 %	00	ضعيفة
100 %	16	المجموع

- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية بدرجة ان أكبر نسبة 94 % من افراد العينة المستجوبة صرحوا بمتوسطة، تليها نسبة 06 % صرحوا بدرجة عالية في حين ان نسبة 00 % كانت اجاباتهم ضعيفة.



- تظهر نتائج الجدول توزيع افراد العينة حول اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية بدرجة ان اكبر نسبة 94 % من افراد العينة المستجوبة صرحوا متوسطة، تليها نسبة 06 % صرحوا عالية في حين ان نسبة 00 % كانت اجاباتهم ضعيفة وهذا يدل الى أن اعتماد الطلبة على المضامين التي تبثها القناة البرلمانية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية لا يركز من جانبها فقط بل يعتمدون على اليات أخرى للتعزيز كاللقاءات البرلمانية وغيرها.

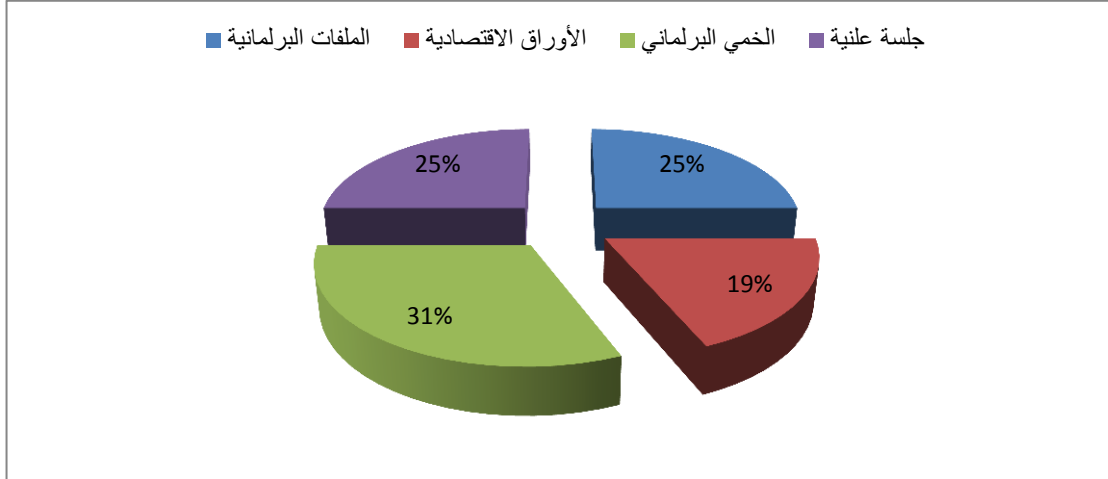
المحور الثالث: دور القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية للمواطن.

9 ما هي البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمانية التاسعة؟

جدول رقم 09: توزيع افراد العينة حول البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمانية التاسعة

التكرار النسبي	التكرار	البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمانية التاسعة
25 %	04	الملفات البرلمانية
19 %	03	الأوراق الاقتصادية
31 %	05	الخميس البرلماني
25 %	04	جلسة علنية
100 %	16	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمان الثانية التاسعة أن أكبر نسبة 31 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بخصبة الخميس البرلماني، تليها النسبة 25 % صرحوا بالبرنامج الملفات البرلمانية وجلسة علنية، أما الفئة الباقية صرحوا الأوراق الاقتصادية بنسبة 19 %.



تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمان الثانية التاسعة أن أكبر نسبة 31 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بخصبة الخميس البرلماني، تليها النسبة 25 % صرحوا بالبرنامج الملفات البرلمانية وجلسة علنية، أما الفئة الباقية صرحوا الأوراق الاقتصادية بنسبة 19 % وهذا يرجع حسب توجه كل طالب لاشباع رغباته.

