



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Dr. Anmar Ghafil Sayhood

Imam Al-Kadhim (peace be upon him) College, Babylon departments.

Keywords:

news broadcasts, television, political education

ARTICLE INFO

Article history:

Received 4 May 2024
Accepted 8 Jun 2024
Available online 1 Jul 2024



The Role of Television News Bulletins in Enhancing Political Socialization Among Viewers

ABSTRACT

The problem of the study is defined in the main question: What is the role of television news bulletins in enhancing political socialization among viewers? The research attempts to track the spread of television news bulletins and study their impact on political awareness. There are subsidiary questions as follows:

1. What is the actual role of television news bulletins in affecting viewers' political awareness?
2. What kind of knowledge and content do television news bulletins provide in the field of political socialization which viewers follow?
3. What are the factors that influence the increase in viewership of television news bulletins?

The study aims to achieve the following:

1. To identify the role of television news bulletins in the process of formulating and shaping awareness of individual and societal political issues.
2. To find out the most important materials and subjects that viewers are keen to watch and the nature of these materials and subjects contained in television news bulletins.
3. To reveal the extent of the role of television news bulletins in influencing values, behavior, standards, and political socialization among viewers.
4. The researcher used the survey methodology aimed at monitoring a phenomenon or a specific topic to understand its content. This method was followed to understand and uncover the role of television news bulletins in enhancing political socialization among viewers.

The researcher reached the most important results:

1. It was revealed that the government-owned Al-Iraqiya channel took the largest proportion of viewership, reaching a rate of (33.09%).
2. Television news bulletins contributed to increasing information and political culture among the study sample.
3. It was found that most of the study participants leaned to some extent towards the importance given by bulletins to these issues and topics.
4. Television news bulletins to some extent meet all the political interests of the researched according to the percentage demonstrated by the study, as (55.38%) of the researched went to the extent that they satisfy to some extent all their political interests.

دور النشرات الاخبارية التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين

م.د. انمار غافل صيهود/ كلية الامام الكاظم (ع) اقسام بابل

الخلاصة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس ما هو دور نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين، فإن البحث يحاول تتبع انتشار نشرات الأخبار التلفزيونية، ودراسة تأثيرها في الوعي السياسي، وهناك تساؤلات فرعية :

1. ما حقيقة الدور الذي تقوم به نشرات الأخبار التلفزيونية في التأثير على الوعي السياسي لدى المشاهدين؟
2. ما نوعية المعرفة والمضامين التي تقدمها نشرات الأخبار التلفزيونية في مجال التنشئة السياسية و التي يقبل على متابعتها المشاهدون؟
3. ما هي العوامل التي تؤثر في زيادة مشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية من قبل المشاهدين؟ وهدفت الدراسة إلى تحقيق الآتي:

1. التعرف على دور نشرات الأخبار التلفزيونية في عملية بلورة وتشكيل الوعي بقضايا الفرد والمجتمع السياسية.
2. معرفة أهم المواد والموضوعات التي يحرص المشاهدين على مشاهدتها ونوعية هذه المواد والموضوعات التي تحتويها نشرات الأخبار التلفزيونية.
3. الكشف عن مدى دور نشرات الأخبار التلفزيونية في التأثير بالقيم والسلوك والمعايير والتنشئة السياسية لدى المشاهدين.

واعتمد الباحث المنهج المسحي الذي يهدف إلى رصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونه، وقد اتبع هذا المنهج من اجل فهم وكشف دور نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين وتوصل الباحث إلى اهم النتائج :

1. تبين أن قناة العراقية الحكومية أخذت النسبة الأكبر في المشاهدة، إذ وصلت النسبة إلى (33.09%).
2. أسهمت نشرات الأخبار التلفزيونية بزيادة المعلومات والثقافة السياسية لدى عينة الدراسة.
3. تبين أن اغلب أفراد الدراسة ذهبوا إلى حد ما إلى أن النشرات تهتم بهذه القضايا والموضوعات.
4. أن نشرات الأخبار التلفزيونية تلبى إلى حد ما جميع الاهتمامات السياسية للمبشرين بحسب النسبة التي أظهرتها الدراسة، فقد ذهب (55.38%) من المبشرين إلى أنها تلبى إلى حد ما جميع الاهتمامات السياسية لديهم.

المقدمة :

أدى التطور التكنولوجي وظهور التقنيات الحديثة إلى احتدام المنافسة بين الوسائل الإعلامية عبر تكوين سمات تميز كل منها عن غيرها سواء في الشكل أو الأسلوب أو في المضمون لاجتذاب المتلقي والتأثير فيه, وبذلك أصبحت لكل وسيلة إعلامية صناعة إخبارية تميزها من غيرها وتحمل بصماتها. أما الأخبار فهي أداة للتواصل مع الأحداث، وبها تتكون الانطباعات، وتتشكل الاتجاهات، ويتم التأثير في الرأي العام المحلي والعربي والعالم، والانتشار الواسع للقنوات الفضائية زاد من أهمية الأخبار والاهتمام بإنتاج النشرات الإخبارية بأفضل أسلوب والحرص على اختيار أهم مواضيع الساعة التي تتضمنها النشرات الإخبارية.

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث: تتحدد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: ما هو دور نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين؟ إذ إن نشرات الأخبار تعد من الوسائل المؤثرة في تشكيل الوعي السياسي لدى المشاهدين والمتابعين، وقد دفع ذلك الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه هذه النشرات، وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها المادة المقدمة بهذه النشرات ومضامينها في أنماط تفكير وسلوك الجمهور المشاهد.

