



مجلة جامعة الزيتونة الدولية - مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الزيتونة الدولية

<https://journal.ziu-university.net>

30/05/2023

344 - 285 : ص.ص العاشر ISSN:2958-8537 Issue: N10

Al-Zaytoonah University International Journal for Scientific Publishing

اتجاهات البرامج السياسية في التلفزيون القومي دراسة تحليلية نقدية

The impact of political programs on sudanes yourth attitude

إعداد:

د/ وداد محي الدين محمد نور دج

Wedad mohi eldien

استاذ مشارك Media associates

نوفمبر 2022

مستخلص البحث

هدفت هذه الدراسة الى ابراز العلاقة بين الاعلام والسياسة عن طريق مكونات نظام الاعلام السياسي وأثره في بناء الحقيقة السياسية في المجتمع السوداني، وتقييم اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا القومية من خلال تقييم المنتج السياسي لبرامج التلفزيون، أي بتحليل الخطاب السياسي للكشف عن تأثير السياسة الإعلامية على المضامين ، نوعية الخطاب الإعلامي واسلوب الطرح، ومدى تأثير الإعلام الخارجي في تناول القضايا.

ومن حيث المنهج، تعد هذه الدراسة من نوع البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقوم خصائص موقف معين عليه صفة التحديد، وقد استخدمت في ذلك الاسلوب الكمي والكيفي. وقامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان لقياس أثر البرامج في تشكيل الرأي العام، واستهدفت النخبة السياسية بولاية البحر الأحمر. كما استعانت الباحثة بمنهج تحليل المضمون، وهو من اساليب البحث التي تسعى الى وصف محتوى الظاهرة لتلبية الاحتياجات البحثية المصوغة في شكل تساؤلات ، والكشف عن الخلفيات الفكرية والثقافية .

بعد عرض وتحليل البيانات وتصنيفها وتفسيرها، توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج:

أشارت أن هناك ارتباط ايجابي قوي بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور تمثل في قضايا الوحدة والديمقراطية والسلام والحوار السياسي.

إن الاعلام السياسي يلعب دور الوسيط في العملية السياسية في المجتمع السوداني خلال ربط القيادة بالجمهور .

أكدت نتائج الدراسة أ، الاعلام السياسي إعلام موجه يسعى الى التغيير ، أو الانحياز ، أو تحديد اتجاهات الجمهور حسب اهداف القائم بالاتصال .



توصلت الدراسة الى أن المجتمع السوداني مجتمع متباين الثقافات ومتعدد التوجهات، لذلك تعمل وسائل الاعلام على تعزيز اتجاهاته أكثر من أنها تؤث في تشكيل الرأي العام.

أن نسبة المشاهدة للبرامج السياسية بالتلفزيون القومي نسبة عالية من قبل النخبة السياسية إذ بلغت (100%) من خلال التعرض المستمر أو التعرض حسب ظروف المتلقي.

من السلبيات التي توصلت اليها نتائج الدراسة:

أن البرامج السياحية لا تخاطب الآخر بأسلوب تفكيره، وأن هناك رتابة ونمطية في الطرح، وأنها تعتمد على الانفعالية في المناقشة ، ولا تختار الشخصيات المناسبة بل هناك تكرار لوجوه محددة في كثير من البرامج.

كما أشارت آراء بعض المبحوثين أن مقدمي البرامج تنقصهم الجرأة في الطرح والحضور الفكري ومقدرة توصيل الرسالة بلغة سهلة.

ABSTRACT

This research was entitled @the trends of political programs in forming the Sudanese public opinion@ an applied study on the national TV political discussion programs.

this is a descriptive research aims at depicting, analyzing and valuating a specific neutral situation. the researcher used the quantitative and qualitative method. a questionnaire was prepared to measure the influence of the program on the public trends directed th the political elite in the red sea state. the researcher also adoptesd the content analysis, a method tend to describe the phenomenon to prove the research questions, and to reveal the intellectual and cultural backgrounds from which the information message was generated. the researcher also used the practice survey method of managing the national TV political



programs to acknowledge the policy of production. the tools used to collect the primary data was the observation, interview and content analysis. After investigating, analyzing and interpreting the data, the researcher concludes to number of outcomes, the most outstanding ones are:

Despite of the increased interest in public trend measurement studies, there still no crucial rules set up for various communities and issues because of the difficulty to predict a specific and stable role for information media in forming the public trend.

the mass media institutions tend to follow the political status quo more than achieving new trends.

there is a positive relationship between the agenda of mass media institutions and public agenda.

the political mass media is playing to mediator's role in the political process in the democratic communities that enjoy freedom of expression.

whereas the most outstanding recommendations were:

transparency in dealing with issues independently with all partners and public participation.

forster the information strategy set for and to ensure its execution and to increase the budget set forth for the political programs.

مقدمة:

تزايد الاهتمام بدراسات تحليل الأنظمة الإعلامية في مختلف أنحاء العالم لتحديد السمات العامة التي يمكن على ضوءها قياس الاختلافات بين هذه الأنظمة وشرحها.

وقد جاء ذلك الاهت مام متزامنا مع الاستقطاب السياسي الذي تمخضت عنه الحرب العالمية الثانية وانقسام القوى السياسية الى معسكرين بينهما خلاف ايدلوجي.

وقد جاءت تلك المحاولات بطبيعة الحال انعكاسا لتلك الأوضاع القائمة التي أدت الى صياغة الأنظمة الإعلامية وفق ثنائية اساسية وهي السيطرة والحرية، وبدلا من التعامل مع السيطرة والحرية باعتبارهما طرفي مقياس متدرج يمكن أن يستوعب درجات مختلفة من الأنظمة الإعلامية، فإن الإهتمام كان ينصب في جميع الخصائص المتقاربة في فئة واحدة، ومع النجاح الذي حالف تلك المحاولات ظهرت مشكلات الأنماط الجامدة التي تعجز عن استيعاب كل الأنظمة الإعلامية إلا بشكل تعسفي، فإن قلة قليلة تختلف حول مسلمة أساسية، وهي أن وسائل الإعلام في أي مكان من العالم مرتبطة بفلسفة الدولة ومجبرة على العمل من خلال ضوابط أيديولوجية ووظيفية معينة.

فقد ظل الفكر الإنساني منذ عهود بعيدة يقع اسير ثنائية اساسية هي القيد والحرية، وقد شغلت هذه الثنائية الفكر الانساني عهدا طويلة باختلاف سماته، وما تزال حتى الآن تواجه النشاط البشري في كل مكان وتمثل الأساس الحقيقي لتوجهات الأنظمة الإعلامية السياسية.

لذلك فإن الوظيفة السياسية في وسائل الاعلام تلقي الاهتمام الأكبر من قبل الباحثين، سواء في تحديد درجة الحرية التي تهتم بها وسائل الاعلام في التعبير عن التحولات السياسية الداخلية أو الخارجية، أو دراسة المضامين والبرامج الموجهة للجمهور.

لذلك احتلك وسائل الاعلام موقعا هاما في المقاييس التي تشير الى مستوى الحضارة والتقدم في أي بلد من بلدان العام والى مدى الديمقراطية في المجتمع (1).1

وقد أثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال السياسي أن وسائل الاعلام على الصعيد السياسي من خلال ما تقدمه من مواد اتصالية تلعب دورا مؤثرا في عملية صنع القرار السياسي، كما تتدخل في تشكيل الرأي

العام وتوجيهه، بل أصبحت تقوم بدور مهم في صياغة الأمم وتوحيد لغتها الفكرية وقيادة حركات القوى السياسية فيها 1.(2)

وفقا لذلك اهتمت الحكومات بمختلف توجهاتها وأيدولوجياتها بالرأي العام وتكوينه وتقييمه وآثاره، لأن ظاهرة الرأي العام العالمي والمحلي أصبحت تؤثر بشكل مباشر على سياسة الدولة، وتتصل بقضايا جوهرية مثل التعددية السياسية، والتطور الديمقراطي، وحقوق الانسان، والشؤون البيئية تدين بوجودها للرأي العام كقوة فاعلة في ترتيب اولويات المجتمع 2.(1)

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في الآتي:

- تكامل العلوم النظرية وارتباطها ببعضها البعض.

حيث يرى العالم الأمريكي "وليام أندرو"3(2) أن علم السياسة لا يستند الى منطق علمي في وجوده المنفصل، أي بمعنى عدم وجوده منهجية بحثية مميزة له الا مع العلوم الأخرى. ومن ضمن هذه العلوم علم الاتصال، الذي يعتبره البعض شبيه لعلم السياسة في اعتمادها على الاستعارة والاقتراض من العلوم. ويتميز هذان العلمان بالطابع الانتقائي، خصوصا أن تاريخ نشاطهما وتطورهما يؤكد على علاقة التواصل المستمر والتفاعل الدائم مع العلوم الانسانية.

وانطلاقا من الأرضية المجتمعية التي يعمل من خلالها كل من علم السياسة وعلم الاتصال ، ورغم الاختلافات النوعية التي يتم بها كل في عناصره وظواهره وقوائمه، الا أن ذلك لا يحول دون رصد إطار مشترك بحكم العلاقة الوصفية بينهما في اطار التأثير والتأثر، وفقا للطبيعة الظاهرة وكونها عنصرا ثابتا أو مستقلا ، فالإعلام يتداخل مع

السياسة من خلال الأدوار التي تقوم بها وسائل الاعلام باعتبارها أداة أيولوجية تحقق المشاركة السياسية، وذلك على النحو الآتي:1(3)

- أهمية الاعلام ودوره في التنشئة السياسية كأحد العمليات الاجتماعية والتي يكتسب الأفراد عن طريقها المعلومات والقيم والاتجاهات التي تتعلق بالنسق السياسي لمجتمعهم.

- إمكانية دراسة العلاقة بين الإعلام والرأي العام باسألون لا يطوع الواقع للمنهج بقدر ما يطوع الطرق المنهجية للفهم وتحليل الواقع من خلال معرفة مكونات النظام الإعلامي ودرجة التأثير والتأثر في ظل المعطيات الراهنة للعملية السياسية بالسودان.

- أهمية البعد التطبيقي لهذه الدراسة، فالدراسات العلمية ستظل بعيدة عن الجمهور ما لم يتم إنزال نتائجها في اطار الممارسة الفعلية.

- التطور المذهل لتكنولوجيا الاتصال واهميته في تطوير الخطاب الاعلامي وقوة التأثير على الرأي العام، وخاصة وسيلة التلفزيون لما يتميز به من تقنيات فنية عالية، وقد اكدت الدراسات ان وسائل الاعلام تختلف فيما بينها من حيث قوة اجتذابها للجماهير ودرجة تأثيرها ، إلا أنها اكدت أن التعرض للعديد من وسائل الاعلام يكون أقوى تأثيراً من التعرض لوسيلة واحدة.

- استصحاب بعض العوامل والمتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدولية التي تؤثر في بناء الحقيقة السياسية في المجتمع.

أهداف البحث

أهداف عامة:

أبراز العلاقة بين الإعلام والسياسة عن طريق مكونات نظام الإعلام السياسي وأثره في بناء الرؤية السياسية في المجتمع السوداني.

تقييم اتجاهات الرأي العام تجاه القضايا القومية والمصيرية من خلال التقييم العلمي للمنتوج السياسي بالتلفزيون السوداني بمعنى تحليل الخطاب، السياسي المتضمن في البرامج السياسية.

تحقيق التنسيق والربط بين كافة القنوات والخدمات التلفزيونية والإذاعية في إعداد البرامج وتوجيهها ومعالجتها.

تعزيز الحفاظ على نسيج الأمة الواحدة بمختلف عناصره تحقيقاً للسلام الاجتماعي.

الاستفادة من الدراسات السابقة في تحقيق الهدف المنشود.

الكشف عن مدى الاهتمام بعرض الرأي والرأي الآخر في إطار الموضوعية بعيداً عن الإثارة في تناول القضايا المختلفة.

أهداف خاصة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور التلفزيون في التأثير على الرأي العام وتكوينه من خلال التحليل العلمي لمضامين البرامج السياسية بالتلفزيون للكشف عن اتجاهات الأجندة الإعلامية التلفزيونية إزاء تناول لهذه القضايا سواء على المستوى المحلي أو الدولي، من خلال:

التعرف على اساليب الطرح والمعالجة العلمية والفنية لهذه القضايا.

مدى تأثير السياسة والتشريعات الإعلامية في تناول القضايا السياسية.

التعرف على البعد الفكري للإعلام السياسي بالتلفزيون السوداني.

التعرف على العوامل والمتغيرات الوسيطة التي تؤثر على قائمة الاهتمامات السياسية لدى الجمهور المحلي.

معرفة رأي الجمهور في المصادقية ومدى توافر الثقة بالبرامج السياسية بالتلفزيون.

الوقوف على مدى التعبير عن الرأي والرأي الآخر انسجاما مع التحولات السياسية التي أحدثتها اتفاقية السلام.

تعريف المصطلحات:

تعريف برامج في الاصطلاح:

هي تلك الاشكال التي ترسلها وسائل الاعلام الى الجمهور بهدف اخباره بالأحداث ومجريات الأمور التي تهتم بمصالحه، وإثراء ثقافته بما يساعده على التكيف مع الحياة، والترفيه عنه لمساعدته على بسط حالته المزاجية في اطار سياسة واستراتيجية واضحة المعالم مبنية على نتائج الابحاث ، تسد حاجاتهم وتشبع رغباتهم.

