البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وعلاقتها بتشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الكويتي (دراسة ميدانية تحليلية)

غازي على المطيري

الملخص

تسعى الدراسة لتحليل مضمون البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة على القنوات العربية الفضائية، والوقوف مع دور تلك البرامج في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الكويتي.

نتائج الدراسة

1) عدم وجود دراسات وبحوث سابقة تتعلق بالبرامج الحوارية فـــى الفضـــائيات الكويتية ومقارنتها مع فضائيات أخرى وبالتالي فلم يوجد معلومات كثيرة حول مدى تأثير البرامج الحوارية في الفضائية الكويتية على المشاهد..
2) هناك دور للبرامج الحوارية فى مختلف القضايا التـــى تعرضـــها الفضـــائيات الكويتية وكذلك قناة الجزيرة الفضائية ، إلا أن الأمر يعتمد على عدة محـــاور لعل أبرزها طبيعة موضوع البرنامج والجوانب الفنية المرتبطة به ، إلى جانب طبيعة التواصل مع المشاهد ناهيك عن قدرة مقـــدم البرنـــامج علـــى الإقنـــاع والحيادية في موضوع البرنامج..
3) اختلاف درجة التأثير على المشاهد الكويتى طبقا لعدد من الاسباب التى تختلف بإختلاف توجهات المتلقى.
4) أهمية دور الفضائيات الكويتية والجزيرة الإخبارية كأحـــد الفضـــائيات التـــي تشتهر بتقديم العديد من البرامج الحوارية..

Talk Show Programs In Arab Channels and its relation with Political Attitudes For Kuwaiti University Students .An Applied Study

Ghazi Ali AL Motairi

Abstract

The problem of this study can be stated in the following question ; What is the role of The Talk Show Programs In Arab Channels and its relation with Political Attitudes For Kuwaiti University Students .An Applied Study?

Results:

The following results have been reached:

`Television is the most important and dangerous mean of the mass media that it affects citizens attitudes . the important role of T.V refers to the abilities to attract the viewers wherever , So that T.V played an important role in changing and forming the political culture and social development.

The importance of T.V appears in forming the political culture especially in elections time, On the other hand Kuwait faced many internal and external crisis since its independence , the most one of them was the invasion of Iraqi army in 1990 and what followed of challenges as construction and development

الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة

المقدمة

لقد شهدت الفترة الأخيرة في العالم العربى العديد من التغيرات والتحولات السياسية، وكان لوسائل الإعلام عامة، والبرامج الحوارية خاصة دوراً مهما في متابعة تلك الأحداث، فوسائل الإعلام المعاصرة تعد ذات أهمية كبيرة في التأثير على الجمهور وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا التى تدور حوله.

كما تعد البرامج الحوارية من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المستمعين والمشاهدين، كما تؤدى هذه البرامج سواء أكانت ترفيهية، أو سياسية، أو اجتماعية، أو تثقيفية، أو دينية، دوراً أساسياً في المجتمع لما تفرضه طبيعة التلفزيون في ايصال الرسالة بين المرسل والمستقبل إذ تتحقق المشاركة الجماهيرية في البرامج من خلال تقديم آرائهم ومقترحاتهم وأفكارهم، كما أن برامج الحوار تشغل بمختلف أنواعها حيزا واسعاً من ساعات البث اليومية للعديد من القنوات الإعلامية نتيجة للانفتاح الإعلامي الكبير الذى شهده العالم في عصر الأقمار الاصطناعية، فضلاً عن استمرار حالة التنافس بينها لإثبات وجودها . (روبرت أيل هيلارد، 2003، 277). [1]

ونظراً لتزايد أهمية الدور الذى تقدمه وسائل الإعلام وخاصة المرئية منها في التعبير عن قضايا جمهور المشاهدين، ساهمت تلك الوسائل في تشكيل ثقافته بما تعكسه من قضايا الحياة اليومية للمجتمع (Bignel, J, 2003, 13)[2]، كما أن القنوات الفضائية الحكومية أصبحت تواجه منافسة حقيقية نتيجة لتعدد القنوات الفضائية العربية الخاصة وسعيها لحدث الجمهور وتلبية احتياجاته بتحررها من الرقابة والسيطرة الحكومية المفروضة عليها بشكل تدريجي (Naomi S. & Satellite R., 2001, 1) . [3]

كما أن البرامج الحوارية ظهرت كنوع من التفاعل مع الأنظمة الإعلامية العالمية التى أوجدت أشكالاً جديدة فيما يسمى New Formats وكان من نتائجها برامج الرأى Talk show، وهى برامج حوارية تتخذ أشكالاً مختلفة وتستضيف الخبراء والجمهور العام وتعتمد على الإثارة والمواجهة وتتعدد أشكال مشاركة الجمهور فيها وتبث على الهواء مباشرة أو مسجلة أحيانا (أشرف جلال، 2005، 402) [4]، وتختلف درجة اعتماد الجمهور على نوعية البرامج المختلفة، كما تساوت درجة اعتماد الجمهور على أنواع البرامج باختلافها حسب الفترة الزمنية (تزيد وقت الأزمات وتقل سلبيا في أوقات الاستقرار)، وبالرغم من تعدد الدراسات الأجنبية والعربية التى تناولت البرامج الحوارية اليومية لم تلقى نفس الاتمام في التعرف على محتوى تلك البرامج، وما تسهم به في تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو الحكومة والقضايا المتعلقة بها.

ولقد ظهر العديد من البرامج الحوارية اليومية على القنوات الحكومية

والخاصة التى استعانت بالمحادثات المفتوحة بين جمهور المشاهدين من جهة وبين المسئولين الحكوميين، أو أحزاب المعارضة من جهة أخرى، وهذا الاتصال التفاعلي يساهم في تلبية الرغبات الأساسية للفرد في أن يكون صوته مسموعا، كما تعزز ميوله في المشاركة مع الأخرين وعادة ما تميل هذه الحوارات إلى طرح أجوبة مبسطة عن العديد من القضايا المعقدة (لبنى حسن محمد، 1999، 345) [5]، نظراً للاقبال المتزايد على هذه البرامج واقبال الشباب الكويتي على مشاهدتها للحصول على معلومات سياسية يسعى الباحث من خلال دراسته لمحاولة الوقوف على درجة اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على هذه البرامج في علاقته بتشكيل الاتجاهات السياسية لديه، كذلك تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل مضمون البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة على القنوات الفضائية العربية، وفى النقاط التالية بعرض الباحث للدراسات السابقة التى تتعلق بموضوع بحثه .

الدراسات السابقة

لقد قسم الباحث الدراسات التى تناولت متغيرات الدراسة إلى ثلاث محاور هى:

أ- محور الدراسات المتعلقة بالمعالجة الإعلامية للقضايا السياسية.
ب- محور الدراسات المتعلقة بتطبيق نظرية الاعتماد على التليفزيون بشأن القضايا السياسية.
ج- محور الدراسات التى تناولت دور وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل الاتجاهات.

أولاً: محور الدراسات المتعلقة بالمعالجة التليفزيونية للقضايا السياسية:

1- دراسة أمال حسن الغزاوي (2009)[6]:

اهتمت الدراسة بالمسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناولت الأداء الحكومي، ولقد سعت الدراسة التحليلية لتحقيق عدة أهداف منها التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التى تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومي، والجوانب المهنية والأخلاقية التى تعكسها تلك البرامج، بالإضافة إلى التعرف على حدود وابعاد المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية اليومية في إطار نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وخاصة التليفزيونية، ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية ومتوازنة في عرضها للحقائق والمعلومات والأراء المختلفة المتعلقة بالأحداث الجارية، والتعرف على اساليب عرض كل من القنوات الحكومية والخاصة للموضوعات والقضايا المختلفة والقوالب الفنية المستخدمة، وتكونت عينة الدراسة التحليلية من ثلاثة برامج حوارية هى البيت بيتك على القناة الفضائية المصرية والقناة الثانية، وبرنامج العاشرة مساءا على قناة دريم2، ثم برنامج القاهرة اليوم ويذاع على قناة اليوم، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروقا دالة إحصائيا بين البرامج عينة الدراسة في زمن الحلقات، وعدم وجود فروق دالة

إحصائيا بين البرامج محل الدراسة في زكمن القضايا، كما أشارت النتائج أيضاً إلى تفوق الذكور على الإناث في تقديم البرامج الحوارية اليومية، كما أشارت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الضيوف من الذكور حيث وصلت إلى بنسبة (72.6%)، في حين كانت نسبة الضيوف من الإناث (27.4%)، وفى جانب أخر اشارت نتائج الدراسة إلى وجود انتقادات موجهه للأراء الحكومي في فقرات البرامج الحوارية محل الدراسة بنسبة عالية بلغت (68.3%)، وارتفاع نسبة مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية عينة الدراسة وفقا لنوع الملكية للقنوات التى تبث هذه البرامج، فبينما جا الاتجاه ايجابي في برنامج "البيت بيتك" بنسبة (2%) جاء سلبي في برنامجي القاهرة اليوم، والعاشرة مساءا، بنسبتي (29.1%) ، (28.9%) .

2- دراسة رباب عبد الرحمن خليفة (2008)[7]:

اهتمت الدراسة بدور المعالجة التليفزيونية والصحيفة لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، أجرت الباحثة دراستها التحليلية على نشرة أخبار التاسعة مساء بالقناة الأولى بالتليفزيون المصري، بالإضافة للبرامج الإخبارية بالقناتين الأولى والثانية بأسلوب الحصر الشامل، وكذا حللت صحف الأهرام، والوفد، والعرب الناصري، في الفترة من 2006/1/1 إلى 2006/3/30، وكانت العينة الميدانية (400) مفردة من الجمهور المصري العام، وتوصلت إلى أنه لم ترد معظم الأخبار الخاصة بالإصلاح السياسي في مصر في عناوين نشرات الأخبار بنسبة (96%) كما جاءت طويلة بنسبة (76%)، وأن كانت جريدة العربى الناصري الأكثر اهتماما بأحداث وتطورات قضية الإصلاح السياسي بنسبة (33.2%)، ولقد احتلت قضية حقوق الإنسان والحريات العامة مقدمة قضايا الإصلاح السياسي بنسبة (19.9%)، وجاء إطار الإصلاح السياسي مرتبط بالإصلاح الاقتصادي والاجتماعي في مقدمة الأطر العامة لقضايا الإصلاح السياسي في المعالجة الصحفية والتليفزيونية، كما تباينت اتجاهات الصحف ونشرات الأخبار التليفزيونية نحو رنامج الإصلاح السياسي، حيث جاءت اتجاهات الصحف سلبية في معظمها بينما جاءت اتجاهات نشرات الأخبار التليفزيونية ايجابية.