ومن هنا فالبحث يحاول تتبع انتشار نشرات الأخبار التلفزيونية، ودراسة تأثيرها في الوعي السياسي؛ بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على مشاهدة هذه النشرات، وبمعنى أدق التوصل إلى نتائج علمية وعملية عبر الدراسة الموضوعية، والميدانية لأهم إفرازات نشرات الأخبار التلفزيونية على علاقة المشاهدين والفعاليات السياسية المختلفة، وأنماط السلوك السياسي، وكيفية مواجهه الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك.

ويمكن توضيح مشكلة البحث بما أفرزه التساؤل الرئيس من تساؤلات فرعية على النحو التالي:

1. ما حقيقة الدور الذي تقوم به نشرات الأخبار التلفزيونية في التأثير بالوعي السياسي لدى المشاهدين؟
2. ما مقدار تعرض المشاهدين لنشرات الأخبار التلفزيونية؟
3. ما نوعية المعرفة والمضامين التي تقدمها نشرات الأخبار التلفزيونية في مجال التنشئة السياسية و التي يقبل على متابعتها المشاهدون؟

4. ما هي العوامل التي تؤثر في زيادة مشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية من قبل المشاهدين؟

ثانياً: أهمية البحث: ترجع أهمية البحث إلى أثر نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين، ومعرفة الدور التي تقوم به هذه النشرات الإخبارية في هذا المجال والمساهمة في إلقاء الضوء على أهمية المعلومة السياسية وكيف لها أن تزيد من الوعي السياسي لديهم، ومحاولة الخروج بمقترحات لتطوير هذا الدور بشكل أكثر فاعلية. وبناءً عليه تنطوي هذه الدراسة على أهمية خاصة؛ إذ يوجد العديد من المسوغات التي تضيف على هذه الدراسة أهمية خاصة على مستوى الفكر "العلمي" وأخرى على مستوى الواقع "العملي" ويتلخص أبرزها فيما يلي:

1- الأهمية العلمية (للاختصاص):

أ - تحليل الواقع الإعلامي ووسائله في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع ورصد الدور الذي تؤديه النشرات الإخبارية، في تشكيل التنشئة السياسية لدى المشاهدين.

ب - التعرف على مستوى معرفة النشرات الإخبارية بالقضايا السياسية، ومدى اهتمامها بما يخص هذه القضايا داخلياً، وخارجياً.

ج- الكشف عن محتويات التنشئة السياسية لدى الشباب الجامعي، وكذا رصد وتشخيص توجهاتهم نحو "نشرات الأخبار التلفزيونية" والوصول إلي درجة الالتزام بالمصلحة العامة وكذلك درجة التمحور عن المصلحة الخاصة.

2- الأهمية (للمجتمع):

أ - التأكيد على أهمية الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي لنشرات الأخبار التلفزيونية من أجل إمكانية الوصول إلى سياسة إعلامية هادفة تعمل على تنشئة الفرد والمجتمع سياسياً، وتعمل على صقل وعيه تجاه قضاياها السياسية الأساسية.

ب- تأتي أهمية هذه الدراسة تماثياً مع حاجة المجتمع والقنوات الفضائية لمثل هذه النوعية من الدراسات التي تسهم بمعالجة القضايا التي تطور نشرات الأخبار التلفزيونية.

ج- تأتي أهمية الدراسة للكشف عن الدور الذي تؤديه نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز القيم والاتجاهات والتنشئة السياسية، مما يساعد القائمين على وضع السياسات، أو الأخذ بعين الحسبان نتائج الدراسة.

ثالثاً: أهداف البحث: هدفت الدراسة إلى تحقيق الآتي:

1. التعرف على دور نشرات الأخبار التلفزيونية في عملية بلورة وتشكيل الوعي بقضايا الفرد والمجتمع السياسية.

2. محاولة الكشف عن أشكال الوعي السياسي، ومدى تعرض المشاهدين للنشرات الإخبارية، وعلاقتها
تنشئتهم نحو القضايا السياسية.

3. رصد أولويات القضايا الهامة المختزنة في الذهنية الفردية، والجماعية لدى المشاهدين، ومدى حيوية تلك
القضايا.

4. معرفة أهم المواد والموضوعات التي يحرص المشاهدون على مشاهدتها ونوعية هذه المواد والموضوعات
التي تحتويها نشرات الأخبار التلفزيونية.

5. الكشف عن مدى دور نشرات الأخبار التلفزيونية في التأثير بالقيم والسلوك والمعايير والتنشئة السياسية
لدى المشاهدين.

رابعاً: منهج البحث ونوعه: بالنسبة لمنهج البحث والدراسة، فإن طبيعة موضوع البحث تفرض علينا نوعية
المناهج من أجل الوصول وكشف الحقيقة، فالبحث ينقسم إلى جانب نظري وعملي، لذا اعتمد الباحث على:
- **المنهج الوصفي:** الذي يهدف إلى رصد ظاهرة أو موضوع محدد بهدف فهم مضمونه، وقد اتبع هذا المنهج
من أجل فهم وكشف دور نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين، بجمع
المعلومات والبيانات عن هذه الدراسة.

خامساً: حدود البحث ومجالاته: ويتعلق بمعرفة مكان وزمان إجراء البحث ومعرفة مجتمع البحث الذي وزع
عليه الاستمارة.

أ- **المجال المكاني:** أجريت الدراسة الميدانية على الجامعات، وبلغ عدد المبحوثين فيه 130 مبحوثاً .