والبرنامج التلفزيوني هو "عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل امكانيات الوسائل الاعلامية ، وتعتمد اساسا على الصورة المرئية، سواء كانت مباشرة ، أو مسجلة على افلام، أو شروط بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً، ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة 16

السياسة في اللغة:

كما جاء في لسان العرب أن تلك الكلمة مستمدة من "ساس" ، أي بمعنى القيام على الشيء بما يصلحه ، فيقال "هو يسوس" الدواب إذا قام عليها، وفي الحديث (كان بنو اسرائيل يسوسهم انبياءؤهم) أي تتولى امورهم وتقوم عليهم.

السياسة في الاصطلاح:

اخذت هذه الكلمة مدلولات مختلفة في القانون والعلوم السياسية والاجتماع والإعلام ، حيث يقول الدكتور بدري في كتابه "النظم السياسية" إن كلمة السياسة تأخذ معنا واسعا ، ويدخل في مدلولها كل ما يتصل بالسلطة والسلوك، (فهو



اطار فكري يحوي في طياته مجموع اهداف معرفية مستمدة من مرجعية ايدلوجية تسعى لتحقيقها من خلال نسف تخطيط وتنفيذي يترجم في نشاطات ومعادلات وتداخلات منظمة من خلال بنى هيكلية وآليات للتطبيق والتأثير على الواقع الاجتماعية(71)

التعريف الإجرائي:

هذه الدراسة تقيس علاقة بين متغيرين، الإعلام والسلطة، لمعرفة الاتجاه الفكري المتعلق بالمضامين السياسية بالتلفزيون ومدى تأثيرها على الرأي العام.

يقصد بالرأي العام في هذا البحث رأي النخب السياسية وقادة الرأي العام التقليديين في ولاية البحر الأحمر في مضمون برامج الحوار السياسي في تلفزيون السودان ومدى تأثيرها في الرأي العام السوداني.

صياغة مشكلة البحث:

نبعت هذه الفكرة وتبلورت لدى الباحثة لأن الحاجة لا تزال ماسة لإجراء المزيد من الدراسات حول الإعلام وعلاقته بالسلطة، خاصة في ظل الظروف السياسية الراهنة، فالمنتبع لواقع الحركة السياسية في السودان يلاحظ أن هناك اضطراب في الحركة الفكرية والسياسية بحكم المشكلات الناجمة عن اتفاق السلام في نيفاشا 2005م، واختلاف وتباين في الآراء تجاه القضايا القومية والمصيرية أدى الى بروز ظاهرة للعصبية والعنصرية ذات الطابع الجهوي والقبلي وزيادة في العنف السياسي والاحتراب والصراع رغم محاولة السلطات الحاكمة المتكررة الاتجاه نحو الحوار والديمقراطية.

فكانت هذه العوامل بمثابة الدافع القوي لاتيار تلك الاشكالية للكشف عن الاسباب والعوامل والمتغيرات التي ادت الى ذلك الوضع. في ضوء تطرح مشكلة هذا البحث التساؤلات في تساؤل رئيسي : ما هو تأثير البرامج السياسية في تشكيل الرأي العام السوداني؟

تساؤلات البحث:

ارتكزت الباحثة في هذه الدراسة على محورين:

محور دراسة تحليل المضمون للبرامج السياسية.

محور دراسة الرأي العام.

لذلك وضعت الباحثة تساؤلات خاصة بالبرامج السياسية والرأي العام.

التساؤلات الخاصة بالبرامج السياسية:

تتمثل التساؤلات في معرفة اهم البرامج السياسية التي ينتجها التلفزيون القومي وما هي المضامين التي يستند عليها في العرض وما هي اهم القضايا التي تنازولها وما هو دور الحرية الممنوحة لها في التعبير عن الرأي والرأي الآخر وما هي السياسة الاعلامية المتجهة تجاه القضايا وما معايير انتقاء القضايا ومدى تأثير تلك البرامج على الجمهور وما هي القوالب والفنون الاعلامية المستخدمة في التأثير على المتلقين ومدى مشاركة الجمهور في حل القضايا القومية والمصيرية بالسودان وما هي العوامل والمتغيرات التي تسهم في تغيير السياسة الاعلامية وهل هناك خطط معدة للتعامل مع القضايا القومية في ظل التعددية الحزبية وهل هناك تكامل وتنسيق مع الأقسام السياسية بوسائل الاعلام الأخرى في توحيد الخطاب الإعلامي؟

مجال البحث ومجتمعه وعينته:

ويشمل المجتمع الذي تجرى فيه الدراسة، ويتمثل في:

برامج الحوار السياسي بالتلفزيون القومي.

جمهور الرأي العام، ويشمل النخبة السياسية والإعلامية.

أما الاطار الزمني للدراسة فيتحقق في الفترة ما بين 2008م - 2009م.

وقامت الباحثة باختيار تلك الفترة لتطور الأحداث السياسية في السودان بقيام حكومة الوحدة الوطنية، بعد توقيع اتفاقية السلام 2005م، وتطور قضية دارفور وما تبعها من ادعاءات محكمة الجنايات الدولية ضد رئيس الجمهورية، وتحقيق الديمقراطية وتحديد فترة الانتخابات للأحزاب السياسية المختلفة.

اختيار العينة:

من الصعب، إن لم يكن من المستحيل، إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي بأكمله، فضلا عن ان الاختيار العلمي للعينة يؤدي الى نتائج متماثلة مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي.

تم اختيار عينة من برامج الحوار السياسي في تلفزيون السودان، فقد اعتمدت الباحثة على اسلوب العينة متعددة المراحل .

وإذا كانت هذه الطبقات (5) فإن مجموع العينة يكون $5 \times 10 = 50$ ، يمكن تقدير العدد الكلي للطبقات مثلا المصنفة واستخراج نسبة العينة منها بحيث لا تقل عن 5%.

أما بالنسبة للإعلاميين، فقد تم اختيارهم من واقع الوظيفة الإعلامية التي تقوم بدور الرقابة على المؤسسات السياسية التنفيذية، وبالتالي يمكن أن يقيموا تلك البرامج من واقع الحيطة والمسؤولية والإعلامية، و(10) من إعلامي التلفزيون، و (10) من الإذاعة، و (10) من الصحف، و (10) من طلاب كليات الاعلام، وهذا العدد يمثل (50) مبحثا من الإعلاميين، وكان اجمالي العينة مائة مفردة.

منهج البحث وأدوات جمع البيانات:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية ، ثم الاستعانة بأسلوب تحليل المضمون في اطار منهج المسح على اساس ما تتضمنه المادة الاعلامية من مضامين وموضوعات وافكار ، ومعرفة الشكل الذي تقدم به المادة السياسية والعناصر الإخراجية المساعدة، أي مسح المضمون ومسح الرأي العام.

ومنهج المسح ، بشقيه الوصفي والتحليلي، يعتبر جهدا عمليا منظما للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة موضوع البحث8

أدوات جمع المعلومات

استمارة تحليل المضمون:

هو أداة عملية واسلوب منهجي في التحليل ، ارتبط بالدراسات الإعلامية، حيث يمكن القول بأن الاحتياجات المنهجية لعلم الاعلام دفعت الباحثين في البدايات المبكرة للقرن العشرين الى بلورة اسلوب جديد في جمع المعلومات وتحليلها وفقا لأشكال وأنماط متنوعة بما يؤدي الى استنباط المزيد من التحليلات والمتغيرات والاستدلالات والاستبصار1(2). والتحليل هو الاسلوب الذي اصطلح عليه تسمية تحليل المضمون أو تحليل المحتوى Content Analysis، وذلك بوصف السمات والمعاني التي يتبلور عليها "المضمون الاعلامي.

واستخدم الباحث اسلوب التحليل الاستدلالي لوصف السمات الاتية:

معرفة اساليب المعالجة الاعلامية للقضايا السياسية.

اتجاهات الأجندة الإعلامية إزاء تناول القضايا على المستوى المحلي أو العربي والإفريقي.

التعرف على طبيعة البعد الفكري للإعلام السياسي بالتلفزيون السوداني.

النظريات واساليب التأثير على المتلقي (ترتيب الأجندة).

كيفية مواجهة التضليل الإعلامي.

يقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي المشاهدة الدقيقة للظاهرة بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها 18. وقد استخدمت الباحثة أداة الملاحظة البسيطة للبرامج السياسية من جهة، وجمهور الرأي العام موضوع البحث من جهة أخرى.

عرض الدراسات السابقة ونقدها:

يتضح من المراجعة العلمية للتراث العربي والأجنبي وجود علاقة في الدراسات التي تناولت أثر وسائل الاعلام على الجماهير، كما تناولت الجوانب المختلفة لنظرية وضع الأجندة أو ترتيب الأولويات، حيث تم إجراء العديد من الأبحاث على مختلف أجندة وسائل الاعلام ومقارنتها الجمهور، سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية، وبناء على ذلك يعرض الباحث تلك الدراسات.

الدراسة الأولى: دراسة بعنوان وظيفة وضع الأجندة من خلال وسائل الاعلام عام 1972م (9:1)

تهدف هذه الدراسة للتعرف على وظيفة وضع الأجندة في وسائل الإعلامية الأمريكية اثناء الحملة الانتخابية للرئاسة الأمريكية عام

تم اختيار عينة عشوائية قوامها (100) مفردة في الفترة من 18 سبتمبر - 6 أكتوبر، وعلى إثرها حدد الباحث عينة من الناخبين غير الملتمزين لناخب معين والذين لم يحددوا قرارهم الانتخابي بع، وطلب منهم تحديد القضايا ذات

الاهتمام اليهم . وقد تم إجراء تلك المقابلات مع التزامن مع الدراسة التحليلية لمضمون وسائل الاعلام والتي تضمنت القضايا التي ركزت عليها وسائل الاعلام من جهة والتي ذكرها الجمهور من جهة أخرى.

وتوصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

أن لوسائل الإعلام تأثير على إدراك المبحوثين ورؤيتهم لقضايا الحملة الانتخابية، بالرغم من عدم التزامهم بمرشح معين.

وجود ارتباط قوي بين أجندة وسائل الاعلام وأجندة العينة، إذا بلغ معامل الارتباط (0.97)، كما بلغ معامل الارتباط بين القضايا الثانوية في وسائل الاعلام وبين أجندة جمهورها (0.98).

الدراسة الثانية: دراسة بعنوان "دور الإعلام في تكوين الرأي العام - حرب الخليج نموذجاً:

استهدفت الدراسة التعرف على ابعاد الاعلام في تكوين الرأي العام وتحديد المتغيرات التي تحد من دور الاعلام ، وقد قسم الباحث دراسته الى:

الدراسة التحليلية لصحيفتي "الاهرام" و "الشعب" خلال الفترة الواقعة بين يوليو 1990 م الى مارس 1991م، والدراسة على عينة قوامها 360 مفردة موزعين على مناطق حضرية ومناطق ريفية، مستخدماً أسلوب المناقشة الجماعية.

جماعة اصدقاء المقهى مجموعة مكونة من 16 شخص في حي الدقي و 8 اشخاص في قرية أخرى. واقترح المؤلف ستة متغيرات تحدد دور الاعلام في تكوين الرأي العام، وهذه المتغيرات هي (طبيعة الجمهور ونوعه، وطبيعة النظام الإعلامي ، ونقل الحقائق، ومتغيرات الجمهور، ومتغيرات إثارة القضايا ومناقشتها، إضافة الى العناصر الثقافية).

وتوصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج ، أهمها:14

توجد فجوة معرفية بين أفراد العينة حول القضايا بين المناطق الحضرية والريفية، وذلك لصالح المناطق الحضرية الأكثر معرفة ودراية بموضوعات وسائل الاعلام.

هناك تحيز من قبل الصحيفتين قبل عرضهما للأنباء ، إذ ركزت "الأهرام" على النتائج والحلول المطروحة وأهملت اسباب المشكلة ، وفي الوقت نفسه ركزت صحيفة الشعب على الحلول أكثر من الأزمة.

هناك علاقة ارتباط ضعيفة بين ترتيب اولويات القضايا لدى صحيفة "الأهرام" من ناحية، والمحوثين الذين يرونها أكثر صدقا من ناحية أخرى.

أظهرت الدراسة أن لشبكة العلاقات العامة الشخصية تأثيرا قويا في العلاقة بين وسائل الاعلام وأجندة الجمهور، حيث ينخفض المستوى التعليمي كلما زاد الاعتماد على الاتصال الشخصي، وإهمال ما تطرحه وسائل الاعلام.

تؤدي صحيفة "الأهرام" والصحف القومية، بالإضافة الى الإذاعتين المسموعة والمرئية، دورا هاما في تشكيل رأي الأغلبية العينة وبدرجة أقل لدى جماعة المقهى.

جاء التلفزيون المصدر الاساسي للحصول على المعلومات الخاصة بالأزمة ، وتبين أن جماعة اصدقاء المقهى اعتمدت على معلوماته بالمناقشة والتعرف على مدى صحة الأخبار.