10 ما هو سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمان الثانية التاسعة

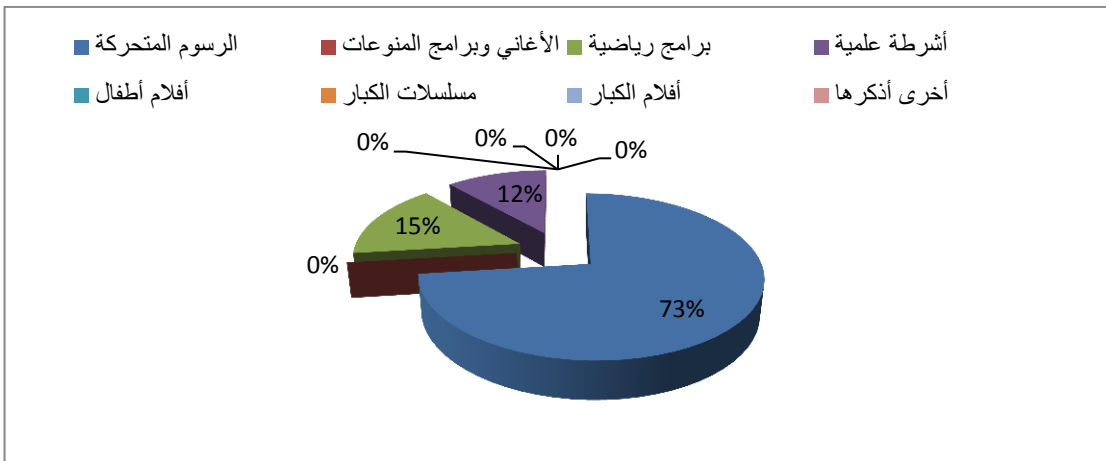
جدول رقم 10: توزيع افراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة

البرلمانية التاسعة

التكرار النسبي	التكرار	سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمان الثانية التاسعة
00%	00	أسلوبه في الالقاء
00%	00	سلاسة اللغة
100%	10	الموضوعية
100%	16	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمان الثانية التاسعة، إن أكبر نسبة موضحة 100% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالموضوعية، في حين أن النسبة الأقلية والمتمثلة في 00% كانت اجاباتهم سلاسة اللغة وأسلوبه في الالقاء.

التمثيل البياني لتوزيع العينة حسب البرامج التي تفضل مشاهدتها أكثر



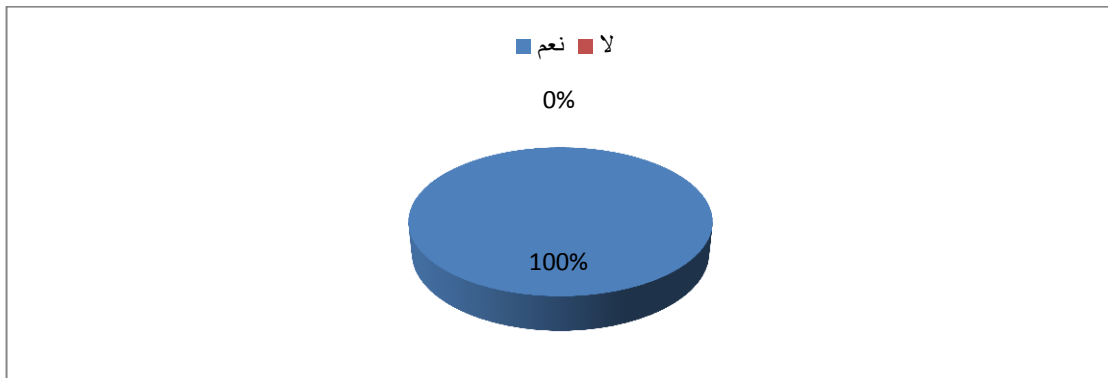
-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة، إن أكبر نسبة موضحة 100% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بالموضوعية، في حين أن النسبة الأقلية والمتمثلة في 00% كانت اجاباتهم سلاسة اللغة وأسلوبه في الالتقاء وهذا راجع الى وعي الطلبة في انتقاء المضامين التي تعزز تشاركتهم في الديمقراطية ومعرفة مفهومها الصحيح.

11 هل للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك ؟

جدول رقم 11: توزيع افراد العينة حول للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك.

التكرار النسبي	التكرار	للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك.
100 %	16	نعم
00 %	00	لا
100%	16	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك أن أكبر نسبة 100 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 00% كانت اجاباتهم لا.