ب- **المجال الزمني:** يمتد المجال الزمني للدراسة للموسم الدراسي 2023/2022، إذ تم توزيع الاستمارة في
المدة الممتدة من 2022 / 12/15 إلى 2023 / 1 / 10 .

ت- **المجال البشري:** ونعني به مجتمع الدراسة، فقد تم إجراء مسح شامل لمجتمع الدراسة، يعرف المسح
الشامل على أنه طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن جميع عناصر أو مفردات مجتمع الدراسة بأساليب
مختلفة، بحيث يتمثل مجتمع البحث بالطلبة ، وقد تم اختيار جميع المراحل الدراسية في قسم الإعلام.

ويرجع سبب اختيار هذه الفئة إلى أنهم:

• أكثر دراية بالمواضيع الإعلامية ولديهم نظرة أكثر عمقا في معرفة موضوع البحث الذي يتعلق بنشرات الأخبار التلفزيونية.

• سهولة التنقل بين المبحثين في هذا القسم وفي الوقت نفسه سهولة الحصول على إجابات، فقد بلغ عدد الطلبة الذين وزعت عليهم الاستمارة 130 مفردة.

سادسا: مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث في الدراسة الميدانية في جمهور النشرات الإخبارية التلفزيونية بواسطة عينة من المشاهدين والمتابعين للنشرات الإخبارية، ويندرج هذا البحث في إطار بحوث العينات؛ لأن مجتمع الدراسة واسع وكبير، كما إن البحث تحكمه عوامل مادية وطاقت بشرية، ومدة زمنية للانتهاء من الدراسة.

وقد اعتمدت الدراسة الميدانية على العينة القصدية، وهي " العينة التي تختار عن عمد ما يتناسب مع تحقيق هدف بحثي معين، إذ يقوم الباحث باختيار مفردات العينة (المبحثين) في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم، ويستبعد أولئك الذين لا تتوافر فيهم هذه السمات وتم اختيار طلبة قسم الإعلام في كلية الإمام الكاظم (ع) بصفتهم شريحة مهمة في العمل الإعلامي والسياسي، وذات مستوى ثقافي يسمح لها بالتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، وتتميز مفردات العينة بالتجانس من حيث المرحلة العمرية، درجة التعليم ومكان الدراسة.

ويرى بعض المختصين في المنهجية انه في حالة تجانس مجتمع البحث فإن كبر حجم العينة ليس له فائدة، فإذا كانت درجة التجانس كبيرة بين وحدات المجتمع أمكننا الاكتفاء بعينة صغيرة الحجم أما إذا كان التباين كبيرا فمن الواجب أن يكون حجم العينة كبيرا وذلك للتقليل من الخطأ الصدفة لذلك قدر أفراد عينتنا بـ130 مفردة، وقد روعي أن تمثل العينة كل مراحل القسم، وقد تم توزيع عينه الدراسة الميدانية توزيعاً نسبياً بين طلاب وطالبات قسم الإعلام - الدوام الصباحي بحسب نسبة وجودها في المجتمع الأصلي، أي إن تمثيل كل فئة في العينة بنفس نسبة تواجدتها في المجتمع الأصلي.

سابعاً: الأدوات العملية: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على (أداة استمارة الاستبيان) التي وجهت إلى طلبة قسم الإعلام في كلية الإمام الكاظم(ع) ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل بها إلى حقائق يهدف إليها البحث، وذلك بغية التعرف على دور نشرة الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية.

ثامناً: تعريف المصطلحات:

- 1- الدور: يعرف الدور بأنه ((مجموعة القيم والمعايير التي تحدد السلوك المنتظر من شخص معين استناداً الى سماته الشخصية)) (المعاينة، 2010، صفحة 188).
- 2- التنشئة السياسية: هي الوسيلة التي يصبح الفرد عبرها واعياً ومدركاً للمبادئ والأهداف السياسية التي يؤمن بها النظام السياسي والاجتماعي في المجتمع، وان انحراف الأفراد عن مبادئ الوعي السياسي يرجع إلى السلبيات والعثرات التي واجهتهم في مراحل تنشئتهم السياسية، ومن ثم لا يمكن الاعتماد عليهم في تثبيت أسس النسق السياسي للمجتمع وتحقيق أهدافه وطموحاته. (الحسن، 1999، صفحة 121).
- 3- النشرات الاخبارية: هي مجموعة من القصص تتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة سواء أكانت محلية أم عالمية، يتم ترتيبها على وفق نسق معين (النور، 2016، صفحة 291).

تاسعاً: الدراسات السابقة:

1. دراسة مجيد: (مجيد، 2011)
وهي دراسة تحليلية وصفية أجريت على البرامج السياسية في قناتي شعب كردستان (GK) وشبكة الأخبار الكردية (KNN) الفضائيتين ، فضلاً عن عينة من الجمهور في إقليم كردستان العراق لمعرفة دور التلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور الكردي، فقد سعت الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف أهمها:
أ- التأكد من تناول وتحليل القضايا والموضوعات السياسية التي تسهم في تشكيل الوعي السياسي وتنمية قدراته من البرامج السياسية التي تبثها الفضائيات الكردية.
ب: الكشف عن نوعية المعلومات والأفكار التي قدمتها تلك البرامج ودورها في تشكيل الوعي السياسي لجمهور إقليم كردستان وتنميته.
وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1. ان أغلبية الجمهور الكردي يشاهدون البرامج السياسية عبر الفضائيات الكردية.
 2. ان هدف الباحثين من مشاهدة البرامج السياسية هو الحصول على المعلومات والمعارف السياسية.
- 2- دراسة ثامر: (ثامر، 2008)