الدراسة الثالث: دراسة بعنوان "الانفاق والاختلاف بين وسائل الإعلام وترتيب الأولويات لدى قادة الرأي الع 115

تختبر الدراسة الاتفاق بين أجندة الوسائل الإعلامية المختلفة المتمثلة في "الأهرام" ممثلة للصحف القومية، والبرنامج العام ممثلا للإذاعة، والقناة الأولى ممثلة للتلفزيون المصري، إضافة لمحاولة التعرف على المتغيرات التي تؤثر في تلك العلاقة من جهة وأجندة الجمهور من جهة أخرى.

ومن أجل استكمال متغيرات الدراسة، تم إجراء مسح على عينة قوامها (400) مفردة من اساتذة الجامعات المصرية.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج ، من اهمها:

هناك ارتباط بين الأجندين المتمثلين في الأجندة المركبة لوسائل الإعلام وأجندة قادة الرأي في أولوياتها نحو القضايا موضوع الاهتمام.

تناولت الصحف القضايا بعمق أكثر من الاذاعة والتلفزيون.

هناك علاقة ارتباط ايجابي بين ترتيب أولويات القضايا عند وسائل الاعلام وترتيب اولويات العينة التي تفضل هذه الوسائل دون غيرها.

تبين أن لوسائل الاعلام قدرة على ترتيب الأولويات بالنسبة للقضايا الطارئة أكثر من قدرتها على ذلك فيما يتعلق بالقضايا المستمرة التي تكون أقل ارتباطا بالجمهور .

نتيجة عامة:

يوجد تأثير لطبيعة القضية ونوعها في العلاقات الارتباطية بين أجندة وسائل الاعلام وأجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة فيما يخص القضايا لفرعية، حيث أن لوسائل الإعلام القدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الطارئة أكثر من المستمرة، وكلما زادت حساسية الجمهور لقضايا معينة زادت قدرة وسائل الإعلام على وضع أجندة هذه القضايا.

الدراسة الرابعة: دراسة حول تقييم الأخبار والبرامج السياسية في الفضائية:

لما كانت القنوات الفضائية هي جهاز جديد من أجهزة الاتصال بال جماهيري في العالم العربي، وكان هناك قصور على الصعيد الرسمي والشعبي بأن تتحمل تلك القنوات واجبات إعلامية أكبر تحقق نتائج أوفر، لذا استهدف البحث:

تحديد إطار نظري وعملي حول أداء الفضائيات في المجال الإخباري.

تحديد اساليب عمل القنوات الفضائية.

معرفة أثر تلك البرامج على المشاهدين.

ومن خلال الدراسة لبحوث المستمعين والمشاهدين لسنة 1991م (11)، تم التثبت الى أن البرامج الاخبارية والسياسية بالتلفزيون تسعى الى تبني السياسات التي تعد المجتمع للتعامل مع الأحداث القومية بالإضافة الى مخاطبة الجماهير بناء على قاعدة المصارحة والمكاشفة بالحقائق بما يحقق التفاعل بين سياسات الدولة وانجازاتها، وكذلك إتاحة فرص المشاركة الجماهيرية في صنع القرار السياسي ، وفي عصر السماوات المفتوحة وانتشار القنوات الإخبارية والسياسية بالتلفزيون اصبح لزاما عليها الأخذ بأسباب التطور والحفاظ على ريادتها.

الإعلام السياسي مفهومه ووظائفه

تعتمد الأنظمة السياسية على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف عدة، أبرزها الحفاظ على النظام، وتحقيق التكامل الاجتماعي والسياسي، وكسر الحواجز الوهمية بين فئات الشعب بهدف خلق إجماع عام حول الموضوعات والقضايا التي يسعى النظام السياسي لنشرها، وذلك عبر تنظيم المواطنين وتهيئتهم لتنفيذ تلك الأن 12.16 وبذلك تقوم وسائل الإعلام بمعالجة الموضوعات والقضايا بطريقة تتفق ورؤية النظام السياسي لإقناع الجماهير بوجهة نظره (2)3، وخلق رأي عام تجاه القضايا المثارة ، ومن هنا يتم تشكيل اتجاهات الرأي العام من خلال التركيز على قضايا معينة وتهميش قضايا أخرى، مما يؤدي الى تغيير الخريطة العامة للأحداث (3)4 وفقا لرؤية تلك الرسائل الإعلامية المتبينة وجهة نظر قيادتها التي تعتمد عليها الى حد كبير.

إن عملية تأثير وسائل الإعلام لا تعد مسألة محسوسة أو مؤكدة، وإنما تتوقف على مجموعة من العوامل الأخرى تسهم في عملية التأثير أو تحد منها، الأمر الذي يستدعي القيام بدرسات متعددة لمعرفة مدى تأثير وسائل الإعلام على الجماهير ، وفي أي الظروف يزداد أو ينقص ذلك التأثير، ويعد ذلك من أهم الخطوات لإنجاح برامج الاتصال

لدى الجمهور المستهدف، وخصوصا فيما يتعلق بردود الأفعال تجاه الرسائل . ووما سبق ، فإن القيام بدراسات الأبحاث لقياس التأثير أضحى ضروريا على الرغم من صعوبته ، وخاصة في هذه الفترة المليئة بأنواع الاتصال المباشر .

ومن جهة أخرى، أصبح التعرض لوسائل الإعلام ضرورة بحكم طبيعة الحياة اليومية، بغض النظر عن نوع الجمهور سواء كان الجمهور عاما ، أو خاصا كقادة الرأي، بحيث أصبحت هذه الوسائل المصدر الرئيسي للمعلومات ومصدر التعرف على رؤية القادة السياسيين تجاه الأحداث والقضايا.

ويستدعي القيام بدراسة اختبار أثر وسائل الإعلام تجاه القضايا المحلية والقضايا الخارجية، ومعرفة تطور وسائل الإعلام المرتبط تأثيرها ببعضها البعض، واتساع نطاق التأثير الكمي لمجمل ما يتعرض له الجمهور ، ويتجلى ذلك في الدراسة الحالية التي تفترض معرفة الأحداث والتطورات السياسية التي مر بها المجتمع السوداني، واختبار العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور العام، وما هو تأثير البرامج السياسية على الرأي العام وتشكيله من خلال ما تثبته وسائل الإعلام والتي يعتمد عليها النظام السياسي لتثبيت القيم والأعراف السياسية وتدعيمها بقصد تثبيت أركان الدولة وتوجيه حركة المجتمع. وتأتي أهمية هذه الدراسة من طبيعة التغيرات الواضحة التي تشهدها الدوائر السياسية بالسودان، فكل سلوك سياسي ، على تعبير ريتشارد، يتضمن نشاطا اتصاليا، وقد بات أمر يقيني ومؤكد أن لوسائل الإعلام قدرات تأثيرية تحمل الأفراد على التصرف في هذا الاتجاه. إن وسائل الإعلام تساعد على نقل الحياة السياسية ، ففي كل الأزمنة دمغت الشخصيات بطابعها السياسي.

تعريف الاعلام السياسي:

الاعلام السياسي من العلوم الحديثة التي لها قواعدها واصولها وفلسفتها، فالاعلام السياسي هو أحد وظائف الاتصال الذي يغلب عليه الفكر السياسي والدعاية والدعوة، وهو يستهدف تغيير ، أو تثبيت، أو انحياز، أو تحديد اتجاهات

الجمهور من خلال زيادة الاهتمام بمجريات الأحداث السياسية¹⁽³¹⁾. فالإعلام السياسي لا يمكن أن يكون محايدا ، فهو يعبر عن وجهة نظر معينة ينحاز إليها صراحة أو ضمنا، فإنه سلاح ذو حدين، فيكون نعمة إذا أحسن استخدامه في توعية الجماهير وتويرها، ويكون نقمة إذا أسيء استخدامه في تضليل الجماهير وإبعاده عن المشاركة السياسية الحقيقية.

فالإعلام السياسي، وخاصة في الدول النامية، يخضع كية هذه الدول في معظم الأحوال ، لذا فهو يعتبر أداة اساسية لدعم النظم السياس¹⁶.

والإعلام اصبح وظيفة سياسية إقناعية ، فمادة الإعلام السياسي تمثل نسبة غالبية في وسائل الإعلام المختلفة، بل إن هيمنة الحكومة على تلك إن هيمنة الحكومة على تلك الوسائل تفسر لنا الطبيعة السياسية للوظيفة الاتصالية.

هذا وقد أكد ماكبويس وويفر في دراسة قام بها عام 1973م أنه كلما زادت حاجة الفرد الى الفكر السياسي لوسائل الإعلام وزادت درجة الإلتقان بين أولويات اهتمامه وأولويات وسائل الإعلام زادت درجة تأثيره²⁽¹⁾. لذلك فالإعلام السياسي أقل ما يوصف به فهو إعلام رأي وتوجيه وليس إعلام حقائق ومعلومات، وبذلك يشكل الإعلام السياسي جزءا لا يتجزأ من السياسة العامة للدول النامية على اختلاف توجهاتها السياسية، فالنظرة اليه تجعل منه دعاية سياسية لنشر الأفكار وممارسات الأنظمة السياسية التي ينتمي اليها ويدور في فلكها، ومن الصعب أن نتصور إعلاما سياسيا لا يرتبط بأهداف سياسية ولا يسترشد بمبادئ فكرية ، لذا فإن وضعه يجيء على قائمة الاهتمامات الاستراتيجية للدول، على أنه الإعلام المسؤول عن كسب الجماهير الى جانب السلطة، والمسؤول عن إشاعة القيم التي تنادي بها، ومسؤول عن التبشير والدعوة والأفكار التي ترسم صورتها في أذهان الجماهير، لذلك فهو دائما محل رقابة وإحكام السيطرة عليه، حيث يتم توجيهه وترشيده بصورة من خلال القوانين والتشريعات والسياسات التي تنتجها الدول ومن خلال المعلومات والتحليلات السياسية التي تحدد مواقف الناس، وتشكل آرائهم وتحدد سلوكياتهم.

وتتحدد وضعية الإعلام السياسي وفقا لوضعية الإعلام وحاجة المجتمع اليه، وهو في كل الأحوال لا يخرج من ثلاثة:

إعلام مبادر يسلط الضوء على القضايا والمشكلات ويوجه العمل السياسي في مسارات طبيعية حيث يتحمل مسؤولية القيادة الى جانب قيادة العمل السياسي.

إعلام مواكب لتوجهات العمل السياسي يسير في اتجاهات موازية لاتجاهاته.

إعلام يسير في الركب ولا تخرج تبعيته عن المدى الزمني الذي يحدده العمل السياسي.

فالدور السياسي لوسائل الإعلام صار من الوظائف التي توليها الحكومات ووسائل الاتصال الجماهيري اهتماما كبيرا يهدف الى تنوير الرأي العام وتفسير الواقع الغامضة من خلال مضامين تعكس أهمية القضايا وتبين الحقائق للجمهور وتشركهم في الممارسات السياسية، أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في اطار مفاهيم معينة، وتقيم المعارف والآراء التي تشكل المواقف بصورة تعرض القضايا بدقة ووضوح، مما يخلق صورة ذهنية فاعلة ومؤثرة عن الواقع السياسي.

ويعمل الإعلام السياسي من خلال نظرية إعلامية معروفة، وهي نظرية "الدق على المسمار"، حيث تعتمد على التكرار المتصل في مضمون المواد الاعلامية بهدف تثبيت الآراء، وتلعب عناصر الخبرة والحكمة والابداع دورا اساسيا في إحداث التنوع حتى لا يتحول التكرار الى عمل ممل يؤدي لتشتيت الأفكار ويستهدف الرأي العام وتوجهاته 1.(2)

لذلك يتم توظيف برامج الاعلام السياسي في إحكام لتحقيق الهدف، ولكن في بعض الأحيان يفشل الإعلام السياسي في سيطرته على الرأي العام وتحويل أنظاره الى قضايا بعينها، وفي هذه الحالة يسحب البساط من تحته، وتنطلق الشائعات كمنخرج للإعلام السياسي من أزمته في إحداث البلبلة.17

نظرية منهج الاتصال Communication Approach

الاتصال اساس كل التفاعلات الاجتماعية ، فالمرء لا يستطيع أن يتفاعل مع غيره إلا إذا كان قادرا على الاتصال، ولهذا فإن التنظيمات والمجتمعات والدول ترتكز في وجودها وتكاملها على الاتصالات.

وقد ساهم في تطوير نظرية الاتصال عالم الرياضة وارين وينر، الذي استخدم مصطلح "السبرنطيقا" بمعنى الاتصال والضبط، فعندما يتصل شخص ما بآخر فإنه يوجه اليه رسالة، وحينما يتصل الثاني فإنه يوجه اليه رسالة تتضمن معلومات كرد فعل لاستجابته، وحينما يضبط انسان ما تصرفات انسان آخر فإنه ينقل رسالة اليه، ولا يختلف اسلوب الاتصال في حالة الأمر عن الاتصال المبدئي الموجه.

إن العملية السياسية لا يمكن تصورها بدون الاتصال، فالمواطنون لا بد يكونوا قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم الى الحكومة، وعلى الحكام أن يكون قادرين على توصيل قراراتهم الى الجمهور . وعليه، فإن دراسة النظم السياسية، من منظور الاتصال، هي دراسة للسلوكيات أو الأفعال التي تتعلق بتبادل المعلومات (الرسائل) فيما بين الفاعلين والسياسيين18().