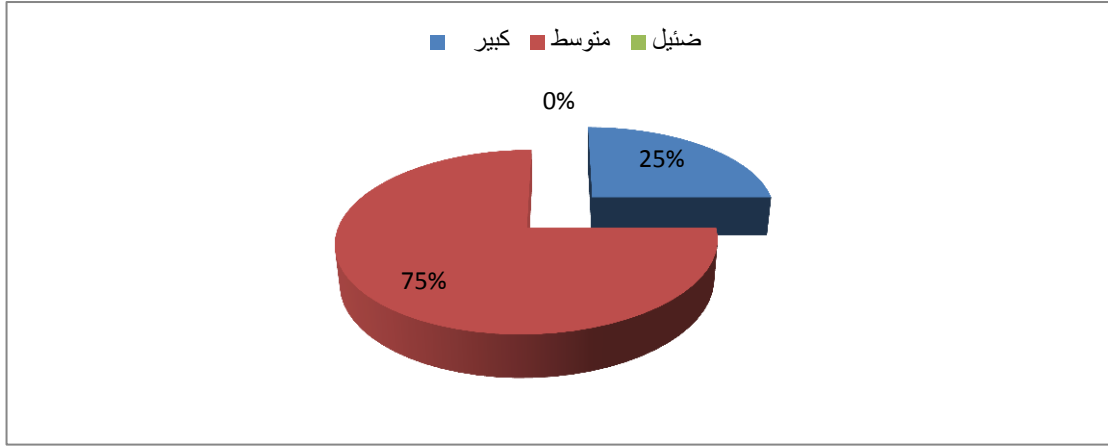
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول للمحتوى السياسي لقناة البرلمان التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك أن أكبر نسبة 100 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 00 % كانت اجاباتهم لا وهذا يرجع الى أن من وعي الطلبة التوجه الى المضامين التي لها دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية وهذا ما لاحظته من مضامين قناة البرلمان التاسعة من موضوعية وما أسقطته على الواقع.

12 كيف كان تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك ؟

جدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حول تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك

التكرار النسبي	التكرار	تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك
25 %	04	كبير
75 %	12	متوسط
00 %	00	ضئيل
100 %	16	المجموع

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك، أن أكبر نسبة موزحة 75 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا متوسط، تليها نسبة 25 % صرحوا كبير، ونسبة 00 % صرحوا ضئيل.



تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك، أن أكبر نسبة موضحة 75% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا متوسط، تليها نسبة 25% صرحوا كبير، ونسبة 00% صرحوا ضئيل وهذا راجع الى أن المضامين مبرجة لتعزيز من الديمقراطية التشاركية وبما أن الطالب مستخدم للمادة الاعلامية فهو حتما يختار ما يآثر فيه.

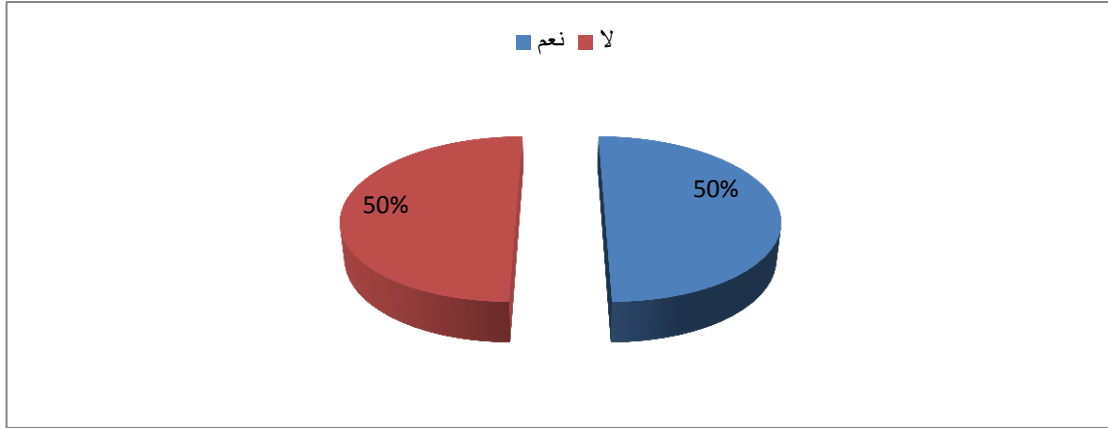
13 هل تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب ؟

جدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حول تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب

التكرار النسبي	التكرار	تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب
50%	08	نعم
50%	08	لا
100%	16	المجموع

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب، أن نسبة 50% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، ونسبة

50% صرحوا لا.