سعت الدراسة إلى معرفة أثر الصحافة في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعة، إذ أجريت الدراسة على عينة من طلبة جامعة بغداد، واعتمدت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل البيانات، ومن أهم الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها هي:

- أ- معرفة ما إذا استطاعت الصحافة العراقية تأدية وظائفها في التوعية السياسية.
- ب- الكشف عن مدى اهتمام الطلبة بما تنشره الصحافة العراقية من موضوعات تؤثر في تشكيل اتجاهاتهم السياسية.
- ج- التعرف على ما إذا كان هناك فروق معنوية في إجابات الطلبة على وفق 1- النوع، 2- العمر، 3- الاختصاص، 4- المرحلة، بشأن فقرات المقياس.
- د- الكشف عن شدة توافق الطلبة مع بعض الاتجاهات السياسية التي أكدتها الصحافة العراقية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

1. أكد اغلب المبحوثين أن للصحافة دورًا في تشكيل اتجاهاتهم السياسية.
 2. أشارت النتائج إلى اتفاق المبحوثين بشكل جزئي على أن الصحافة العراقية تساعد في تنمية الثقافة السياسية.
 3. تشير البيانات إلى أن أغلب أفراد العينة يتفقون تمامًا مع الاتجاهات السياسية (الخاضعة للدراسة) التي أكدتها الصحافة العراقية.
- 3- دراسة احمد: (احمد، 2011)

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي باختيار عينة من الجمهور في إقليم كردستان العراق بلغت (450) مفردة، لمعرفة أثر وسائل الإعلام الكردية في تفعيل المشاركة السياسية في الإقليم، وسعت الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف هي:

- أ- معرفة عادات الجمهور الكردي في التعرض لوسائل الإعلام الكردية.
- ب- معرفة دور وسائل الإعلام الكردية في تفعيل المشاركة السياسية للجمهور الكردي في إقليم كردستان العراق.

ج- معرفة دور وسائل الإعلام الكردية في اجتياز المجتمع التقليدي الكردي إلى التحضر والتحديث.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أ- ان لوسائل الإعلام الكردية دورًا في تفعيل المشاركة السياسية في إقليم كردستان العراق.
- ب- ان لوسائل الإعلام دورًا في زيادة الاهتمام السياسي للجمهور وترتيب أولوياته.
- ج- ان الزيادة في معدل المشاركة السياسية يزيد من تأثير المشاركين سياسيًا في أجندة وسائل الإعلام.

أولاً: النشرات الاخبارية: تضم النشرة الإخبارية مجموعة من الأخبار وهي معلومات بشأن أحداث معينة تم اختيارها بعناية من القائمين على إعداد هذه النشرة حتى يسهم تقديمها في تحقيق هدف الوسيلة من النشرة، وتتضمن الأخبار المحلية التي تتعلق بأهم نشاطات الحكومة والجماهير والأحداث الجارية وفي مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والفنية وغيرها ومن ابرز ما تتناوله النشرات في هذه المجالات مثل الانتخابات البلدية وأخبار الاوبئة والأمراض وزيارات المسؤولين وتضم أيضا الأخبار العربية والعالمية التي تربط المشاهد أو المستمع في محيطه العربي أو العالمي وتضعه مراقبًا او لا بأول على جميع مجريات الأمور والأحداث من حوله فهي تتضمن كل ما يتعلق بالمجتمعات الأخرى والمصالح البشرية من جرائم الفساد والرشوة والحوادث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والبراكين وأخبار الرياضة والاحتفالات (المحنة، 1988، صفحة 258).

ونتيجة حاجة الجمهور إلى التعرف على ما يجري من أحداث وأخبار تمس حياته اليومية جعلت من التلفزيون وعبر نشرات الأخبار الوسيلة الرئيسة للأخبار في اغلب دول العالم. (فلحي، 1998، صفحة 67)، ومن ثم أصبح من واجب هذه القنوات مواكبة الأحداث الجارية الأمر الذي يدفع الجمهور إلى متابعة هذه القنوات التي تعلمه بموقع الحدث وزمانه فور وقوعه (الهيئي، 2008، صفحة 72).

والنشرات الإخبارية هي تتضمن مفردات إخبارية كثرة منها الأخبار والتقارير الإخبارية الموجزة والمقابلات داخل وخارج الاستوديو والنقل المباشر والأخبار العاجلة وغيرها , تقدم في مراحل زمنية محددة ومعروفة لدى أغلبية الجمهور ولمرات عدة في اليوم الواحد فهي تتيح لجمهور المشاهدين الاطلاع ومتابعه كل الأحداث والأخبار اليومية وهي على أنواع عدة منها(العامة، الخاصة بفئات معينة، المحلية، الاقتصادية ونشرات الأحوال الجوية وغيرها) (شليبي، 1987، صفحة 126).

ويطلق على النشرات الإخبارية التلفزيونية في بعض الأحيان مصطلح (العروض الإخبارية) نظرا لاعتمادها بشكل كبير على الصورة والمرئيات وأشكال التقديم الأخرى التي تجعلها نوعا من أنواع الاستعراض (shows) للمشاهدين. (الحسن، 2017، صفحة 2012).