التفاعل بين الاتصال والنظم السياسية:

اهتم علماء السياسة والاتصال السياسي والاجتماع السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظم السياسية والعملية السياسية، وأكدوا أهمية العلاقة الجوهرية بينهما ، بل أنهم نادوا بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية بالاعتماد على

نظريات الاتصالات، فالنظام السياسي يعتمد على الاعلام باعتباره حلقة الوصل بين النخبة الحاكمة وصانعي القرارات والجمهور. (19)

ويتضح موقع الاعلام والاتصال السياسي في ضوء تحليل الموند البنائي الوظيفي الذي ركز على جانب المدخلات في التنشئة السياسية والتعبير عن المصالح، وفي جانب المخرجات صنع القاعدة، فكثير من وظائف الاتصال ترتبط بالنظام السياسي ، ومن هذه الوظائف صنع القرارات السياسية ووضع السياسات العامة، وفي هذا الإطار ينبغي ذكر مقولة الموند الشهيرة "كل شيء في السياسة اتصال" (3).1

لذلك يمكن أن نتناول النظام السياسي من زاوية الأدوار والبنى والنظم الفرعية ، كما يمكن تناوله في إطار المدخلات والمخرجات. وقد حدد ديفيد اديسون المدخلات ويضعها في المطالب والتأييد كمطالب عامة، بالإضافة الى المطالب الخاصة بالاتصال والاعلام لتوضيح الأهداف السياسية، ويمكن تناول النظام السياسي من زاوية الاتصال، فالسياسة تدرس كنظام، إذ أنها بمثابة نقل المعلومات من الفاعلين والسياسيين.

فالعلاقة بين السياسة والاتصال علاقة جوهرية الى الدرجة التي يصعب فيها تصور أحدهما دون الآخر، أو قيام هبوطائه بعيدا عنه، فكلا النظامين يتأثر ويؤثر في الآخر، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الاتصال في البلدان النامية أكبر من تأثير الاتصال على النظام السياسي.20

وتكرس النظم السياسية مساحات وأوقات في وسائل الاتصال لمشاكل الحكومة، وقد وجد القائمون بالاتصال من الاهتمام المشترك من كل أفراد الشعب، والذي تحظى به أنشطة الحكومة سعيا للوصول الى المزيد من القراء والمستمعين والمشاهدين.

يرى السياسيون الذي يعدون من وجهة نظر القائمين بالاتصال السياسي أنهم يحتاجون الى قنوات اتصال جماهيري تحظى بمصداقية الجماهير، وبالمثل فإن الإعلاميين يرون أنهم لا يمكنهم تأدية مهمتهم في الاتصال السياسي دون أن يكونوا على صلي بالسياسيين للحصول على الأخبار والتعليقات ... الخ.

نظرية ترتيب الأولويات

أعتمدت الباحثة على نظرية ترتيب الأولويات في تحديد الأجندة السياسية لبرامج الحوار حيث ترتبط وسائل الاعلام بالظواهر السياسية والاجتماعية في المجتمع ، وتقوم بربط الأفراد داخل المجتمع عن طريق طرح مجموعة من القضايا المتعددة والأحداث الداخلية، وبذلك تمثل وسائل الاعلام اهم المصادر التي يستقي منها الفرد معلوماته حيال الأحداث والقضايا.

إن عملية تأثير الإعلام في الجمهور المستهدف تخضع لعوامل متعددة ، منها الأعمال الفكرية ، والمستوى التعليمي، والحالة الاقتصادية وما سواها من خصائص المتلقي الذي باستطاعته استدعاء المعلومات السابقة التي تمكنه من ترسيخ ، أو تغيير ، أو تعديل آرائه المتفقة غالبا مع البيئة السياسية والاجتماعية التي يعيش فيها الفرد، وبالتالي يكون للبيئة المحيطة بالجمهور دور كبير في توجيه آرائه نحو بعض القضايا والموضوعات بصورة مستمرة، إلا أن هذه الآراء لا تكون جامدة ونهائية عند غالبية الجمهور الذي تتكون لديه ثقافة أخرى موازية تتولد نتيجة احتكاكه وإطلاعه على وسائل المعرفة المختلفة من كتب ووسائل إعلامية، ويمكن القول إن قيم الثقافة الأولى المتوارثة منذ الطفولة من الأسرة والجماعة التي ينتمون اليها عبر عمليات التنشئة، وقيم الثقافة الثانية القادمة عبر وسائل الاعلام التي يبدأ دورها تدريجيا بتغيير احكام الفرد تجاه الموضوعات والقضايا وتعديل الكثير من وجهات النظر حولها.1(21)

ويزداد تأثير وسائل الإعلام كلما ازداد تركيزها على الموضوعات أو القضايا التي تهتم الجمهور، وهذا التركيز يستأثر باهتمام الجمهور تدريجياً ، وتصبح تلك المضامين تحظى بأهمية كبرى لديه.

وترجع اصول نظرية ترتيب الأولويات الى كتبه لييمان "Lippman" في عام 1922م باعتبار وسائل الإعلام تخلق الصورة الذهنية لدى جمهورها عن العالم الخارجي.1(1)

وجاء رأي لييمان في وقت ساد فيه الاعتقاد بقوة وسائل الاعلام وقدرتها على التأثير المباشر في الجمهور، وبالتالي فإن قدرتها على تغيير الاتجاهات والسلوك عملية ميسورة وسهلة، وهو ما عرف بنموذج التأثير المباشر أو "الحقنة تحت الجلد" أو نظرية الرصاص.

وقد يرجع سبب سيطرة هذه الاعتقادات الى الظهور المستحدث لوسائل الإعلام، وخاصة الراديو الذي اعتمد عليه بشكل كبير في توجيه الدعاية، إضافة الى ازدياد وطأة الحرب الأيديولوجية وعدم وجود دراسات إعلامية تهتم بهذا النوع من التأثيرات . غير أن هذه الاعتقادات التي كانت سائدة في تلك الفترة ما لبث أن بدأ التشكيك في صدقها وفي صحة القول بأن للوسائل الإعلامية تأثيراً مباشراً وقويًا ، بحيث اشار المسح الذي أجري عام 1940م بأن الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام هي مجرد عامل من عوامل متعددة تؤثر على الجمهور.2(2)

إثر ذلك، توالت الأبحاث والدراسات اللازمة لمعرفة قدرة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور ، ومن أبرزها ما تناوله نورث لانج في إطار مفهوم ترتيب الأولويات، حيث وجد أن الصحافة هي المحرك والعامل الأساسي في وضع أجندة القضايا المحلية. وبدورها تطرق لانج الاهتمام نحو قضايا بعينها، إذ تعرض الموضوعات والقضايا وتقدم المعارف التي يمكن بواسطتها رسم الصورة الذهنية السياسية العامة أثناء الانتخابات.3(22)

وقد تم اكتشاف أن هناك توافقا كبيرا بين كمية الانتباه لموضوع معين في وسائل الاعلام ومستوى الأهمية التي يوليها الناس لهذا الموضوع في مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الاعلام، ولا يعني هذا أن تلك الوسائل قد نجحت في استمالة الجماهير لتغيير رأيها وتبني أية وجهة نظر معينة، ولكنها نجحت في اقناع الناس بأن يعتبروا الموضوعات أكثر أهمية من موضوعات أخرى، وهكذا أصبح جدول الاعلام في وسائل الاعلام هو نفس جدول أعمال الجمهور، وبهذا المهني نستطيع أن نقول إن هناك توافقا وثيقا بين العالم الخارجي وبين الصور التي في رؤوس الذين تمت الدراسة عليهم.

إن دراسات تحليل الأجندة ستعود الى نتائج مضللة ما لم تأخذ في اعتبارها طبيعة أدوات الإعلام صاحبة الأجندة ، والتي هي في التحليل الواقعي أداة للسلطة الحاكمة، حيث أجندتها ذاتها هي أجندة السلطة السياسية الحاكمة، كما أن فعالية الأجندة يجب أن تأخذ في الاعتبار تحليل طبيعة العلاقة بين قوة الرأي العام وطبيعة الخطاب السياسي.

والخلاصة أن المسألة بوجه عام لا يمكن أن تكون تطبيقا آليا لبعض التقنيات البحثية والأدوات العلمية، دون النظر الى السياق الذي يحدد كفاءتها وفعاليتها، بل قد يقود الى عدم صلاحية أداة في مجتمع معين برغم صلاحيتها في مجتمع آخر، وعموما تقدم دراسات الأجندة مؤشرات جيدة لتأثير وسائل الإعلام على الجمهور²³.

نظرية الغرس الثقافي والمعتقدات:

تعتبر نظرية الغرس Cultivation Theor²³ تصورا تطبيقيا للأفكار الخاصة لعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والسياسية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات التي تتجمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم.

ولذلك ترتبط هذه النظرية بكثافة التعرض واكتساب المعاني ، والمعتقدات ، والأفكار ، والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي الحقيقي.

وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود الى تبني اعتقاد المؤكد للصور النمطية Stereotyped، ووجهة النظر التي يتم وضعها في البرامج السياسية، ووجهة النظر المنتقاه التي يتم وضعها في تلك البرامج . وإن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه، والتي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة، والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا، حيث يقوم على التعلم ، ويتم بناء وجهات النظر حول الحقائق. وتعود بداية ذلك الى مقولة العام جورج جرنير "G.Gerner" عندما قال إن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة لتشكيل المجتمع الحديث، وجاء ذلك نتيجة لجهود العلماء والباحثين في قياس تأثير التلفزيون على المجتمع الأمريكي الذي تعرض الى موجة من العنف والاضطراب والجرائم والاعتقالات.

وكانت نتيجة هذه الدراسة هي التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس Cultivation كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون، وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصورة التي يعرضها التلفزيون.24 ووضع جرنير المؤشرات الثقافية Cultural Indicators، يهدف الى التأكد من قيام هذه العلاقة من خلال دراسة ثلاثة عناصر اساسية:

المؤسسية الكامنة وراء انتاج المحتوى.

الصورة الذهنية التي ترسلها وسائل الإعلام.

العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعتقدات الجمهور وانماط سلوكه.

وعملية الغرس الثقافي ليست عبارة عن تدفق موجة من التأثيرات، ولكنها جزء من عملية مستمرة ديناميكية للتفاعل بين الرسائل والصياغات، ومشاهدة التلفزيون ترتبط بطرق عديدة لمختلف الجماعات والمواقف الحياتية. وبجانب أن الغرس يعتمد على هيمنة الصورة، فإنه يوضحها كمصدر للمعلومات والمعارف(251)

1).

وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية، فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار الذين لم تكون لديهم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال. وهذه الدراسات درست من خلال العلاقة الفرضية لمفهومين رئيسيين هما : الاتجاه السائد ، والصدى أو الرنين. ويقصد بالاتجاه السائد هو التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية والمجتمع الذي يقدمه التلفزيون، ولذلك فإن الاتجاه السائد هو عبارة عن نسيج من الممارسات والقيم التي يقدمها التلفزيون، ويقصد بالصدى أو الرنين التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الموجودة اصلا لدى المشاهدين، ولذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد.

وعلى الرغم من أن نظرية الغرس وضعت اساسا لدراسة العنف والجريمة، إلا أن تطبيقها لا يجب أن يقف عند هذه الحدود، حيث تؤكد هذه النظرية الأفكار الخاصة بتأثير التلفزيون على إدراك الأفراد والجماعات، والصور التي قد تختلف باختلاف الخصائص والسمات العامة 1. (2)

ويؤكد الخبراء على ستة اعتبارات اساسية لنظرية الغرس واختباراتها من خلال تحليل الغرس كاسلوب للدراسة: يعتبر التلفزيون وسيلة متفردة تتطلب مدخلا خاصا لدراستها.

تشكل الرسائل التلفزيونية نظاما متماسكا يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة.

تحليل نظم الرسالة العامة للتلفزيون يقدم دليلا على عملية الغرس.

يركز تحليل الغرس على رصد مساهمة التلفزيون في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع.



تساعد المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية.

يركز تحليل الغرس على النتائج الثابتة والمتجانسة.

البرامج السياسية بالتلفزيون:

تقدم إدارة البرامج السياسية مجموعة من البرامج تختلف من حيث الإنتاج والإخراج، وتتفق في تحقيق الأهداف التي

تسعى إليها تلك البرامج، ومن البرامج التي تقوم بانتاجها إدارة البرامج السياسية:1(26)

السياسي

بلا قيود

نوافذ.

أوراق سياسية.

بين الناس.

مرافعات قانونية.

ملفات عالمية.

المنتدى السياسي:

من البرامج السياسية التي تناقش الملفات السياسية، وتركز في مجملها على قضايا السلام كقضية دارفور، والتنمية، والوحدة الوطنية، والمشاركة السياسية مستندة في ذلك على اتفاقيات السلام في نيفاشا وأبوجا، والدستور القومي، والقوانين التشريعية. ويعمدون من خلال البرامج على عكس التطورات وتسليط الضوء على مدى تنفيذها. وهناك ملفات طارئة تظهر بظهور الحدث السياسي الساخن، مثل ملف محكمة الجنايات الدولية، والمؤتمرات والمنتديات على الصعيد المحلي والعالمي. ويتم التعامل مع الملفات الطارئة بإجراء حوارات وتحقيقات وتقارير.

ويصنف برنامج المنتدى السياسي في برامج الحوار (المناقشات)، وهو ما يعرف ب "الدائرة المستديرة"، حيث يستضيف البرنامج أكثر من شخص من الخبراء والمختصين والسياسيين، ويعتمد على مساءلة الصحفيين داخل الاستوديو بالإضافة الى مداخلات المشاهدين:

برنامج نوافذ:

برنامج "نوافذ" برنامج اسبوعي يهتم بما يدور من أحداث في ولايات السودان بالتركيز على محور التنمية وحركة العمران 27.1()

برنامج "أوراق سياسية":

هذا البرنامج برنامج توثيقي، يوثق للملفات السياسية. وفكرة البرنامج عبارة عن سهرة سياسية في قالب منوع مع شخصية محورية، وتعنى السهرة بتقديم قراءة للمرتكزات الفكرية والسياسية والاجتماعية التي شكلت دعائم الشخصية المستضافة ورؤيتها في الأحداث وأثر ذلك على الموقف السياسي الراهن.

أهداف البرنامج:



تحقيق جملة الموجهات الخاصة الواردة بورقة عمل الإدارة السياسية ، وذلك من خلال استنتاج رموز العمل السياسي ومسايرة تجاربهم بما يبخدم القضايا الكبرى في البلاد.

وهو عبارة عن برنامج حوارى مسجل يتم تسجيله عادة بمنزل الشخصية المستضافة حتى يعكس نوع من الالفة والحيوية مع المشاهدين.

برنامج بلا قيود:

الزمن: 45 دقيقة.

أهداف البرنامج:

مناقشة كل القضايا ذات الحساسية العالية جدا بلا تحفظات، حيث يتم اختيار الضيوف من كل ألوان الطيف السياسي ومن الأكاديميين.

هناك نخبة من المعدين والباحثين تقوم بدراسة الموضوعات الحية، وتقدم من خلال الحلقة ما هو أشبه بوضع مقترحات وحلول 1.(28)

وتقوم فكرة البرنامج على استضافة عدد من الضيوف لمناقشة موضوع معين يتم تبادل الآراء والأفكار حوله، ويسعى البرنامج لمناقشة أبعاد القضية وإيجاد حلول منطقية ، ويختصر دور مقدم البرنامج لمناقشة ابعاد القضية وإيجاد حلول منطقية، ويختصر دور مقدم البرنامج على تنظيم وتوجيه المناقشة وتوزيع الأدوار بين المتحاورين حتى لا يحصل خروج عن الطرح إضافة الى تلخيص الآراء والأفكار المتعلقة بالمناقشة.

إجراءات تنفيذ البرامج السياسية:

استضافة الخبراء وأهل التخصص في البرامج السياسية.

الاستعانة بالاحصاءات العلمية والحقائق الموثقة لتدعيم الآراء والفرضيات المطروحة.

المعالجة الموضوعية بعيدا عن التفضيم والتهويل وكل ما هو مخل.

اعتماد المباشرة وسرعة الإيقاع.

الاستعانة بكافة الوسائل الايضاحية.

أهمية تحقيق عنصري الجاذبية والإبهار في الجوانب الإخراجية.

تشكيل فرق عمل متجانسة يراعى فيها الكفاءة والخبرة، عدم الاعتماد على المكتبة في إعداد وتنفيذ البرامج السياسية.

الخطاب البرامجي

يتنوع الخطاب الإعلامي للبرامج السياسية ويختلف على حسب طبيعة الرسالة وطبيعة الجمهور المستهدف، فهناك برامج موجهة الى النخبة السياسية فتكون اللغة الإعلامية سليمة تشتمل على المصطلحات السياسية بأسلوب سهل يمكن أنيستوعبه كل مهتم بالسياسة، وهناك برامج موجهة لعامة الجمهور، ويراعى في تلك البرامج التلقائية والبساطة والسهولة في الطرح، بحيث لا تستخدم اللغة الععربية الفصحى ولا تهبط باللغة الى مستوى الاسفاف والركاكة، ويتيح البرنامج مساحة من الحرية للمشاركين دون توجيههم أو تقييدهم أو تحجيمهم ، إضافة الى عرض التقارير والبيانات والدلائل التي تساعد الجماهير في انتقاء المادة والزوصول الى اقناع بشأن القضية المطروحة خاصة في ظل الانفتاح الفضائي(29.1)

معايير انتقاء القضايا

وحول معايير اختيار القضايا للبرامج السياسية، وأوضح مدير البرامج بأن اختيار القضايا يعتمد الى حد كبير على معايير انتقاء الأخبار، فالحدث هو الذي يفرض وجوده في الساحة السياسية، إضافة الى العناصر الأخرى مثل الحالية والأهمية والإثارة والتشويق ومدى ارتباطها بحاجيات الجمهور، وتعتمد أيضا على البحث في اختيار القضايا من مصادر مختلفة، وأن هناك مساحة واسعة للتعبير عن الرأي والرأي الآخر في حدود المسؤولية الاجتماعية بحيث لا يكون مدخلا للنيل من ثوابت المجتمع ومدعاة للفتنة وإساءة العقائد الراسخة والمعتقدات.

ومن جانب آخر، فإن مدير البرامج أكد بأن هناك عدد من الإجراءات التحريرية للبرامج السياسية تتركز في صياغة وتحرير الأخبار الداخلية والخارجية بواسطة مختصين، وتتم صياغة الأخبار وفقا للقوالب العالمية المعروفة، فرئيس التحرير يقوم بمراجعتها واستكمالها وترتيبها، ثم تجهيز الاتصالات للمرسلين، ومتابعة التحضيرات للضيوف، وإعداد المقابلات التي تتم داخل الاستوديو، كما يقوم بالترتيب للمداخلات الحية عبر الأقمار الصناعية.

الاجراءات التحريرية للأخبار والبرامج السياسية

اعتماد البساطة والمباشرة اسلوبا مع النأي عن الاسهاب.

تجريد النص الإخباري من الكلمات الزائدة التي لا يستقيم المعنى بدخولها.

تحليل النتائج

استمارة تحليل مضمون البرامج السياسية:

في هذا المبحث، قامت الباحثة بعرض وتفسير مضمون البرامج السياسية للوقوف على اتجاهات البرامج ومدى تأثيرها على الرأي العام، وذلك بالتطبيق على برنامجي "بلا قيود" و "المنتدى السياسي".

جدول رقم (1): يوضح بيانات عن برنامج "بلا قيود"

اسم الحلقة	زمن الحلقة	زمن البث	عدد الحلقات
------------	------------	----------	-------------

15 حلقة	8-8:45	45 دقيقة	بلا قيود برنامج سياسي
---------	--------	----------	--------------------------

جدول رقم (2): يوضح عنوان الحلقات واهداف البرنامج

اهداف الحلقة	عنوان الحلقة
تناولت الحلقة بعض القضايا القومية ومسألة الوحدة والانتخابات وقضية دارفور والجهود المبذولة للسلام والترتيبات لإقامة الانتخابات.	القضايا القومية والاستراتيجية في السودان
تسليط الضوء حول بنود وفقرات القانون وشرحها وتفسيرها.	قوانين الانتخابات
الوقوف على استعدادات الأحزاب السياسية لخوض الانتخابات ، إمكانية توحيد وتحالف بعض الأحزاب.	الانتخابات والتحالفات السياسية
طرح الاتفاقية، التعرف على شروط المفاوضات ومدى التزامهم بها، مؤشرات حول اللقاء الدارفوري.	ملتقى أهل السودان والمفاوضات القطرية حول مشكلة دارفور
تناولت قضية دارفور وابعادها والمفاوضات الجارية بشأن السلام.	قضية دارفور
تسليط الضوء حول الوفاق الوطني وأثره في الممارسة الديمقراطية	الوفاق الوطني
الوقوف على التجارب ومقارنتها والتركيز على التحولات والأدور التي ينبغي أن تلعبها الأحزاب.	الانتخابات والتحولات والأدوار
التركيز على الجهود المبذولة لإقناع الرأي العام العالمي بعدالة القضية السودانية واستهداف الرأي الدولي.	الدبلوماسية السودانية في مواجهة محكمة الجنايات
الوقوف على بنود الاتفاق والدور الذي تلعبه الوساطة العربية.	خطة الوساطة العربية ومفاوضات الدوحة في قطر
القاء الضوء حول فعاليات مؤتمر الحزب الشيوعي الخامس.	أصداء حول مؤتمر الحزب الشيوعي الخامس

الانتخابات	مناقشة كيفية تحقيق الديمقراطية وإشراك الجماهير في الممارسة السياسية.
الإعداد والانتخابات	حول الاجراءات والإعداد للانتخابات.
حول حقوق المرأة في الانتخابات	تسليط الضوء على وضعية المرأة في الانتخابات
حول السلام	تسليط الضوء ومتابعة بنود الاتفاقية ومدى تنفيذها
أضواء حول مؤتمر حزب الأمة السابع	تسليط الضوء حول انعقاد مؤتمر حزب الأمة.

جدول رقم (3) : يوضح بيانات برنامج "المنتدى السياسي"

اسم الحلقة	زمن الحلقة	زمن البث	عدد الحلقات
المنتدى السياسي	40 دقيقة	8-8:45	10 حلقة

جدول رقم (4) : يوضح عنوان الحلقة وأهدافها

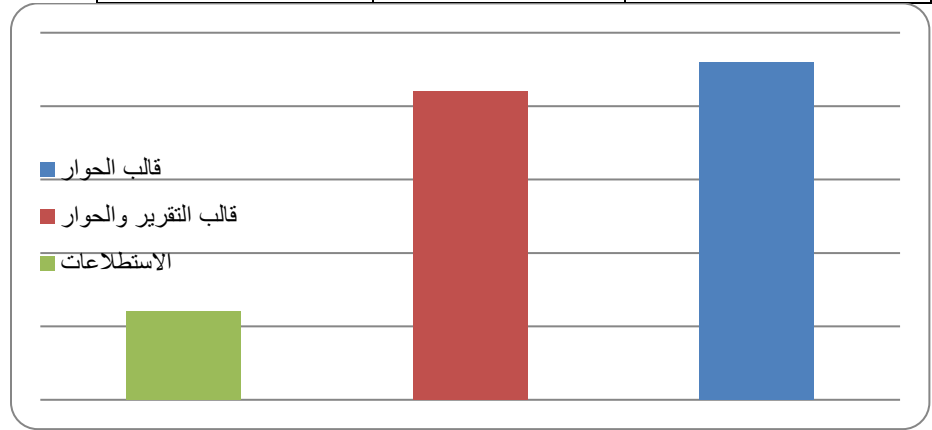
عنوان الحلقة	اهداف الحلقة
اتفاقية السلام - مدى تطبيقها	تناولت اتفاقية السلام والحديث عن الديمقراطية ومسألة القيادة والحكم.
الديمقراطية والحكم الفدرالي	تناولت الحكم الفدرالي ودور الأحزاب في الديمقراطية ، أزمة تجديد قوانين الصحافة.

الوقوف على ابعاد القانون وصلاحيات المحكمة الجنائية.	حول تداعيات المحكمة الجنائية - قراراتها بشأن البشير
تناولت اهمية الاعلام ودوره في الدعاية الانتخابية	دور الاعلام في الانتخابات
عكس التجارب الحزبية السابقة، الوقوف على استعدادات الأحزاب لخوض الانتخابات.	الاحزاب والممارسة الديمقراطية
تسليط الضوء على قانون الأحزاب ودور المجلس الحزبي.	مجلس النواب
تسليط الضوء على ترتيبات الانتخابات.	الانتخابات - الواقع والتحدي
قياس أثر الانتخابات التشريعية على السودان.	الانتخابات التشريعية واثرها على السودان
عكس آثار الانقسام على دارفور والوصول لمؤشرات لكيفية التفاوض مع الحركات المسلحة.	الحركات المسلحة في دارفور
تسليط الضوء على احتفالات البلاد بأعياد الجيش.	اعیاد الجيش

جدول رقم (5): يوضح القوالب التحريرية المستخدمة في البرنامج

النسبة	التكرار	الفئات
46%	11	قالب الحوار

42%	10	قالب التقرير والحوار
12%	3	الاستطلاعات
100%	24	المجموع



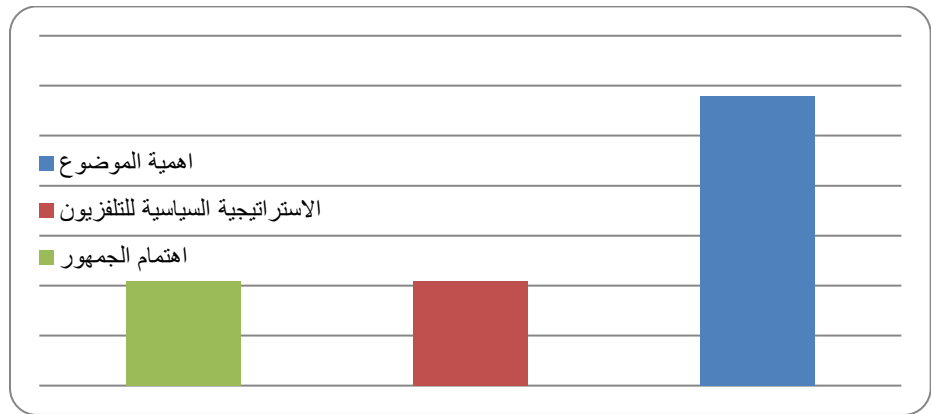
شكل رقم (1): يوضح القوالب التحريرية المستخدمة في البرنامج

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن البرنامج يستخدم قالب الحوار بنسبة (46%)، ويستخدم قالب التقرير والحوار بنسبة (42%)، ويستخدم الاستطلاعات بنسبة (12%) من مجموع الحلقات. ومن خلال التحليل يتضح أن أسلوب الحوار هو العامل الأساسي في البرنامج، بينما تدعم أحيانا ببعض القوالب الأخرى التي تسند الحجة أو تعضد الرأي.

جدول رقم (6): يوضح المعايير التي يتم بها اختيار الموضوع

الفئات	التكرار	النسبة

أهمية الموضوع	14	58%
الاستراتيجية السياسية للتلفزيون	5	21%
اهتمام الجمهور	5	21%
المجموع	24	100%

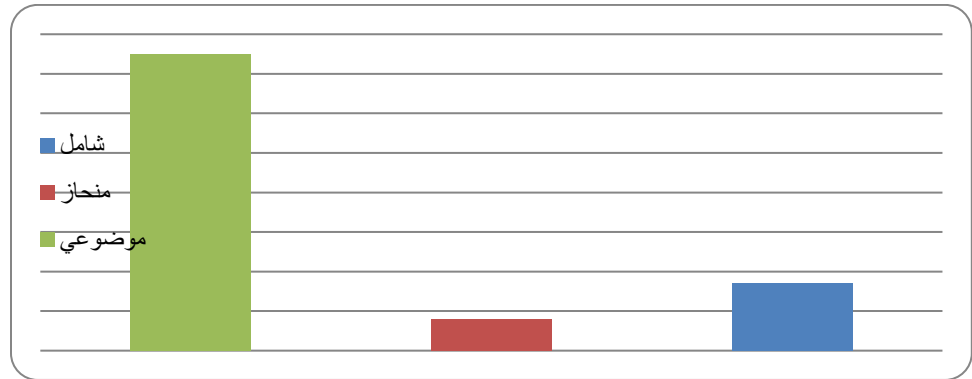


شكل رقم (2): يوضح المعايير التي يتم بها اختيار الموضوع

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن معيار اختيار موضوع الحلقة يرجع الى أهمية الموضوع وذلك بنسبة (58%) ، بينما تمثل الاستراتيجية الاعلامية معيارا بنسبة (21%) واهتمام الجمهور بنسبة (21%) كأحد المعايير لاختيار موضوعات الحلقات. وهذا يؤكد مدى تطبيق الجوانب العلمية في اختيار القضايا الساخنة التي تساعد في الساحة السياسية وأهميتها بالنسبة للجمهور .

جدول رقم (7): يوضح اتجاه مضمون البرامج السياسية

الفئات	التكرار	النسبة
شامل	3	17%
منحاز	2	8%
موضوعي	19	75%
المجموع	24	100%

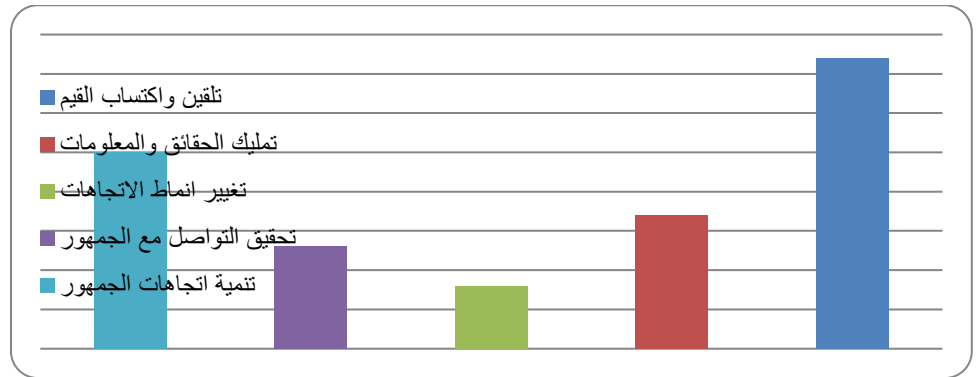


شكل رقم (3): يوضح اتجاه مضمون البرامج السياسية

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن (75%) من الحلقات استخدمت الأسلوب الموضوعي في الطرح، وأن (17%) من الحلقات استخدمت الأسلوب الشامل في العرض، و (8%) تظهر انحيازها في عرض الموضوعات. وترى الباحثة أن عنصر الموضوعية عنصر أساسي في مخاطبة الجمهور وطرح القضايا السياسية.

جدول رقم (8): يوضح أهداف الرسالة الإعلامية

الفئات	التكرار	النسبة
تلقيين واكتساب القيم	9	37%
تمليك الحقائق والمعلومات	4	17%
تغيير انماط الاتجاهات	2	8%
تحقيق التواصل مع الجمهور	3	13%
تنمية اتجاهات الجمهور	6	25%
المجموع	24	100%



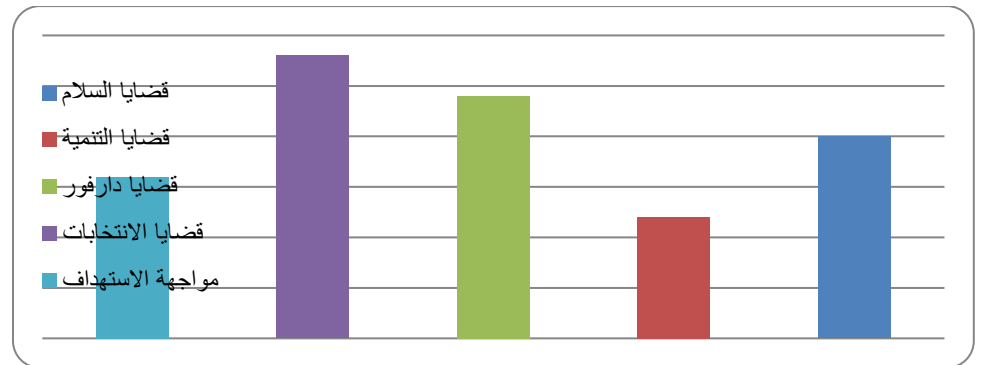
شكل رقم (4): يوضح أهداف الرسالة الإعلامية

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن أهداف الرسالة الإعلامية تكمن في تلقيين واكتساب القيم الثقافية والسياسية بنسبة (37%)، وتسهم البرامج في تنمية اتجاه الرأي العام بنسبة (25%)، وتمليك الحقائق والمعلومات بنسبة (17%)، وتحقيق التواصل مع الجمهور بنسبة (13%)، وتغيير اتجاهات الجمهور بنسبة (8%). ومن خلال

النتائج، ترى الباحثة أن أهداف الرسائل الاعلامية تحققت بنسب متفاوتة، وترتفع عند هدف تلقين واكتساب القيم الثقافية والسياسية، والذي يعتبر هدف رئيسي من أهداف القائم بالاتصال.

جدول رقم (9): يوضح أهم القضايا التي يتناولها البرنامج

الفئات	التكرار	النسبة
قضايا السلام	5	20%
قضايا التنمية	2	12%
قضايا دارفور	6	24%
قضايا الانتخابات	7	28%
مواجهة الاستهداف	4	16%
المجموع	24	100%

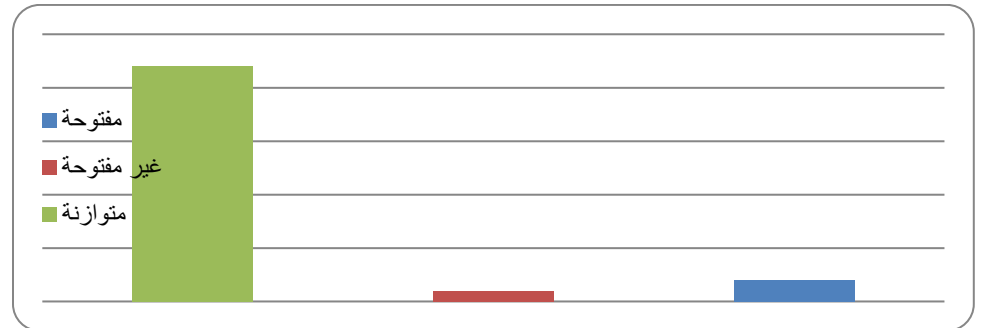


شكل رقم (5): يوضح أهم القضايا التي يتناولها البرنامج

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن تعبئة الانتخابات تحتل المرتبة الأولى بنسبة (28%) من مجموع الحلقات، وأن قضية دارفور جاءت بنسبة (24%) ، وأن قضايا السلام جاءت بنسبة (20%)، وأن قضايا التنمية جاءت بنسبة (12%). ومن التحليل ترى الباحثة أن الأجندة السياسية التي تمثل حدث الساعة هي قضية الانتخابات، فقد بلغ عدد الحلقات التي تناولت موضوع الانتخابات إحدى عشر حلقة من مجموع حلقات التحليل.

جدول رقم (10): يوضح حدود الحرية المتاحة في البرامج

الفئات	التكرار	النسبة
مفتوحة	2	8%
غير مفتوحة	1	4%
متوازنة	21	88%
المجموع	24	100%

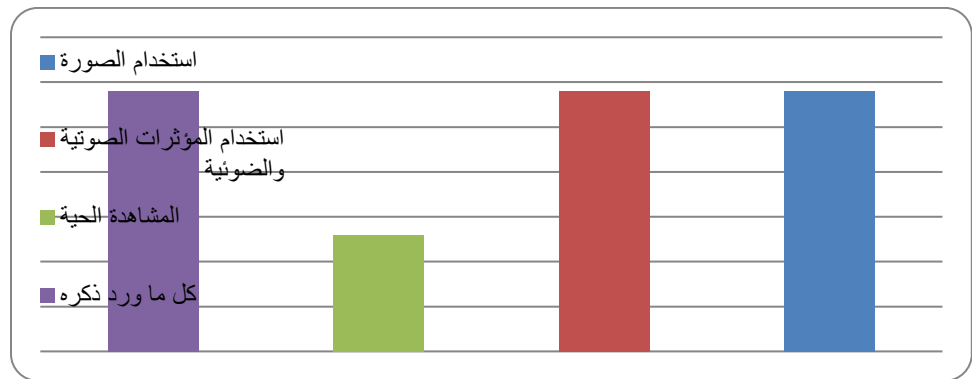


شكل رقم (6): يوضح حدود الحرية المتاحة في البرامج

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن من خلال تحليل المضمون أن نسبة الحرية المتوازنة (88%) مما يؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومفتوحة بنسبة (8%) من الحلقات، كما أن انعدام الحرية مثل بنسبة (4%) من مجموع الحلقات الممثلة للعينة.

جدول رقم (11): يوضح عناصر الجذب الإخراجي

النسبة	التكرار	الفئات
29%	7	استخدام الصورة
29%	7	استخدام المؤثرات الصوتية والضوئية
13%	3	المشاهدة الحية
29%	7	كل ما ورد ذكره
100%	24	المجموع

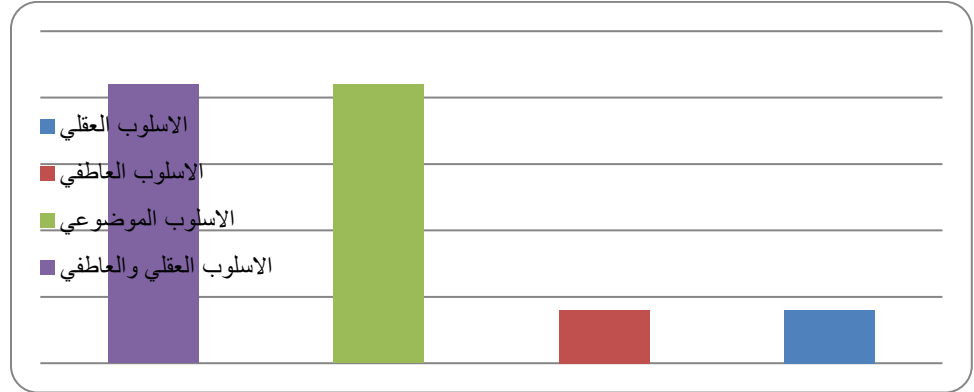


شكل رقم (7): يوضح عناصر الجذب الإخراجي

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن توظيف العناصر الإخراجية المتمثل فس استخدام الصور والمؤثرات الصوتية وتقديم البيانات والمشاهدة الحية بلغ (29%)، وعرض المشاهد الحية (13%). وترى الباحثة أن هناك تطور في العملية الإخراجية وتوظيفها لجذب المشاهدين وإقناعهم بطرح القضايا.

جدول رقم (12): يوضح اساليب الاقناع في البرنامج

الفئات	التكرار	النسبة
الاسلوب العقلي	2	8%
الاسلوب العاطفي	2	8%
الاسلوب الموضوعي	10	42%
الاسلوب العقلي والعاطفي	10	42%
المجموع	24	100%

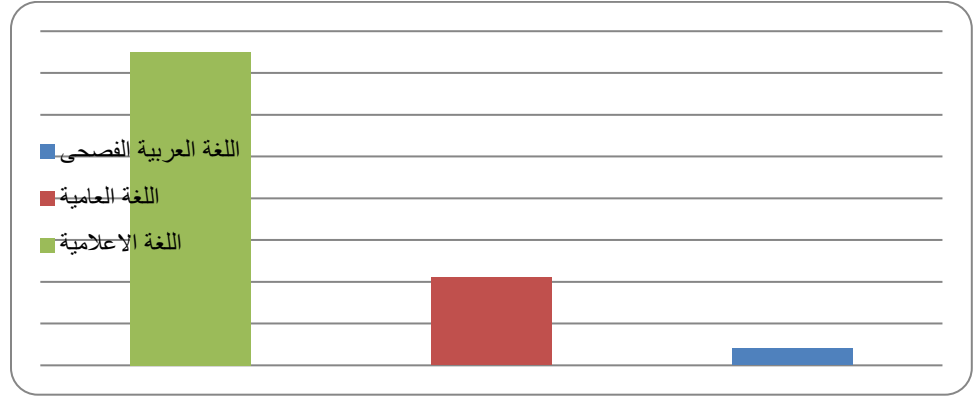


شكل رقم (8): يوضح اساليب الاقناع في البرنامج

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن البرنامج يستخدم الاسلوب الموضوعي بنسبة (42%)، والاسلوب العقلي والعاطفي بنسبة (42%)، والالعقلي بنسبة (8%)، والاسلوب العاطفي بنسبة (8%). وترى الباحثة من خلال العرض أن تلك النتيجة تتسق واتجاهات البرنامج في استخدام الاسلوب الموضوعي في الطرح.

جدول رقم (13): يوضح اللغة المستخدمة في البرنامج

الفئات	التكرار	النسبة
اللغة العربية الفصحى	1	4%
اللغة العامية	5	21%
اللغة الاعلامية	18	75%
المجموع	24	100%

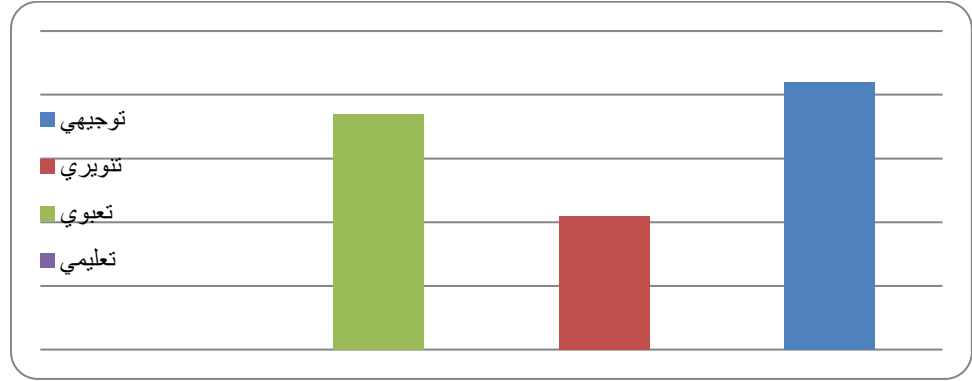


شكل رقم (9): يوضح اللغة المستخدمة في البرنامج

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن اللغة المستخدمة في البرنامج هي اللغة الإعلامية بنسبة (75%)، واللغة العامية بنسبة (21%)، واللغة العربية بنسبة (4%) . من النتيجة ترى الباحثة أن هذه النتيجة نتاج طبيعي لاستخدام اللغة الوسطى (لغة الإعلام) في مخاطبة جمهور عريض متباين اللغات واللهجات.

جدول رقم (14): يوضح اسلوب المخاطبة في البرامج السياسية

الفئات	التكرار	النسبة
توجيهي	10	42%
تنويري	5	21%
تعبوي	9	37%
تعليمي	0	0%
المجموع	24	100%

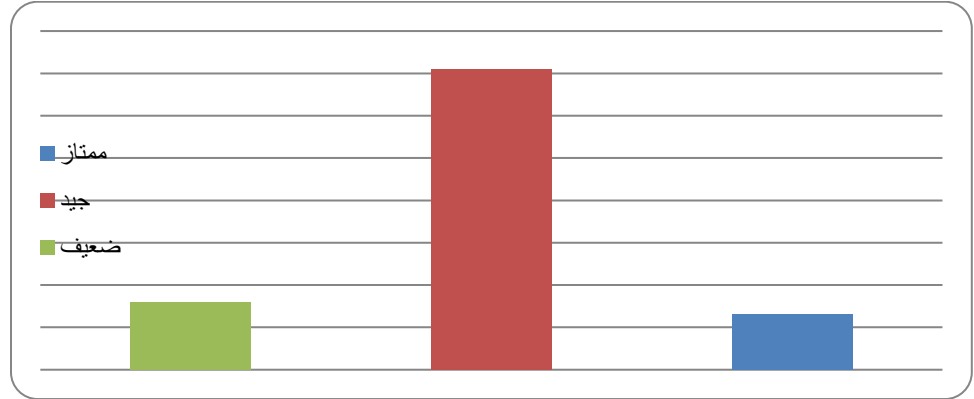


شكل رقم (10): يوضح اسلوب المخاطبة في البرامج السياسية

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن اسلوب المخاطبة يتنوع على حسب طبيعة الحلقة أو موضوعاتها، حيث استخدم الاسلوب التوجيهي بنسبة (42%)، والاسلوب العبوي بنسبة (37%)، والتنويري بنسبة (21%). وترى الباحثة استخدام الخطاب التوجيهي هو انعكاس لتحقيق الهدف الاساسي في تنمية اتجاهات الجمهور وتمليكهم المعلومات والحقائق حول القضايا السياسية.

جدول رقم (15) : يوضح مستوى إدارة الحوار

الفئات	التكرار	النسبة
ممتاز	3	13%
جيد	17	71%
ضعيف	4	16%
المجموع	24	100%

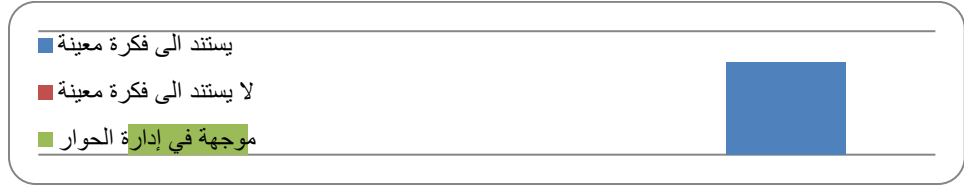


شكل رقم (11): يوضح مستوى إدارة الحوار

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن مستوى إدارة الحوار بدرجة جيد بلغ نسبة (71%) ، وضعيف بنسبة (16%) ، وممتاز بنسبة (13%).

جدول رقم (16): يوضح مهارات القائم بالاتصال

النسبة	التكرار	الفئات
75%	18	يستند الى فكرة معينة
0%	0	لا يستند الى فكرة معينة
25%	6	موجهة في إدارة الحوار
100%	24	المجموع

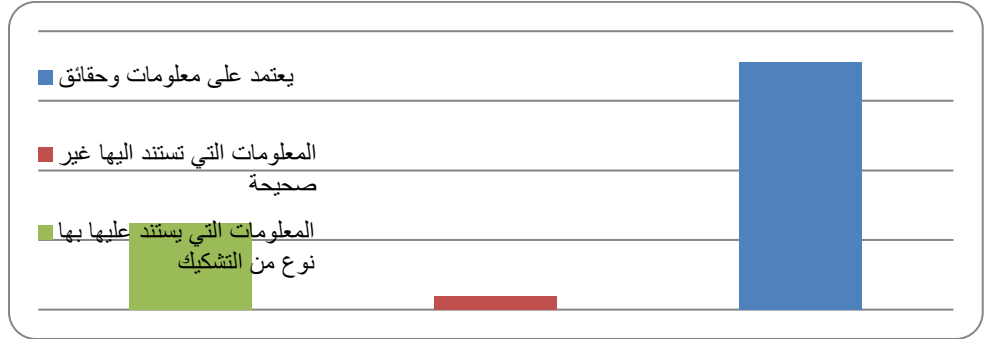


شكل رقم (12): يوضح مهارات القوائم بالاتصال

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه (75%) من مقدمي البرامج يستندون الى فكرة وهدف معين، و(25%) موجهين في إدارة الحوار. وترى الباحثة أن هذه النسبة موضوعية، باعتبار أن أي عمل لا بد أن يستند الى فكرة أوهدف، وبالتالي يصبح القوائم بالاتصال موجه في إدارة الحوار لتحقيق هدفه الذي يسعى اليه.

جدول رقم (17): يوضح مصادر المعلومات للقوائم بالاتصال

النسبة	التكرار	الفئات
71%	17	يعتمد على معلومات وحقائق
4%	1	المعلومات التي تستند اليها غير صحيحة
25%	6	المعلومات التي يستند عليها بها نوع من التشكيك
100%	24	المجموع



شكل رقم (13): يوضح مصادر المعلومات للقائم بالاتصال

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن (71%) يعتمدون على الحقائق والمعلومات، و(25%) يستند الى معلومات بها نوع من التشكيك، و (4%) يعتمد على معلومات غير صحيحة. وترى الباحثة أن البرامج تعتمد على حقائق ومعلومات تمثل مرجعية اساسية، وبالتالي تؤكد مدى توظيفهم للقيم الإعلامية التي ينطلق منها القائم بالاتصال لإقناع الجماهير.

جدول رقم (18): يوضح سلبيات البرامج السياسية

الفئات	التكرار	النسبة
تعتمد على النمطية في الطرح	10	42%
لغة الحوار لا تتناسب مع الجمهور	3	13%
لا يتم اختيار الشخصيات المناسبة	4	16%
كل ما ورد ذكره	7	29%

المجموع	24	100%
---------	----	------



شكل رقم (14): يوضح سلبيات البرامج السياسية

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن (42%) من تقديم البرامج يعتمد على النمطية في الطرح ، و (29%) يعتمد التقديم فيه على النمطية في الطرح وأن لغة الحوار لا تناسب الجمهور وأنه لا يتم اختيار الشخصيات المناسبة، و (16%) لا يتم فيها اختيار الشخصيات المناسبة، و (13%) أن لغة الحوار لا تتناسب مع الجمهور. وترى الباحثة أن العوامل التي ذكرت سابقا تمثل أهم سلبيات برامج الحوار السياسي للتلفزيون القومية.

جدول رقم (19): يوضح ايجابيات البرامج السياسية

الفئات	التكرار	النسبة
يهتم بالقضايا المطروحة في الساحة السياسية	10	42%
تمليك الجمهور بعض الحقائق والمعلومات عن القضايا	3	13%

16%	4	تسهم في تنمية اتجاهات الجمهور
29%	7	كل ما ورد ذكره
100%	24	المجموع



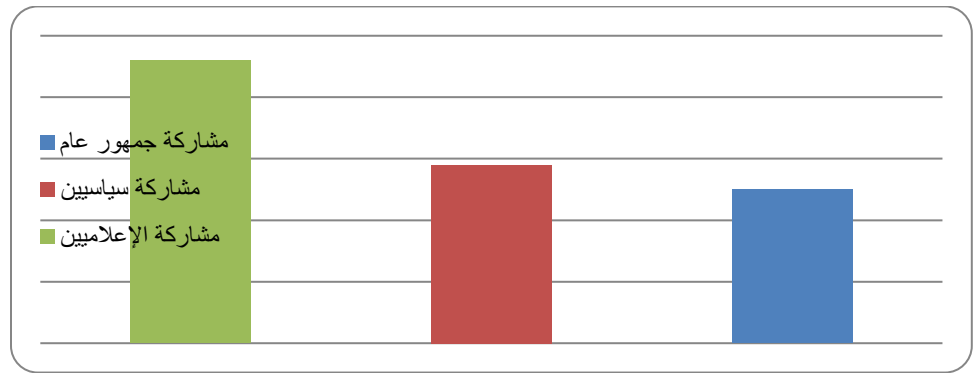
شكل رقم (15): يوضح ايجابيات البرامج السياسية

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن البرنامج يهتم بالقضايا السياسية المطروحة ويملك الجمهور الحقائق والمعلومات ويسهم في تنمية اتجاهات الرأي العام بنسبة (63%)، ويهتم بالقضايا المطروحة في الساحة السياسية بنسبة (16%)، ويملك الجمهور بعض الحقائق عن القضايا بنسبة (13%)، ويسهم في تنمية اتجاهات الرأي العام بنسبة (8%). وترى الباحثة أنه من خلال النتائج أن تلك البرامج تحقق أهداف الحلقة من خلال طرح القضايا ومناقشتها.

جدول رقم (20): يوضح مدى مشاركة الجمهور في البرامج

الفئات	التكرار	النسبة
--------	---------	--------

25%	6	مشاركة جمهور عام
29%	7	مشاركة سياسيين
46%	11	مشاركة الإعلاميين
100%	24	المجموع



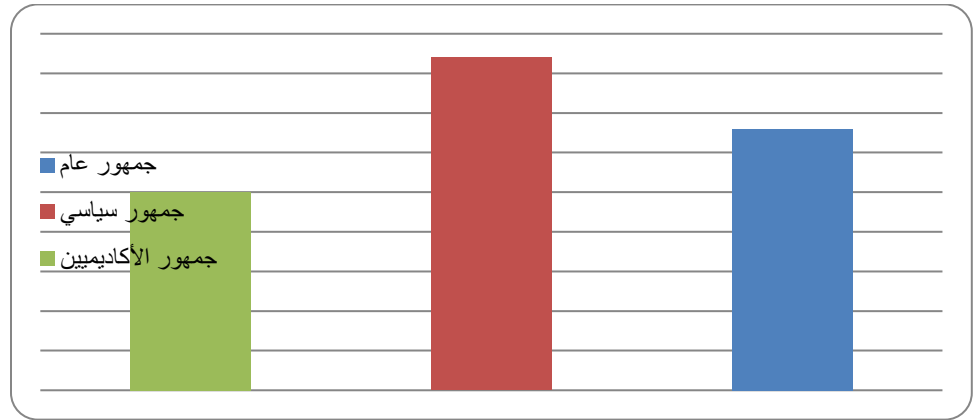
شكل رقم (16): يوضح مدى مشاركة الجمهور في البرامج

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن (46%) من المشاركة من قبل الإعلاميين، و (29%) من قبل السياسيين، و (25%) جمهور عام . وترى الباحثة أن المشاركة في المستوى الأكبر تكون للإعلاميين من داخل الاستوديو عبر التداخلات وتقديم الأسئلة، وتكون من قبل السياسيين من خلال أهداف واضحة للبرمجة، بينما نجد أن مشاركة الجمهور العام قليلة إلا من خلال الاستطلاعات في الشارع العام.

جدول رقم (21): يوضح توجيه الخطاب للجمهور

الفئات	التكرار	النسبة

33%	8	جمهور عام
42%	10	جمهور سياسي
25%	6	جمهور الأكاديميين
100%	24	المجموع



شكل رقم (17): توجيه الخطاب للجمهور

يتضح من الجدول والرسم البياني أعلاه أن الخطاب الإعلامي موجه لجمهور السياسيين بنسبة (42%)، وللجمهور العام بنسبة (33%)، وللأكاديميين بنسبة (25%). وترى الباحثة أن البرامج السياسية تجد قبول ومشاهدة السياسيين الذين يهتمون بتلك البرامج، وبالتالي فإن الجمهور هنا جمهور نوعي.

مستخلص البيانات الخاصة بمدى التعرض لمشاهدة التلفزيون

من البيانات السابقة الخاصة بمدى التعرض لمشاهدة التلفزيون نستخلص الآتي:

المبوهون لمتابعة البرامج.

أكد المبوهون من خلال الاستبيان والناتج أن البرامج السياسية تركز على التبعية والتحيز السياسي للنظام الحاكم والتنشئة السياسية ، وتلك النتيجة هي نتاج لطبيعة النظم الاعلامية في ظل النظم السياسية الحاكمة.

الناتج الخاصه بالدراسة التحليلية والميدانية

من خلال الدراسة المسيحية كشفت الدراسة أن التلفزيون السوداني يهتم بالبرامج السياسية بنسبة 20/

من خارطة البرامجية

كما أوضحت الدراسة أن نسبة المشاهدة بالتلفزيون القومي 46/ وأن النخبة السياسية هم أكثر تعرض مما يشير أن التوجه الفكري له أثر في المتابعة ومشاهدة البرامج

كما أكدت الدراسة أن التلفزيون يلعب دور في التنشئة السياسية وتمليك الحقائق والمعلومات اليومية الساخنة

احتلت نشرات الأخبار أعلى نسبة من المشاهدة تليها برامج الحوار السياسي ثم التقارير والتحليل السياسي.

بينت بعض النتائج أن البرامج السياسية لا تعرض كل الحقائق وتتناول القضايا التي تخدم أهداف النظام السياسي الحاكم بمعنى أن الإعلام موجهه يخدم اغراض الدولة

أكدت الدراسة أن التلفزيون وظف التقنية بصورة جيدة في الإعداد والإنتاج مما أسهم في زيادة التأثير والاقناع والمشاركة والتفاعل

السلبيات التي توصلت إليها الدراسة

أن البرامج السياسية للتخاطب المواطن بأسلوب تفكيره ومستواه. وأن هناك نمطية ورتابه في الطرح. ووانها تعتمد على العاطفه والانفعالية في المناقشة ولاتختار الشخصيات المتخصصة المناسبة بل هناك تكرار للوجوه في الحلقات



وأشارت الدراسة أن مقدمي البرامج تتقصهم الحرارة في الطرح والحضور الفكري ومقدرة توصيل الرسالة بلغة سهلة للمواطن العادي.

التوصيات

مراعاة الشفافية في طرح الموضوعات وإشراك كافة القوى السياسية لتعزيز المشاركة الشعبية
العمل على التحليل الموضوعي للقضايا بطرح جميع الآراء ونقدها بشك صادق بعيدا عن التعصب والتشدد للرأي
الواحد. والتأكيد على نشر روح الديمقراطية وإشاعة روح الحوار البناء
طرح القضايا التي تهم الجمهور بلغة بسيطة مع التدرج في تمليك الحقائق والمعلومات وإشراكهم في طرح آرائهم
ومقترحاتهم
تسليط الضوء على الاتجاهات المعاكسة ومحاولة إيجاد قنوات الحوار لتلاقح الرأي والرأي الآخر
الارتقاء بالرسالة الاعلامية من حيث الشكل والمضمون ولغة الخطاب والتأكد من فاعليتها في الجذب والتأثير
إقناع العالم من خلال الرسالة بعدالة قضايا الوطن وتماشيها مع المواثيق الدولية. والدبلوماسية الشعبية.

المراجع والمصادر.

- عزيزة عبده، الاعلام السياسي والرأي العام، 2004م ، ص5.
- محمد سيد ابراهيم، الاعلام التنموي والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية، 2003م، ص23.
- شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام، الأردن، الدار المصرية اللبنانية، 2004م، ص 28.
- كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، دمشق ، المكتب الاسلامي، 2004، ص 28.
- جيهان روشتي، الاعلام ونظرياته في العصرالحديث، دار الفكر العربي، 1971م، ص 23.
- محمد معوض، المدخل الى فنون الاعلام، القاهرة، دار الكتب، 2001م، ص25.
- ثروت بدري ، النظم السياسية ، دار النهضة ، 1989م، ص 14.
- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام ، القاهرة، عالم الكتب، ص 147.
- بسيوني حمادة، نفس المصدر، ص 15.
- سالم موسى بالحاج، الاعلام والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي ، القاهرة، دار الفكر العربي، 2003م، ص 29.
- ابراهيم احمد العقابوي وآخرون، تقييم البرامج الإخبارية بالتلفزيون، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، الإدارة العامة لبحوث المشاهدين، القاهرة ، يوليو 2001م.
- محمود عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 1978م، ص 41.
- فؤاد عبدالمنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر الاتصال، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2002م، ص16.
- عواطف عبدالرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ط، 2002م، ص 212.
- السيد أحمد مصطفى، الإعلام المتخصص - دراسة وتطبيق الشارقة، ط1، 2002م، ص 173.
- عبدالقادر حاتم، الرأي العام كيف يقاس وكيف يتكون، القاهرة، مكتبة الأنجلو، ط1، 1979م، ص 66-67.

- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام - دراسة ترتيب الأولويات، دار الفجر، القاهرة، 2004م، الإعلام السياسي والرأي العام، ص 73.
- السيد احمد مصطفى، الاعلام المتخصص، دراسة وتطبيق، مرجع سابق، ص 175.
- عاطف العدل، نهى عاطف العدل، الفضائيات - دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص 17.
- عزيزة عبده، الاعلام السياسي والرأي العام - دراسة في ترتيب الأولويات - مرجع سابق، ص 20.
- أحمد التكلوي، المدخل السوسولوجي للإعلام ، القاهرة، مكتبة نهضة الشروق، ط1، 1984م، ص 87.
- انور السباعي ، التخطيط الإعلامي السياسي، دمشق ، دار المعارف، 1971، ص 53.
- سالم عيسى بالحاج، الاعلام والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 18.
- جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه، السويس دار المعرفة، ط1، 2005م ، ص 218.
- خالد صلاح الدين، دور التلفزيون والصحافة في ترتيب الأولويات نحو القضايا العامة بمصر ، مرجع سابق ، ص 95-96.
- سالم عيسى بالحاج، الرأي العام والإعلام، دراسة في ترتيب أولويات المجتمع الليبي، مرجع سابق، ص 219.
- حامد عبدالماجد عويس، دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية، ط1، 2003م، ص 58.
- محمد عبدالحميد، نظريات التأثير، مرجع سابق، ص 53.
- ملفن دفلور ولانديبول، نظريات الإعلام ، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر، 1998م، ص 175.
- فضل الله عبدالله رابح، محرر بالقسم السياسي، مقابلة في إدارة البرامج، 2009/8/23م الساعة 12:00 ظهرا.
- ندى عثمان، معدة البرنامج، مقابلة بالتلفزيون، 2009/8/24م الساعة 2:00 ظهرا.
- دياب محمد الأمين، مقدم برنامج "بلا قيود"، مقابلة بالتلفزيون، يوم الثلاثاء 2009/9/5م الساعة 12:00 ظهرا.
- 1- عزيزة هبده، الاعلام السياسي والرأي العام، 2004م ، ص 5.
- 2- محمد سيد ابراهيم، الاعلام التتموي والتعددية الحزبية، دار الكتب العلمية، 2003م، ص 23.

- 3- شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات تشكيل اتجاهات الرأي العام، الأردن، الدار المصرية اللبنانية، 2004م، ص 28.
- 4- كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، دمشق، المكتب الاسلامي، 2004، ص 28.
- 5- جيهان روشني، الاعلام ونظرياته في العصرالحديث، دار الفكر العربي، 1971م، ص 23.
- 6- ثروت بدري، النظم السياسية، دار النهضة، 1989م، ص 14.
- 7- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص 244.
- 8- بسيوني حمادة، نفس المصدر، ص 15.
- 9- سالم موسى بالحاج، الاعلام والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي، القاهرة، دار الفكر العربي، 2003م، ص 29.
- 11- ابراهيم احمد العقابوي وآخرون، تقييم البرامج الإخبارية بالتلفزيون، اتحاد الإذاعة والتلفزيون، الإدارة العامة لبحوث المشاهدين، القاهرة، يوليو 2001م.
- 12- محمود عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، 1978م، ص 41.
- 13- عواطف عبدالرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ط، 2002م، ص 212.
- 14- السيد أحمد مصطفى، الإعلام المتخصص - دراسة وتطبيق الشارقة، ط1، 2002م، ص 173.
- 15- عبدالقادر حاتم، الرأي العام كيف يقاس وكيف يتكون، القاهرة، مكتبة الأنجلو، ط1، 1979م، ص 66-67.
- 16- عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام - دراسة ترتيب الأولويات، دار الفجر، القاهرة، 2004م، الإعلام السياسي والرأي العام، ص 73.
- 17- السيد احمد مصطفى، الاعلام المتخصص، دراسة وتطبيق، مرجع سابق، ص 175.
- 18- عاطف العدل، نهى عاطف العدل، الفضائيات - دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص 17.

- 19- عزيزة عبده، الاعلام السياسي والرأي العام - دراسة في ترتيب الأولويات - مرجع سابق، ص 20.
- 20- أحمد التكلوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام ، القاهرة، مكتبة نهضة الشروق، ط1، 1984م، ص 87.
- 21- انور السباعي ، التخطيط الإعلامي السياسي، دمشق ، دار المعارف، 1971، ص 53.
- 22- سالم عيسى بالحاج، الاعلام والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 18.
- 23- جمال مجاهد، الرأي العام وقياسه، السويس دار المعرفة، ط1، 2005م ، ص 218.
- 24- خالد صلاح الدين، دور التلفزيون والصحافة في ترتيب الأولويات نحو القضايا العامة بمصر ، مرجع سابق ، ص 95-96.
- 25- سالم عيسى بالحاج، الرأي العام والإعلام، دراسة في ترتيب أولويات المجتمع الليبي، مرجع سابق، ص 219.
- 26- حامد عبدالماجد عويس، دراسات في الرأي العام - مقارنة سياسية، ط1، 2003م، ص 58.
- 27- محمد عبدالحميد، نظريات التأثير، مرجع سابق، ص 53.
- 28- ملفن دفلور ولانديبول، نظريات الإعلام ، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر، 1998م، ص 175.
- 29- فضل الله عبدالله رابح، محرر بالقسم السياسي، مقابلة في إدارة البرامج، 23/8/2009م الساعة 12:00 ظهرا.
- 30- ندى عثمان، معدة البرنامج، مقابلة بالتلفزيون، 24/8/2009م الساعة 2:00 ظهرا.
- 31- دياب محمد الأمين، مقدم برنامج "بلا قيود"، مقابلة بالتلفزيون، يوم الثلاثاء 5/9/2009م الساعة 12:00 ظهرا.
- 32- اسامة على محمد، مدير إدارة البرامج السياسية، مقابلة بالتلفزيون، 30/8/2009م، الساعة 12:00 صباحا.