3- دراسة أميرة سمير طه (2005)[8]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة في إدراك أفراد المجتمع المصري لمناخ حرية الرأى وتأثير ذلك على مشاركتهم السياسية، من خلال استخدام منهج المسح، واعتمدت الدراسة التحليلية على تحليل البرامج السياسية، وبرامج القضايا الاجتماعية المعروضة في القناة الأولى، وقناة دريم 2، في الفترة من 4 أبريل 2004 حتى 19 مايو 2004، كما اعتمدت الدراسة الميدانية على عينة قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن حلقات البرامج السياسية وبرامج القضايا الاجتماعية المعروضة على كلتا القناتين قد اعتمدت بشكل كبير على القوالب التى تعتمد على تعدد الضيوف ، وإن ظهر ذلك بشكل أوضح من خلال قناة دريم2، وأن هناك تنوعا كبيرا في القضايا

سواء السياسية أو الاجتماعية التى عرضت على كلتا القناتين، وتأتي في مقدمة هذه القضايا القضية الفلسطينية، والقضية العراقية، وقضية الإصلاح، كما توصلت الدراسة إلى أن قناة دريم 2 تتفوق على القناة الأولى من حيث تقديم الانتقادات للأوضاع السياسية، وتعد هذه النتيجة مؤشر بالغ الأهمية على ما تتمتع به القنوات الخاصة من حرية حقيقية في هذا المجال، كما تبين النتائج أن أكثر البرامج السياسية شعبية على القنوات الحكومية هو برنامج اختراق، يليه برنامج "ملفات مفتوحة"، وبرنامج شاهد عيان"، وبرنامج "دائرة الحوار"، وفى القنوات الخاصة وتشير النتائج أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة يرون أن هامش حرية الرأى المتاح في المجتمع ما زال ضعيفا، بمعنى أن هناك محاذير لاسيما على الموضوعات السياسية بوجه عام.

ب- الدراسات الأجنبية:

1- دراسة[9] Craw . S. (2006)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية التليفزيونية والبرامج الكوميدية السياسية في تشكيل المعرفة السياسية نحو بعض القضايا الخاصة بالانتخابات الأمريكية، وأشارت النتائج إلى أن البرامج الحوارية الليلية لديها ارتباط قوي وايجابي بالمعرفة السياسية العامة، والمعرفة الشخصية للمرشح.

2- دراسة Sabine Lang (2004)[10]

هدفت الدراسة : الى توضيح التطور الحادث لوسائل الاعلام المحلية بداية بالصحف المحلية فمنذ السبعينات من القرن الماضى و قد أخذت الصحافة أو وسائل الاعلام المقرءوة دورا هاما و حيويا فى تشكيل الرأى العام و الوصول بالقارىء الى بلورة السياسات و الافكار ، كما انها ساعدت فى عملية المشاركة السياسية .

خلصت الدراسة الى أنه مع ظهور الراديو فى عام 1920 م اصبح منافسا قويا لوسائل الإعلام المقرءوة بل انه قام بجذب فئة اكبر من الجمهور خاصة اولئك الذين يجهلون القراءة و الكتابة . كما شهد العصر الحالى ثورة هائلة فى تقدم وسائل الاعلام المرئية حيث اصبح التليفزيون يمثل القوة الاكبر تأثيرا على المتلقى و ذلك لما يمتلكه من امكانات و تقنيات تفوق وسائل الاعلام الاخرى ، و قد ازداد دور التليفزيون بعد حقبة التسعينات خاصة مع انتشار القنوات الاخبارية المتخصصة.

3- دراسة Patrick Rossler (2004)[11]

هدفت الدراسة الى توضيح صورة للعالم و ذلك من خلال ما تقدمه نشرات الاخبار فى التليفزيون وخلصت الدراسة الى أن المشاهد يتأثر و يتفاعل مع ما يراه من خلال الشاشة بل أن التليفزيون يقوم برسم خريطة لما يحدث فى العالم و يقوم بتوضيح ذلك من خلال عناصر جذب مبهرة تدفع المتلقى الى المتابعة و تقبل الرسالة الموجهة بل و التفاعل معها على قدر المساحة المسموح بها للمشاركة و

التى تختلف من دولة لاخرى و من مجتمع لاخر على حسب درجـــة الديمقراطيـــة التى تتمتع بها الدولة .

ثانياً: محور الدراسات المتعلقة بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بشأن القضايا السياسية:

1- الدراسات العربية:

1- دراسة عبد المحسن الشمري (2010)[12]

سعت الدراسة إلى تحليل مضمون عدد من البرامج الحوارية التى تقدمها تلفزيونات دول مجلس التعاون، وهى اقناة الأولى السعودية، الفضائية القطرية، التلفزيون العماني، الفضائية الكويتية، فضائية البحرين، تلفزيون أبو ظبي، واختار الباحث عدة برامج قدمتها الفضائية الكويتية هى البرنامج الحواري 6 * 6، وبرنامج شبكة التلفزيون، وبرنامج سهارى، والبرنامج المنوع سوالف فنية، ودائرة الأحداث، وبرنامج من أجل صحتك، وبرنامج سفراء الخبر، وبرنامج "بيتك"، وحصاد الأسبوع، ولقاء خاص، والبرنامج الثقافي، وبين دفتي كتاب، وبرنامج لهذا البلد، وبين السائل والمجيب، ويلاحظ أن الباحث اختار هذه البرامج، من تلفزيون الكويت لأنها الأكثر مشاهدة متابعة، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة البرامج الحوارية محل الدراسة تبلغ من (25: 30%) من إجمالى البرامج المذاعة في فترتي المساء والسهرة في تلك القنوات، وأن من هذه البرامج يجرى الغاؤه من مواعيده الرسمية لإذاعة المناسبات الخاصة أو بعض الاحتفالات أو لنقل مباراة كرة قدم في غالبية دول مجلس التعاون ولا يعلن عن إذاعة البرنامج في وقت أخر أو الاعتذار عنه، كما أشارت الدراسة إلى أن البرامج الحوارية محل الدراسة هى في الأساس حوارات رأى، وحوارات معلومة، أو تجمع بين النوعين، وهى نوعيات حوار على قدر عال من الأهمية حيث تساهم في زيادة الخلفية المعرفية للمشاهدين، كما أنها تساهم أيضاً في تشكيل الرأى العام تجاه قضايا معينة، وأن أكثر أشكال البرامج الحوارية محل الدراسة انتشاراً في تلفزيونات دول مجلس التعاون هى برامج المناقشات بنوعياتها التلفزيونية، وأن جميع البرامج الحوارية محل الدراسة يقدمها مذيع واحد، وأن الغالبية العظمى من مقدمي هذه البرامج هم من جنسيات الدولة الباثة للبرامج، وأن غالبية البرامج الحوارية محل الدراسة بلغ عدد الضيوف فيها ما بين ضيف واحد إلى ثلاثة ضيوف، وأن نصف هؤلاء الضيوف تقريبا في مجموع البرامج ضيوف محليون من البلد الباثة، وأن غالبية الضيوف جاءت مشاركتهم في البرامج من داخل الاستوديو وبنسبة ضئيلة عن الأقمار الصناعية أو عبر الهاتف، كما اشارت النتائج إلى أن الموضوعات الاقتصادية جاءت في مقدمة موضوعات البرامج الحوارية محل الدراسة، تليها الموضوعات السياسية ثم الموضوعات الثقافية .

2- دراسة طارق بن ناصر الشدوخي (2008)[13]

سعت الدراسة إلى التعرف على أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها

بتعزيز المشاهدة، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وتكونت عينة الدراسة الميدانية من (700) مفردة من الجمهور السعودي، بالإضافة لتحليل مضمون (35) برنامجا من البرامج الحوارية، ولقد توصلت الدراسة إلى أن عدد الأساليب التقدمية التى يستخدمها مقدمو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية قد بلغ (13) أسلوبا تقديميا في مختلف أنواع تلك البرامج، حيث أحتل اسلوب التقديم الممزوج بالمرح المرتبة الأولى، ثم أسلوب التقديم العاطفي، فأسلوب المواجهة في التقديم، ثم أسلوب التقديم العلمي، ثم أسلوب التقديم الحماسي، فأسلوب التقديم المعتمد على الوسائل الايضاحية، وحل سابعاً أسلوب التقديم مع استخدام مظاهر من بيئة الجمهور، ثم أسلوب التقديم الموجه نحو فكرة معينة، وتلاه اسلوب التقديم المتدرج، ثم اسلوب التقديم باستخدام العوامل النفسية، فأسلوب التقديم الهادئ، وجاء بعده اسلوب الإسهاب في التقديم، وأخيراً اسلوب التقديم المعتمد على المبالغة والإطراء، وبلغت نسبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية من إجمالى جمهور عينة الدراسة (83.4%) وجاءت نسبة الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية (11.8) وفيما جاءت نسبة الذين يحرصون على مشاهدة أجزاء من حلقات البرامج الحوارية مرتفعة حيث بلغت (63.8%) أى ما يعادل أكثر من نصف عينة الدراسة مما يدل على أهمية هذه النوعية من البرامج وما تحظى به من متابعة واهتمام.

3- دراسة سعاد محمد المصري (2008)[14]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الجماهيرية في تزويد المراهقين بالمعلومات، حيث أجريت الدراسة على عينة مكونة من (400) مفردة وكذلك تحليل مضمون عينة من البرامج الحوارية وأظهرت النتائج أن فئة المراهقين والشباب تأتي في الترتيب الأول ضمن الفئات التى تخاطبها البرامج الجماهيرية.

ب- الدراسات الأجنبية:

1- دراسة [15] Nabi & Hendriks (2003)

اهتمت هذه الدراسة بالتأثيرات الاقناعية للقطات ردود فعل كل من المذيع والجمهور الموجود داخل الاستوديو في برامج الرأى التليفزيونية، وذلك على عينة قوامها (121) مفردة من طلاب الجامعات، وتوصلت الدراسة إلى أن برامج الراى تستطيع أن تجعل المشاهدين يتخذون اتجاه ايجابي تجاه الموضوعات غير المعروفة من خلال لقطات ردود الأفعال الايجابية لكل من المذيع والجمهور داخل الاستوديو.

2- دراسة [16] Oskar Grandy et al., (1997)

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدام الإعلام والاعتماد والمشاركة الفعالة، كما حاولت الدراسة اختبرار العلاقة بين المقاييس المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام والاعتماد عليها والمشاركة في النشاطات المرتبطة بالقضايا الخاصة بالصراع في جنوب أفريقيا، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي على عينة من طلاب جامعة السود في واشنطن قوامها (402) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن

وسائل الإعلام تعد مصدراً رئيسيا ومهما لدى الطلاب ذوى الاهتمام الفكري بقضية الصراع على أساس أنها تمدهم بمعلومات أكثر تفصيلا وأقل تحيزا، وتقدم وجهات نظر مختلفة لهذه القضايا، بينما تعد مصدرا أقل أهمية لدى الأفراد ذوى الاهتمام العاطفي.

3- دراسة [17] Thomas F (1997)

اهتمت هذه الدراسة بأسلوب الخطاب والاستمالات المستخدمة في البرامج التلفزيونية، وتوصلت إلى أن الإثارة تعد أحد أساليب التقديم في برامج الرأى التلفزيونية التجاري، وهى بدورها ترفع معدل المشاهدة لهذه النوعية من البرامج، كما تعد الافتراضات المقدمة من خلال برامج الرأى وظيفة حيوية في الاقناع وتعزيز منطقيتها، واثبتت الدراسة أن أحد دوافع مشاهدة هذه النوعية من البرامج هو أسلوب التقديم المستخدم فيها، وأن ردود أفعال الجمهور أحد خصائص هذه البرامج.

ثالثا: محور الدراسات التى تناولت وسائل الإعلام واثرها على الاتجاهات:

أ- الدراسات العربية:

1- دراسة عبد الحكيم السبتى (2009) [18]

هدفت الدراسة الى تحليل برامج التليفزيون الكويتى و التعرف علـــى دور تلك البرامج فى تشكيل الثقافة السياسية للشباب الكويتى وتمثلت عينة الدراسة فـــي 200 من طلبة و طالبات جامعة الكويت

خلصت الدراسة الى العديد من النتائج و ذلك على النحو التالى :

1-توجد العديد من المؤسسات سواء الرسمية أو غير الرسمية التـــى تلعـــب دورا هاما و فاعلا فى إكساب الشباب الثقافة السياسية حيث جاءت وسائل الاعلام فى المركز الاول و ذلك لأهمية هذه الوسائل مجتمعـــة (الاذاعـــة – الصـــحافة – التليفزيون – شبكة المعلومات الدولية " الانترنت ") .

2-أكدت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام المختلفة تفاوتت فيما بينها مـــن حيـــث قيامها بدور مؤثر فى عملية نشر الثقافـــة السياســـية و حـــث الشـــباب علـــى المشاركة و زيادة ثقافته السياسية

3-أن التليفزيون الكويتى قد قام بدور فى دعم ثقافة سياسية معينة تجاه العديد من الأحداث الا ان درجة التأثير اختلفت تبعا للقضية التى يتعامل معها التليفزيـــون ففى أثناء الاحتلال العراقى للكويت سعى التليفزيون الكويتى لحشـــد الجهـــود و التعبئة العامة ضد النظام العراقى السابق بقيادة الرئيس الراحل صدام حسين

4-هناك دورا هاما للتليفزيون الكويتى تجاه القضايا التى تهـــم الأمـــة العربيـــة و المجتمع الدولى و يتضح ذلك من خلال التعرض لموضوعين اساسيين أولهمـــا انتفاضة الأقصى حيث قام بدور فى نشر ثقافة سياسية تعمل على حشد الجهـــود العربية ، كما قام التليفزيون بنشر ثقافة سياسية معينة تجاه الاحتلال الأمريكـــى للعراق تتروح بين معارضة الاحتلال و الريبة تجاه النظام العراقى السالف .

2- دراسة سعيد محمد العجمى (2007) [19]

هدفت الدراسة الى التعرف على دور التليفزيون فى تفعيل التنشئة السياسية فى دولة الكويت. وتمثلت العينة فى 100 من طلبة و طالبات جامعة الكويت

خلصت نتائج الدراسة الى أن لوسائل الإعلام المختلفة سواء المقـرءوة أو المسموعة أو المرئية دورا هاما فى عملية التنشئة السياسية و ذلك من خلال مـا يلى :-

1- أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام تأتى فى المرتبة الأولى من حيـث ترتيـب المؤسسات – سواء الرسمية او غير الرسمية – التى تقوم بدور مؤثر فـى عمليـة التنشئة السياسية حيث أكد ذلك 92% من أفراد العينة .

2- أكدت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام المختلفة تفاوتت فيما بينها مـن حيـث قيامها بدور مؤثر فى عملية التنشئة السياسية و حث الشباب علـى المشـاركة و زيادة ثقافته السياسية حيث إحتلت الصحافة المركز الاول من حيث تأثيرهـا علـى الشباب فيما يتعلق بالتنشئة بنسبة 75.5% ، و جاء فى المركز الثـانى التليفزيـون بنسبة 73% ثم بعد ذلك شبكة المعلومات الدوليـة (الإنترنـت) بنسـبة 64% و أخيرا الإذاعة بنسبة 23.5% .

3- أوضحت النتائج أن القنوات التليفزيونية الأكثر مشاهدة بالنسبة لأفـراد العينـة هى (الجزيرة – العربية – **MBC** – دبى – الكويـت) إضـافة الـى القنـوات المتخصصة سواء الرياضية أو المنوعات ، و قد أدى هذا الى تراجـع التليفزيـون الى المركز الثانى من حيث قيامه بدور فى عملية التنشئة السياسية حيـث إنتشـار القنوات الفضائية الكثيرة بجاذبيتها و برامجها مما يجعل الشـباب ينصـرف عـن البرامج السياسية مكتفيا بالصحف التى يرى الشباب فيها بـديلا كافيـا لاكتسـاب الثقافة السياسية .

3- دراسة علاء عبد المجيد الشامي (2006)[20]

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الخطاب الديني في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا السياسية، وذلك من خلال رصد الاتجاه السائد الذى يتبناه ويروج له الخطاب الديني في وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وعلى المنهج المقارنن وتمثلت عينة الدراسة في صحيفة الأهرام، والبرنامج العام، والقناة الأولى، وصحيفة عقيدتي، وبرنامج مأدبة القران، وقناة أقرأ، وكان ذلك على مدار ثلاثة شهور متصلة من 2004/7/1 حتى 2004/9/31، وأظهرت النتائج أن الخطاب الإعلامي يأتي في مقدمة المصادر التى اعتمد عليها الشباب المصري في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضيتين محل الدراسة (المقاومة العراقية، والعمليات الاستشهادية) تلاه كل من الخطاب الديني والسياسي، وجاء في المرتبة الأخيرة الخطاب الثقافي.

ب- الدراسات الأجنبية:

1- دراسة [21] Spiro Kiousis & Mccombs (2004)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وضع الأجندة الإعلامية في وسائل الإعلام على اتجاهات الجمهور نحو الشخصيات السياسية اثناء الانتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1996، وكذلك دراسة العلاقة بين التغطية الإعلامية واتجاهات الجمهور نحو (11) شخصية سياسية، وأجريت الدراسة الميدانية في إطار منهج المسح على عينة من طلاب جامعة ميتشجان قبل الانتخابات، أما الدراسة التحليلية فقد تمثلت في عدد من الصحف والشبكات الإخبارية التليفزيونية ، وذلك قبل الانتخابات بخمسة شهور، وتوصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد التركيز الايجابي على شخصية سياسية في وسائل الإعلام زادت الاتجاهات الايجابية للجمهور نحوها، كما توصلت إلى وجود ارتباط ايجابي بين حجم التغطية السياسية للمرشحين واتجاهات الجمهور نحو هؤلاء المرشحين، كما أن هناك علاقة ارتباطية بين كل من المعرفة السياسية لدى الجمهور من ناحية واتجاهاتهم نحو المرشحين السياسيين، ووجود علاقة ارتباطية بين اتجاه التغطية الإعلامية للمرشحين واتجاهات الجمهور نحوهم.

2- دراسة [22] Katleen MeGrw & Cristina Ling, (2003)

اهتمت الدراسة بالتعرف على تأثير القضايا السياسية على تقييمات الأفراد تجاه الرؤساء والسياسيين البارزين في إطار تقييمات الجمهور للرئيس كلينتون، وأجريت الدراسة في إطار المنهج التجريبي على عينة قوامها (240) مفردة من الشباب تتراوح أعمارهم بين (17-20)سنة ، وذلك حول قضايا الإجهاض، وإلغاء قرار العلاج الطبيعي، وتم تقسيم مفردات العينة إلى ثلاث مجموعات تجريبية، تعرض لمقالتين، أو ثلاثة في (مجلات التايمز ، والنيوزويك، والأخبار الأمريكية، والتقرير العالمي)، وتوصلت الدراسة إلى أن هاك علاقة بين نسبة التعرض للتغطية الإعلامية والمعرفة السياسية، فالمواد الإعلامية التى تعرض للمبحوثين تحدد المسئولية في القضية للرئيس كلينتون من جهة، وجماعات حركات تحرير المرأة من جهة أخرى، كما توصلت الدراسة إلى أن تقييمات المبحوثين للرؤساء والجماعات تتأثر تبعاً للاتجاهات السائدة في وسائل الإعلام، كما توصلت الدراسة إلى أن المتغيرات الوسيطة (المعرفة السياسية الثقة الإعلامية، ونوع القضية) تؤثر بشكل مباشر في عملية التهيئة المعرفية طويلة المدى للمبحوثين.

التعليق على الدراسات السابقة

فى ضوء ما تم عرضه من دراسات سابقة لاحظ الباحث ما يلى:

- تناول بعض الدراسات موضوع الاتجاهات السياسية لدى فئات مختلفة من الجمهور، بالإضافة لتناول البعض الأخر منها دور وسائل الاتصال في ذلك.
- اهتمام العديد من الدراسات العربية بتحليل المضمون السياسي في التليفزيون.

- ندرة الدراسات التى عنيت بدراسة دور البرامج الحوارية التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور في السنوات القليلة الماضية، وخاصة بعد قيام ثورات الربيع العربي.
- ندرة الدراسات التى اهتمت بدراسة الشباب الجامعي الكويتي وعلاقته بوسائل الإعلام .
- ساعدت الدراسات السابقة التى قام الباحث بالإطلاع علها في تحديد مشكلة الدراسة، والتى تسعى إلى تحليل مضمون البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة على القنوات الفضائية وعلاقتها بتشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الكويتي.
- ركزت معظم الدراسات السابقة من خلال تعرضها لدور التليفزيون المحلى ولم تتناول دراسة مقارنة على الصعيد الداخلي والخارجي
- خلصت معظم الدراسات السابقة إلى ضرورة توافر العديد من الأليات التي يجب الأخذ بها لتفعيل دور وسائل الإعلام و خاصة التليفزيون فى نشر الوعى الأمنى ومن أهمها :

أ) ضرورة توفير الدعم والرعاية لتلك الوسائل الإعلامية أو تلك التي تهتم بقضايا تنمية الوعى لدى الشباب وذلك من قبل الحكومة أو مؤسسات القطاع الخاص.

ب) ضرورة توفير الكوادر الإدارية المدربة والتي لديها خبرة طويلة في مجال العمل الإعلامى وذلك بهدف تفعيل أداء عمل وسائل الإعلام و خاصة التليفزيون .

ج) ضرورة توافر نوع من التنسيق والوحدة في العمل الإعلامى سواء على المستوي المحلي أو على المستوي العربي.

د) ضرورة القضاء على بعض المشكلات العامة في العمل الإعلامي والتي تعوق تنميته وأهمها قضايا التمويل للبرامج الجادة و الهادفة وقلة الخبرة وتغلب المصالح الشخصية وغيرها من المشكلات والتي تعني التغلب عليها أو محاولة التخلص منها تقدم وتطوير العمل الإعلامى

- إستفاد الباحث من معظم الدراسات السابقة سواء من الناحية النظرية أو المنهجية فى تعميق دراسته أو في تبنى الأطر النظرية المناسبة للدراسة .

تحديد المشكلة البحثية

نظراً لتزايد أهمية الدور الذى تقدمه وسائل الإعلام، وخاصة المرئية منها في التعبير عن قضايا الجمهور، ونظراً لتزايد الدور الذى تقوم به البرامج الحوارية في تلبية احتياجات الجمهور بشكل عام في مختلف المجالات (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية)، ونتيجة لتلاحق الأحداث الواقعة بالمنطقة العربية في السنوات القليلة الماضية، وتزايد الدور الذى لعبه الشباب العربي فيما يتعلق بثورات الربيع العربي، فقد اتخذت البرامج الحوارية اشكالاً جديدة في خطاب لجمهور، تعتمد على الإثارة، والمواجهة، واتسعت بها حدود مشاركة الجمهور، حتى حظيت بنسبة مشاهدة عالية، وتفضيل مرتفع من الجمهور، لذا تسعى الدراسة لتحليل مضمون البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة على القنوات العربية الفضائية،

والوقوف مع دور تلك البرامج في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الكويتي.

أهداف الدراسة: تنقسم أهداف الدراسة الحالية إلى:

أولاً: أهداف الدراسة التحليلية: وهى:

1- تسعى الدراسة التحليلية لتحديد المجالات التى تقدمها البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وكذلك رصد القضايا، والموضوعات المختلفة المقدمة من خلال هذه البرامج.
2- تسعى الدراسة لتحديد الأهداف التى تسعى البرامج الحوارية لتحقيقها من خلال فقراتها المختلفة (تزويد الجمهور بمعارف، ومعلومات، وعرض أراء مختلفة تجاه القضايا....) .
3- التعرف على الأشكال المختلفة للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية العربية من حيث (القالب، عدد الفقرات، زمن الحلقة، وقت عرض البرنامج، فنيات البرنامج).
4- التعرف على ماهية الشخصيات المستضافة، وتخصصاتها المختلفة.
5- التعرف على مدى مشاركة الجمهور في فقرات البرنامج واشكال مشاركته.

ثانيا: أهداف الدراسة الميدانية، وهى:

1- تسعى الدراسة للكشف عن طبيعة العلاقة بين مشاهدة للبرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الفضائية العربية والاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الكويتي.
2- الكف عن أثر المتغيرات الديموجرافية (النوع، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي) في تشكيل الاتجاهات السياسية للشباب الكويتي.
3- التعرف على مدى اعتماد جمهور الشباب الجماعي الكويتي على البرامج الحوارية في تشكيل الاتجاهات السياسية لديه تجاه القضايا المختلفة.
4- التعرف على الاتجاهات السياسية لدى الشباب الكويتي خاصة في ظل مرحلة من مراحل التغيير السياسي والإعلامي الذى يشهدها العالم العربي، وهو ما يسمى بثورات الربيع العربي.

تساؤلات الدراسة: تنقسم تساؤلات الدراسة الحالية إلى:

تساؤلات الدراسة التحليلية وهى:

1-ما الموضوعات والقضايا الأكثر طرحاً في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية العربية ؟
2-ما الأهداف التى يسعى البرنامج الحواري إلى تحقيقها؟
3-ما شكل البرنامج من حيث (حوار مع شخص واحد، حوار توك شو)؟
4-ما طبيعة الشخصيات سياسيين، رجال اقتصاد، باحثين، فنانين، شخصية عامة)؟

5-ما هى طريقة المشاركة (اتصال هاتفي، رسائل، مواقع التواصل الاجتماعي، حضور جمهوري في الاستوديو)؟
6-ما مدى مشاركة الجمهور في البرنامج؟
7-ما لغة التواصل في البرنامج (مذيع، وضيوف) والمشاركين من الجمهور؟
8-ما مدى التوازن المتحقق في عرض الأراء المختلفة في البنرامج؟
9-ما فنيات إخراج البرنامج؟
10-ما عدد فقرات البرنامج؟
11-ما زمن كل فقرة؟
12-ما توقيت عرض البرنامج؟
13-ما مدة عرض البرنامج؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباط دالة بين كثافة مشاهدة البرامج الحوارية وبين درجة اعتماد الشباب الجامعي الكويتي اليها كمصدر للمعلومات السياسية.
2- توجد علاقة ارتباط دالة بين مجموعة المتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) ودرجة الاعتماد على البرامج الحوارية في التليفزيون كمصدر للمعلومات السياسية.
3- توجد علاقة ارتباط دالة بين مجموعة المتغيرات الديموجرافية (النوع، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وتشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الكويتي .

منهج الدراسة:

تقتضى طبيعة الدراسة الحالية أن يستخدم الباحث المنهج الوصفي، لأنه أفضل المناهج العلمية البحثية التى تتناسب والتحقق من صدق فروض الدراسة، معتمدا على الأسلوب المسحي كأحد أدوات البحث.

أهمية الدراسة:

1-تتمثل أهمية الدراسة في طبيعة الموضوع والعينة التى تتناولها الدراسة الحالية، فالموضوع يتناول البرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الفضائية، وهى تعد ذات التاثير الأكبر على كل من يتعرض لها سواء شكل ايجابي (مع)، أو بشكل سلبي (ضد).
2-كما أن الدراسة الحالية سوف تعمل على تحليل مضمون هذه البرامج بشكل علمى، وبشكل يوضح للقائمين على هذه البرامج، أو متابعيها أو المهتمين بالمجال السياسي التعرف علي النقاط التى يمكن من خلها يمكن إحداث أكبر تغيير، أو إحداث التأثير الأكبر على اتجاهات الشباب القائم بمتابعة هذه البرامج.
3-ايضاً تتمثل أهمية الدراسة الحالية في أن موضوع الاتجاهات يحتل أهمية كبيرة وخاصة في مجالات العلم لمختلفة، ابتداء بعلم النفس، والإعلام، وعلم

الاجتماع، فالاتجاهات النفسية الاجتماعية من أهم نواتج عملية التنشئة الاجتماعية بما فيها المؤسسات الإعلامية، وهى في نفس الوقت من أهم دوافع السلوك التى تؤدى دوراً أساسياً في ضبطه وتوجيهه، وكما هو معلوم، أن من أهم وظائف التنشئة بصفة عامة، أن يكون لدى الفرد اتجاهات تساعده على التكيف مع متطلبات العصر، وأن يعمل على تغيير الاتجاهات غير المرغوبة، والتى قد تعوق تطور المجتمع.

4-كما تأتي أهمية الدراسة الحالية في تناولها لعينة من الشباب، لما تمثله هذه المرحلة العمرية من أهمية كبيرة في العمر، فالشباب هم سواعد الأمة القوية، وهم مفتاح التغيير، وهم أصحاب الإرادة والعزيمة القوية، فللشباب دوراً كبيراً في المرحلة القادمة، فمن سمات وخصائص الشباب أنه اجتماعي بطبعه، وهذا يعني الميل الطبيعي للانتماء لمجموعة اجتماعية يعطيها وتغطية، كما أن الشباب طاقة للتغيير والتشكيل، هذا بالإضافة إلى أن الشباب طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة والاستقلالية والمثالية.