ونشرات الأخبار هي ابرز أشكال الإنتاج الإخباري التلفزيوني التي يمكن أن تعرف بأنها (وحدة أو قالب تلفزيوني تقدم بها احداث القصص الإخبارية سواء كانت مصورة أو غير مصورة بترتيب معنى في وحدة زمنية محددة) ومن هذا التعريف يمكن القول إن نشرة الأخبار محكمة بعدة حسابات وقواعد يقوم عليها بناؤها الخاص الذي يحدد شكلها وسماتها (مجدالدين، 2005، الصفحات 47-50)

ثانيًا: التلفزيون والتأثير السياسي : ان للتلفزيون دورًا كبيرًا في التوجيه السياسي للأفراد، وذلك لقدرته على التحكم في الخيال وتوجيه القيم والسلوكيات، وهي مسألة أكدها كثير من علماء النفس والاجتماع والإعلام والسياسة، وقد أثبت الكثير من البحوث الميدانية تحكم التلفزيون في نمط الثقافة السياسية السائدة في كثير من المجتمعات، إذ أصبحت المحطات التلفزيونية اليوم الطرف الرئيس في التأثير في توجهات الشباب السياسية بحكم ما تمتلكه من تقنيات متطورة وجاذبية مؤثرة جدًا. (وناس، 2000، الصفحات 9-10).

ثالثًا : النشرات الاخبارية والتنشئة السياسية: ان التنشئة السياسية هي عملية تزويد الأفراد بالقيم والمبادئ والمعايير والاتجاهات والآراء السياسية بطريقة مكتسبة كالتعليم والتلقين، أو بطريقة مفروضة كغرس القيم والآراء والاتجاهات والممارسات الجديدة التي تحتمها ظروف المجتمع وواقعه وسياسته، لذا تختلف التنشئة السياسية من مجتمع إلى آخر باختلاف الظروف والأحوال والسياسات. (الحسن، موسوعة علم الاجتماع، 1999، صفحة 121).

وتعد التنشئة السياسية شرطًا ضروريًا لنشاط الفرد وفاعليته في مجال العمل السياسي داخل المجتمع، وذلك لان خبرات التنشئة السياسية التي يكتسبها المواطن هي التي تحدد تصرفاته وأفعاله وردود هذه الأفعال في مجال العمل السياسي في ما يتصل بالسلوك السياسي أو عدم الاهتمام السياسي بالتأكيد أو الرفض للنظام السياسي القائم (جمعة، 1984، صفحة 82).

ويعد تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية معينة هو احد نتائج الاعتماد على وسائل الاعلام والتي هي احد اشكال التأثيرات المعرفية، إذ تمدنا وسائل الاعلام بتدفق لا نهائي عن الاحداث والموضوعات والأشخاص مما يساعد الجماهير على تكوين اتجاهات نحو تلك الأشياء من العمليات الانتقائية التي يقوم بها الافراد (علوان، 2015، صفحة 287).

إن التلفزيون بكونه أهم وسائل الإعلام لديه القدرة على التأثير في التكوين المعرفي للأفراد، لكن هذا التأثير لا يحدث بسرعة فائقة، وإنما من التعرض المستمر للتلفزيون واعتماده مصدرًا موثوقًا للمعلومات السياسية، ويتيح هذا الاعتماد للتلفزيون توجيه الأفراد بحسب الاتجاه الذي يرغب به القائم بالاتصال، بما يغير من أسلوب ونمط وطريقة تفكير الفرد وقناعاته المكتسبة (الحكيم، 2011، صفحة 35).

الإطار العملي للبحث

اتجاهات الطلبة نحو نشرات الأخبار التلفزيونية:

يتناول الباحث في هذا المبحث اتجاهات طلبية قسم الإعلام في كلية الإمام الكاظم(ع)/ نحو نشرات الأخبار التلفزيونية ومعرفة إذا ما كانت عينة الدراسة تشاهد هذه النشرات أم لا، فضلا عن معرفة المواضيع السياسية التي يفضل أفراد العينة وجودها في هذه النشرات، وكذلك مدى اعتقاد هؤلاء الطلبة بأهمية دور النشرات الإخبارية التلفزيونية في زيادة وعيهم السياسي والجداول التالية توضح ذلك:

أ- مجتمع الدراسة وخصائص عينة الدراسة

جدول رقم (1): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	83	63.84
أنثى	47	36.15
المجموع	130	%100

يتضح من الجدول السابق ان أفراد عينة الدراسة من الذكور أكثر من الإناث إذ شكلوا ما نسبته (63.84%) في حين شكلت نسبة الإناث (36.15%) من أفراد عينة الدراسة، وذلك يعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية.

جدول رقم (2): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المرحلة الدراسية

المرحلة	التكرار	النسبة المئوية
الأولى	54	41.53
الثانية	18	13.84
الثالثة	20	15.38
الرابعة	38	29.23
المجموع	130	%100

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المرحلة الدراسية ؛ فقد بلغت النسبة المئوية لطلاب المرحلة الأولى (41.53%) في حين كانت النسبة المئوية للطلاب المرحلة الثانية (13.84%) ونسبة المرحلة الثالثة (15.38%) وبلغت نسبة من هم في المرحلة الرابعة (29.23%)، وتلك المؤشرات تدل على انه تم مراعاة المراحل كافة في مجتمع الدراسة.

جدول رقم (3): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الحالة الاجتماعية

البند	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	110	84.61
متزوج	20	15.38
المجموع	130	%100

يتضح من الجدول السابق أن أكثر الأفراد من عينة الدراسة هم من فئة (اعزب) ؛ فقد شكلوا ما نسبته (84.61%) في حين شكلت نسبة عينة المتزوجين (15.38%) من أفراد عينة الدراسة، ونلاحظ هنا أن نسب العزاب تمثل أعلى نسبة وهذا يتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي.