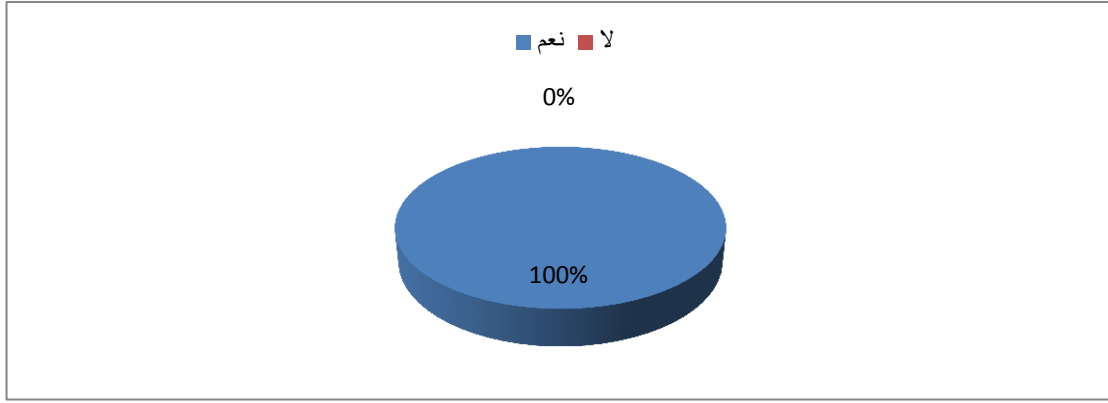
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب، أن نسبة 50% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، ونسبة 50% صرحوا لا وهذا راجع الى أن البرامج التي تبث عبر القنوات للديموقراطية التشاركية تعزز الطالب الى التوجه الى الانتخابات.

14 هل هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة ؟

جدول رقم 14: توزيع افراد العينة حول هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة

التكرار النسبي	التكرار	هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة
100%	16	نعم
00%	00	لا
100%	16	المجموع

- تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة، أن نسبة 100% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، ونسبة 00% صرحوا لا.



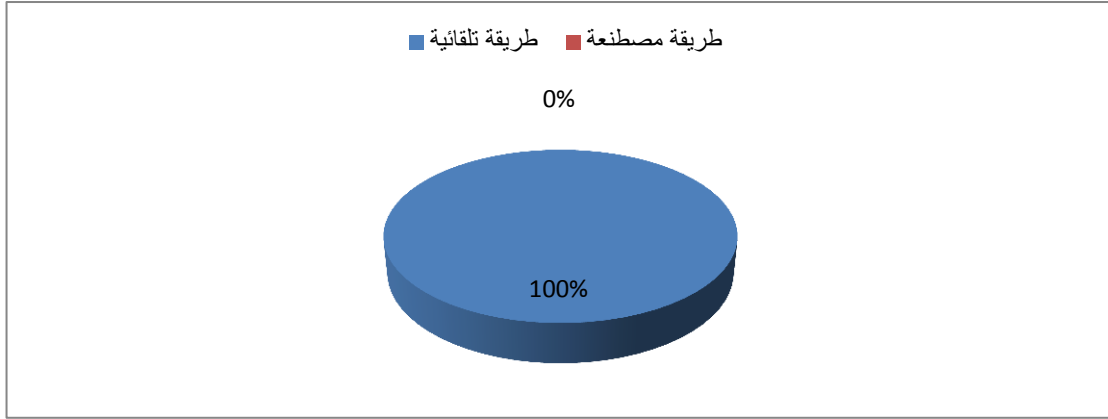
تظهر نتائج التمثيل البياني توزيع أفراد العينة حول هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة، أن نسبة 100% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا نعم، ونسبة 00% صرحوا لا وهذا راجع الى أن القناة لا بد لها من مواكبة الحداثة والتطورات للبقاء والاستمرارية ولبناء جمهورها المتفاعل عبر صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

16 ما هو رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار ؟

جدول رقم 16: توزيع افراد العينة حول رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار

التكرار النسبي	التكرار	رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار
100%	16	طريقة تلقائية
00%	00	طريقة مصطنعة
100%	16	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار أن أكبر نسبة 100% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بطريقة تلقائية، أما نسبة 00% فصرحوا مصطنعة.



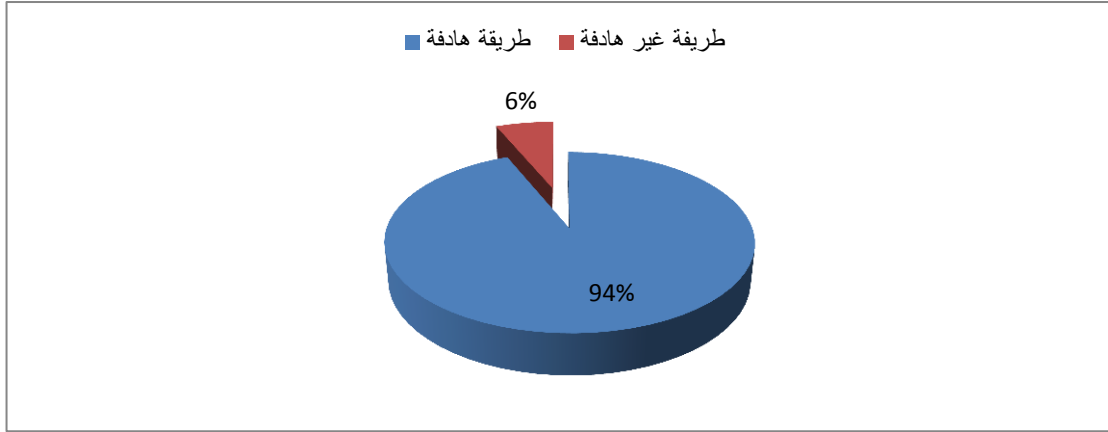
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار أن أكبر نسبة 100 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بطريقة تلقائية، أما نسبة 00 % فصرحوا مصطنعة وهذا ما يلزم توجه الطبقة المثقفة المتمثلة في الطلبة الجامعيين لأن طريقة اللقاء هي جزء من الموضوعية.

17 ما هو رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة ؟

جدول رقم 17: توزيع افراد العينة حول رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة

التكرار النسبي	التكرار	رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة
94 %	15	طريقة هادفة
06 %	01	طريقة غير هادفة
100 %	16	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة أن أكبر نسبة 94 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بطريقة هادفة، تليها نسبة 06 % صرحوا بطريقة غير هادفة.



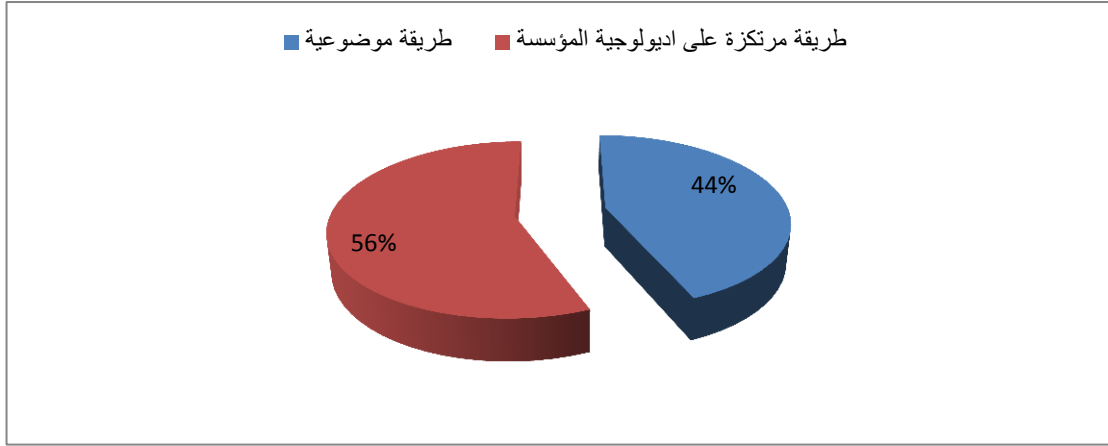
-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة أن أكبر نسبة 94 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بطريقة هادفة، تليها نسبة 06 % صرحوا بطريقة غير هادفة وهذا مما دفع الطلبة الى التوجه الى المضامين الهادفة التي تعزز الديمقراطية التشاركية وهذا من انتقاء الطلبة المضمون الذي يشبع رغباته لأنه هو المستخدم للمادة الاعلامية.

18 ما هو رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة ؟

جدول رقم 18: توزيع افراد العينة حول رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة

التكرار النسبي	التكرار	رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة
44 %	7	طريقة موضوعية
56 %	9	طريقة مرتكزة على اديولوجية المؤسسة
100 %	16	المجموع

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة أن أكبر نسبة 56 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بطريقة مرتكزة على اديولوجية المؤسسة، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 44 % كانت اجاباتهم طريقة موضوعية.



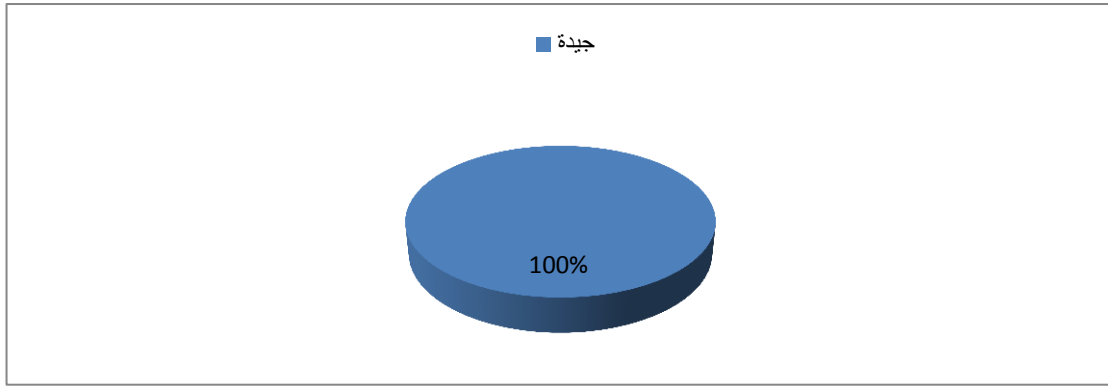
تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة أن أكبر نسبة 56% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بطريقة مرتكزة على اديولوجية المؤسسة، في حين أن النسبة الأقل والمتمثلة في 44% كانت اجاباتهم طريقة موضوعية.

19 ماهو تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة ؟

جدول رقم 19: توزيع افراد العينة حول تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة

التكرار النسبي	التكرار	تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة
% 100	16	جيدة
%100	16	المجموع

-تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة أن كل أفراد العينة بنسبة 100% من أفراد العينة المستجوبة صرحوا بجيدة.



تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حول تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة أن كل أفراد العينة بنسبة 100 % من أفراد العينة المستجوبة صرحوا جيدة وهذا ما يؤكد توجه الطلبة الى هذه الوسيلة بمحتواها فهو بحاجة الى اشباع رغباته من حيث سهولة الاستخدام وكذا الموضوعية في المضامين.

نتائج الدراسة:

1. أن غالبية أفراد العينة يشاهدون القناة البرلمانية التاسعة لمدة من ساعة الى ساعتين.
2. أن غالبية أفراد العينة يعتمدون بدرجة متوسط على القناة البرلمانية التاسعة لتعزيز الديمقراطية التشاركية.
3. أن غالبية أفراد العينة يشاهدون برنامج الملفات البرلمانية والخميس البرلماني.
4. أن الطلبة يتابعون القناة البرلمانية التاسعة بشكل منتظم.
5. أن تأثر وسائل الاتصال وعلى رأسها التلفاز بشكل فعال في الطلبة في بناء وتعزيز الديمقراطية التشاركية.

الاستنتاج العام:

أن للوسيلة والرسالة دور كبير في التأثير على الطلبة في التعزيز بالديمقراطية التشاركية وهذا لما تقتيه من خصائص ومميزات.

مناقشة الفرضيات:

مناقشة الفرضية الأولى: اعتماد طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط على القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة بشكل كبير أن غالبية أفراد العينة تتابع بنسبة 81 بالمئة وبالتالي نجدهم يتابعون القناة بمضامينها، وبشكل يومي حيث أن للرسالة الوسيلة دور كبير في تعزيز الديمقراطية التشاركية للطلبة.

مناقشة الفرضية الثانية: تأثر البرنامج السياسية بشكل كبير في توعية طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط على القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة ونفسر ذلك بحساسية هذا الموضوع كلما كان تعلقه بالأمور المرتبطة باديولوجية الدولة حيث كانت نسبة التأثير 75 بالمئة.

مناقشة الفرضية الثالثة: تساهم وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي المتعلق بفاعلية المشاركة السياسية لطلبة السنة الثالثة ليسانس علوم سياسية بجامعة الأغواط بشكل ايجابي. ونفسر هذا الى ذهاب الشباب على الانتخابات، ونجد كذلك ان غالبية أفراد العينة تشكلت لديهم وعي سياسي المتعلقة بالديمقراطية التشاركية تكون سببا في بناء دولة جديدة.

اقتراحات الدراسة:

بعد الانتهاء من الفصول النظرية التطبيقية وما خلصت له الدراسة من نتائج نقترح ما يلي:

1. ضرورة فتح قنوات وطنية خاصة تختص باهتمامات الشباب المختلفة.
2. فسح المجال للتعبير السياسي لفئة الشباب في هذه القنوات.
3. ادراج بعض البرامج التوعوية في الجانب السياسي خارج اطار الحملات لانتخابية مهما كان نوع هذه الحملات محلية أو برلمانية أو رئاسية.
4. تنمية الحس السياسي لدى الشباب من خلال فسح مجال الانخراطات في مختلف النشاطات الحزبية، وكيفية ممارسة هذا النشاط بالكيفيات السليمة.

الخاتمة:

وفي الأخير يمكننا القول أن دور القناة البرلمانية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية الجزائرية جاء لسد الثغرات وامتصاص النقائص التي اعترت الديمقراطية التمثيلية خصوصا نتيجة دور المواطن في صنع القرارات وربط علاقته مع الفئات المنتخبة بعنصر الزمن، كما أن القناة البرلمانية التاسعة استلزمت إيجاد حل لإعادة الاعتبار للمواطن وذلك بمنحه الحق في المشاركة بصفة مباشرة أو عن طريق مؤسسات المجتمع المدني التي تعتبر كحلقة وصل بين الفرد والدولة والعمود الفقري الذي يرتكز عليه المواطن من أجل طرح انشغالاته وهمومه لدى السلطة الحاكمة حيث أثبتت الدراسة أن للقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية.

قائمة المصادر والمراجع:

1. أمير سراج، الديمقراطية التشاركية في الجزائر، مذكرة ماستر حقوق، جامعة سعيدة، 2019.
2. فوضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.
3. غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ت: تبوزيد صحراوي و اخرون ، بيروت ، لبنان ، دار الساقى ، ط1، 1991.
4. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
5. عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه ، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان 2014.
6. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي و اخرون، دار القصبية للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006.
7. مدحت جمال، البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدوياً وباستخدام SPSS. عمان: دار الشروق. <https://www.maktabtk.com/>. اخر زيارة للموقع في 07: 51/.19.05.2020
8. رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2011.
9. قاسي علاء الدين وآخرون ، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، جامعة 08 ماي 1945 قالة، 2017.
10. ملفين ل. ديفليز وآخرون ، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1.
11. يسرى خالد ابراهيم، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة، ديوان مطبوعات جمعية، 2010.
12. سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، جامعة دمشق، 2.1، دمشق، 2010.
13. غالب كاظم جياذ الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2016.

14. مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني، (رسالة ماجستير، تخصص اعلام)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2017 .
15. صرف الحاج، (تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الإنتخابي، مذكرة ماجستير، اعلام واتصال)، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، جامعة وهران، 2007.
16. زاوي الحاج سعد، (اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة ، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية علوم اجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.
17. محمد عبد الحميد، دراسة جمهور بحوث الاعلام، دار النشرعلاء للكتب، القاهرة، ط1، 1993.
18. فضيلة اكلي، (إستهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، رسالة الماجستير، التخصص ثقافي تربوي)، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2007.
19. سمار نجاة، مدفوني مريم، (إستخدام القارئ الجزائري للاعلانات في صحافة المكتوبة ، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، 2015.
20. محمد عبد الحميد، مدونات الاعلام البديل، دارعلاء للكتب، القاهرة، ط1، 2009.
21. كوبيي حفصة، (الصناعات الثقافية التلفزيونية وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي، اطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الانسانية والحضارة

قسم علم الاعلام والاتصال



دور القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة في تعزيز
الديموقراطية التشاركية للمواطن
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة العلوم السياسية بولاية الأغواط)

مذكرة ماستر اعلام واتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

اشراف الدكتورة:

-مراح سميرة

اعداد الطلبة:

• بلخضر فرحات

تم هذا الاستبيان في اطار نيل شهادة الماستر اعلام واتصال يرجى وضع العلامة x في مكان
الاجابة ومع العلم أن هذه الاجابات تحمل في مجال العلم فقط وشكرا

السنة الجامعية: 2024/2023

محور البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: من 21-29 سنة من 30 فما فوق

الحالة الاجتماعية: متزوج أعزب

المحور الثاني: عادات وأنماط متابعة الطلبة السياسيون لقناة البرلمان التاسعة الجزائرية.

4 بأي وسيلة تفضل مشاهدة القناة البرلمانية التاسعة.

التلفزيون الهاتف الحاسوب

مع

5 ماهي الدوافع التي تجعلك تختار وسيلة دون أخرى.

ميزة العرض خاصية المشاركة مع العائلة

سهولة الاستخدام خاصية التحكم التفاعلية

6 هل تقوم بمشاهدة القناة البرلمانية التاسعة يوميا ؟

نعم لا

لماذا.....

7 ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في مشاهدتك القناة البرلمانية التاسعة؟

أقل من ساعة من ساعة الى ساعتين أكثر من ساعتين

8 هل اعتمادك على القناة البرلمانية التاسعة في متابعة الاخبار السياسية المحلية بدرجة ؟

عالية متوسطة ضعيفة

المحور الثالث: دور القناة البرلمانية الجزائرية التاسعة في تعزيز الديمقراطية التشاركية للمواطن.

9 ما هي البرامج السياسية التي تفضل مشاهدتها أكثر في قناة البرلمانية التاسعة؟

أذكرها.....

10 ما هو سبب تفضيلك للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة؟

أسلوبه في الإلقاء سلاسة اللغة الموضوعية

11 هل للمحتوى السياسي لقناة البرلمانية التاسعة دور في تعزيز الديمقراطية التشاركية لك ؟

نعم لا

علل ذلك:.....

12 كيف كان تأثير البرنامج السياسي في الديمقراطية التشاركية لك ؟

كبير متوسط ضئيل

13 هل تتبعك للبرامج السياسية التي تتناول الانتخابات يشجعك على الانتخاب ؟

نعم لا

14 هل تعتمد فقط على القناة البرلمانية التاسعة في تعزيز الديمقراطية

التشاركية ؟ نعم لا

15 ماهي أهم البرامج السياسية التي تتابعها عبر القناة ؟

.....

16 هل هناك صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالقناة ؟

نعم لا

17 ماهو رأيك في مدير البرامج في ادارة الحوار ؟

بطريقة تلقائية بطريقة مصطنعة

18 ماهو رأيك في نوع المضامين التي تبث عبر القناة ؟

بطريقة هادفة بطريقة غير هادفة

19 ماهو رأيك في جودة المضامين التي تبث عبر القناة ؟

بطريقة موضوعية بطريقة مرتكزة على اديولوجية المؤسسة

20 ما هو تحليلك الشخصي حول القناة من حيث الوسيلة والرسالة ؟

.....