عينة الدراسة:

مفاهيم الدراسة:

1- البرامج الحوارية:

يقصد بها الباحث في هذه الدراسة مجموعة من اللقاءات والتوك شو التى تتناول بعض القضايا الراهنة، والتى يستضيف فيها البرامج أحد الخبراء، أو الضيوف ذوى الارتباط المباشر بهذه القضايا ، ويتم تناولها من مختلف الاتجاهات.

2- الاتجاهات السياسية:

عرف شعبان عبد الصمد بأنه ذلك التنظيم الثابت نسبيا للعمليات الوجدانية والمعرفية ، ويستدل على معناه ووجوده من ترابطات استجابات الأفراد إزاء موضوعات اجتماعية، أو سياسية، أو اقتصادية وتكون تلك الاستجابات بالقبول، أو الرفض، أو المحايدة (شعبان عبد الصمد، 40،1994)، كما أنه لا يوجد فرق بين الاتجاه بصفة عامة والاتجاه السياسي بحيث أن هناك شبه اتفاق بين الباحثين على أن الاتجاه هو موقف الفرد إزاء موضوعات أو اشياء أو ظواهر قد تكون سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، فالاتجاه السياسية شأنه شأن الاتجاه الديني أو الاقتصادي (المرجع السابق، 1994، 42) [23] .

ويشير مفهوم الاتجاهات السياسة إلى مجموعة مترابطة من الأراء والأفكار والمشاعر والإدراكات إزاء الموضوعات السياسية، وهى الأحداث والوقائع والقضايا والمؤسسات المترابطة بصناعة القرار في المجتمع أو بالسلطة (Kirk P. & Samuel, 2001, 3-12)[24] .

ويقصد بها الباحث في الدراسة الحالية ذلك الانطباع أو الميل الذى يوجه الشباب نحو القضايا السياسية، من خلال أربع أبعاد هى:

أ- **المحافظة : Conservatism** : تعني الميل إلى التمسك والاحتفاظ بالأوضاع التقليدية في الشئون الدينية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتمثل ذلك في التمسك بالقديم ومعارضة الجديد، والتمسك بحرفية العقائد والنصوص الدينية، وتقديس التراث الاجتماعي والثقافي للأجداد.

ب- الليبرالية (التحررية): Liberalism:تعني الميل إلى الاهتمام بالحقوق الطبيعية والعامة والأساسية للإنسان، والتى منها احترام حرية الفكر والعقيدة والتسامح واستقلال الارادة والقدرة على الاختيار وحرية الانتخاب والترشيح والتعبير الحر عن الأراء، والحرية ى تقبل الجديد وتغيير القديم، والتعايش السلمي، وضمان مستوى معيشي لائق بالإنسان، واحترام الملكية الخاصة، وحرية التجارة والانتاج والمنافسة بدون قيود خارجية، مثل السيطرة الدولة على نواحي الحياة ، وينطبق المفهوم على ميادين كثيرة أهمها الاقتصاد والسياسة والعلاقات الاجتماعية والأنشطة الثقافية.

ج- الراديكالية Radicalism: تعني الميل إلى التغيير الجذري أو الثوري والإصلاح الكلي للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية الظالمة للإنسان للقضاء على علاقات الاستغلال وتحقيق الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج والتوزيع العادل لعائد الإنتاج بما يضمن مصالح الجماهير المقهورة والفقيرة والطبقات الكادحة.

د- الفاشية Fascism : تعني الميل إلى الخضوع ألأعمى لسلطة الدولة والطاعة المطلقة لرموزها من أجل عظمة وسيادة الدولة، والتصرف باستعلاء واحتقار الأجناس الأخرى شعوبا وجماعات، والاعتقاد بأن الأقوياء والمتفوقين والأكفاء ينبغي أن يضطلعوا بالمسئولية ويسيطرون على الضعفاء.

3- الشباب : تعني كلمة الشباب في اللغة، وكما وردت في القواميس العربية ومنها لسان العرب لابن منظور الفتوة والفتاء ، بمعنى: الحيوية والقوة والديناميكية، والمعنى ذاته ورد في قواميس اللغات الحية، ومنها الانجليزية.

ويقصد الباحث بالشباب في هذه الدراسة شريحة من المجتمع الكويتي، المتمثلة في الشباب من المرحلة والجامعية، وتتراوح أعمارهم ما بين (18: 22 عام) من مستويات اقتصادية اجتماعية متعددة، والعينة تشمل الذكور والإناث.

الاتجاهات السياسية:

يستند الباحث في الإطار النظري للدراسة على نظرية اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تاثير المجتمع الذى يعيش داخله، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، مع الوضع في الاعتبار أن درجة الاعتماد تتأثر بعدة عوامل يأتي في مقدمتها أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بالنسبة للجمهور، وكذلك النظام الاجتماعي السائد، وحالة الاستقرار أو الصراع داخل المجتمع.

خصائص الاتجاهات [25]:

يشير عبد السلام الشيخ 1992 إلى أن من الخصائص المميزة للاتجاهات ما يلى:

1- أنها مكتسبة وليست موروثة، حيث يتعلمها الفرد من خلال احتكاكه ببيئته وتفاعله معها.
2- لا تتكون من فراغ وإنما تتضمن علاقة بين فرد وموضوع، حيث يمثل الاتجاه معنى يربط الإنسان بشيء معين أو حدث معين أو قضية معينة نتيجة مروره بخبرة تتعلق بهذا الشيء أو الحدث.
3- تقع الاتجاهات بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والأخر سالب، فتكون استجابة الإنسان إما ايجابيا بالقبول والموافقة أو سلبيا بالرفض والمعارضة.
4- أنها تتميز بالثبات النسبي ما يمكننا معه التنبؤ باتجاهات الفرد إزاء أمر من الأمور في ضوء علمنا باتجاهاته السابقة إزاء مثل هذا الأمر.
5- يمكن قياس الاتجاهات وتقويمها بطريقة مباشرة .
6- يمكن تعديل الاتجاه وتغييره.

مكونات الاتجاهات [26] :

ويمر الاتجاه أثناء تكوينه بثلاث مراحل أساسية هى المرحلة الإدراكية المعرفية التى يدرك الفرد فيها مثيرات البيئة ويتصرف بموجبها فتكسبه خبرات ومعلومات تكون بمثابة إطار معرفي له، ومرحلة تبلور الاتجاه التى تمتاز بنمو الميل نحو شيء ما أى بمعنى أن يصبح هناك تخصص في الاتجاه نحو أشياء محددة نوعا ما، وأخيراً مرحلة ثبات الاتجاه واستقراره. (حامد عبد السلام زهرا، 2001، 136)

وللاتجاه ثلاثة مكونات رئيسة هى [27] :

لقد أشار أحمد عبد اللطيف وحيد 2004 إلى أن للاتجاهات مكونات ثلاثة هى:

1- المكون الانفعالى (الوجداني) Emotional Component: وتعني به النواحي العاطفية أو الوجدانية التى تتعلق بموضوع الاتجاه الشيء بمعنى هل أن هذا الشيء يجعل الفرد مسروراً أم لا، أى محبوباً أم مكروها، وعلى هذا فالجانب الانفعالى (الوجداني) يضفى على الاتجاه طابع الدفع والتحرك.
2- المكون المعرفي Cognitive Component يشير إلى مجموعة من الحقائق والأفكار والمعتقدات الإدراكية المختلفة التى تتعلق بموضوع الاتجاه، بغض النظر عن الصواب والخطأ فيها، والتى على اساسها يتحدد كزقفه، أى أن هناك جانبا عقليا وراء تكوين الاتجاهات، وعليه فإن اجاهات الأشخاص تختلف باختلاف مستوياتهم العقلية أو المعرفية.
3- المكون السلوكي أو النزوعي: Behavioral Component يتضمن هذا المكون جميع الاستعدادات السلوكية بالاتجاه وهو الاستجابة العملية نحو موضوع الاتجاه فالفرد الذى لديه اتجاه موجب نحو شيء ما، فإنه يسعى جاهداً إلى مساعدة ومعاونة هذا الاتجاه، أما إذا كان لديه اتجاه سالب نحو

شيء ما فإنه يسعى جاهداً إلى تحطيم ومعاقبة وإيذاء كل شيء يتعلق بهذا الاتجاه.

(أحمد عبد اللطيف وحيد، 2004، 72-75)

عينة الدراسة:

عينة الدراسة التحليلية : وتشمل :

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قدرها (50) مفردة من الشباب الجامعي الكويتي لمعرفة تفضيل البرامج الحوارية لديه، وتوصلت الدراسة إلى أن أفضل القنوات الفضائية العربية الأكثر مشاهدة لديه، وبرامج الحوار فيها، هى:

1- قناة الكويت (برنامج مساء الخير يا كويت برنامج يومي، مدة عرضه 60 دقيقة، وبرنامج بوضوح برنامج أسبوعي ، مدة عرضه 60 دقيقة، وبرنامج نهاية الأسبوع برنامج اسبوعي، مدة عرضه 60 دقيقة) .
2- قناة الجزيرة (برنامج الاتجاه المعاكس برنامج اسبوعي، مدة عرضه 50 دقيقة، برنامج بلا حدود برنامج اسبوعي، مدة عرضه 60 دقيقة) .

وسوف يقوم الباحث بتحليل مضمون البرامج المذكورة لمدة ستة أشهر متتالية.

الفصل الثالث
الدراسة التحليلية

يتناول هذا الفصل استعراضا للإجراءات التي قام بها الباحث للوصول إلى إجابات علمية تتسم بالدقة- المطلوبة للإجابة عن أسئلة الدراسة التحليلية، كما ذكرت في الفصل الأول من الدراسة. وتضم هذه الإجراءات كيفية تحديد مجتمع الدراسة والطريقة التي تم فيها اختيار عينة الدراسة بما يضمن تمثيلها لمجتمعها، والمبررات التي جعلته يختارها بهذه الطريقة. كما يتناول تعريفا بأداة التحليل وكيفية بنائها واختبارها والمحاور التي تضمنتها ، فضلا عن عرض وحدات التحليل والخطوات المتخذة لإجراء التحليل بما يضمن دقة النتائج.

ومن ثم فقد تم تقسيم الفصل الثالث من الدراسة على النحو التالي:

المبحث الاول: إجراءات الدراسة التحليلية

المبحث الثاني: نتائج الدراسة التحليلية

المبحث الأول
إجراءات الدراسة التحليلية

يسعى هذا المبحث من الدراسة الى التعرف على إجراءات الدراسة التحليلية من خلال محاور عدة توضح مجتمع وعينة الدراسة التحليلية الى جانب توضيح الأدوات المختلفة للدراسة، هذا بالإضافة إلى إلقاء الضوء بصورة أكبر على مجتمعي الدراسة وهما تليفزيون الكويت وقناة الجزيرة الفضائية.

أولا : مجتمع البحث

تكون مجتمع الدراسة من كافة البرامج الحوارية التي تقدمها الفضائيات العربية والتي يكون لها مردود إيجابي تفاعلي مع المشاهدين خاصة جيل الشباب.

ثانيا : عينة البحث

العينة هي "ذلك الجزء من المجتمع الذي يتم اختياره بطريقة علمية تمثل الخصائص المهمة للمجتمع المدروس"[28] . ولا تكون العينة ذات قيمة الا اذا كانت ممثلة لخصائص المجتمع الذي سحبت منه. لذلك تم اختيار العينة بعناية فائقة وبصورة تتوخى الدقة حتى تكون النتائج التي تتوصل اليها الدراسة معبرة عن حال المجتمع الاصلي الذي سحبت منه. حيث قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على عينة قدرها (50) مفردة من الشباب الجامعي الكويتي لمعرفة تفضيل البرامج الحوارية لديه، وتوصلت الدراسة إلى أن أفضل القنوات الفضائية العربية الأكثر مشاهدة لديه، وبرامج الحوار فيها، هى:

1- قناة الكويت (برنامج مساء الخير يا كويت برنامج يومي، مدة عرضه 60 دقيقة، وبرنامج بوضوح برنامج أسبوعي ، مدة عرضه 60 دقيقة، وبرنامج نهاية الأسبوع برنامج اسبوعي، مدة عرضه 60 دقيقة) .
2- قناة الجزيرة (برنامج الاتجاه المعاكس برنامج اسبوعي، مدة عرضه 50 دقيقة، برنامج بلا حدود برنامج اسبوعي، مدة عرضه 60 دقيقة) .

ثالثا : أداة البحث

اعتمد الباحث أداة تحليل المضمون لكونها الأنسب في مثل هذه البحوث، وهي أداة علمية من أدوات المنهج الوصفي لإستخراج نتائج رقمية محددة بغية الحصول على إجابات دقيقة عن أسئلة الدراسة. وعليه فقد وضع الباحث استمارة خاصة بتحليل مضمون البرامج الحوارية التي تضمنتها عينة الدراسة، مستفيدا من الأدب النظري والدراسات السابقة وبما يتناسب مع طبيعة الدراسة.

رابعا : بناء استمارة التحليل

توزعت استمارة تحليل المضمون على تسع محاور أساسية، كل محور منها مقسم إلى فقرتين أو عدة فقرات فرعية، وجدها الباحث ملبية لأغراض البحث، وكانت الصيغة النهائية للاستمارة، بعد استكمال إجراءات الصدق والثبات، على النحو الآتي:

1- محور الزمن ، وتتضمن :
أ - توقيت عرض البرنامج.
ب- مدة عرض البرنامج.
ج- نوعية البرنامج (يومي – أسبوعي)

2- محور مدى مشاركة الجمهور في البرنامج، وتتضمن:
أ- إتصالات هاتفية
ب- وسائل تواصل إجتماعي (فيس بوك – تويتر – يوتيوب)
ج- حضور جماهيري في الاستديو

3- محور الأهداف التي يسعى البرنامج الحواري الى تحقيقها، وتتضمن:
أ- تقديم معلومات الى الجمهور
ب- تقديم حوار هادف وموضوعي
ج- تقديم صورة حقيقية لما يحدث في الواقع
د- تحقيق أهداف خاصة بالقائمين على البرنامج

4- محور الشكل الخاص بالبرنامج ويتضمن:
أ- حوار مع شخص واحد
ب- حوار مع شخصين او اكثر
ج- حوار "توك شو"

5- محور نوعية الموضوعات والقضايا الأكثر طرحا في البرنامج ويتضمن:
أ- محور القضايا ذات البعد المحلي الداخلي
ب- القضايا ذات البعد العربي والإقليمي الخاص بمنطقة الشرق الأوسط
ج- القضايا ذات البعد الدولي خارج حدود الإطار الإقليمي

6- محور فئات القضايا الأكثر طرحا في البرنامج ويتضمن:
أ- المحور السياسي : وشمل تلك الأخبار التي بالأحداث ذات البعد السياسي والدبلوماسي، ويتضمن قضايا وموضوعات مختلفة مثل المفاوضات والاجتماعات السياسية والجلسات البرلمانية ومناقشة قضايا المنطقة العربية والعالمية وما الى ذلك .
ب- محور الاقتصاد: ويتضمن الحوارات المتعلقة بالأنشطة الاقتصادية والقرارات المتصلة بها بما في ذلك الموضوعات الاقتصادية ذات البعد المحلي والاقليمي والدولي، مثل حركة الأسواق والبطالة والتضخم وصناعة النفط واخبار عمليات الاعمار والبناء في الدول المختلفة.
ج- المحور الاجتماعي: ويضم الأخبار المتعلقة بحياة الإنسان بصورة عامة، وحركة المجتمع المحلي (الكويتي) والعربي والاقليمي والدولي، والمنظمات الحقوقية وقضايا الطفولة والمرأة والتعليم والفقر والأمراض والقضايا الانسانية.
د- المحور الثقافي: ويشمل تلك الحوارات المتعلقة بالموضوعات ذات البعد الثقافي

مثل أحوال التعليم والثقافة في المنطقة العربية والعالمية وكذلك أحوال الفنون بمختلف أنماطها وصورها المختلفة في العالم العربي وعلى الصعيد العالمي.

7- محور طبيعة الشخصيات المستضافة في البرنامج ويتضمن:

أ- شخصيات سياسية : وتشمل شخصيات حكومية والتي تكون جزء من الحكومة في الدول المختلفة أو من الأحزاب المشاركة في العملية السياسية . الى جانب الشخصيات المعارضة التي تقدم بوصفها جزءا من تنظيم أو حزب أو قوى سياسية أو عسكرية معارضة بشكل معلن للحكومة والعملية السياسية.

ب- رجال اقتصاد: وهم من المتخصصين في العمل الاقتصادي او الدراسات ذات البعد الاقتصادي.

ج- الباحثون والعلماء: وهم اهل العلم والخبرة الاكاديمية في تخصصات مختلفة

د- الفنانون: ويقصد بهم كافة الفنانين والمبدعين في مختلف مجالات الفن (الفن الدرامي- الفن التشكيلي – الفن المسرحي..الخ)

د- شخصيات عامة: وهم كافة الشخصيات التي لها ثقل وحضور بارز في مختلف المجالات.

8- محور آليات عمل البرنامج ويتضمن:

أ- مذيع/ة وضيوف: ويكون النقاش داخل الاستديو حول موضوعات مختلفة وتشمل المقابلة الحية أو المسجلة في داخل الأستوديو أو عبر الأقمار الأصطناعية بالصورة والصوت أو عن طريق الهاتف مع شخصية أو أكثر لغرض التعليق على الموضوع الوارد في البرنامج الحواري.

ب- مشاركة من الجمهور من خلال الاتصالات الهاتفية

ج- تقرير من مراسلين: وهو المادة المكتوبة والمصحوبة بصور حديثة أو أرشيفية ، ويكون محورها على الأغلب قضية واحدة او مجموعة قضايا متماثلة يجري إبرازها من بين الأخبار والمعلومات الأخرى المتصلة بموضوع البرنامج.

د- فيلم تسجيلي: وهو فيلم يعرض موضوع محدد من خلال لقطات ارشيفية تحكي تاريخ المكان وتطوره ويصحبه صوت معلق على هذه الاحداث.

9- محور القوالب الفنية للبرنامج ويقصد بذلك الأشكال الفنية المختلفة التي قدم بواسطتها البرنامج الحواري **ويتضمن:**

أ- الصور الثابتة: وهي في العادة صور فوتوغرافية يجري عرضها لدعم بعض الأخبار في حالة عدم توفر معادل صوري متحرك ، وتتضمن شخصيات او أحداثا أو مواقع وغيرها .

ب- الصور المتحركة : وهي الأشرطة الصورية المصاحبة للخبر والمتعلقة به ، ومصدرها في الغالب وكالات الأنباء الصورية أو مصورو مكاتب القناة ، أو مصادر خاصة تذكرها القناة عادة.

ج- الجرافيك : وهو تصميم فني عبر جهاز الحاسوب يجري عرضه مع بعض الأخبار لغرض توضيح بعض المعلومات وبخاصة الأرقام أو اختصار بعض

المعلومات الواردة في البرنامج على شكل نقاط متسلسلة، ويستخدم غالبا عند الحاجة لاختصار المعلومات وتركيزها ، وكذلك عند عدم وجود معادل صوري مناسب مع الخبر.

د- بدون قالب فني : ويقصد به عندما يتم بث الخبر دون استخدام أي قالب فني، من خلال قراءة الخبر وتسليط الكاميرا على مقدم البرنامج دون أية صورة مصاحبة ، وعادة ما يكون ذلك في مستهل الخبر أو عند الانتقال من موضوع إلى آخر ضمن البرنامج الحواري.

خامسا : اجراءات الصدق والثبات

لغرض التأكد من صلاحية الأداة المستخدمة في هذه الدراسة لقياس ما وضعت من أجله فقد طبق الباحث إجراءات الصدق والثبات عليها قبل تطبيقها النهائي على عينة الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

1- صدق الاداة

لغرض التحقق من صدق أداة التحليل قام الباحث بعرض استمارة التحليل الخاصة بمضمون البرامج الحوارية محل الدراسة، مع توضيح الفئات التي تضمنتها ، على مجموعة من المحكمين من أصحاب الإختصاص والخبرة في ميدان الدراسة للتعرف إلى صدق المحتوى والاتساق الداخلي لفقراتها ومدى ملاءمتها لاهداف الدراسة، وللحكم على قدرتها على قياس ما وضعت من أجل قياسه . وقد أبدى المحكمون جملة من الملاحظات التي تتطلب تعديل أوحذف أواضافة بعض الفقرات إلى الصيغة الأصلية لاستمارة التحليل . وقد كانت نسبة الاتفاق بين المحكمين 92 %. وقد اخذ الباحث بجميع ما اتفق عليه المحكمون عند هذه النسبة من تعديلات لتصبح الاستمارة في شكلها النهائي الذي اعتمد في عملية التحليل.

2- ثبات الأداة

المقصود بالثبات "ضرورة الحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل او وقت التحليل"[29]. ولغرض الوصول إلى ذلك قام الباحث بما يأتي:

1. اعادة التحليل من قبل الباحث بعد مرور ثلاثة اسابيع، وجاءت نسبة الثبات (93%) بين التحليل الاول والثاني للباحث .
2. أشرك الباحث باحثا آخر للقيام بتحليل العينة ذاتها مستعينا بالتعريفات الاجرائية . وبعد انجاز جميع التحليلات طبق الباحث معادلة هولستي لقياس الثبات ، وكانت النسبة (81%) بين الباحث واالباحث المشارك.

واعتمد الباحث معادلة هولستي لاستخراج ثبات الأداة ، علما ان معادلة هولستي هي:

$$\text{نسبة الثبات} = \frac{2\text{ت}}{\text{ن}1 + \text{ن}2}$$

حيث ان :

(ت) = عدد الحالات التي تتفق فيها نتائج اختبارالباحث مع الاختبار الثاني الــذي قام به او عدد الحالات التي تتفق فيها نتائج اختبار الباحث مع نتائج اختبار الباحث البديل

(ن1) = عدد الحالات التي رمزها الباحث في اختباره الثاني

(ن2) = عدد الحالات التي رمزها الباحث البديل

3- الوسائل الأحصائية

استخدم الباحث عدد التكرارات والنسب المئوية لتحديد ترتيــب الفئــات الرئيسة والفرعية، إذ إن أعداد التكرارات والنسب المتحققة كانت كافية لتقديراهمية كل فئة مقارنة بالفئات الأخرى .

التوصيات

1- أن تقوم البرامج الحوارية بتخصيص قدرا أساسيا من أنشطتها في مجال التنشئة السياسية وذلك لان ثقافة التنشئة السياسية ترتبط ارتباطا عضويا مع الثقافة بمفهومها العام ، مع ضرورة أن تتسم تلك البرامج بالاعتدال في تقديم المعارف والقيم السياسية .

2- على الدولة من جانبها أن تعطي البرامج الحوارية في الفضائيات الكويتية سواء الحكومية أو الخاصة قدرا أكبر في مساحة الحرية لكي تقوم تلك البرامج في دورها الإعلامي الصحيح نحو تذليل العقبات أمام مرشحي انتخابات مجلس الأمة وإعطائهم فرص متساوية في عرض برامجهم الانتخابية .

3- أن يكون هناك برامج سياسية متخصصة في توعية الشباب نحو القيم السياسية من خلال تقديم بعض الفعاليات السياسية التي يتشارك فيها الشباب بأسلوب مبسط وشيق بعيدا عن البرامج التقليدية وذلك لإكسابهم قدرا معقولا من المعرفة السياسية .

4- ضرورة وجود برامج حوارية سياسية تتسم بالشفافية والمصداقية يتم من خلالها استضافة أعضاء مجلس الأمة وبعض السياسيين في جو صادق بعيدا عن الخداع السياسي الذي يؤدي إلى انصراف متابعة هذا النوع من البرامج .

5- أن يكون هناك برامج حوارية سياسية محايدة لا تميل لطرف دون الآخر آو محاولة مخالفة الواقع لكي لا يؤدي إلى انصراف الشباب عن تلك البرامج .

6- لا بد أن تهتم الفضائيات الكويتية بموضوع التنشئة السياسية وتقديم مصطلحات سياسية بشكل ميسر وبسيط حتى يستطيع المشاهد العادي استيعاب تلك المفاهيم وتحقيق قدر كبير من التنشئة السياسية الصحيحة .

7- لابد من الالتزام بمواعيد محددة للبرامج الحوارية بحيث يكون مواعيد البرامج الحوارية محددة مسبقا ومعلن عنها لكي تكون هناك مصداقية للبرامج لدى المشاهدين ولضمان نسبة مشاهدة كبيرة وأيضا لابد من الاعتذار في حال إلغاء أي حلقة من حلقات البرامج وتوضيح سبب الإلغاء للمشاهدين نظرا لأهمية هذه البرامج والموضوعات المطروحة فيها .

8- لابد على البرامج الحوارية أن تقوم بتنويع الضيوف في برامجها الحوارية وألا تقتصر على الضيوف المحليين فقط بل أن تتوسع إلى استضافة ضيوف من مجلس التعاون المختلفة التي تتنوع اختصاصاتهم ، وفي ضوء تقدم التكنولوجيا يمكن استضافتهم وهم في دولهم دون الانتقال إلى مقر الدولة نفسها .

9- لابد من التنويع في البرامج الحوارية بحيث تستوعب جميع القضايا في الساحة الكويتية والخليجية ومناقشة المستجدات على الساحة السياسية المحلية والخليجية حتى يكون للمواطن الكويتي والخليجي وعي بأبعادها وأثارها الواقعية والمحتملة على حياته .

10- لابد من بث القيم السياسية والثقافية والاجتماعية من خلال البرامج الحوارية وخاصة ما يتعلق بقيم التعاون والتكامل والمشاركة السياسية وحرية الرأي .

11- ضرورة الاهتمام بالطاقات الإعلامية العاملة في مجالات العمل الإعلامي وإجراء البحوث والدراسات على مستوى القنوات التليفزيونية سواء كانت على البرامج الحوارية على غيرها من نوعية البرامج .

الهوامش

1 روبرت أيل هيلارد، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو ووسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، الإمارات، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص277.

2 Bignel, J, An Introduction to television to studies, London Roulade, 2003. p.13

3Naomi Sakr & Satellite Realms, Transnational television in the Middle East I.B. Tauris publishers, New York, 2001. p.1.

4 أشرف جلال: العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة دراسة مقارنة لبرامج الرأى في القناتين الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية ـ الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2005، ص402.

5 ليلى حسن محمد السيد: عولمة مصادر الإعلام وانعكاساتها على تدفق الأخبار الأجنبية في الولايات المتحدة الأمريكية ومصر في مجلة البحوث والدراسات العربية . العدد32. القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، 1999، ص315.

6 أمال حسن الغازي: المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومية دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد(9)، العدد(3)، القاهرة 2009، ص42-77

7 ( ) رباب عبد الرحمن هاشم خليفة: المعالجة التليفزيونية والصحيفة لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2008.

8 أميرة سمير طه: دور القنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة في إدراك أفراد المجتمع المصري والمناخ حرية الرأى وتأثير ذلك على مشاركتهم السياسية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.

9 ( ) Craw. S. Late night television talk shows and political comedy programs A study of young , voters , political expericnces : Ph . D. (USA the university of Oklahous , 2006.

10 Sabine Lang , Local Political Communication .Media and Local Publics In The Age Of Globalization , Cambridge University Press , 2004

11 Patrick Rossler , Messages . Pictures of Our World On Television News , Cambridge University Press , 2004

12 عبد المحسن الشمري، دراسة ميدانية شملت الفضائية الكويتية، البرامج الحوارية في تليفزيونات دول المجلس، غير مبين، 2010.

13 طارق بن ناصر الشدوخي، اساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الإعلام ، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2008.

14 سعاد محمد المصري: البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2008.

15 (15) Nabi, R & Hendriks A., The persuasive effect of Host & Audience Reaction shots in television talk, show, Journal of Communication, 2003, pp. 77-791.
16 Oskar Grandy, Paula Matabane and John Omachopu, Media Use, Reliance and Participation: Exploring student Awareness of the south Africa Confict. Communication Research . Vol. 14, 6, pp. 662-474.
(17 Thomas F, A persistence of Rhetoric in television Tall, Colture (emotional Transformation) Dissrtation Abstracts International, Vol.58, 1997, pp. 30-35. 17
18 عبد الحكيم محمد السبتى ، دور وسائل الإعلام فى تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتى . دراسة حالة التليفزيون الكويتى فى الفترة من 1991-2005 ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، 2009
19 سعيد محمد ظاغر العجنى ، التنشئة السياسية فى دولة الكويت .دراسة حالة المؤسسة الإعلامية الكويتية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كاية الاقتصاد و العلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، 2007
20 علاء عبد المجيد يوسف الشامي: دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
21 Spiro Kipousis & Max Mccombs, Agenda setting effects and attitude strength political figures during the 1996 presidential election, Communication research. Vol. 31, 2004, pp. 36-37.
22 Katleen McGrw & Cristina Ling, Media priming of presidential and group evaluations, political communication, Vol. 20, 2003, pp. 23-40
23 شعبان عبد الصمد: دراسة في مكونات العلاقة بين التنشئة الاجتماعية والشخصية والاتجاهات السياسية لدى طلاب الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة بجامعة عين شمس، 1994، ص40.
24 Kirk P. & Samuel : The social psychology of political life, Duxbury press, California, 2001, pp. 3-12.
25 عبد السلام الشيخ: علم النفس الاجتماعي، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 1992، ص38-40.
26 حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، عالم الكتب، 2001، ص136-142 .
27 أحمد عبد اللطيف وحيد، علم النفس الاجتماعي، عمان ، دار المسرة، 2004، ص72-75.
28 عبد الله الهمالي، اسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس ، ليبيا، ص154.
29 اسعد عبود الخاقاني،مناهج الدراسات الأعلامية ، مكتبة القيروان، الجزائر،2002، ص.29

قائمة المراجع

مراجع باللغة العربية

أولا: الكتب

1) د. ابراهيم إمام، الاعلام الاذاعي والتليفزيوني، القاهرة : دار النهضة العربية ، 2008
2) د. ابراهيم خضير ، الإعلام ونظرياته المعاصرة ، الاسكندرية ، دار الكتب الجامعية ، 2008
3) د. أحمد السيد مرسى ، التليفزيون ، القاهرة : دار التراث العربى ، 2009
4) السيد رفاعى ، الخليج العربى . دراسة تحليلية ، القاهرة ، دار الشعب ، 2009
5) اسعد عبود الخاقاني،مناهج الدراسات الأعلامية ، مكتبة القيروان، الجزائر،2002
6) إياد شاكر البكري،: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999
7) بدر الدين أبو غازي، التكامل بين التخطيط الثقافي والتخطيط الإعلامي (القاهرة: مطبوعات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم،ط3 ، 2001
8) د.جلال غريب ، مقدمة فى وسائل الاعلام ، مصر: الزقازيق ، مكتبة الشرق ، 2003 .
9) د . جمال محمد ابو شنب ، التعددية الحزبية والمشاركة السياسية فى العالم الثالث ، القاهرة : مكتبة مدبولى ، 2002
10) حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ،القاهرة، 1998،
11) د. حسن محمود يسرى ، مقدمة دراسية فى وسائل الإعلام ، بيروت : المؤسسة الحديثة للنشر ، 2004
12) خالد منصور: الإعلام العربي على مشارف القرن الحادي والعشرين: بين مطرقة العولمة وسندان الدولة، بيروت، باحثات الكتاب السادس، 2000
13) رحيم مزيد، القيم والأخبار في قناة الجزيرة دراسة تحليلية لنشرات الاخبار التي تقدمها قناة الجزيرة في قطر، بغداد، . جامعة بغداد/قسم الإعلام، 1998
14) روبرت هيلارد، الكتابة للتلفزيون والإذاعة و وسائل الإعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب . الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة 2003
15) ملفين دي فلور ، ساندرابول روكيتش ، ترجمة محمد ناجي الجوهر : نظريات الإعلام ، ط1 ، (دار الأمل للنشر والتوزيع ، أربد ، الأردن ، 1994)
16) د. سمير محمد حسين، الاعلام والاتصال الجماهيري، ط5، عالم الكتب، القاهرة، 2009
17) عادل الصيرفي ويحيى بسيوني مصطفى، التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض ١٩٨٥

18) عبد الحميد شكري، الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد أسس نظرية وتطبيقية، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة ١٩٩٩
19) عبد الرحمن عرى وآخرون :العرب والإعلام الفضائي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، 2004
20) عبد الله الهمالي، اسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس ، ليبيا
21) فارس عطوان ، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1 ، 2009
22) د. مجدى محمد عبد الرحيم ، التليفزيون و الثقافة السياسية ،القاهرة : مكتبة المعرفة الحديثة ، 2001
23) د. محمد الألفى ، وسائل الاعلام فى الوطن العربى ، القاهرة ، دار الرحاب للنشر ، 2008
24) محمد المبارك ، الصحافة فى دولة الكويت ، عمان ، دار العرب للنشر ، 2009
25) د. محمد جلال الدين ، الرأى العام و الاعلام ، القاهرة : دار النهضة العربية ، 2001
26) محمد رشاد العباس ، تحديات التنمية فى المجتمع الكويتى ، الكويت ، المطبوعات الحكومية، 2006
27) محمد صاح، : إدارة المؤسسات الإعلامية أنماط وأساليب القياد ة، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2011
28) محمد عرفة، " الاعلام والتنمية السياسية، القاهرة، دار النهضة العربية ، 2007
29) وزارة الإعلام ، الكتاب السنوى ، الكويت : إدارة البحوث والترجمة ،2009
30) وزارة الاعلام ، الخطة الخمسية للوزارة ، الكويت ، 2005-2010
31) وزارة الإعلام، التقرير السنوي، الكويت،مطبوعات وزارة الإعلام، 2010
32) وزارة الإعلام ، الكويت .. حقائق و أرقام ، ، الكويت،مطبوعات وزارة الإعلام، 2010
33) يوسف الشهاب و اخرون ، وسائل الاعلام بين الاثارة و الموضوعية،الكويت،مطبوعات وزارة الإعلام،2006

ثانيا: الرسائل العلمية

1) إيمان عز الدين محمد دوابه،دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطف ولة لدى الرأي العام دراسة مسحية ، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة،. ٢٠٠٥
2) خالد صلاح الدين حسيب ، دور التليفزيون فى تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الاعلام، 2001

3) سراج عبد الله ، دور نشرات الأخبار والمواد الإخبارية في التنشئة السياسية للسباب ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة . جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2002.
4) سعيد محمد ظافر العجمى ، التنشئة السياسية فى دولة الكويت . دراسة حالة المؤسسة الاعلامية الكويتية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، 2008
5) طارق بن ناصر الشدوخي ، اساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الرياض ، جامعة الملك محمد بن سعود الاسلامية ، 1429هـ /2008م
6) عبد الحكيم محمد السبتي، دور التليفزيون في دعم المشاركة السياسية للشباب الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 2008
7) غانم فايز العنزى، دور البرامج السياسية فى وسائل الاعلام فى ترسيخ الهوية والانتماء لدى طلبة جامعة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة، مملكة البحرين، الجامعة الخليجية، كليةالعلوم الادارية المالية، قسم الإعلام والعلاقات العامة،2011
8) علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي: دراسة نقدية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995– 2006، أطروحة دكتوراه ، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007
9) محمد بن ابراهيم المطوع ، دور وسائل الاعلام فى تنمية الوعى الجماهيرى تجاه القضايا السياسية العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الادارة ، جامعة الملك سعود ، 1425
10) محمد عارف عبد الله، دور قناة الجزيرة الفضائية في احداث التغيير السياسي في الوطن العربي " الثورة المصرية نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 2012
11) محمد محمد مهني، القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ١٩٩٤
12) يوسف عبدالوهاب السريع، المنظومات القيمية في البرامج الحوارية في الفضائيات الكويتية خلال فترة انتخابات مجلس الأمة الكويتي 2007–2009 ، رسالة ماجستير غير منشورة، مملكة البحرين، الجامعة الخليجية، كلية العلوم الادارية والنظم المالية، قسم الاعلام والعلاقات العامة، 2011

ثالثا: الدوريات

1) ساندرا شين ، الكويت فى عيدها الوطنى ،الكويت : مجلة الكويت ، العدد 26 ، فبراير 2006

2) محمد العويفي محمد، "قناة الجزيرة كساحة سياسية بديلة"، مجلة مدى الإعلام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى)، رام الله، العدد الأول، حزيران 2011
3) محمد سعيد عبري، الخبر في وسائل الاتصال، مجلة الفن الاذاعي ، العدد 93، القاهرة ، اتحاد الاذاعة والتليفزيون ،2008 .

رابعا: الندوات والمؤتمرات

ليلى حسين السيد : دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، (الإعلام وقضايا الشباب، المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام ، من 25-27 مايو، 1998)

خامسا: مقالات على شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت"

1) شبكة الجزيرة نت على الانترنت http://www.aljazeera.net
2) الموقع الرسمي لتليفزيون الكويت www.media.gov.kw

سادسا: مقالات في الصحف والمجلات

الجزيرة تحاول توفير بدائل مالية، صحيفة البيان الإماراتية، دبي، 2002./3/4

2- المراجع باللغة الأجنبية

1) Perlo,David K. The Process of Communication, San Francesco, Rinehart Press,1980
2) Severin, W. & Tankard Jr., J.. Communication Theories: Origins, Methods, and Uses and the Mass Media. Allyn & Bacon.2001
3) Fielding N.C. "Community Policing". In Crimology. Clarendon Press, Oxford, 2008
4) Adams .L . Geverson , Media and society , Oxford publisher , London , 2006
5) (Dennis Davis, Stanley Baran , Mass Communication And Everyday life. A perspective on theory and Effects (California, Wadsworth publishing company , 1983)
6) (Azza Abd Al- Azim Mohamed, Television Dependency and Knowledge of Drug Abuse among Egyptian adults, unpublished thesis (Cairo, The American University, Journalism & Mass communication Department , 1993)
7) (Stephanie A . Skumanich & David P. Kintsfather : Individual Media Dependency Relations within television shopping programming, Communication Research , Vol. 25,No.2,(1998)

8))William E. Loges : Canaries in The coal mine , Perceptions of threat and media system dependencey relations , Communication Research , Vol . 21, No. 1, (1994)
9) (William E. Loges and Sandra J. Ball rokeach : Dependency Relations and newspaper readership, Journalism Quarterly, Vol. 70,No.3,(1993)
10) (August E. Grant, K. Kendall Guthrie & Sandra J. Ball rokeach : television shopping A Media system dependency perspective , Commnuicatio Research , Vol. 18,No.6, (1991)
11) (James Watson . Media Communication , An introduction to theory and process Macmillan Press, Itd , London , 1998)
12) (Dandra J. R. & M.G. Cantor ; H, Dillman . D & B . Rokeach : Media . System dependency Theory : Respones to the eruption of mount St. Helens. In : S. Rokeach , M.G. Cantor In : Media , Audience , and social structure . (new bury Pork , CA: sage, (1986)
13) Timberg, Bernard.. Television Talk: A History of the TV Talk Show. Austin, TX: The University of Texas Press, 2002
14) Sonia Livingstone and Peter Lunt, Talk on television, Audience participation and public debate, New York ,Routledge,1994
15) Kelly Thompson Losch Deshotel , BEHIND THE SCENES: UNCOVERING THE STRUCTURES AND MANIPULATIONS OF TABLOID TALK SHOW WORKERS, GUESTS AND AUDIENCES, A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of the Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College , Master of Mass Communication in The Manship School of Mass Communication, 2003