جدول (4) رقم

يبين حجم تعرض أفراد عينة الدراسة لنشرات الأخبار

الوقت	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	104	80
1-2 ساعة	23	17.69
2-3 ساعة	0	0
3 ساعات فما فوق	3	2.30
المجموع	130	%100

يبين الجدول رقم (4) أن الذين يمنحون أنفسهم اقل من ساعة لمشاهدة النشرات الإخبارية هم أكثر عينة الدراسة بنسبة (80%)، بينما الذين يشاهدونها من 1-2 ساعة بنسبة (17.69%)، والذين يشاهدونها من 3 ساعات فما فوق هم بنسبة (2.30%)، أما من يشاهدها من 2-3 ساعات فكانت النسبة (0%) من عينة الدراسة.

جدول رقم (5)

القنوات المفضلة لمشاهدة نشرات الأخبار التلفزيونية

النسبة المنوية	التكرار	القناة
33.09	93	العراقية
13.52	38	السومرية
16.73	46	الشرقية
10.67	30	الفرات
4.98	14	العهد
4.27	12	دجلة
3.91	11	هنا بغداد
3.20	9	الاتجاه
3.20	9	آفاق
2.84	8	NRT
1.06	3	البغدادية
0.71	2	الرشيد
0.71	2	المسار
0.71	2	بلادي
0.35	1	التغيير
0.35	1	النجباء
0.35	1	التغيير
%100	281	المجموع

الجدول رقم (5) يبين أن القنوات الفضائية العراقية المفضلة لمشاهدة النشرات الإخبارية بها بالنسبة لعينة الدراسة هي قناة العراقية بنسبة (33.09%)، تليها قناة الشرقية بنسبة (16.73%)، تليها قناة السومرية بنسبة (13.52%)، بعدها قناة الفرات بنسبة (10.67%)، ثم قناة العهد بنسبة (4.98%)، وقناة دجلة بنسبة (4.27%)، ثم قناة هنا بغداد بنسبة (3.91%)، ثم جاءت قناتي الاتجاه وآفاق بنفس النسبة (3.20%)، ثم

المجلد: 16 العدد: 3 الجزء: 2 في (2024 /7/1) Lark Journal
 وقائع المؤتمر العلمي الثامن لكلية الآداب – جامعة واسط، بالتعاون مع مجلة لارك تحت شعار (المسارات المعرفية للعلوم الانسانية والاجتماعية
 الواقع وآفاق الريادة، المنعقد بتاريخ (2024/4/23)
 NRT بنسبة (2.84%)، ثم قناة البغدادية بنسبة (1.06%)، كما اشتركت قنوات بلادي والرشيدي والمسار بنفس
 النسبة (0.71%)، وأخيرا جاءت قنوات النجباء والتغيير بنسبة (0.35%) لكل منهما.

جدول رقم (6)

دور النشرات الإخبارية في تنمية المعلومات في المجال السياسي

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نعم	75	57.69
إلى حد ما	45	34.61
كلا	10	7.69
المجموع	130	%100

جدول رقم (6) أن (57.69%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن نشرات الأخبار التلفزيونية تساعد في تنمية معلوماتهم في المجال السياسي، بينما (34.61%) يرون إلى حد ما أن هذه النشرات تساعد في تنمية معلوماته في المجال السياسي، في حين أن (7.69%) من أفراد العينة لا يرون أنها تساعد على ذلك.

جدول رقم (7)

دوافع مشاهدة نشرات الأخبار التلفزيونية

الدافع	التكرار	النسبة المئوية
زيادة معلوماتي وثقافتي السياسية	90	24.19
لكوني متخصص في مجال الإعلام	67	18.01
معرفة الأحداث المحلية والعربية والعالمية	65	17.47
تعرفني بالشخصيات السياسية المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي	62	16.66
تناولها للموضوعات والقضايا الوطنية	58	15.59

8.06	30	مضمونها يتناسب مع اهتماماتي
%100	372	المجموع

الجدول رقم (7) يبين أن دوافع مشاهدة نشرات الأخبار التلفزيونية تنوعت بين أفراد عينة الدراسة، فلقد احتلت زيادة المعلومات والثقافة السياسية المرتبة الأولى بنسبة (24.19%)، بينما احتل دافع التخصص في مجال الإعلام في المرتبة الثانية بنسبة (18.01%)، في حين ذهب (17.47%) من أفراد العينة إلى مشاهدتها لمعرفة الأحداث المحلية والعربية والعالمية، ونسبة (16.66%)؛ لأنها تعرفهم بالشخصيات السياسية المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي، ونسبة (15.59%) بسبب تناولها للموضوعات والقضايا الوطنية، وذهب (8.06%) من أفراد العينة إلى أنها دوافع مشاهدتهم لنشرات الأخبار التلفزيونية بسبب أن مضمونها يتناسب مع اهتماماتهم.

جدول رقم (8)

مدى اهتمام النشرات الإخبارية بالقضايا والموضوعات السياسية

النسبة المنوية	التكرار	البيان
34.61	45	نعم
51.53	67	إلى حد ما
13.84	18	كلا
%100	130	المجموع

يبين الجدول رقم (8) أن نسبة (34.61%) من أفراد العينة يعتقدون أن نشرات الأخبار التلفزيونية تهتم بالقضايا والموضوعات السياسية بالقدر الكافي، بينما (51.53%) من أفراد العينة يوافقون إلى حد ما على أن نشرات الأخبار تهتم بالقضايا والموضوعات السياسية بالقدر الكافي، في حين أن (13.84%) لا يرون أنها تساعد على ذلك.

جدول رقم (9)

مدى تلبية نشرات الأخبار لجميع الاهتمامات السياسية

النسبة المئوية	التكرار	البيان
20%	26	نعم
55.38	72	إلى حد ما
24.61	32	كلا
100%	130	المجموع

يبين الجدول رقم (9) أن (20%) من أفراد العينة يرون أن النشرات الإخبارية التلفزيونية تلبية جميع اهتماماتهم السياسية وتقدم لهم كل ما يحتاجونه من معلومات سياسية، في حين أن (55.38%) يوافقون إلى حد ما على أن النشرات الإخبارية التلفزيونية تلبية جميع اهتماماتهم السياسية، بينما (24.61%) لا يرون أنها تلبية جميع اهتماماتهم السياسية.

جدول رقم (10)

مدى التزام النشرات الإخبارية بالحيادية في التغطية

النسبة المئوية	التكرار	البيان
12.30	16	نعم
39.23	51	إلى حد ما
48.46	63	كلا
100%	130	المجموع

الجدول رقم (10) يبين أن نسبة (11.53%) من أفراد العينة يرون أن النشرات الإخبارية تلتزم بالحيادية في تغطيتها، بينما (38.46%) يعتقدون إلى حد ما أن النشرات الإخبارية تلتزم بالحياد في تغطيتها، بينما (48.46%) لا يرون أن النشرات الإخبارية تلتزم بالحيادية في تغطيتها للموضوعات السياسية.

جدول رقم (11)

العوامل التي تؤثر في زيادة مشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية

العامل	التكرار	النسبة المئوية
زيادة الاهتمام بمضمون النشرات الإخبارية	56	19.24
زيادة خبرة وكفاءة العاملين على تقديم النشرات الإخبارية	55	18.90
زيادة الاهتمام بأسلوب تقديم النشرات	65	22.33
الاهتمام أكثر بالقضايا التي تشكل المعرفة السياسية	45	15.46
مناقشة هموم ومشاكل العملية السياسية والعمل على حلها	70	24.05
المجموع	291	%100

يبين الجدول رقم (11) أن نسبة (24.05%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن عامل مناقشة هموم ومشاكل العملية السياسية والعمل على حلها تؤثر في مشاهدة النشرات الإخبارية، بينما (22.33%) يفضل عامل زيادة الاهتمام بأسلوب تقديم النشرات، بينما (19.24%) يفضلون زيادة الاهتمام بمضمون النشرات الإخبارية، ونسبة (18.90%) يفضل زيادة خبرة وكفاءة العاملين على تقديم النشرات الإخبارية، بينما (15.46%) ذهبوا إلى أن الاهتمام أكثر بالقضايا التي تشكل المعرفة السياسية.

النتائج :

1. بعد تحليل النتائج الخاصة بالدراسة لعينة تتكون من (130) مفردة وجد الباحث أن اغلب أفراد العينة هم من الذكور.
2. يتضح من نسبة تعرض الطلاب لنشرات الأخبار التلفزيونية قصر الوقت الذي يتعرض فيه أفراد العينة لهذه النشرات بشكل يومي، إذ وصلت نسبة الذين يتعرضون لهذه النشرات بأقل من ساعة يوميا 80%.
3. ومن حيث القنوات العراقية التي يفضلها أفراد عينة الدراسة لمشاهدة نشرات الأخبار التلفزيونية، تبين أن قناة العراقية الحكومية أخذت النسبة الأكبر في المشاهدة، حيث وصلت النسبة إلى (33.09%).
4. يتضح مدى تأثيرها في هذا المجال، فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون في نشرات الأخبار التلفزيونية أنها تساعد على تنمية معلوماتهم في المجال السياسي (57.69%).

5. أسهمت نشرات الأخبار التلفزيونية في زيادة المعلومات والثقافة السياسية لدى عينة الدراسة.
6. فيما يخص مدى اهتمام النشرات الإخبارية بالقضايا والموضوعات السياسية، تبين أن اغلب أفراد الدراسة ذهبوا إلى حد ما إلى أن النشرات تهتم بهذه القضايا والموضوعات.
7. أن نشرات الأخبار التلفزيونية تلبي إلى حد ما جميع الاهتمامات السياسية للمبحوثين بحسب النسبة التي أظهرتها الدراسة، فقد ذهب (55.38%) من المبحوثين إلى أنها تلبي إلى حد ما جميع الاهتمامات السياسية لديهم.
8. تبين ان اعتقادا شائعا بعدم التزامها بمبدأ الحيادية في تغطيتها، حيث بلغت النسبة الأكبر من المبحوثين الذين لا يرون التزام نشرات الأخبار بالحيادية في تغطية الموضوعات السياسية.
9. بينت الدراسة أن التطرق إلى مناقشة هموم ومشاكل العملية السياسية والعمل على حلها من أكثر العوامل التي تؤثر في زيادة مشاهدة النشرات الإخبارية التلفزيونية.

التوصيات :

رجوعا إلى نتائج الدراسة الميدانية التي ارتكزت على دور نشرات الأخبار التلفزيونية في تعزيز التنشئة السياسية لدى المشاهدين وبناء على ما تبين للباحث من النتائج التي توصل إليها في دراسته، هذه أهم التوصيات التي يقدمها على أمل الاستفادة منها في تدعيم دور نشرات الأخبار التلفزيونية لتعزيز التنشئة السياسية.

وتتمثل التوصيات فيما يلي:

1. التوصية للقائمين على نشرات الأخبار التلفزيونية على زيادة حرصهم واهتمامهم بالموضوعات السياسية وخاصة التي تؤدي إلى تنمية وتعزيز التنشئة السياسية لدى الأفراد.
2. دعوة القنوات الفضائية على تعزيز التنشئة السياسية لدى الجمهور من الندوات الخاصة والبرامج التفاعلية .
3. أن تتناول نشرات الأخبار التلفزيونية الموضوعات السياسية بكل عمق وجرأة وتحليل لمعرفة أبعاد القضايا المطروحة وتداعياتها.
4. ضرورة تغيير في أسلوب تقديم نشرات الأخبار التلفزيونية وموادها ، وتبني القنوات الفضائية نشرات هادفة تتناغم مع اهتمامات وميول المشاهدين السياسية.

المراجع :

- 1- خالد مجدالدين. (2005). صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية - دليل إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية. القاهرة: دار الأمين.
- 2- إحسان محمد الحسن. (1999). موسوعة علم الاجتماع. بيروت: الدار العربية للموسوعات.
- 3- إسراء عبد النور. (2016). صناعة الخبر الإذاعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 4- المنصف وناس. (2000). التلغزة وتحديات التنشئة الاجتماعية. مجلة الإذاعات العربية، الصفحات 9-10.
- 5- خليل عبد الرحمن المعاينة. (2010). علم النفس الاجتماعي (المجلد 3). عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.
- 6- سعد إبراهيم جمعة. (1984). الشباب والمشاركة السياسية. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 7- عبد الدائم عمر الحسن. (2017). إنتاج البرامج التلفزيونية. عمان: الدار العالمية.
- 8- علياء قاسم ثامر. (2008). دور الصحافة العراقية في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة جامعة بغداد. بغداد : جامعة بغداد – كلية الإعلام.
- 9- فلاح كاظم المحنة. (1988). البرامج الإذاعية والتلفزيونية. بغداد: دار الحكمة.
- 10- فؤاد علي احمد. (2011). دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية في إقليم كردستان العراق. السليمانية : جامعة السليمانية – كلية العلوم الإنسانية – قسم الإعلام.
- 11- فواز منصور الحكيم. (2011). سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 12- كرم شلبي. (1987). فن الكتابة للراديو والتلفزيون. جدة: دار الشروق.
- 13- محمد جاسم فلحي. (1998). الوظيفة السياسية للتلفزيون. بغداد: جامعة بغداد-كلية الآداب- قسم الإعلام.
- 14- محمد حسين علوان. (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية العراقية "2014" دراسة ميدانية. لارك للفلسفة [DOI: https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss18.700](https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss18.700) واللسانيات والعلوم الاجتماعية، صفحة 287.
- 15- همين مجيد. (2011). البرامج السياسية في القنوات الفضائية الكردية ودورها في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الكردي. جامعة السليمانية – كلية العلوم الإنسانية – قسم الإعلام.
- 16- هيثم هادي الهيتي. (2008). الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

1. Khaled Majdaldin. (2005). The Industry of News in the Digital Age - A Guide to Producing Television News Bulletins. Cairo: Dar Al-Amin.
2. Ihsan Muhammad Al-Hassan. (1999). Encyclopedia of Sociology. Beirut: Arab Encyclopedia House.
3. Esraa Abdel Noor. (2016). The Industry of Radio News Production. Amman: Osama Publishing and Distribution House.
4. Al-Moncef Wannas. (2000). Television and The Challenges of Social Upbringing. Arab Broadcasting Journal, pages 9-10.
5. Khalil Abdel Rahman Al-Mu'aytah. (2010). Social Psychology (Volume 3). Amman: Dar Al-Fikr Publishers and Distributors.
6. Saad Ibrahim Gomaa. (1984). Youth and Political Participation. Cairo: Dar Al-Thaqafa for Publishing and Distribution.
7. Abdel Daim Omar Hassan. (2017). Television Program Production. Amman: The International House.
8. Alia Qasim Thamer. (2008). The Role of Iraqi Journalism in Shaping the Political Attitudes of University of Baghdad Students. Baghdad: University of Baghdad - College of Media.
9. Falah Kazim Al-Muhanna. (1988). Radio and Television Programs. Baghdad: Dar Al-Hikma.
10. Fouad Ali Ahmad. (2011). The Role of Media in Activating Political Participation in the Iraqi Kurdistan Region. Sulaymaniyah: University of Sulaymaniyah - College of Humanities - Department of Media.
11. Fawaz Mansour Al-Hakim. (2011). Sociology of Mass Media. Amman: Osama Publishing and Distribution House.
12. Karam Shelbi. (1987). The Art of Writing for Radio and Television. Jeddah: Dar Al-Shorouq.
13. Mohammad Jassim Falhi. (1998). The Political Function of Television. Baghdad: University of Baghdad - College of Arts - Department of Media.
14. Mohammad Hussein Alwan. (2015). The Role of Social Networking Sites in Supporting Political Participation in the 2014 Iraqi Parliamentary Elections: A Field Study. Lark for Philosophy, Linguistics and Social Sciences, page 287.
15. Hemin Majeed. (2011). Political Programs on Kurdish Satellite Channels and Their Role in

المجلد: 16 العدد: 3 الجزء: 2 في (2024 /7/1) **Lark Journal**
وقائع المؤتمر العلمي الثامن لكلية الآداب – جامعة واسط، بالتعاون مع مجلة لارك تحت شعار (المسارات المعرفية للعلوم الانسانية والاجتماعية
الواقع وآفاق الريادة، المنعقد بتاريخ (2024/4/23)

Shaping the Political Consciousness of the Kurdish Audience. Sulaymaniyah: University of
Sulaymaniyah - College of Humanities - Department of Media.

16. Haitham Hadi Al-Hiti. (2008). Political and News Media on Satellite Channels. Amman:
Osama Publishing and Distribution House.

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية