

تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي

الرابع عشر: من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي

الكويتي

(دراسة ميدانية)

**Satellite TVs Coverage of the Fourteenth
Kuwaiti National Assembly Elections: From the
Viewpoint Of Kuwaiti Journalists.
(Field Study)**

إعداد: سعود نايف الحجرف

الرقم الجامعي: 401020016

إشراف: الأستاذ الدكتورة حميدة سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

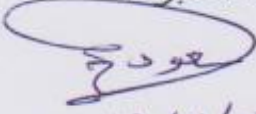
كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

العام الجامعي 2013/2012

التفويض

أنا سعود نايف الحجرف أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الاسم: سعود نايف الحجرف

التاريخ: التوقيع: 

٢٠١٤/١١/١٤

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس

الأمة الكويتي الرابع عشر: من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي

(دراسة ميدانية) " وأجيزت بتاريخ 2012/11/12

التوقيع حميد

أعضاء لجنة المناقشة

مشرفاً ورئيساً

أ.د. حميدة مهدي سميم

.....
.....

عضواً

د. صباح ياسين المفرجي

.....
.....

مناقشاً خارجياً

أ.د. إبراهيم أحمد أبو عرقوب

الشكر والتقدير

أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان بالجميل لأستاذتي الدكتورة حميدة سميسم عميد كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط التي تفضلت بقبول الإشراف على رسالتي هذه، وكان لتوجيهها الأثر الطيب في تحسين هذه الرسالة وفي إثرائها بالكثير من المعلومات التي لم أكن أستطع الحصول عليها لولا نصحتها وتوجيهها، فلها مني كل التقدير. كذلك أتقدم بالشكر والعرفان لأعضاء لجنة مناقشة الرسالة الذين قدموا ملاحظات ونصائح وتصحيحات كان لها الفضل في تقليل الهنات والنواقص في الرسالة. لهؤلاء جميعاً أقدم امتناني وشكري

الإهداء

إلى والدتي الكريمة التي وقفت معي وحفزتني

إلى زوجتي العزيزة

وإلى إخوتي الكرام وأخواتي العزيزات

وإلى كافة أصدقائي وزملائي

أهدي هذه الدراسة

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و- ز	قائمة المحتويات
ح - ط	قائمة الجداول
ي	قائمة الملاحق
ك - ل	الملخص بالعربية
م - ن	الملخص بالإنجليزية
9 - 1	الفصل الأول: مقدمة عامة للدراسة
2	تمهيد
3	مشكلة الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	أهمية الدراسة
6 - 5	أسئلة الدراسة وفرضياتها
7	حدود الدراسة
7	محددات الدراسة
7	مصطلحات الدراسة
61 - 10	الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة
11	تمهيد
12	النظريات المستخدمة
12	نظرية المسؤولية الاجتماعية
15	نظرية التأثير المحدود
17	الحياة الديمقراطية والدستورية في الكويت
24	نبذة عن الإعلام الكويتي
31	العلاقة بين العمل السياسي والعمل الإعلامي
35	معايير التغطية الصحفية في القنوات التلفزيونية

38	الإعلام العربي وثورة الاتصالات
47	أثار ثورة التكنولوجيا والاتصال على المحطات التلفزيونية العربية
52	الدراسات السابقة
63	ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة
71 - 62	الفصل الثالث : منهجية الدراسة
65	منهج الدراسة
65	مجتمع الدراسة
65	عينة الدراسة
69	أداة الدراسة وجمع البيانات
70	صدق الأداة
70	ثبات الأداة
71	متغيرات الدراسة
71	المعالجة الإحصائية
72	إجراءات الدراسة
73	المقياس الحسابي
93 - 74	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
75	الخصائص الاتصالية لأفراد عينة الدراسة
76	مستوى متابعة الانتخابات من قبل أفراد عينة الدراسة
77	عرض نتائج أسئلة الدراسة وفرضياتها
103 - 94	الفصل الخامس: مناقشة نتائج الدراسة
104	التوصيات
111 - 105	المصادر والمراجع
123 - 114	ملاحق الدراسة

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول
66	جدول (1) خصائص أفراد العينة حسب الجنس
67	جدول (2) خصائص أفراد العينة حسب العمر
67	جدول (3) خصائص أفراد العينة حسب الجنسية
68	جدول (4) خصائص أفراد العينة حسب سنوات الخبرة في العمل الإعلامي
69	جدول (5) خصائص أفراد العينة حسب المجال الإعلامي الذي يعمل فيه
75	الجدول (6) مستوى المشاهدة للقنوات الفضائية الكويتية من قبل أفراد عينة الدراسة
76	الجدول (7) مستوى متابعة الانتخابات من قبل أفراد عينة الدراسة
77	جدول (8) تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي
79	جدول (9) تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة
81	جدول (10) انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة
83	جدول (11) انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين
85	جدول (12) تقييم العاملين في الوسط الإعلامي لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها
86	جدول (13) مستوى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة
88	جدول (14) اختبار Independent Sample T-test للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً للجنس
89	جدول (15) اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً للعمر
90	جدول (16) اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

	للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لسنوات الخبرة
91	جدول (17) اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً للجنسية
92	جدول (18) اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للفروقات في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لسنوات الخبرة
93	جدول (19) اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للفروقات في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لمتغير الجنسية

قائمة الملاحق

الصفحة	المحتوى	الرقم
	أعضاء لجنة التحكيم للأداة	1
	الاستبانة	2

المخلص باللغة العربية

تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر: من

وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي

(دراسة ميدانية)

إعداد: سعود نايف الحجرف

إشراف: الأستاذ الدكتورة حميدة سميسم

هدفت الدراسة التعرف إلى طبيعة التغطيات الإعلامية التلفزيونية لعملية الانتخابات من حيث الموضوعية والحيادية والشمولية والتنوع من عناصر التغطية، كذلك التعرف إلى دور الفضائيات الكويتية في الحياة السياسية، وذلك من خلال وجهة نظر أو تقدير عينة من الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الكويتية.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت في ذلك الاستبيان؛ الذي طبق على عينة عشوائية بسيطة بلغت (360) مستجيباً.

وقد أظهرت الدراسة عدة نتائج كان من أبرزها ما يلي:

1- إن الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الكويتية أعطوا تقديراً أفضل لعنصري (الموضوعية) و(الشمولية) على التوالي في تغطيات التلفزيون الكويتي الحكومي لانتخابات مجلس الأمة الكويتي، بينما لم يعطوا مثل هذا التقدير لعناصر التغطية المتعلقة (بالسرعة والفورية).

2- تمتعت الفضائيات الكويتية الخاصة بتقديرات أفضل في مجال التنوع والتعددية في عرض

الآراء لمختلف المترشحين المتنافسين أثناء تغطيات انتخابات مجلس الأمة الرابع عشر 2012.

3- إن تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة تميزت ب(السرعة والفورية، والشمولية) بينما أخفقت في تحقيق تقدير عال في (المهنية الصحفية) من وجهة نظر الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الكويتية.

4- غلبة الصبغة التجارية لتغطيات الفضائيات الخاصة، وبروز الاستقطابات السياسية بين الفضائيات الخاصة أثناء تغطية انتخابات مجلس الأمة الرابع عشر 2012.

5- تبين أن الفضائيات الخاصة فشلت في توفير فرص متساوية بين المرشحين في تغطيات انتخابات مجلس الأمة الرابع عشر 2012.

6- إن انتخابات مجلس الأمة أسهمت بزيادة معدل المشاهدة للفضائيات الكويتية الخاصة.

7- أظهرت النتائج أفضلية للتلفزيون الحكومي الكويتي في مدى الالتزام بالقواعد المهنية المعمول بها الدعاية الانتخابية والالتزام بالأخلاق الإعلامية أثناء للدعاية الانتخابية من وجهة نظر أفراد العينة.

8- ظهرت أفضلية للتلفزيون الحكومي الكويتي في مستويات الرضا عن مدى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر (2012).

9- أظهرت نتائج اختبار فرضيات الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الكويتية لمهنية القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لأي من المتغيرات التي تم اختبارها (الجنس، العمر، سنوات الخبرة).

**Satellite TVs Coverage of the Fourteenth Kuwaiti National
Assembly Elections: from the Viewpoint
of Kuwaiti Journalists. (Field Study)**

Abstract

A research concluded by: Saud Naif Alhajraf

Supervised by: Prf Dr: Hameida Smaiem

The study aimed to identifying the nature of the satellite TVs coverage of the fourteenth Kuwaiti National Assembly elections from the view of point of Kuwaiti journalists in terms of many Professional norms such as: objectivity, comprehensiveness , diversity and other elements of coverage, , as well as to identify the role of Kuwait satellites in political life, and through the view of point estimated sample of journalists working in Kuwaiti media.

The study relied on descriptive approach using in a questionnaire as a tool applied to a simple random sample of (360) Responders.

The study arrived at the following conclusion:

1- Journalists working in Kuwaiti media gave a better estimate of the norms (Objectivity) and (comprehensiveness), respectively in the Kuwaiti state television coverage of the Kuwaiti National Assembly elections, while it did not give such an estimate for coverage related elements (speed and instant).

2 - Kuwaiti satellites enjoyed better estimates in the norm of diversity and pluralism in the opinions of the various rival candidates during the fourteenth National Assembly elections coverage 2012.

3 - Kuwaiti satellites enjoyed better estimates in (quick and immediate, and comprehensiveness), while failing to achieve the high esteem in (professional of press) from the point of view of journalists working in Kuwaiti media.

4 - Predominance commercialized for satellite TV coverage, and the emergence of political polarization between the satellites during the fourteenth National Assembly elections coverage 2012.

5 - Results showed that satellite TV has failed to provide equal opportunities among the candidates in the fourteenth National Assembly elections coverage 2012.

6 - That the National Assembly elections contributed to an increase of the rate seen for Kuwaiti satellite channels.

7- The results showed preference for the Kuwaiti state television in compliance with the rules in place for professional electoral propaganda and media moral commitment during the election campaign from the point of view of the respondents.

8- Results showed a preference for the Kuwaiti television in levels of satisfaction forward the quality of television coverage to the fourteenth National Assembly elections (2012).

9- Hypotheses test showed no statistically significant differences in the assessment of journalists working in Kuwaiti media for professional Kuwaiti television channels depending on any of the variables tested (sex, age, years of experience).

الفصل الأول: مقدمة عامة للدراسة

تمهيد

مشكلة الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

أسئلة الدراسة وفرضياتها

حدود الدراسة

محددات الدراسة

مصطلحات الدراسة

تمهيد:

تستحق تجربة الكويت الديمقراطية دراستها من مختلف جوانبها، خصوصاً جوانبها ذات العلاقة بالدراسات الإعلامية، فللمرة الرابعة في أقل من ست سنوات؛ انتخب أكثر من 400 ألف ناخب وناخبة من الكويتيين في الثاني من فبراير/شباط 2012؛ نواب مجلس أمتهم الرابع عشر، على أمل إخراج البلاد من دوامة الأزمات السياسية المتلاحقة التي شهدتها الحياة السياسية والبرلمانية.

وبالرغم من كونها صاحبة الريادة في منطقة الخليج العربي، لم تفتأ الديمقراطية الكويتية تعاني من أزمات متكررة، على النحو الذي تجلّى في حل مجلس الأمة أربع مرات في غضون أقل من ست سنوات (أعوام 2006، و2008، و2009، و2011)، وذلك في إطار الصراع بين السلطين التنفيذية والتشريعية، باعتباره أحد أسباب أزمة الديمقراطية في الكويت.

ويرى الباحث أن وسائل الإعلام الكويتية كان لها دور بارز في تطور المسيرة الديمقراطية من خلال تغطياتها المختلفة لجوانب الحياة السياسية، ومن ذلك التغطيات الخاصة بعملية الانتخابات.

ويأمل الباحث أن تسهم الدراسة الحالية في التعرف إلى دور القنوات التلفزيونية الكويتية في تغطية الانتخابات الأخيرة بهدف كشف النقاب عن طبيعة هذه التغطيات وحجمها ومدى موضوعيتها ومدى فاعليتها في مسيرة الديمقراطية الانتخابية، وكل ذلك من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي.

مشكلة الدراسة:

أصبح نشاط الانتخابات التشريعية (انتخابات مجلس الأمة) من النشاطات التي يمارسها الكويتيون كل بضع سنوات نظراً لحل مجلس الأمة حلاً مبكراً مرات عديدة، وقد أظهرت الانتخابات الأخيرة التي جرت في الثاني من شباط من العام الحالي (2012) ازدياد التنافس والصراع للفوز بمقعد من المقاعد الخمسين في المجلس، وهذا ما حدا بالكثير من المرشحين لاستخدام الكثير من الأساليب الإعلامية والدعائية لإيصال أصواتهم للمواطنين الذين يحق لهم الاقتراع وليقوموا بإقناعهم بوجهات نظرهم، خصوصاً عبر القنوات الفضائية الخاصة التي بلغ عددها حوالي ثلاث عشرة قناة حينما جرت الانتخابات الأخيرة. وقد لاحظ الباحث أن تغطية القنوات الفضائية الكويتية (الحكومية منها والخاصة) لعملية الانتخابات بكافة مراحلها نالت قدراً كبيراً من اهتمام الأوساط السياسية والشعبية والإعلامية في الكويت، وقد انعكس التنافس الشديد في الدعاية الانتخابية من خلال التغطيات المختلفة لبعض الفضائيات الكويتية الخاصة؛ ووصل الأمر إلى حد توجيه الاتهامات إلى بعض القنوات التلفزيونية إزاء دورها في هذه العملية؛ حتى إن بعض القنوات الخاصة تعرضت للتهديد والاعتداء من قبل بعض المحتجين من الناخبين؛ مما أثار جدلاً كبيراً في الرأي العام الكويتي نحو دور القنوات الفضائية في تغطياتها الإخبارية.

وتتمثل مشكلة هذه الدراسة في التعرف إلى طبيعة التغطيات الإعلامية التلفزيونية لعملية الانتخابات من حيث التنافسية والموضوعية والشمولية والتنوع وغير ذلك من عناصر التغطية، وبدءاً من مرحلة التحضير للانتخابات مروراً بمرحلة الدعاية الانتخابية وحتى الإعلان عن النتائج، وذلك من خلال وجهة نظر أو تقدير العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي، ومعرفة مدى رضا هذه الشريحة المهنية عن تلك التغطيات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف إلى طبيعة دور الفضائيات الكويتية في تغطية الانتخابات ومدى موضوعية وشمولية ونزاهة هذه التغطيات من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي.
- 2- التعرف إلى مدى إسهام الفضائيات الكويتية في الحياة السياسية الكويتية.
- 3- التعرف إلى مدى رضا العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن التغطيات التي قامت بها القنوات الفضائية لانتخابات مجلس الأمة الأخيرة (الرابع عشر).

أهمية الدراسة:

يرى الباحث أن الدراسة تسهم هذه الدراسة في التعرف إلى طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والقنوات الفضائية خصوصاً في الحياة السياسية الكويتية، نظراً للجدل الكبير المتزايد بشأن دور وسائل الإعلام والفضائيات الخاصة.

والباحث يأمل أن تفيد هذه الدراسة كافة وسائل الإعلام من خلال تسليطها الضوء على أهمية التنوع والموضوعية والنزاهة التي يجب أن تعتمدها وسائل الإعلام أثناء تغطية العملية الانتخابية كحق من حقوق الناخب في الحصول على الحقائق بعيداً عن التشويه أو المبالغة أو الإقصاء. وتشكل تلك المعايير أيضاً إسهاماً مهماً في عملية الممارسة الديمقراطية التي ما تزال بحاجة إلى المزيد من التحسين والتطوير عبر التوعية بشروطها ومعايير تحسينها.

كذلك؛ يأمل الباحث أن تسهم هذه الدراسة في إفادة الصحفيين في القنوات الفضائية بتحسين أساليب التغطية للحملات الانتخابية؛ وتطوير أدائها بما يخدم مسيرة هذه القنوات التي نشأت حديثاً

في منظومة الإعلام الكويتي (تعتبر قناة الرأي الخاصة أول قناة فضائية خاصة في الكويت، انطلقت القناة في 14 أكتوبر عام 2004).

أسئلة الدراسة وفرضياتها:

السؤال الرئيسي للدراسة هو: ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لطبيعة تغطية

الفضائيات الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر؟

ويتفرع السؤال الرئيس إلى أسئلة فرعية كما يلي:

السؤال الأول: ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات

التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟

السؤال الثاني: ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات

الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟

السؤال الثالث: كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة التغطيات

الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي

الكويتي؟

السؤال الرابع: كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات

الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي

الكويتي؟

السؤال الخامس: ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات التلفزيون

الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها قبل

بداية الدعاية الحكومية وخلالها إلى حين الإعلان عنها؟

السؤال السادس: ما مستوى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لعملية الانتخابات لمجلس الأمة الرابع عشر؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لعدد من المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)

الفرضية الثانية: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لمعدل مشاهدة القنوات التلفزيونية؟

الفرضية الثالثة: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لنوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها الإعلاميون؟

الفرضية الرابعة: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في رضا الإعلاميين الكويتيين نحو أداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لعدد من المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)

الفرضية الخامسة: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في رضا الإعلاميين الكويتيين نحو أداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لمعدل مشاهدة القنوات التلفزيونية؟

الفرضية السادسة: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في رضا الإعلاميين الكويتيين نحو أداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لنوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها الإعلاميون؟

حدود الدراسة:

الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية للدراسة بمجتمع الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الكويتية بصرف النظر عن الجنسية التي يحملونها: كويتية، عربية، أجنبية، أو بدون.

الحدود الزمانية: تبدأ الفترة الزمنية لموضوع الدراسة (من أواسط شهر كانون الثاني يناير 2012 إلى الثاني من فبراير/شباط 2012) وهي الفترة التي جرى فيها الإعلان عن الانتخابات ثم مرحلة الدعاية الانتخابية ثم إجراء الانتخابات وإعلان نتائجها بتاريخ الثاني عشر من فبراير/شباط، إلى نهاية شهر شباط حيث بثت الكثير من التحليلات عن نتائج الانتخابات. أما وقت الدراسة فهي تستمر حتى نهاية شهر كانون تشرين الأول/أكتوبر 2012. وهي المدة المتاحة لتقديم الرسالة للمناقشة.

الحدود المكانية: هي القنوات الفضائية الكويتية، الحكومية والخاصة، أي التي تبث في الفضاء الكويتي.

محددات الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على دورة انتخابية واحدة (الدورة الرابعة عشر 2012) من دورات مجلس الأمة الكويتي من حيث التغطية الإعلامية ولا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة على الدورات السابقة أو اللاحقة لانتخابات المجلس. وكذلك من محددات الدراسة أنها دراسة تقديرية من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي ولا تنطبق بالضرورة على باقي فئات المجتمع الآخرين.

المصطلحات الإجرائية:

شملت الدراسة عدداً من المصطلحات التي عرفها الباحث إجرائياً وهي كما يلي:

الفضائيات الكويتية: هي كافة القنوات التلفزيونية التي تنتمي إلى الكويت إما من خلال ترخيصها ومكان بثها أو من خلال توجهها للمشاهد الكويتي بالبرامج والأخبار المحلية، ويبلغ عدد هذه القنوات في حدود 14 قناة خاصة إضافة إلى قنوات التلفزيون الحكومي.

التغطية التلفزيونية: ويقصد بها كافة المواد الإخبارية والتقارير والتحقيقات المصورة وغير المصورة والندوات والإرشادات التي يعرضها غير المرشحين وكذلك اللقاءات والحوارات التي يقدمها المرشحون أنفسهم وردود فعل الناس تجاهها، وذلك منذ الإعلان عن النية في عقد الانتخابات إلى حين إعلان النتائج والتعليق عليها وتحليلها.

مستوى المهنية: وتشمل عدداً من المعايير وهي كالتالي:

- موضوعية التغطيات التلفزيونية: أي عدم الخوض في غير موضوع الحدث وخلفياته.
- شمولية التغطيات التلفزيونية: أي شاملة لكل جوانب الحدث وأطرافه.
- تنوع التغطيات التلفزيونية: ويقصد بها عدم الاقتصار على طرف أو جانب على حساب الآخر.

- سرعة وفورية التغطيات التلفزيونية: أي السرعة في التعامل مع الأحداث واستخدام البث الفوري المباشر لبعض الأحداث.

جمعية الصحفيين الكويتيين:

أشهرت وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل قيام جمعية الصحفيين ومقرها مدينة الكويت بتاريخ 1964/6/21م تحت رقم (27) أندية وجمعيات نفع عام لتحقيق الأهداف الآتية: توثيق روابط الود والصداقة بين مختلف أعضاء الجمعية وبين أعضاء الجمعية وغيرهم من الصحفيين في الكويت والبلاد العربية. النهوض بالصحافة المحلية لتكون الوجه المعبر الصادق عن الكويت

خاصة والوطن العربي عامة. الدفاع عن مصالح الأعضاء وتهيئة السبل ليستطيعوا أداء واجبهم الصحفي على أحسن وجه وطبقاً لما تقتضيه المصلحة العامة. (جمعية الصحفيين الكويتيين 2012).

ويبلغ عدد الصحفيين المسجلين في جمعية الصحفيين الكويتية 2134، من بينهم 1638 كويتياً. (مقابلات الباحث مع جمعية الصحفيين الكويتية، 2012).

مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر: أجريت الانتخابات لهذا المجلس في يوم الخميس 2 فبراير 2012 بعد صدر مرسوم أميري بحل المجلس السابق، وكان المجلس قد باشر أعماله في الخامس عشر من آذار من العام 2012 إلى أن قررت المحكمة الدستورية الكويتية بحل هذا المجلس وذلك بتاريخ 20/ يونيو - حزيران 2012 الجاري، وقضى قرار المحكمة بعودة المجلس السابق (الثالث عشر) ليواصل مهامه.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد

النظرية المستخدمة في الدراسة

نظرية المسؤولية الاجتماعية

نظرية التأثير المحدود

الحياة الديمقراطية والدستورية في الكويت

مسيرة الإعلام الكويتي

العلاقة بين العمل السياسي والعمل الإعلامي

معايير التغطية الصحفية في القنوات التلفزيونية

الإعلام العربي وثورة الاتصالات

آثار ثورة التكنولوجيا والاتصال على المحطات التلفزيونية العربية

الدراسات السابقة

تعليق على الدراسات السابقة

تمهيد:

يلاحظ أن وسائل الإعلام والاتصال تصبح المنبر الرئيس الذي يُقدم من خلاله معظم معطيات وأنشطة الانتخابات، خصوصاً الانتخابات لمجلس النواب أو مجالس الأمة أو المجالس التشريعية، وهذا الأمر ينطبق إلى حد كبير على المجتمعات النامية التي تعرف باعتمادها على وسائل الاتصال الشخصي أو الاتصال المواجهي المباشر، إذ إن وسائل الاتصال الجماهيري باتت تفرض نفسها بسبب انتشارها واستخدام كافة الناس لها، وبذلك فإن وسائل الإعلام تصبح شريكاً أو لاعباً رئيسياً في عملية الانتخابات التي قد تستمر بضعة أسابيع أو بضعة شهور إذا ما احتسبنا التحضيرات الأولية التي تبدأ عادة قبل الإعلان الرسمي عن عملية الانتخابات مروراً بالدعاية الانتخابية إلى أيام الاقتراع الرسمية إلى إعلان النتائج وانتهاءً بتحليل تلك النتائج وردود الفعل نحوها من الداخل والخارج، وتُعد الدراسات التي تتناول دور وسائل الإعلام في العمل العام والعمل السياسي هي من أكثر الدراسات انتشاراً، ويبدو أن ذلك عائد لأسباب كثيرة أهمها العلاقة الوثيقة بين العمل السياسي والعمل الإعلامي، ثم الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على الاتجاهات. وتعمل وسائل الإعلام نحو الاتجاهات ضمن ثلاثة مسارات هي: خلق اتجاهات جديدة، تعديل الاتجاهات القائمة، تعزيز الاتجاهات القائمة. (مراد، 2011)

إن الدور الكبير لوسائل الإعلام، ونخص هنا التلفزيون موضوع هذه الدراسة، يحتاج إلى دراسات كثيرة ومفصلة لأجزاء الظاهرة السياسية المختلفة، وهذا بدوره يحتاج إلى نظريات مفسرة أو مساندة حتى نستطيع فهم هذه الظاهرة أو فهم بعض أبعادها المتعلقة بالتغطيات الإخبارية من خلال التلفزيون، ويرى الباحث إن نظرية الاستخدامات والإشباع هي من أقرب المداخل النظرية المناسبة لهذه الدراسة.

النظرية المستخدمة في الدراسة:

عرف الباحثون النظريات الإعلامية تعريفات متعددة منها أنها خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجمهير بهدف تفسير ظاهرة الإعلام ومحاولة التحكم بها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف للنظم الإعلامية في جميع دول العالم. (مشاقبة، 2011) وعلى الرغم من اختلاف تعريفات الباحثين في الدراسات الإعلامية والاتصالية لمفهوم النظرية فإنها تجمع على أن الهدف منها هو الوصول إلى استنتاجات علمية تصف علاقات وظيفية بين متغيرات يتم قياسها أو استقراؤها؛ ويسبق ذلك فروض علمية يضعها الباحث لمعرفة العلاقة بين تلك المتغيرات البحثية، بهدف الوصف أو التنبؤ أو التحكم في الظاهرة المدروسة. (العبد الله، 2006)

وتستند هذه الدراسة إلى نظرية أساسية هي نظرية المسؤولية الاجتماعية وإلى نموذج من نماذج التأثير المحدود هو نموذج التأثير الانتقائي. ويأمل الباحث أن تسهم هذه النظريات في تفسير نتائج الدراسة والتعليق عليها مما سيأتي لاحقاً في الفصل الخامس من هذه الدراسة.

نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يرى الباحث أن نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام هي من النظريات التي يمكن أن تقدم تفسيرات وتوضيحات ومبادئ لهذه الدراسة، ذلك أن التغطيات الإعلامية لوسائل الإعلام تجاه أي حدث، خصوصاً في الأحداث والأخبار السياسية ذات الأهمية الكبيرة مثل العملية الديمقراطية المتمثلة في الانتخابات، لا بد أن تظل محكومة لمبادئ أخلاقية تأخذ بالاعتبار حق الجمهور في معرفة الحقيقة بدون تزيف أو تشويه أو انقاص، وحقه في التعبير، وحق المرشحين أيضاً في التعريف بأنفسهم وبرامجهم والتعبير عن آرائهم وأفكارهم. ووسائل الإعلام مطالبة أيضاً

وفق مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية تجنب الإثارة في تغطياتها الإعلامية لتجنيب الجمهور ومؤسسات المجتمع والدولة الآثار السلبية الناتجة عن أساليب الإثارة الإعلامية.

ولدت نظرية المسؤولية الاجتماعية في رحم النظرية الليبرالية بعد أن تعرضت نظرية الحرية لكثير من الملاحظات من جهة تقصيرها تجاه المجتمع والإنسان والحرية والحقيقة، فكان لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية. (مراد، 2011)

وبدأت نظرية المسؤولية الاجتماعية بمجموعة من الأفكار التي صاغتها لجنة هوتشنز الأمريكية إضافة إلى اللجنة الملكية البريطانية للصحافة 1949، إذ عبرت لجنة هوتشنز عن أن السوق الحرة قد فشلت في تحقيق الوعد بحرية الصحافة، وأن التطورات التكنولوجية والتجارية قد أدت إلى تقليل فرص الأفراد والجماعات المتنوعة في الدخول إلى السوق والتمتع بحق النشر، كما أدت إلى هبوط معايير أداء الصحافة، وإلى فشل الصحافة في تلبية احتياجات المجتمع الأخلاقية والاجتماعية، بالإضافة إلى تناقص قدرات الصحافة على إمداد المجتمع بالمعلومات. (Merri,C,1983,76) وبذلك؛ فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية جاءت كمحاولة لإعادة تحقيق التوازن بين الحريات الصحفية وبين الحفاظ على حقوق المواطن وحقوق المجتمع وأخلاقه وقيمه. أو هي محاولة إيجاد مصالحة بين استقلال الصحافة والتزاماتها نحو المجتمع، إذ إن على الصحافة القيام بوظائف أساسية في المجتمع، وعليها أن تلتزم بمجموعة من المعايير المهنية، وباختصار فإن ملكية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى يجب أن ينظر إليها على أساس أنها نوع من الوكالة العامة. (صالح، 2007، 28)

ويشير نصر (2008) إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تؤمن بأن على الإعلام القيام بواجبات اجتماعية، وإذا لم يقم بذلك فإن الدولة يجب أن تتدخل للتحقق من قيامه بذلك.

ويلخص ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية وذلك كما يلي:

(McQuailD,2005,116-118)

- 1- ينبغي للصحافة ووسائل الإعلام الأخرى الإسهام في التزامات معينة للمجتمع.
- 2- يمكن لوسائل الإعلام تنفيذ الالتزامات من خلال احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالحقائق والدقة والموضوعية والتوازن.
- 3- على وسائل الإعلام المبادرة لتنظيم نفسها ذاتياً.
- 4- يتوجب على وسائل الإعلام تجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، وكذلك عليها الامتناع عن توجيه أية إهانة إلى الأقليات.
- 5- على الصحافة احترام التعددية فيها وعليها أن تعكس تنوع الآراء وتحترم حق الرد.
- 6- للمجتمع حق على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
- 7- إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، فمفهوم الحرية في هذه النظرية يعني مسؤولية الإعلام تجاه المجتمع قبل أن تكون أي شيء آخر، وهذا مختلف عن مفهوم الحرية في النظرية الليبرالية، فالمسؤولية الاجتماعية هنا تحل محل حرية الصحافة.

وقد وجهت الكثير من الانتقادات إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية منها عبارة عن مجموعة من الأفكار التي تهدف إلى إصلاح أوضاع الصحافة في المجتمعات الغربية، ومن داخل النظرية الليبرالية، وهي بذلك تعطي مبررات لاستمرارية الأوضاع القائمة في المجتمعات الغربية. (صالح، 2007، 29)

ويأمل الباحث في أن تلقي هذه النظرية الضوء على مدى قيام وسائل الإعلام بالأخذ بمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في تغطياتها لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر موضوع هذه الدراسة.

نظرية التأثير المحدود:

ظهرت هذه النظرية في دراسة لازرفيلد وميليه Lazarsfeld et. Al في أعقاب حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 1940، التي فاز فيها روزفلت بالرغم من موقف الصحافة المعادي له. والفكرة الأساسية في هذه النظرية تؤكد على أن قوة وسائل الإعلام والاتصال وتأثيرها يجب أن ينظر إليه دوماً من خلال العمليات الانتقائية، ورأى أن العمليات الانتقائية تكون عوامل وسيطة في عملية الاتصال وتحد من تأثيرها وتلخص العبد الله (2006) محاور هذه النظرية فيما يلي:

التعرض الانتقائي: يشير إلى حرية المتلقي في اختيار ما يتعرض له، فهو لا يتعرض إلى جميع الرسائل التي تبث عبر وسائل الإعلام بل يهتم ببعضها ويهمل الأخرى.

الإدراك الانتقائي: يرتبط هذا العنصر بالمواضيع التي اهتم لها الإنسان، فهو لا يدرك كل ما يتلقاه بل يركز إدراكه على بعض المواضيع التي اختار التعرض لها.

التذكر الانتقائي: يعمل الفرد على التركيز على بعض مدركاته لتخزينها في ذاكرته ليقوم بعملية استرجاعها متى أراد ذلك.

التصرف الانتقائي: هو آخر عنصر من عناصر نظرية التأثير الانتقائي، فهو يعني حمل المتلقي

على عملية الفعل مع ترك الحرية في كيفية التصرف.

وتفيد هذه النظرية في تفسير وتفهم الأثر المختلف والمتنوع الذي يكونه أعضاء الجمهور عن تأثير

الحملات الانتخابية أو التغطيات الإعلامية لأي حدث ومنها أحداث الانتخابات، لذلك يلاحظ أن

الكثير من تقديرات المراقبين والمتابعين لعمليات الانتخابات السياسية وغيرها تأتي مخالفة للواقع

لأنها كثيراً ما تعتمد على قراءة وملاحظة الرسائل الاتصالية في وسائل الإعلام وحجم التغطية

وعناصرها ومدتها وغير ذلك من العناصر، أي أن بعض تلك التنبؤات لا تأخذ بالاعتبار القوانين

الانتقائية المشار إليها في عملية التعرض للوسائل الإعلامية.

الحياة الديمقراطية والدستورية في الكويت:

تتصف الكويت كمجتمع وكدولة بالعديد من القواسم المشتركة مع محيطها العربي ومحيطها الخليجي على وجه الخصوص، فهي دولة ذات مجتمع صغير نسبياً، إذ يبلغ إجمالي عدد سكان الكويت حسب إحصاء (2011) (3,697,292) نسمة . منهم (1,183,185) من المواطنين الكويتيين، و (2,221,693) من المقيمين غير الكويتيين. (الهيئة العامة للمعلومات المدنية، 2012)

إن طبيعة الكويت كدولة منتجة ومصدرة للنفط جعلها تتمتع بمكانة أكبر من حجمها في الإقليم وفي السياسة الدولية، وتلك الطبيعة كان لها آثارها على سمات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

يؤرخ بعضهم للتاريخ السياسي للكويتيين بالعام (1872) ويعدونه منعطفاً مهماً في تاريخ الكويت، إذ اجتمع عدد من سكان منطقة الكويت التي لم يتجاوز عدد سكانها العشرة آلاف نسمة، وتنادوا بضرورة تنصيب أمير للمنطقة، فوقع الاختيار على صباح الأول جد أسرة الصباح، وقد وافق صباح الأول على هذا الاختيار مقابل أخذ العهد من الأهالي على السمع والطاعة (الشملان، 1986، 116) وبذلك فإن هذا الاختيار كان أشبه ما يكون بالعقد الاجتماعي الأول بين الحاكم والرعية، حيث تنازلت الرعية عن جزء من حرياتهما مقابل قيام الأمير بتنظيم الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية في المنطقة. وقد شكل هذا العقد الاجتماعي الكويتي البذرة الأولى للديمقراطية في البلاد، فمنذ اختياره، كان الشيخ صباح الأول ينتهج أسلوب التشاور بين الحاكم والأهالي دون وجود مجالس شورى أو مجالس تشريعية بالمعنى المعروف حالياً، في وقت كانت فيه الحياة الاجتماعية في الكويت بسيطة وعلاقتها الخارجية محدودة، ولم تتخل الكويت عن هذا

الأسلوب حتى أواخر القرن التاسع عشر، فقد ظل التشاور والمشاركة ركيزة الحكم خاصة أنه لم يحدث ما يدفع الحكام إلى الانفراد بالسلطة، واستمروا يستشيرون وجهاء البلاد في شتى الأمور (الجاسم، 2007، 26) وكان الأمير في هذه المرحلة يمثل السلطين التشريعية والتنفيذية، لكن سلطاته لم تكن مطلقة، بل كانت مقيدة أو مشروطة بقيدين هما: وجوب استشارة الأمير للكويبيين وتعهد بذلك، وهو لا يملك حق الرفض أو الخيار بعد أن يقر وجهاء الكويت رأيهم على أمر ما، لأن السلطة الحقيقية لهم، أما القيد الثاني على مؤسسة الحكم فقد تمثل بضرورة العمل بالشرعية الإسلامية والأعراف السائدة، وليس للحاكم أن يبتدع قانوناً من عنده. (العيدروس، 1997، 91)

نالت الكويت استقلالها عن بريطانيا في 19 يونيو عام 1961 أي بعد 62 عاماً من الحماية والوصاية من قبل البريطانيين، وقد مر المجتمع الكويتي بالعديد من مراحل النمو والتطور في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما كون صورة النظام الحالي للدولة والمجتمع، وما التجربة الديمقراطية التي تعيشها الكويت إلا حلقة سلسلة متصلة الحلقات من تاريخها السياسي الذي يمتد ما يقارب القرنين من الزمن، وفيما يلي عرض لأهم محطات التطور الديمقراطي التي مرت بها الكويت في مجال المؤسسة البرلمانية/ التشريعية:

(إدارة البحوث والدراسات، 2001، 23)

1- مجلس الشورى (1921): يعد قيام مجلس الشورى عام 1921 أول حدث سياسي منظم يسهم في تحديد السلطات في الدولة وطريقة إدارتها، وأول مشاركة مباشرة من الشعب في إدارة شؤون البلاد. حيث نادى وجهاء الكويت بضرورة المشاركة في إدارة البلاد في عهد الشيخ "أحمد الجابر" الذي استجاب لهذا المطلب حيث جرى إقرار ميثاق بسيط وتشكيل المجلس بالشورى والتزكية يتكون من 12 عضواً، منهم ستة يمثلون منطقة الشرق والستة الآخرون يمثلون منطقة الغرب. واستمر المجلس في الانعقاد مدة شهرين إلا أن الخلافات دبت بين أعضائه فتم حل هذا

المجلس الذي يعتبر الأول في الكويت. وبهذا يُعد (22) فبراير (1921) منعطفاً تاريخياً مهماً في مسيرة تطور الحياة السياسية الديمقراطية في الكويت، وقد أسفر هذا الاجتماع عن الاتفاق على صياغة وثيقة دستورية تمثلت في "الميثاق" الذي نص في أهم بنوده على أن ينتخب من آل الصباح والأهالي عدد محدد لإدارة البلاد على أساس العدل والإنصاف، وتطبيقاً لأحكام هذه الوثيقة الدستورية الأولى في تاريخ الكويت تم تكوين أول مجلس للشورى عام 1921 (الحيدر، 1995، 9) حيث قام الحاكم أحمد الجابر الصباح بتعيين اثني عشر عضواً في مجلس الشورى (النقيب، 1996، 29)

2- المجلس البلدي 1930: في عام 1930 نجحت أول تجربة انتخابية حينما اختار الكويتيون مجلساً بلدياً عن طريق الانتخاب الحر مما يعتبر منعطفاً كبيراً في مسيرة الديمقراطية في الكويت. وفي عام 1931 صدر قانون البلدية، ونصت المادة الأولى منه على أن يتكون المجلس البلدي من اثني عشر عضواً بالإضافة إلى الرئيس، وحددت المادة الثانية أن يكون الرئيس من آل الصباح حيث يتم تعيينه من قبل الحاكم.

3- مجلس المعارف 1936: في هذا العام تمت دعوة خمسين ناخباً من وجهاء الكويت لانتخاب (12) عضواً لمجلس المعارف يقوم باختيار (12) مرشحاً، وكانت مهمة مجلس المعارف هو رعاية التعليم والإشراف عليه. ولذلك بدأ المجلس نشاطه بجلب مدرسين عرب للتدريس في مدارس الكويت الابتدائية.

4- المجلس التشريعي الأول 1938: رأى الكويتيون عام 1938 وتحت ظروف داخلية وخارجية، ضرورة إدخال تعديل جوهرى على نظام الحكم، ليصبح حكماً نيابياً ديمقراطياً، وتعد هذه المرحلة من أهم المراحل في تطور النظام الدستوري الكويتي في المشاركة بالحكم بشكل أكبر.

وفي إطار السعي لإنشاء مجلس تشريعي أنشأ بعض تجار البلد تجمعاً تحت مسمى "الكتلة الوطنية" اختارت ثلاثة ممثلين لها قامت بمقابلة الأمير فاستجاب الحاكم لرغبتهم في المشاركة في الحكم والشورى وجرى إقرار الانتخابات على أساس أن يقوم بها (320) ناخباً من وجهاء الكويت لانتخاب (14) عضواً من بين (20) مرشحاً تقريباً.

وقد باشر المجلس بصياغة مشروع دستور دولة الكويت في الأسبوع الأول من يوليو 1938، وتم رفعه للأمير وأقرت الصيغة النهائية له بتاريخ 9 يوليو 1938. ورغم أن صيغة الدستور تتصف بالإيجاز إلا أنها تحتوي مبادئ دستورية مهمة كمبدأ السيادة الشعبية، وأن الأمة مصدر السلطات، وأعطت المجلس سلطة تشريعية كاملة، وكذلك حق المصادقة على المعاهدات والاتفاقيات الدولية. (إدارة البحوث والدراسات، 2001، 34)

لم يستمر المجلس التشريعي الأول فترة طويلة فقد أحاطت به ظروف عجلت من نهايته، أهمها استنثاره بالسلطات الثلاث، وتأثيره على المصالح البريطانية وبالذات فيما يتعلق بالنفط. وعند ذلك أمر الأمير في 21 ديسمبر 1938م بحله.

ورغم ما انتهت إليه الأمور، فقد كانت هذه المحاولة إضافة نوعية لمسيرة الكويت الديمقراطية والدستورية.

5- المجلس التشريعي الثاني: عقب حل المجلس الأول اجتمع للتشاور أكثر من مائة من المواطنين (وجهاء ونشطاء العمل السياسي والعشائري)، وأسفر اللقاء عن انتخاب مجلس جديد من عشرين عضواً وفي يوم 3 يناير 1939م اجتمع أعضاء المجلس لصياغة دستور جديد، وبسبب خلافات بين أعضاء المجلس والحاكم حول صيغة الدستور الجديد، فقد أصدر الحاكم أمراً بحل المجلس التشريعي الثاني الذي لم يبدأ عمله بعد.

6- ما بعد استقلال الكويت: تم إلغاء اتفاقية 1899 مع بريطانيا وإعلان استقلال الكويت التام في 19 يونيو 1961. وأعلنت في الأشهر القليلة التالية للاستقلال أنها ستبني النظام البرلماني، ودعت إلى انتخابات عامة لانتخاب عشرون عضواً للمجلس التأسيسي تكون مهمته وضع الدستور، وقد ضم المجلس التأسيسي نوعين من الأعضاء المنتخبين بالاقتراع العام السري المباشر وعددهم عشرين عضواً، والأعضاء بحكم وظائفهم وهم الوزراء، وقد أنجز المجلس الدستور بالإجماع بجلسته المنعقدة بتاريخ "3 نوفمبر 1962م" وصادق عليه الأمير ثم نشر في الجريدة الرسمية في 12 نوفمبر عام 1962م. (إدارة البحوث، 2001، 34)

ويعد دستور الكويت دستورا مكتوباً وجامداً، لأنه اشترط لإمكانية تعديله وتنقيحه شروطاً وإجراءات خاصة أكثر شدة وتعقيداً من تلك المقررة في القوانين العادية. وقد عمل الدستور على تحقيق

التوازن بين النظام البرلماني والنظام الرئاسي بالأسلوب المزدوج. (إدارة البحوث، 2001، 34)

ويعد مجلس الأمة الناتج عن انتخابات عام 1985 من أقوى المجالس النيابية نظراً لبروز عدد من القوى السياسية المعارضة فيه بحيث شكلت الأغلبية مقابل أقلية لأنصار الحكومة التقليديين، وقد جرى أن طرح المجلس الثقة ولأول مرة في وزير العدل الذي ينتمي للأسرة الحاكمة بسبب دوره في أزمة المناخ. (راشد، 1992، 16) ولما تطورت أمور الصدام بين مجلس الأمة والحكومة على خلفية مطالبات أعضاء المجلس بصلاحياتهم الرقابية والمحاسبية، فقد لجأت السلطة الحاكمة إلى حل المجلس في شهر آب/أغسطس وجرى تعطيل الحياة البرلمانية وحيث شهدت البلاد إجراءات بوليسية لم تعهدها منذ استقلال الكويت عام 1961 تمثلت في احتلال قوات الأمن لمبنى مجلس الأمة، وملاحقة نواب المعارضة وفرض الرقابة على الصحف والمجلات المعارضة لإجراءات السلطة. (راشد، 1992)

ظلت الحياة البرلمانية معطلة إلا أن نجحت السلطة بعد مشاورات وحوارات كثيرة من الدعوة إلى انتخاب مجلس وطني مؤقت مدته أربع سنوات (المجلس العاشر)، وجرت الانتخابات في العاشر من يونيو 1990. وكانت نسبة المواطنين المقترعين قليلة نسبياً وجرى خلاف حول تقديرها. (المديرس، 2002، 39)

تخلل هذه المرحلة الغزو العراقي للكويت في الثاني من آب/أغسطس 1990، أي بعد شهرين على افتتاح المجلس الوطني، فأصبح هم السلطة والمعارضة يتجه نحو مقاومة الاحتلال وتحرير البلاد.

وبعد تحرير الكويت في 26 فبراير 1990 بدأت تنشأ قوى وتجمعات سياسية علنية في خطوة غير مسبوقة في تحدي السلطة التي تحظر مثل هذه النشاطات، متخذة لنفسها مسميات محددة وبرامج سياسية واقتصادية واجتماعية، ومن هذه المسميات: المنبر الديمقراطي الكويتي، الحركة الدستورية الإسلامية، التكتل النيابي، التجمع الإسلامي الشعبي، الائتلاف الإسلامي الوطني، التجمع الدستوري، المستقلون. (المديرس، 1994، ص 43)

وأمام الضغوط الشعبية والحزبية استجابت السلطة لإجراء انتخابات جديدة إذ حُل المجلس الوطني وجرت انتخابات مجلس الأمة السابع في أكتوبر من العام 1992. (الشايحي، 1994)

استكمل المجلس السابع مدته القانونية (أربع سنوات) وباشر المجلس الثامن عمله بتاريخ 20/أكتوبر من العام 1996 إلى أن حل بقرار أميري بتاريخ 4/ أيار 1999. ثم جاء المجلس التاسع بتاريخ 17/7/1999 وانقضت مدته القانونية بتاريخ 30/6/2003. أما المجلس العاشر فقد باشر أعماله بتاريخ 19/7/2003 إلى أن حل المجلس بمرسوم أميري بتاريخ 21/5/2006م. أما المجلس الحادي عشر فقد باشر أعماله بتاريخ 12/7/2006 إلى أن تم

صدر مرسوم أميري بحله بتاريخ 2008/3/19م. وبدأ المجلس الثاني عشر أعماله بتاريخ 2008/6/1، (موقع مجلس الأمة الإلكتروني 2011). حتى يوم 18 مارس 2009، إذ قام الشيخ صباح الأحمد الصباح بحل مجلس الأمة الكويتي 2008 وفق المادة 107 للدستور الكويتي، وهو الحل السادس في تاريخ مجلس الأمة الكويتي، وفي يوم 15 أبريل 2009 تمت دعوة الناخبين لانتخابات مجلس الأمة الكويتي التي أقيمت في 16 مايو 2009. ثم جاء حل مجلس الأمة والدعوة لانتخابات مبكرة نتيجة التصعيد السياسي الذي شهدته الكويت، إذ شهد الفصل التشريعي الثالث عشر تقديم سلسلة من الاستجابات بلغ عددها 16 استجابة خلال الفصل التشريعي، ستة منها كانت موجهة لرئيس الوزراء. كما تم تقديم طلبى عدم تعاون مع رئيس الوزراء في نفس الفترة في نوفمبر 2011. وفي 16 نوفمبر 2011 أقيمت سلسلة من الاحتجاجات تتدد برئيس الوزراء أمام مجلس الأمة إثر قضية ما سمي "فضيحة الرشاي والمال السياسي"، وتلا هذه المظاهرة اقتحام مبنى مجلس الأمة من قبل بعض المحتجين والنواب فيما عرف لاحقاً "الأربعاء الأسود". وتلا هذه الاحتجاجات تصعيد سياسي حتى قدم رئيس مجلس الوزراء استقالته يوم 28 نوفمبر 2011، وعين الشيخ جابر المبارك الصباح رئيساً للوزراء وأدى القسم الدستوري أمام أمير الكويت في 4 ديسمبر 2011. وفي 6 ديسمبر 2011 قرر أمير الكويت الشيخ صباح الأحمد الصباح حل المجلس والدعوة لانتخابات مبكرة، وأجريت الانتخابات في يوم الخميس 2 فبراير 2012.. وتقدم بطلب الترشيح 398 مرشحاً، منهم 29 مرشحة لانتخابات مجلس الأمة (جريدة الآن الإلكترونية، 2011)، وقد بلغت نسبة التصويت في هذه الانتخابات حوالي 59.5% من إجمالي الناخبين أي 238,308 مقترعاً من أصل 400,296 ناخباً. (وزارة الداخلية، 2010) ثم باشر مجلس الأمة الرابع عشر أعماله في الخامس عشر من آذار من العام 2012 إلى أن قررت المحكمة الدستورية الكويتية بحل هذا المجلس وذلك بتاريخ

20/ يونيو - حزيران 2012 الجاري، وقضى قرار المحكمة بعودة المجلس السابق (الثالث عشر)

ليواصل مهامه.(جريدة الرأي الكويتية، 2012)

نبذة عن الإعلام الكويتي:

المتتبع لتاريخ الصحافة الكويتية في مراحلها الأولى يلاحظ تذبذب معظم المطبوعات الكويتية وعمرها القصير (المشيخي، 2004). ويبدو أن ذلك عائد إلى تأخر استقلال الكويت عن الوصاية البريطانية، فقد نالت الكويت استقلالها عن بريطانيا في 19 يونيو عام 1961، أي بعد 62 عاماً من الحماية والوصاية من قبل البريطانيين، وقد مر المجتمع الكويتي بالعديد من مراحل النمو والتطور في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما كون صورة النظام الحالي للدولة والمجتمع، وما التجربة الديمقراطية التي تعيشها الكويت إلا حلقة في سلسلة متصلة الحلقات من تاريخها السياسي الذي يمتد ما يقارب القرنين من الزمن . (إدارة مركز البحوث والدراسات،

(2001، 23)

وتعتبر مسيرة الصحافة في الكويت مثلاً للتطور السريع الذي حظيت به قطاعات مختلفة في الحياة السياسية والثقافية والتعليمية في الكويت، فدراسة تاريخ الصحافة ونشأتها يفيد في معرفة الأحوال الأخرى في مسيرة الدولة والمجتمع.

لم تظهر الصحف في الكويت إلا في أواخر العشرينات من القرن العشرين الميلادي، وتعد مجلة (الكويت) التي أصدرها عبد العزيز الرشيد في رمضان 1346 هجرية الموافق فبراير 1928م أول مطبوعة كويتية، وكانت تطبع في القاهرة، ولكنها لم تعش سوى عامين فقط، ومرت الكويت في حالة صمت صحفي إلى أن ظهرت مجلة (الكويت والعراقي) التي صدرت بشراكة رائد الصحافة الكويتية عبد العزيز الرشيد والمواطن العراقي يونس البحري، وهذه الأخرى لم تستمر سوى ثلاث

سنوات، ثم صدرت أيضاً مجلة البعثة بين الأعوام (1946-1954)، ثم مجلة كاظمة (1984) لمدة عام واحد فقط، وفي عام 1953 صدرت مجلة (الإيمان) ثم مجلة (العربي) عام 1958 التي ما تزال تصدر حتى يومنا هذا وقد نالت شهرة عربية وعالمية واسعة (المشيخي، 2004)

وخلال الستينات، بعد الاستقلال وزيادة العوائد النفطية، تسارعت عملية إصدار الصحف وصدر قانون للمطبوعات. فالدولة المستقلة حديثاً، بحاجة لاستكمال مقومات الدولة وتنظيم تدفق المعلومات والأخبار والوجود الثقافي والإعلامي إقليمياً.

وبعد الثورة النفطية، ونشوب الحرب الأهلية اللبنانية وهجرة العقول المصرية، في السبعينات، استقدم أصحاب الأعمال والمصالح والعائلات الكبرى، عدداً كبيراً من الصحفيين اللبنانيين والفلسطينيين والمصريين لإصدار الصحف والمجلات.

وخلال الثمانينيات من القرن الماضي، تواجدت بالكويت سبع صحف يومية (منها اثنتان باللغة الإنجليزية) وإحدى وعشرون مجلة فصلية وشهرية وأسبوعية، ونتج عن استمداد الكادر الصحفي من خارج الكويت، تحول الصحف الأساسية إلى ساحة صراع إقليمي عربي. فالأنباء والسياسة مصريتان، والقبس لبنانية والوطن فلسطينية والرأي العام سورية وكويتية. ورغم أن قانون المطبوعات اشترط أن يكون رئيس التحرير مواطناً كويتياً، إلا أن مسؤوليته لا تتعدى الاتصال بالدولة، وهو غير موجود في معظم الأحيان، فعمله الأساسي ليس الصحافة. (هلال، 1990)

ولذلك فإن مدير التحرير الوافد، هو الصانع الحقيقي للصحيفة، الذي يغلب المادة الصحفية التي لصالح موطنه الأصلي والذي يختار معظم الكادر الصحفي في الصحيفة من أبناء جلدته (هلال، 1990). وهذا الأمر لا ينفي أن مثل هذا التنوع والتعدد في الخبرات والكفاءات التي عملت في الصحافة الكويتية كان من أهم العوامل والأسباب التي طورت الصحافة الكويتية وأخرجتها إلى

المحيط العربي من حيث الاهتمام ومن حيث القراءة ومن حيث مواكبة التجديدات في العمل الصحفي.

أما الصحف اليومية الصادرة في الكويت حتى تاريخ كتابة هذه الرسالة (آب/ أغسطس 2012) فهي:

جريدة الرأي العام 1961، جريدة السياسة 1965، جريدة القبس 1972، جريدة الوطن 1974، جريدة الأنباء 1976، وفي أعقاب صدور قانون المطبوعات والنشر الجديد، الذي فتح المجال لإصدار مطبوعات جديدة بعد أربعة وثلاثين عاماً من توقف إصدار رخص صحف يومية سياسية، ظهرت ثلاث صحف جديدة هي: عالم اليوم 2007، الوسط 2007، جريدة الجريدة 2007. أما الصحف الكويتية الناطقة باللغة الإنجليزية فهما صحيفتا: الكويت تايمز 1961، وجريدة عرب تايمز.

المجلات الكويتية:

يصدر في الكويت مجموعة كبيرة من المجلات الأسبوعية، ومعظم هذه المجلات صدرت في عقد الستينات من القرن الماضي مثل (النهضة، اليقظة، البلاغ، سعد)، بينما صدرت كل من (المجالس) و(المجتمع) عام 1970. (الأمانة العامة، 2004)

أما المجلات والدوريات الثقافية فتتميز بها دولة الكويت عن غيرها من دول الخليج العربي، إذ إن الحكومة الكويتية هي التي ترعى وتصدر هذه المجلات الثقافية، وتُعد مجلة (العربي) من أهم المطبوعات ذات التوجه الثقافي والتراثي في المنطقة، ويصدر في الكويت أكثر من (230) مطبوعة بمختلف أنواعها، منها عشر صحف يومية، ومجموعة كبيرة من المجلات أهمها مجلة العربي، وتعد كذلك وكالة الأنباء الكويتية (كونا) واحدة من أهم وكالات الأنباء في العالم العربي؛ لوجود كادر إعلامي كبير بها ولامتلكها شبكة من المكاتب والمراسلين في مختلف دول

العالم.(المشيخي،2004) وتشير أرقام التوزيع أن مجلة العربي توزع أكثر من (350) ألف نسخة شهرياً حسب إحصائيات 1996.(الفريخ، 1999).

الإذاعات الكويتية:

بخصوص الإذاعات فلا يوجد في الكويت غير إذاعتين ، الأولى هي إذاعة الكويت وهي: الإذاعة الحكومية في دولة الكويت، انطلق أول بث منها صباح يوم 12 مايو 1951. ولها عدد من القنوات المتخصصة على موجات الإيف إم مثل إذاعة القرآن الكريم وإذاعة البرنامج الإنجليزي، وإذاعة البرامج الموجهة. (المشيخي،2004) واليوم يبلغ عدد القنوات الإذاعية التابعة لهذه الإذاعة سبع قنوات إذاعية، أما الإذاعات الخاصة فهي إذاعة واحدة مارينا، وكانت البداية الحقيقية للإذاعة في - 6 ابريل 2005 وهو اليوم الذي بدأت فيه المحطة ببث برامجها على الهواء مباشرة، وتعد محطة المارينا أف أم محطة مملوكة لـ United Networks،. (موقع الإذاعة الإلكتروني)

القنوات التلفزيونية الكويتية العاملة في الفضاء الكويتي:

بدأ تلفزيون الكويت بثه العادي عام 1951 وكان مملوكاً لتاجر من تجار الكويت، واشترته الحكومة وبدأ بثه الرسمي في 15 نوفمبر 1961 وذلك من الحي الشرقي من مدينة الكويت (الشرق حالياً). (الداود، 2011)

وبلغ عدد القنوات التلفزيونية الكويتية العامة والخاصة العاملة في الفضاء الكويتي ثماني عشرة قناة منها ست قنوات تعمل ضمن مؤسسة التلفزيون الرسمي الحكومي، والتلفزيون الرسمي الحكومي هو أول قناة تلفزيونية عاملة، وقد توالى بعد ذلك إطلاق القنوات الخاصة منذ بداية الألفية الثالثة. (الصلال، 2011)

دائرة المطبوعات والقوانين المنظمة للإعلام:

تأسست دائرة المطبوعات والنشر الكويتية في 13 فبراير 1955م، ثم طورت في وقت لاحق إلى وزارة الأنباء والإرشاد ثم عرفت بوزارة الإعلام الحالية. (منتدى تاريخ الكويت) ويعد صدور قانون المطبوعات والنشر من التطورات المهمة التي شهدتها الساحة الإعلامية الكويتية، وذلك بعد سنوات من المناقشات والمداولات، وقد تضمن هذا القانون إصلاحات كثيرة منها منع اعتقال الصحفيين دون حكم قضائي، وفتح المجال للمرة الأولى منذ 30 عاماً لإصدار صحف يومية جديدة. (المشيخي، 2004)

وقد اهتم المشرع الكويتي بسن قوانين تنظم عمل البث التلفزيوني، إلا أنه جعل أمر البث التلفزيوني والإذاعي من صلاحيات الدولة. (الدستور الكويتي، قانون رقم 61 لسنة 2007 بشأن الإعلام المرئي والمسموع)

وعلى وجه الإجمال، فإن وسائل الإعلام الكويتية قطعت بمختلف فروعها شوطاً كبيراً في عدة مجالات، فالرسالة الإعلامية وصلت إلى مرحلة متقدمة من النضوج والمهنية، ففي هذا البلد الصغير تصدر أكثر من 230 مطبوعة بمختلف أنواعها، منها عشر صحف يومية، ومجموعة كبيرة من المجلات أهمها مجلة العربي، وتعد كذلك وكالة الأنباء الكويتية (كونا) واحدة من أهم وكالات الأنباء في العالم العربي؛ لوجود كادر إعلامي كبير بها ولامتلكها شبكة من المكاتب والمراسلين في مختلف دول العالم. (المشيخي، 2004) لكن ما يزال أمام الصحافة الكويتية تحديات كبيرة في مجالات المهنة الصحفية والتطورات في مجال الصحافة التي فرضتها ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وكذلك في مجال الحريات الصحفية وقوانينها والتحديات المتمثل في بروز وتطور صحافة الإنترنت وغير ذلك من التحديات.

الإنترنت والصحافة الإلكترونية في الكويت:

تُعد الكويت أول أقطار الخليج العربي في توفير خدمة الإنترنت للعموم؛ عبر مؤسسة غلف نت (Gulf Net)، وذلك عام 1994، وتقوم هيئة البرق والهاتف بتقديم كافة الاتصالات، من خلال شبكات الألياف البصرية والربط الرقمي، وخلال العام 1998، تم اختيار خمس شركات للقيام بتوزيع الخدمة لتشجيع كافة طبقات المجتمع على الاشتراك بالشبكة، والاستفادة من إمكانياتها في نشر الوعي العلمي والثقافي، وكان عدد المشتركين في الإنترنت نهاية عام 1997 (15400) مشتركاً، ارتفع العدد في أواخر العام 1998 إلى (20) ألف مشترك. (الدناني، 2001).

وتشير إحصائيات (وورد ستيت) إلى أن عدد سكان الكويت بلغ (2,595,628) نسمة، منهم ما مجموعه (1,100,000) من مستخدمي شبكة الإنترنت حتى 31/ديسمبر من العام 2011، وهم يمثلون (42.4%) من السكان، ويمثلون (1.4%) من مستخدمي الشبكة في منطقة الشرق الأوسط، وقد كان هؤلاء (150,000) مستخدماً حتى شهر ديسمبر 2000 مما يشير إلى التنامي الكبير والسريع في عدد المستخدمين، ويأتي ترتيب الكويت في قائمة الدول العربية في استخدام الإنترنت في مرتبة متوسطة تقريباً، إذ تتمتع دولة الإمارات العربية المتحدة بالرتبة الأولى من القائمة بنسبة (69%) من عدد السكان، بينما تأتي نسبة دولة اليمن (10.8%) ثم دولة العراق بنسبة (4.3%). (internetworldstats.com, 2012).

تعتبر جريدة "حدث الإلكترونية" من أولى المحاولات في الجرائد الإلكترونية الكويتية، ولكنها لم ترتق إلى الطموح، ويعتقد بعض الكتاب أن عام 2007م هو عام بداية صحافة الكويت على الإنترنت، وخصوصاً بعد ظهور جريدة "الآن الإلكترونية" وهو عام التجربة الأولى للجريدة الإلكترونية المهنية، إذ احتوت على كادر من المحررين والكتاب والمبرمجين، ساهم في انتشارها على المستوى العربي والخليجي والمحلي، حتى باتت مصدراً معتبراً للأخبار، وتلتها محاولات

ناجحة في الصحافة الإلكترونية، كالخط الأحمر، والحقيقة والحصيلة، وكاظمة، وسبر، وكويت نيوز، والمدار، ومؤخراً موقع حياء. كما ظهرت صحف إلكترونية متخصصة كجريدة الأمل التطوعية المختصة بشؤون المعاقين، وجريدة مقال لصاحبها فيصل البيدان، وهي مختصة بكتابة المقالات، وتعتبر محاولة فريدة من نوعها. (الحسيني، 2012)

العلاقة بين العمل السياسي والعمل الإعلامي:

يُعد فرع الإعلام السياسي Political Communication من الفروع الراسخة في مجال الإعلام منذ بدء العلاقة ما بين الجمهور بفئاته المختلفة ووسائل الاتصال (يوسف، 2006) وقد ارتبط الإعلام الجماهيري منذ نشأته الأولى بالعمل السياسي مثلما نشأت الكثير من الدراسات والنظريات الإعلامية في حقل العلوم السياسية، ويعود ذلك لكون العمل السياسي بشتى أشكاله هو عبارة عن مجموعة من الأفعال الاتصالية المرتبطة بالآخرين، أي أنه مرتبط بالجماهير والرأي العام في محاولة التأثير في اتجاهات الرأي العام، وبدون الإعلام فإن العمل السياسي سيبدو عملاً ناقصاً وفردياً ولا يحقق أدنى أهدافه. ومع تطور وسائل الإعلام، وتطور العمل السياسي أيضاً، فقد صار الإعلام والسياسة صنواناً لا يفترقان، وصارت وسائل الإعلام الجماهيرية أدوات وأسلحة وأبواقاً لا يمكن الاستغناء عنها لتحقيق المكاسب، أو لتجنب الخسائر أو لتقليل حجمها على الأقل. (أبو الحمام، 2010) وبما أن الاتصال يهدف إلى تغيير الاتجاهات أو تعديل الاتجاهات القائمة (مراد، 2011)، فإن السياسة أيضاً تعمل إلى نفس هذا الهدف في كثير من الأحيان خصوصاً فيما يتعلق بالسياسات الداخلية التي تهم الرأي العام المحلي.

ويعرف الاتصال السياسي بأنه النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال.

(البشر، 1997، ص18)

ومن الجوانب السياسية التي تمارس فيها وسائل الإعلام ومعها الإعلاميون أدواراً مهمة ومؤثرة هي العمليات الانتخابية، ذلك أن غالبية الناس المصوتين لا يتصلون اتصالاً مباشراً مع المرشحين ولا

يعرفون أغلبيتهم إلا من خلال وسائل الإعلام، لذلك فإن تقييم الناس واتجاهاتهم نحو الكثير من المرشحين ستأتي بناء على ما يعرفونه من خلال وسائل الإعلام إضافة إلى المصادر الأخرى. إن التأكيد على أن الصحفيين يمارسون نفوذاً على إدارة الحملات الرئاسية لا يقتضي ضمناً أنهم يعتمدون مثل هذا التأثير أو حتى أن بوسعهم منع التأثيرات إذا ما رغبوا في ذلك، وتتبع أعظم التأثيرات لوسائل الإعلام على عملية الحملة بشكل رئيسي من إمكانية التنبؤ بالتقارير التي تكتب عن الحملات ومن أن أفراد الحملات قادرون على تصميم نشاطهم وهم يأخذون هذه الأحداث المستمرة بعين الاعتبار. (جريبير، 1999)

ويتزايد نفوذ الصحفيين باطراد كمشتغلين بالسياسة، يمكن أن ينسب جزء من هذه القوة المتزايدة إلى التغيرات التي طرأت على الاتصالات وخصوصاً ظهور التلفزيون كوسيلة إعلام رئيسية. كما اكتسب الصحفيون أيضاً نفوذهم المتزايد بسبب التغيرات السياسية وخصوصاً بسبب ضعف شعبية الأحزاب السياسية. (تشومسكي، 2003)

وصنف هيكلم (1984) العلاقات السياسية التي يمكن أن تؤثر عليها وسائل الاتصال فيما يلي:

1- العلاقة بين الفرد والنظام السياسي، حيث تتمكن وسائل الاتصال الجماهيري من التأثير على معرفة الفرد بالنظام السياسي، وصلته بهذا النظام، ويمكن أن يحدث ذلك على فترات طويلة من الزمن، كلما تغير بناء وسائل الاتصال الجماهيري، كما هو الحال عندما تظهر صحافة جماهيرية جديدة مثلاً، أو قد يحدث على نحو أسرع وذلك بواسطة تغطية موضوعات خاصة توجه إلى فئات معينة كموضوع الهجرة.

2- العلاقة بين النظام السياسي ككل وبين المؤسسات المكونة له، ومثال ذلك أن مؤسسة الحكومة الملكية البريطانية تحظى بتأييد شديد من وسائل الاتصال الجماهيري، وأما الهيئة البرلمانية ذاتها

فإن وضعها في نظام الحكم يمكن أن يتأثر بواسطة إذاعتها لأعمالها ومحاضرات جلساتها، وكذلك الحال بالنسبة للأحزاب السياسية التي يكون دورها معرضاً دائماً للتعديل.

3- العلاقة بين الأفراد والمؤسسات السياسية، ومثال ذلك القوة النسبية لمختلف الأحزاب السياسية، أو العلاقة بين الرئيس الأمريكي ومجلس الشيوخ.

4- العلاقة بين الأفراد والمؤسسات ذاتها، كما يحدث في حالة تأييد حزب معين، أو جاذبية بعض الأفراد بالنسبة للقادة.

5 - العلاقة بين فرد وآخر، وخاصة العلاقة بين رجل وآخر من رجال السياسة الذين يقومون بدور سياسي مسيطر.

وعلى الرغم من القوة الظاهرة لوسائل الإعلام في النظم السياسية، فإن العلاقة بينها وبين النظم السياسية هي علاقة تبادلية في أدق معانيها، فالسياسي يستفيد من وسائل الإعلام في الوصول إلى الجمهور المستهدف، والوسيلة الإعلامية تحرص على الاهتمام بكل ما يهم الجمهور، واستطلاعات الرأي العام ليست هي الأسلوب الوحيد لوسائل الإعلام لتعزيز فاعليتها السياسية الإعلامية، بل ثمة أساليب أخرى كثيرة منها التحقيقات المطولة أو أعمدة الكتاب القصيرة والكاريكاتير وغير ذلك (أبو الحمام، 2010، 176-177) وقد توسعت نظرية الاعتماد المتبادل الإعلامية في شرح العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية القائمة، فمن المفترض أن القدر النسبي من قوة نظام وسائل الإعلام والاتصال تجاه أي نظام اجتماعي آخر، سواء كان سياسياً أم اقتصادياً أم دينياً أم عائلياً أم تعليمياً أم عسكرياً أم ترفيهياً أم قانونياً، هو نتاج توزيع المصادر واعتماد كل نظام على الآخر. (العبد الله، 2006، 231)

فاعلية وسائل الإعلام: (جريبير، 1999)

توفر السيطرة على وسائل الإعلام عدة إمكانيات مهمة في المجال السياسي:

أولاً: تستطيع وسائل الإعلام أن تجذب الاهتمام وأن توجهه إلى المشاكل أو الحلول بطرق تميل لصالح من يمتلكون القوة، وتستطيع بشكل متلازم تحويل الانتباه عن المنافسين أفراداً أو جماعات. ثانياً: تستطيع وسائل الإعلام أن تضيء وضعاً شرعياً على أمر من الأمور وأن تؤكد شرعيته. ثالثاً: يمكن أن تكون وسائط الإعلام في بعض الظروف سبباً للإقناع وحشد الطاقات. رابعاً: تستطيع وسائط الإعلام أن تساعد على خلق أنواع معينة من الجماهير والمحافظة عليها. خامساً: إن وسائط الإعلام هي واسطة لتقديم الجوائز والإشباع النفسية. فهي قادرة على الإلهاء والتسلية، وهي قادرة على التملق.

وعموماً فإن أهم ميزات وسائل الإعلام هي التكاليف المنخفضة مقابل الخدمات الإعلامية والإعلانية التي تقدمها. وهي أيضاً سريعة مرنة وسهلة نسبياً من حيث التخطيط والإشراف عليها.

(جرير، 1999، ص 53)

ويشار إلى أن الدعاية السياسية مثلها مثل الدعاية الأيديولوجية تهدف إلى نشر الآراء والمعتقدات السياسية التي تأخذ بها بعض الأنظمة، وبالتالي فالدعاية نشاط إنساني ووظيفة اتصالية تهدف من خلال استخدام الرموز إلى إحداث تغييرات في نمط أو أنماط سلوكية لدى الآخرين، ونجد أن خصائص الدعاية السياسية في أنها عملية نفسية واجتماعية هادفة. (مشاركة، 2002)

معايير التغطية الإعلامية في القنوات التلفزيونية:

تتنوع المعايير التي تتداولها المصادر المختلفة كمعايير مهنية للتغطيات الإعلامية، ويأتي التداخل الكبير بين ما يسمى معايير مهنية والأخرى التي تسمى "المعايير الأخلاقية"، ورغم أن ثمة اختلافاً بين مفهومي الأخلاق والمعايير المهنية، إلا أن هذا التداخل أمر واقع ومن الصعب تفاديته، لأن المبادئ والمعايير الأخلاقية تقتضي من الإعلامي التزامات مختلفة منها ما يتعلق بالالتزام بعدد من المعايير المهنية سواء تجاه مصادر الأخبار أم تجاه الجمهور أم تجاه الدولة والمجتمع عموماً. وفيما يلي تناول موجز لكل من المعايير الأساسية:

الموضوعية الصحفية: الموضوعية تعني عدم تحريف الخبر بالحذف أو الإضافة (أبو زيد، 2000، 68). وللموضوعية ثلاثة عناصر هي: الإسناد للمصدر، وفصل الخبر عن الرأي، والتوازن. (حسام الدين، 2003)

الشمولية: يشير مفهوم الشمولية في التغطيات الإعلامية إلى شمول واتساع التغطيات بحيث تتضمن أو تشمل القضايا والأحداث الأكثر أهمية من وجهة نظر الجمهور والمحللين السياسيين، وبذلك فهي لا تقتصر على التغطيات التي يراها السياسيون كذلك أو التي يقررها المسؤولون السياسيون أو المحررون في وسائل الإعلام. ويعد الطويسي (2008) أن أحد عناصر المهنية في قدرة وسائل الإعلام على تقديم تغطية شاملة، وإحاطة جارية، لكل ما يحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمجتمع في سياق يعطيها معنى. (الطويسي، 2008)

الصدق: يقصد بالصدق أن يكون الخبر يعبر عن حدث وقع بالفعل (يوسف، 1989) فالحدث الذي لم يقع هو خبر زائف، ونشره أو بثه يفقد الوسيلة الإعلامية مصداقيتها. (الجميل والعاني، 2012)

التنوع: التنوع يعني ببساطة عدم الاقتصار في التغطيات الإخبارية على اتجاهات معينة من الأحداث والقضايا على حساب الأخرى، إذ إن بعض وسائل الإعلام تميل إلى تغطية الأحداث والقضايا التي تنطوي على قدر من الإثارة وتتجاهل تلك التي تخلو من الإثارة رغم أنها قد تكون أكثر أهمية وأعمق تأثيراً على حياة الناس وقضاياهم المختلفة. وبذلك فإن التنوع قد يحقق التوازن أو قدراً كبيراً منه في التغطيات الإعلامية، ويشير مفهوم التوازن إلى آراء عديدة منها أن التوازن يعني إفساح المجال لأصحاب الآراء ووجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء، وليس فقط اثنين من المتخاصمين أو جهتي نظر، وهو ما يصور الأمر على أن هناك اختياريين فقط، بينما هناك الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول. (صالح، 2005)

السرعة: يقصد بالسرعة هو سرعة وصول الوسيلة الإعلامية إلى مواقع الأحداث وبالتالي نقل الأخبار عن الأحداث بأكثر قدر من السرعة. وتحقيق السرعة لا يمكن أن يتم للمؤسسة الإعلامية إلا إذا كان قد تم توفير كافة العناصر والشروط اللازمة لنجاح المؤسسة من قدرات بشرية مؤهلة إلى أجهزة تكنولوجية حديثة إلى القوى البشرية المدربة.

الفورية: هناك بعض الأحداث التي تتطلب من الوسيلة الإعلامية إجراء تغطية فورية للحدث، وهذه المسألة تخص التلفزيون والإذاعة أكثر مما تهتم الصحف المطبوعة التي تأخذ وقتاً كبيراً إلى أن يجري تحريرها وطباعتها ثم توزيعها، لكن بعض الصحف الورقية حاولت مواكبة السرعة والتعويض عن الفورية بأن أصدرت نسخاً مسائية أو ملاحق خاصة تغطي فيها حدثاً مهماً يهم الرأي العام، وبدأ أيضاً بعض الصحف الورقية تهتم بالتغطية الفورية من خلال مواقعها على شبكة الإنترنت، إذ بدأت تحقق هذه الطريقة نجاحات كبيرة لبعض المواقع لأنها كانت تحقق سبقاً صحفياً بتغطيتها الأحداث بعد دقائق من حدوثها.

إن الخلاصة لهذه المحاور البحثية تشير إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدور مهم وحيوي ومؤثر في العمل السياسي خصوصاً وكافة مناحي النشاط الإنساني عموماً، ونتيجة لهذه المكانة المرموقة والخطيرة لوسائل الإعلام، فإن دورها هذا يظل محط جدل وخلاف بين العديد من الجهات ذات العلاقة، فهي متهمه أحياناً بعدم الموضوعية وبأنها أداة في يد السياسيين أو أنها تتصرف بوحى منهم ولأجل تحقيق مصالحهم، وليس مصالح المجتمع أو الدولة عموماً.

وإنه لمن المنطقي أن يترتب على وسائل الإعلام منظومة من الواجبات تجاه دورها هذا سواء في المجال السياسي أو غيره من مناحي الحياة، وبالمقابل؛ فإن لوسائل الإعلام منظومة من الحقوق التي تساعدها على القيام بدورها الحقيقي في خدمة الحقيقة، والإسهام في تنمية المجتمع، وتزويد الناس بالمعرفة، إضافة إلى التسلية الهادفة، ونقل التراث الاجتماعي بين الأجيال، وهذه هي الوظائف التي لم تكن محط خلاف بين أغلب الدارسين لعلوم الاتصال والإعلام.

وأخيراً، فإن من واجبات وسائل الإعلام، بما في ذلك الفضائيات، الالتزام بعدد من المعايير المهنية؛ إضافة إلى المعايير أو الأخلاق المهنية، التي من شأنها الحفاظ على توازن الحقوق والواجبات بين الجماعات والأفراد وكافة أنظمة المجتمع والدولة، وعلى وسائل الإعلام، السعي الدائم والدعوى لوضع تلك المعايير المهنية والأخلاقية موضع التنفيذ أثناء قيامها بدورها، خصوصاً دورها في مجال تغطيات الانتخابات، ذلك أن من حق المرشحين والناخبين والمجتمع عموماً، اتخاذ قراراتهم بشأن هذه العملية التي ستؤثر في حياتهم ومستقبلهم.

الإعلام العربي وثورة الاتصالات:

يثار الجدل أو الخلاف حول صحة مفهوم "الإعلام العربي" إن كان واقعياً أو غير واقعي، إذ يرى بعضهم أن مصطلح "الإعلام العربي" مصطلح غير معبر عن الواقع لأن الحقيقة في الواقع أنه يوجد "إعلام دول عربية" وليس إعلاماً عربياً موحداً، دول لها فلسفات تختلف من دولة لأخرى ومن ثم يعكس إعلامها توجهاً يختلف عن الآخر، إعلام دول فيه قليل من المصادقية لكنه سياسة واتجاه. (الjasر، 1997، ص225) ويرى بعضهم أن مفهوم الإعلام العربي المشترك يرتبط بالتنسيق الإداري بين أجهزة الإعلام العربية، لذلك تم تحديد مفهوم الإعلام العربي المشترك تحديداً قاطعاً في شباط/ فبراير عام 1959، عندما عقد أول مؤتمر لخبراء الإعلام العرب بدعوة من إدارة الإعلام والنشر بجامعة الدول العربية آنذاك، وضم ممثلين عن الأجهزة الإعلامية في الدول الأعضاء. (كامل، 1982، 41) ويشير أبو عرجة إلى أن الجامعة العربية شكلت في نيسان (1946) "دائرة للإعلام والنشر" تحت إشراف الأمانة العامة لوضع خطة الدعاية ونشرها على الصعيد الدولي نيابة عن الدول العربية. وبناء عليه فإن خبراء الإعلام في الجامعة توصلوا إلى تنظيم جهاز الإعلام التابع للجامعة العربية ليصبح مؤلفاً من عدد من الهيئات مثل اللجنة الدائمة للإعلام، والمكتب العربي الدائم للدعوة العربية، والصندوق المشترك للإعلام العربي. (أبو عرجة، 2000)

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين ثورة عارمة في مجال الاتصالات والمعلومات؛ شمل تأثيرها جميع أفراد المجتمع العربي من المحيط إلى الخليج، وذلك بفضل استخدام تكنولوجيا الأقمار الصناعية. إذ كانت المجتمعات المتقدمة قد دخلت عالم البث الفضائي مبكراً منذ الستينيات من القرن العشرين، فإن المجتمعات النامية قد انتظرت ثلاثة عقود لتواكب هذه التقنية الجديدة، وما

تحمله من متغيرات اجتماعية واقتصادية. ويُعد مشروع عريسات من أهم المشاريع العربية الناجحة التي مكنت الدول العربية الولوج للعصر الفضائي أو ما يعرف بالسموات المفتوحة. (نصر، 2008)

ومتلما أسهمت ثورة الاتصال والمعلومات في إحداث تحول على المشهد الإعلامي العالمي، فإن الإعلام العربي استجاب أيضاً لتأثير هذه الثورة الكاسح في العقد الأخير من القرن العشرين، واستطاعت بعض وسائل الإعلام العربية الاستفادة من بعض جوانب التقدم، فنشأ ما يسمى "إعلام الموجة الجديدة" المتمثل في القنوات الفضائية العربية والصحف والمجلات الإلكترونية والمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت .

ولا شك أن الإعلام العربي تأثر كثيراً من الجانب الإيجابي ومن الجوانب السلبية أيضاً لثورة المعلومات والاتصالات، وأكثر ما استفاد منه الإعلام العربي من التقنيات التكنولوجية المتطورة للاتصال والإعلام، وهي تقنيات غربية بلا شك، لكنه أيضاً تأثر سلباً من حيث ازدياد حالة الفوضى وكثرة وسائل الإعلام وكثرة الرسائل الإعلامية في الفضاء العربي مما يشنت المواطن والمخططين ومما يسمح بتسرب الكثير من الإعلام السلبي الهدام في الإعلام العربي.

لم يلاحظ انطلاقة واسعة للإعلام العربي إلا عندما قلصت بعض قيود المؤسسات التقليدية، ونضجت ثمار الوحدات العاملة فيه من صحف وإذاعات، وطرحت مسألة الأهداف بشيء من الوضوح على صعيد جامعة الدول العربية التي استكملت بنيتها بإدارة خاصة بالإعلام في إطار المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اليكسو). (طلال، 1993، ص5)

ومن نتائج ثورة الاتصالات أيضاً ازدياد زخم النشاط الإعلامي في العالم العربي خلال السنوات السابقة، كما أن مكوناته اتسعت على نحو غير مسبوق، فبرزت فضائيات عربية - على سبيل المثال - وسعت هامش الحرية والتعددية، وامتد نطاق تأثيرها إلى ما وراء الحدود الوطنية، وقدمت خطاباً بديلاً من الخطاب الإعلامي الرسمي، هذا فضلاً عن أنها كسرت احتكار وسائل الإعلام الغربية لنقل الخبر، وأسهمت في وضع الإعلام العربي في دائرة الاهتمام العالمية .

وبلا شك، فقد مكنت الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي الذي رافق إطلاق الأقمار الصناعية من تكريس عصر السماوات المفتوحة وضخ استثمارات هائلة في صناعة الاتصال التي أصبحت تحقق أرباحاً طائلة، مما أدى إلى تكاثر القنوات الفضائية وانخفاض تكلفة البث وتوسيع مجالاته وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية وغلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية. (الصيفي، 2010، 15) وقد تزامن انتشار البث الفضائي العربي الموسع مع بروز ظاهرة العولمة وما رافقها من تغيرات، الأمر الذي فرض أمام الإعلام العربي تحديات كبيرة في ظل عولمة الإعلام ولا سيما بعد أن توفرت الإمكانيات لدى المواطن العربي في استقبال القنوات الأجنبية الوافدة إلى الوطن العربي وهو في منزله. (الصيفي، 2010، 16)

ومن المعروف أن الإعلام العربي عموماً نشأ في نطاق الحكومات أو في القطاع العام باستثناء حالات قليلة كما في لبنان، أو كما في إذاعة الكويت التي عرف عنها أنها أسست بواسطة جهد خاص لأحد المواطنين الكويتيين في أوائل الخمسينات ثم تنبعت لها حكومة الكويت فقامت بشرائها والسيطرة عليها، لكن الافتتاح الرسمي للإذاعة الكويتية جرى في 2 فبراير (الداود، 2011). ويعود السبب في نشأة الإعلام العربي في نطاق الحكومات إلى أسباب كثيرة أهمها حرص الحكومات أو

الدول على السيطرة على وسائل الإعلام باعتبارها مظهراً من مظاهر السيادة والقوة لديها (السبعان، 2011، 67)، لذلك كانت محطات الإذاعة والتلفاز تحاط بكثير من الاحتياطات الأمنية والعسكرية المشددة حفاظاً عليها من محاولات السيطرة عليها من قبل الحركات الانقلابية (أبو الحمام، 2010). حتى إن الدولة القطرية العربية عمدت إلى السيطرة على الإعلام، وقامت بتسيير أجهزته المختلفة، بل إن بعض الدول عدت وزارة الإعلام من الوزارات السيادية، وبقي الإعلام موجهاً من قبل الدول أو الحكومات العربية، لخدمة أهدافها المختلفة ومصالح النخبة فيها، وهناك ميل واضح إلى التشدد الصريح في الدول العربية على وسائل الإعلام، وهو تشدد لا يهدف إلى محاصرة حرية الرأي والتعبير فحسب، بل يهدف إلى إحكام قبضة الدعاية الحكومية على ما يشكل اتجاهات الرأي العام أيضاً. (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2006، ص 21)

ويصنف الحطامي (2010) القنوات الفضائية الناطقة بالعربية إلى ثلاثة أنماط رئيسية كما يلي:

النمط الأول: وهو الأكثر شيوعاً، وتمثله القنوات الفضائية المملوكة ملكية حكومية سواء كانت هذه القنوات قنوات معدة خصيصاً للبث الفضائي أم قنوات محلية يتم بث إرسالها عبر الأقمار الصناعية إلى خارج الحدود.

النمط الثاني: وتمثله القنوات المملوكة ملكية خاصة، أو مشتركة عربية، ويتم إرسالها من خارج

المنطقة العربية مثل: MBC سابقاً، ART، أو من داخل المنطقة العربية مثل تليفزيون المستقبل.

النمط الثالث: وتمثله القنوات التي تبث إلى العالم العربي من دول أخرى مثل قناة BBC

بالعربية، (الحطامي، 2010، 274-275) وفي السنوات الأخيرة ظهرت قنوات أخرى مثل قناة العالم

الفضائية المملوكة لإيران، وقناة الحرة المملوكة للولايات المتحدة، وقناة CCTV المملوكة للصين.

وهناك من يصنف الإعلام العربي تصنيفات أخرى مثل: الإعلام الحكومي مقابل الإعلام الخاص،

أو الإعلام التقليدي مقابل الإعلام الحديث، أو الإعلام الشعبي مقابل الإعلام الرسمي. أو الإعلام

البديل مقابل الإعلام التقليدي وغير ذلك من التصنيفات، وثمة العديد من التصنيفات للإعلام العربي الفضائي وغير الفضائي مبنية على أسس متنوعة ومختلفة، منها المبني على أساس ملكية الوسائل الإعلامية: حكومية أو خاصة، ومنها ما هو مبني على التخصص، إخبارية (كالجزيرة والعربية وكثير من الصحف الورقية والإلكترونية)، أو ترفيهية أو رياضية أو للأغاني القديمة أو الأفلام وغير ذلك من التخصصات.

ولعل وصف بعضهم للمشهد الفضائي العربي بسوق عكاظ الفضائي أصدق وصف لحالة الفضائيات العربية اليوم، فقد تسابقت الدول العربية (حكومات وأفراداً) لإطلاق القنوات الفضائية، حتى وجدنا الفضاء العربي خلال بضع سنوات يمتلئ بعدد هائل من القنوات القابلة للزيادة يوماً بعد آخر تتنافس لاستقطاب ما يزيد على 300 مليون مشاهد عربي. (الصيفي، 2010، 27)

ويرى الباحث أنه ليس من المبالغة التأكيد أن وسائل الإعلام العربية كافة تشترك في عدد من القواسم المشتركة مما يُعدُّ السمات والملامح الرئيسية للإعلام العربي، سواء كانت تلك الوسائل مطبوعة أم مسموعة أم مرئية، وعلى هذا الأساس يمكن القول إن نظام الإعلام العربي يتميز عن غيره من النظم الإعلامية الأخرى إن كان في مستوى المضامين الإعلامية التي تتعامل معها ووسائل الإعلام أو إن كان في طبيعة القوالب والأشكال الإعلامية التي يجري فيها معالجة وتناول تلك المضامين، ومن المؤكد أن وسائل الإعلام العربي تعاني عدداً من السلبيات والعقبات المشتركة أهمها تدني مستوى الحريات، وقصور التشريعات الكفيلة بانطلاق وسائل الإعلام إلى المزيد من الحريات والتزاماً، وضعف رأس المال المستثمر في هذه الوسائل، وتدني مستويات التدريب المستدام للإعلاميين وغير ذلك من الملامح والسمات.

التحديات التي تواجه الإعلام العربي:

ومن المؤكد أن الإعلام يستطيع أن يسهم إسهاماً كبيراً في خلق المناخ الملائم لتطوير المجتمع المدني وإحداث التغيير الاجتماعي، عبر توسيع مشاركة الفئات الاجتماعية في النقاش العام لقائمة الموضوعات المطروحة، وإيجاد "الفضاء العام" للمجتمع بمؤسساته المختلفة للتعبير عن مواقفها وآرائها ومصالحها. (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2006، ص 172)

إن من واجب الإعلام العربي ومسؤولياته الارتباط بأهداف التنمية الشاملة وخططها بشكل رشيد وديناميكي. ومواكبة التحولات الاجتماعية والثقافية والتطوير المتسارع في مجالات المعرفة المختلفة. وتبني المنهج التشاركي في جميع مراحل إعداد الاستراتيجية بحيث تنطلق من واقع العمل الإعلامي وبمشاركة جميع الأطراف المعنية، أي من القاعدة إلى القمة وليس العكس كما يحدث غالباً. (العبد الله، 2010)

ونظراً للآمال والتوقعات الكبيرة التي يعقدها الكثيرون على دور وسائل الإعلام، فإن التحديات التي تواجه هذا القطاع هي تحديات كبيرة وكثيرة بحجم الآمال والتوقعات وتحديات العصر السريع التغير والتطور. وقد أشار أبو عرجة في كتابه "الإعلام العربي وتحديات الحاضر والمستقبل" إلى الكثير من أوجه القصور والضعف التي يعاني منها الإعلام العربي المشترك إن كان في مجال التنظيم على مستوى الجامعة العربية أو إن كان على مستوى صورة العرب في الإعلام الغربي أو إن كان على مستوى القضية الفلسطينية، وأشار إلى ضرورة وضع استراتيجية إعلامية عربية تقوم على عدد من المرتكزات مثل إقامة وكالة أنباء عربية قوية وغير ذلك من الإجراءات والخطط. (أبو عرجة، 2000)

وأشار الدناني إلى أن التحديات التي يواجهها الإعلام العربي من جراء عولمة وسائل الاتصال، في ظل واقع التجزئة التي يتعرض إليها النظام الإعلامي العربي، وتحكم كل نظام سياسي بإعلامه وإحكام قبضته عليه، مما عكس ذلك على محتوى الخطاب الثقافي الذي تبثه الفضائيات العربية. والتحدي التقني يتمثل بالتطور المادي الحاصل في مجال البث الفضائي المباشر واحتكار السيطرة على تكنولوجيا الإعلام والمعلومات من قبل الدول المصنعة لها. (الدناني، 2006)

إن أحداً لا يجهل الدور الذي تقوم به الشبكات الإذاعية والتلفزيونية الدولية، خاصة في صناعة الترفيه وتسليع المواد الثقافية، وضخامة الإنتاج الدرامي الذي تصدره لآخرين، وهو ما يجعلنا نتساءل عن طبيعة المواد الترفيهية المسيطرة على وقت الإرسال في محطاتنا التلفزيونية، وضالة المادة الثقافية المنتجة عربياً، وغياب البرامج الثقافية المصممة لتلبي حاجاتنا الوجدانية والاجتماعية، وتراجع المواد الثقافية الجادة عموماً أمام الزخم المقدم على سبيل اللهو والتسلية والبرامج الخفيفة، والمنوعات. (أبو عرجة، 2006، 146)

ومن بين التحديات الكبيرة التي تواجه الإعلام العربي والمجتمعات العربية بكل مؤسساتها أيضاً ما يسمى بالتدفق اللامحدود للمعلومات القادمة من خلال وسائل الإعلام ووسائل المعلومات بمختلف أشكالها، فهناك مئات القنوات الفضائية المفتوحة وأخرى مشفرة يمكن فك تشفيرها بطرق ميسرة واستقبال بثها، ومنها الكثير الذي لا يناسب مصالح المجتمعات العربية ولا يلتزم بالقيم الأخلاقية لها. كذلك تستقبل الدول العربية الكثير من الوسائط التي تحمل في مضمونها الكثير من المعلومات والصور التي تشكل تحدياً لتقاليد المجتمعات العربية أو لأمنها واستقرارها.

وأشار كثيرون إلى أن العولمة في بعدها الثقافي في تهيمش الثقافات الوطنية - إن لم يكن إلغاءها ومحاولة تكريس ثقافة الغرب وفرضها على العالم تحت ستار (عالمية الثقافة) - بهدف تشكيل ما يمكن تسميته (ثقافة العولمة) ترتكز على أنماط معينة من السلوك الاستهلاكي الذي يخدم العولمة

الاقتصادية.(الحطامي، 2010، 265) . وكما يشير أبو عرجة فإن قضية تدفق المعلومات داخل الوطن العربي باتت من أهم وأخطر القضايا المعوقة لنجاح العمل الإعلامي والثقافي والمعرفي، مع الحاجة الماسة لذلك من أجل تنمية الحس الثقافي المشترك وتشكيل الذائقة الفنية والأدبية والقومية للإنسان العربي. (ابو عرجة، 2000، 33)

ويشير عبد الغني إلى أن الثقافة انتقلت من كونها عاملاً مساعداً للتقارب بين الشعوب إلى أن يصبح من أبرز حقول الصراع المعاصرة (عبد الغني عماد، 2006) وإذا كان الباب الاقتصادي والسياسي قد شرع أمام العولمة، فإنه من الطبيعي أن يصبح المجال الثقافي بكل أبعاده مجالاً خصباً لتداعياتها، ولعل هذا المجال بالتحديد يُعد من أخطر النتائج المترتبة على العولمة لاتصالها بالشخصية الثقافية والهوية والانتماء للشعوب والأمم التي أصبحت مكشوفة أمام مؤثرات وتحديات لم تعد تتفع معها الدفاعات الثقافية التقليدية السابقة للحفاظ على الخصوصيات والهويات المحلية.(أبو الحمام، 2010، 106)

وقد أكد تيسير أبو عرجة في ختام معالجته لمحور الغزو الثقافي في كتابه (قضايا ودراسات إعلامية) على أن العرب يتعرضون لغزو ثقافي غربي وأمريكي على وجه الخصوص، وأن تأثيراته لا بد أن تتحقق عاجلاً أو آجلاً، وقد حدد الخطوط العريضة لسبل مواجهة هذا الغزو من زاوية الخبير الإعلامي فأشار إلى ثلاثة ضرورات كالاتي: (أبو عرجة، 2006، 161)

1- من الضروري الدخول في الصناعة الاتصالية، وهي صناعة لها متطلباتها المالية والفكرية والمهنية، وذلك من قبل الجهات التي ترى أن لها رسالة ستؤديها من خلال وسائل الإعلام ووسائله الثقافية.

2- من الضروري الاستعانة بأهل القلم والفكر والأدب لكي يكون لهم دور فعلي وتواجد فاعل على شاشات المحطات التلفزيونية.

3- من الضروري مواصلة الحوار مع الجيل الشاب لبث روح الثقة بالنفس فيه وإفهامه ماذا يراد به، وتعزيز انتمائه الوطني والديني بدلاً من هذا الفراغ الذي يقتل وقته وطموحاته.

ومن المؤكد أن تحديات الإعلام العربي هي أوسع من أن ترتبط بالغزو الثقافي، فهي تتسع لتشمل عوامل خارجية وأخرى داخلية في مستويات عديدة، وقد أجمل أبو أصعب التحديات التي تواجه الإعلام العربي بما يلي: (أبو أصعب، 1999، ص 15 - 17)

1- تحديات سياسية: وتتمثل بمجموعة من القضايا الكبرى يأتي على رأسها الاحتلال الإسرائيلي لفلسطين، والتجزئة، وما ينتج عنها من نزاعات عربية - عربية، وقضية الديمقراطية والحريات السياسية وقضايا التنمية والتبعية.

2- السيطرة الحكومية والقانونية والتنظيمية: وتتمثل بالقوانين والتشريعات النقابية المنظمة للإعلام والقوانين واللوائح المنظمة للمؤسسات الإعلامية وقوانين الحريات والتراخيص والرقابة.. الخ.

3- تحديات أيديولوجية: وهي تواجه الإعلام حينما تكون هناك أيديولوجيات للسلطة والمؤسسة الإعلامية وأخرى للكاتب وأيديولوجية للقارئ، وهذه لا يمكن تجاوزها إلا من خلال الديمقراطية وحرية الرأي.

4- تحديات تمويلية واقتصادية: وهي تتمثل بمجموعة ضغوط وتأثيرات مباشرة وغير مباشرة في الإعلام ومؤسساته.

5- تحديات مجتمعية: وهي ذات أشكال متعددة إذ يتمثل بعضها بالمستوى التعليمي والثقافي للمجتمع، أو الأمية التعليمية والأمية الثقافية، وبعضها يتمثل بالمستوى الاقتصادي للمجتمع، وغير ذلك من الضغوطات مثل الطائفية والقمع الفكري.

6- التحديات الخارجية: وتتمثل بأشكال متعددة من بينها ظروف الاتصال الدولي ومنافساته، كذلك التدخلات الأجنبية في عمل الصحفيين كاتصال السفارات بالصحفيين ووسائل الإعلام والتأثير في عملها.

7- تحديات مهنية: وهي مجموعة من التحديات التي ترتبط بإدارة المؤسسة أو التحديات المرتبطة بطبيعة العمل الإعلامي.

8- تحديات تكنولوجية: وتتمثل في المنافسة في تكنولوجيا الاتصال.

آثار ثورة التكنولوجيا والاتصال على المحطات التلفزيونية العربية:

كان للثورة التكنولوجية تأثير كبير على تطور التلفزيون، وما يحدث في هذا المجال الآن يمكن وصفه بأن كل أنظمة الاتصال التي عرفها الإنسان منذ بدء الخليقة أصبح بالإمكان جمعها معاً في نظام إلكتروني واحد يحركه الكمبيوتر، ويشهد حقل الاتصال تطورات سريعة ومتقدمة في تكنولوجيا الإلكترونيات تشمل الدمج بين عدة أجهزة معاً، فالتلفزيون كما نعرفه حالياً أدمج مع الكمبيوتر والتليفون (والإنترنت) لتشكل هذه الأجهزة ما يسمى بالتلفزيون التفاعلي Interactive TV، والواقع أن سرعة انتشار المستحدثات التكنولوجية يتوقف على عوامل كثيرة مثلما كان الحال مع التكنولوجيات الحديثة التي ظهرت في القرن التاسع عشر. (نصر، 2008)

ويشير عبد الرزاق الدليمي إلى إن الكثير من التلفزيونات الرسمية ما يزال مثله مثل الإعلام العربي تتمسك بالقواعد والأساليب القديمة في الإعلام، وهو الإعلام القائم على التلقين، وإطلاق الرسالة باتجاه واحد دون الاستعداد لاستقبال "رجع الصدى" أو للتشاركية في إنتاج الرسالة الإعلامية أو

المادة الإعلامية، خصوصاً وأن الإعلام العربي بات يواجه قضايا كبيرة وأحداثاً جساماً سواء ما يتعلق بالقضية الفلسطينية وتداعياتها، أم ما يتعلق بالقضايا الداخلية المتمثلة في حركات الاحتجاج التي يعدها بعضهم ثورات حقيقية، فيما يعتبرها آخرون حركات موجهة من الخارج، ومن واجب وسائل الإعلام أن تشير إلى كافة الآراء بتجرد وبموضوعية، ذلك أن المواطن العربي بدأ يشعر بعدم مصداقية وسائل الإعلام حتى الخاصة منها التي نشأت برأس مال مُسيس وله أجندة ترتبط بسياسات دولية مختلفة. وكما يشير الدليمي فإن وسائل الإعلام الدولية أصبحت أدوات للإعلام والدعاية، تعبر عن مصالح النخب الحاكمة سواء في المجتمعات الرأسمالية أو النامية ولا تعبر عن هموم شعوبها وآمالها وطموحاتها. (الدليمي، 2004)

لقد كان من مظاهر الثورة التكنولوجية ظهور التلفزيون الذي يعمل بالكوابل Cable TV والألياف الضوئية والأقمار الصناعية التي أتاحت إمكانية البث إلى أبعد الأمكنة في العالم، بالإضافة إلى عدد من المستحدثات الأخرى التي ظهرت في أواخر القرن العشرين الماضي مثل التلفزيون التفاعلي والحقيقة التمثيلية Virtual reality التي أتاحت توسعة البث لعدد كبير من الفضائيات على محور واحد، التلفزيون الفائق القدرة High-definition TV وتكنولوجيا الضغط الرقمي Digital compression. (نصر، 2008). أضاف إلى ذلك ما أسهمت فيه شبكة الإنترنت من استخدامات متعددة للتلفزيون سواء في إعداد البرامج أم في التفاعل مع المشاهدين أم في الترويج للتلفزيون وبرامجه، مما مكن الفضائيات العربية من الوصول إلى كافة أرجاء العالم فأصبح لها جمهور كبير من المشاهدين العرب المغتربين أو اللاجئين في أقطار العالم المختلفة خصوصاً في الدول الغربية.

ومن المعلوم أن تقنيات التلفزيون الحديثة قد أدت بالفعل إلى تغيرات ملموسة في جانب الشكل البرمجي وإعداد البرامج التلفزيونية العامة والمتخصصة. فقد وفرت تلك التقنيات الجديدة تحسينات

لمموسة في الشكل البرامجي والبصري للتلفزيون، كما أنها فرضت واقعاً جديداً لصالح المشاهد فيما يخص العناية الفائقة التي يوليها معدو البرامج التلفزيونية وكتابها ومقدموها لمضامين برامجها في ظل ثورة فضائية اتصالية ومعلوماتية. (الحطامي، 2010)، وأشار أبو عرجة إلى هذا الجانب من حيث الشكل والمضمون في الإعداد والتعامل مع التقنيات الجديدة، "فقد أصبح مطلوباً من الكتاب والأدباء الذين يكتبون النصوص الأدبية المقدمة لهذه الوسائل أن يتعرفوا على فن دراسة الجماهير وما تطلب وما تريد، وفن دراسة أجهزة الإعلام العصرية وما تفرضه من مقتضيات فنية وما تلزم به الكاتب، أي أديب العصر، من خضوع لتقنياتها وحرفياتها ورسالتها وأهدافها". (أبو عرجة، 2006)

وكان من مظاهر ثورة تكنولوجيا الاتصالات على التلفزيون أن انتقل البث التلفزيوني إلى مرحلة الكونية بعد أن كان حبيسا على حدود جغرافية معينة يصعب عليه تجاوزها أو لا يسمح له بتجاوزها بسهولة، وفي العالم العربي تعد قناة دبي، ومركز تلفزيون الشرق الأوسط، والفضائية المصرية من أوائل المحطات العربية التي عرفها الجمهور العربي من المحيط إلى الخليج في بداية التسعينات من القرن العشرين، بينما سبقت قناة السي إن إن العالمية الناطقة بالإنجليزية المحطات العربية ببضع سنوات. (نصر، 2008) وقد كان التلفزيون في السبعينات وما قبلها وسيلة اتصال محلية في الغالب، وكان جمهورها ضحما إلى حد بعيد، أما اليوم فإن التلفزيون يتجه ليصبح ذا شخصية دولية بفعل تكنولوجيا البث الجديدة التي يفترض أن تزيد من عدد جمهوره، لكن جمهوره الضخم يتعرض لتجزئء بسبب الزيادة الهائلة في عدد قنواته التي أصبحت متاحة في أنحاء العالم. (حسن، 1999).

كذلك انعكست التطورات التكنولوجية في الإعلام الجديد على العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الجمهور بشكل عميق وكبير، ومن مظاهر ذلك اختفاء العديد من المفاهيم المرتبطة بالإعلام القديم مثل أوقات البرامج، إذ أصبح بالإمكان البحث عن البرنامج المستهدف عبر ملفات الفيديو أو مواقع

اليوتيوب، كما أن الإعلام الجديد غير مفهوم الإعلانات، إذ أصبح من السهل استهداف فئات معينة بفضل القدرة على تجميع الإحصائيات والمعلومات حول المستخدمين للإعلام الجديد، ونلاحظ الدور الكبير الذي يلعبه الجمهور في الإعلام الجديد، فهو المنتج أو المساهم في إنتاج المضامين وفي تقييمها وتصنيفها ونشرها والتعليق عليها. (مراد، 2011)

وحدد أبو عرجة عدة مظاهر للثورة المعلوماتية والإعلامية نحو الجمهور نذكر منها بإيجاز:

- أصبح للجمهور القدرة على الانتقاء بين مختلف وسائل الإعلام.
 - أصبح للجمهور القدرة على المشاركة بما يتم مشاهدته في البرامج التلفزيونية، من خلال وسائل الاتصال المتاحة.
 - إمكانية الوصول إلى الأفكار والمعلومات بحرية وبدون وساطة الجهات التي كانت تحتكر هذه الوسائل الإعلامية، خاصة الحكومات.
 - التنوع الكبير في البرامج التي يمكن مشاهدتها ومتابعتها، وهو يعني عدم الارتهاق إلى جهة واحدة تحتكر هذا الإنتاج،
 - إتاحة المعلومات المطلوبة بسرعة وكفاءة.
 - الانعكاسات اللغوية لثورة المعلومات في مجال المفردات والمصطلحات التي تدخل عالم الإعلام والاتصال، وتصبح بمرور الوقت معربة تنثري القاموس اللغوي العربي. (أبو عرجة، 2006، 116)
- ولا شك أن ظهور تلك الفضائيات في الفضاءات القطرية العربية يمثل تحدياً وتحفيزاً كبيراً للحكومات وللبعض المستثمرين في الإعلام في الانضمام إلى هذه التجربة المهمة والحيوية، إذ بدأت محطات أجنبية تتنافس المحطات التلفزيونية القطرية، وبدأت تتنافس الحكومات على التعبئة وعلى تزويد الجماهير بالأخبار وبما يرتبط بها من اتجاهات، لذلك يرى الكثير من المراقبين أن مثل هذا التنافس حرك المياه الراكدة ودفع نحو إعادة النظر في الكثير من الأساليب التلفزيونية

سواء في الخطاب أم في المواد الإعلامية الأخرى المقدمة للجمهور بهدف الفوز برضا هذا الجمهور وبمتابعته.

وشملت التطورات في مجال البث التلفزيوني ظهور قنوات تلفزيونية متخصصة، منها ما هو للثقافة ومنها ما هو للغناء ومنها ما هو للترفيه ومنها ما هو للدعاية وغير ذلك الكثير من مجالات الاهتمام والاختصاص، ويرى نصر (2008) أن القنوات الإخبارية العربية المتخصصة التي ظهرت في منتصف التسعينات تعد أهم ظاهرة إعلامية في الساحة العربية، فهي حركت المياه الراكدة في العالم العربي، واستطاعت في فترة قصيرة أن تجذب ملايين المشاهدين الناطقين بالضاد في العالم العربي وفي المهجر، بل نجحت في منافسة غيرها من وسائل الإعلام الموجهة من خارج العالم العربي مثل (BBC)، و(CNN) وصوت أمريكا ومونت كارلو الفرنسية، وفي المقابل فقد تراجعت مصداقية وسائل الإعلام العربية بسبب تسييسها من قبل الأنظمة العربية، وحصر وظائفها في تلميع وتمجيد أداء الحكومات العربية.

وقد أشار الصيفي (2010) إلى جملة المظاهر الجديدة لظهور القنوات الفضائية الخاصة على مشهد الإعلامي الفضائي العربي بالنقاط الآتية:

- إدخال حيوية فائقة على المشهد العربي.
- إيجاد تعددية إعلامية على أكثر من صعيد.
- تمكين المشاهد من اختيار واسع النطاق بين قنوات تتكامل وتختلف وتتنوع وتلبي احتياجات شتى للمعرفة والتسلية والمؤانسة ومواكبة الأحداث وإثارة القضايا واكتشاف أبعادها وخلفياتها.
- إزالة الحواجز التي أقامتها الرقابة الذاتية فكسب مصداقية في خطابها ورواجها لدى مشاهديها.
- التأسيس لبوادر رأي عام عربي يقبل ويرفض ويتأثر ويؤثر، رأي عام يتجاوز أسوار القطرية

ويتفاعل مع الواقع ويتطلع للمستقبل. (الصيفي، 2010، 44)

الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة ومن هذه

الدراسات ما يلي :

أجرى القاضي (1986) دراسة بعنوان: وسائل وأساليب الاتصال في الدعاية الانتخابية في مصر:

دراسة تطبيقية لانتخابات الفصل التشريعي الثالث لمجلس الشعب المصري"، واعتمد الباحث على

عينة شاملة لأعضاء مجلس الشعب المصري، وكان من أهم النتائج:

1. عدم وجود استقرار برلماني في مصر إذ إنه منذ بدأ الحياة النيابية في مصر حتى اليوم لم

يكمل البرلمان المصري أدوار انعقاده في أي فصل من فصوله التشريعية غير فصلين اثنين فقط.

2. الأحزاب السياسية في مصر لا تعبر تعبيراً كاملاً على جميع الاتجاهات والمذاهب السياسية

للبيئة السياسية المصرية.

3. لا تحتل الدعاية الانتخابية أهمية كبيرة في تحقيق الفوز في الانتخابات البرلمانية.

4. تعتمد الدعاية الانتخابية على وسائل الاتصال الشخصي المباشرة اعتماداً مؤثراً وفعالاً.

5. ليس لوسائل الاتصال العامة غير المباشرة الأهمية التأثيرية في الدعاية الانتخابية لعدم

ملاءمتها لطبيعة وظروف البيئة الانتخابية في مصر.

7. وسائل الإعلام المختلفة المحلية والإقليمية في حاجة إلى دعم واهتمام من جانب الدولة من

ناحية ومن جانب المحافظات من ناحية أخرى.

8. ما زالت البيئة الانتخابية في مصر تأخذ بالأساليب التقليدية وغير الشرعية في الانتخابات

السياسية.

9. هناك بعض القيود التشريعية والقانونية التي تمس مبدأ الحرية المطلقة في الممارسات الانتخابية.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في عدة جوانب ومحورها الأساسي خصوصاً المتعلق بتغطية الحملات الانتخابية في الانتخابات البرلمانية، لكننا تختلف عنها في أن هذه الدراسة اهتمت بالجوانب السياسية إضافة إلى الأبعاد الاتصالية الإعلامية.

وجاءت دراسة (الفقيه، 1997) بعنوان "دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية". وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي يؤديه التلفزيون في معارف الشباب اليمني السياسية، كما سعت إلى معرفة القضايا التي تستحوذ على اهتمامات الشباب اليمني. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بلغت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون اليمني (84%)، في حين بلغت نسبة مشاهدي النشرة والبرامج الإخبارية (97%).
- أوضحت الدراسة أن (83%) من الطلاب المبحوثين لا يستمعون للبرامج السياسية في الإذاعة، فيما أشار (72%) من الطلاب إلى حرصهم على مشاهدة البرامج السياسية التلفزيونية.
- فيما يخص ترتيب وسائل الإعلام بوصفها مصادر للمعلومات السياسية جاء التلفزيون اليمني في المرتبة الأولى، ثم الراديو اليمني، ثم القنوات العربية.
- فيما يتعلق بقائمة أولويات الشباب اليمني للقضايا العامة، فقد جاءت القضايا السياسية اليمنية في الترتيب الأول.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في جانب الأثر السياسي للبرامج التلفزيونية عموماً، لكنها لم تحدد قضية أو حدثاً معيناً يعكس الدراسة الحالية التي حصرت البحث في الأثر السياسي في عملية التغطية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي.

وأجرت الباحثة (سيد، لمياء1998) دراسة بعنوان "إدراك الشباب للواقع السياسي": وهي دراسة تحليلية ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية عينة قوامها 90 نشرة إخبارية من خلال تحليل نشرة أخبار التاسعة في القناة الأولى خلال الفترة من أول أكتوبر 1997 وحتى 29 ديسمبر 1997، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية علي عينة عمدية قوامها 400 مبحوث. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- توجد علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة القوة بين حجم مشاهدة التلفزيون بصفة عامة وحجم مشاهدة الأخبار.

2- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم مشاهدة أخبار التلفزيون وإدراك الواقع السياسي كما يعكسه التلفزيون.

3- توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية بين الدوافع الطقوسية للمشاهدة وإدراك الواقع السياسي كما يعكسه التلفزيون، وذلك مقابل علاقة ارتباط ضعيفة بين الدوافع المعرفية لمشاهدة الأخبار وإدراك الواقع السياسي كما يعكسه التلفزيون.

وهذه الدراسة هي الأخرى تعيد التركيز على العامل مما يؤكد على أهمية دور التلفزيون وتغطياته الإخبارية في الأحداث السياسية.

وجاءت دراسة (أبو يوسف, 2001) بعنوان "الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب

الجامعات" وهدفت الدراسة إلى التعرف على الوعي السياسي والانتخابي لطلاب جامعة القاهرة قبيل الانتخابات البرلمانية في مصر سنة 2000 كما سعت الدراسة إلى إبراز دور وسائل الإعلام في

تشكيل وعي الطلاب والمشاركة السياسية،. وجاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

- إن هناك إحصائياً من قبل طلاب الجامعات عن المشاركة في عضوية اتحاد الطلبة.

- أكد الطلاب المبحوثون أن الوعي السياسي لطلاب الجامعات ضعيف بصفة عامة.

وكانت دراسة (الحوسني، 2005) بعنوان "دور الإعلام في التنشئة السياسية لمجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة" وبحثت هذه الدراسة دور الإعلام في التنشئة السياسية لمجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة واعتمدت على المنهج الوصفي المسحي واستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات.

وبينت الدراسة تركيز وسائل الإعلام والمناهج المدرسية، على إكساب المتعلمين درجات إتقان عالية وتوعيتهم بالقضايا الوطنية بالدرجة الأولى والخليجية بالدرجة الثانية، وبعد ذلك تأتي القضايا العربية والإسلامية والعالمية حتى تستطيع التفاعل مع محيطنا والفضاءات العالمية.

وأظهرت الدراسة أهمية مشاركة الناشئة والشباب والتركيز عليها في جمعيات المجتمع المدني والهلال الأحمر والكشافة وحضور ندوات الطلبة على المستوى المحلي، والعربي، والعالمى، مما يزيد في توعية الأجيال وتنشئتهم تنشئة سياسية واعية، إضافة إلى إيجاد فعاليات وأنشطة توازي حركة التنمية المتسارعة في المجالات الاقتصادية والزراعية والتجارية بتغطية تزيد من الوعي السياسي لما لهذا الوعي من انعكاسٍ ايجابيٍ على قضية بلورة الهوية وعمق الانتماء الوطني.

وقد استهدفت دراسة (مصباح، 2005) "اتجاهات الكويتيين نحو الأخبار والفضائيات الإخبارية" وذلك من خلال التعرف إلى اتجاهات المواطنين الكويتيين نحو الأخبار والفضائيات، وكيف تتحدد الاتجاهات في مجتمع حديث التعامل مع الدراسات المسحية، وبلغت عينة الدراسة 400 مفردة، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها أن المواطنين الكويتيين يرون أن القنوات الفضائية زادت من معدل معرفتهم بالقضايا العامة. وأن القنوات الإخبارية أثرت سلباً في العلاقات العربية. كما أن كلاً من التعليم والاهتمام بالأخبار يرتبطان بتكوين الآراء والاتجاه نحو القنوات الفضائية.

دراسة عريقات (2008) بعنوان "دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007"، وهدفت لمعرفة دور التلفزيون الرسمي الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات

البرلمانية لمجلس النواب الأردني لعام 2007، وقد اعتمدت الدراسة على مسح لعينة عرضية من (600) مفردة تكونت من الشباب من سن 18 - 30 سنة، وعينة أخرى من برامج التلفزيون أخضعت لتحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن دور التلفزيون الرسمي كان ضعيفاً في توعية الشباب أثناء الانتخابات، وجاء التلفزيون في الترتيب السابع من بين الوسائل الأخرى التي تشكل مصدراً للمعلومات حول الانتخابات البرلمانية، وأظهرت كذلك ضعف اعتمادية الشباب على التلفزيون كمصدر للمعرفة.

وجاءت دراسة (الفضلي 2010) بعنوان: "دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي". وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي نحو القضايا المحلية، ومعرفة مدى اعتماد الجمهور الكويتي على هذه القنوات في الحصول على المعلومات لإشباع حاجاته، وبناء رأيه السياسي تجاه القضايا المحلية، وكذلك هدفت الدراسة إلى معرفة مدى ارتباط أجندة الجمهور بأجندة القنوات الفضائية الكويتية الخاصة، ومعرفة أي هذه القنوات التي يفضلها المواطن الكويتي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والاستبيان كأداة لها، إذ وزع الاستبيان على عينة من (1124) من المواطنين الكويتيين من الذين بلغوا عشرين سنة فأكثر ينتشرون على محافظات الكويت الست.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات منها:

1- كانت قناة الوطن في المرتبة الأولى من حيث المشاهدة، ثم تلتها قناة الرأي في المرتبة الثانية، وحلت قناة سكوب في المرتبة الأخيرة.

2- الاعتماد على قناة فضائية بعينها يزيد الإشباع المتحققة للمواطن الكويتي. ويزداد اعتماد المواطن الكويتي على القنوات الفضائية في أوقات الأزمات السياسة المحلية.

3- للفروق الفردية مثل المحافظة التي يسكنها المواطن ونوع الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والانتماء السياسي، دور مهم في دفع المواطن الكويتي للتعرض لقناة فضائية معينة.

4- هناك ارتباط كبير بين أولويات القنوات الفضائية الكويتية وبين أولويات جماهيرها من المواطنين.

5- لعبت القنوات الفضائية الكويتية الخاصة دوراً مهماً وكبيراً في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي حول القضايا المحلية.

دراسة مشاركة، (محرر) (2010) بعنوان "تغطية وسائل الإعلام لانتخابات مجلس النواب الأردني، نوفمبر 2010"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مراعاة وسائل الإعلام الأردنية للمعايير والمبادئ الأخلاقية العامة، ومدى التزام وسائل الإعلام بها وهي: الحياد والإيجابية دون الانحياز لطرف دون الآخر، وفيما إذا ابتعدت عن السلبية وخطاب الكراهية، ورصدت الدراسة مضامين وسائل الإعلام في الفترة 2010 /10 /14 إلى يوم 2010 /11 /8، وهي الفترة التي بدأت فيها الدعاية الانتخابية وتم إعلان النتائج فيها، واستخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون لرصد الإشارات القوية والدالة التي تؤثر على الانحياز أو التأييد لتيار أو مرشح دون غيره، أو اتهامات معينة غير مدعومة بأدلة أو سب أو قذح، وقد شملت عينة الدراسة كافة أنواع الوسائل الإعلامية من مقروءة ومسموعة ومرئية، بحيث شملت أيضاً الحكومية منها والخاصة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد كبير من النتائج منها:

1- كانت جريدة الرأي الرسمية من أكثر الصحف اهتماماً بالانتخابات بنسبة (31.5%) من مجموع المواد المنشورة في خمس صحف يومية كان ترتيبها على التوالي كما يلي: الرأي والعرب اليوم

والدستور والغد والسبيل. وأظهرت النتائج أن الصحف لم تولِ اهتماماً كبيراً لعملية تثقيف الناخبين من خلال ما نشرته حول العملية الانتخابية، وكان هناك تركيز واضح على تصريحات المسؤولين.

2- وصلت درجة الحيادية في الصحف الخمس إلى ما نسبته (86.4%)، بينما التغطية الإيجابية المنحازة فقد وصلت إلى (10.6%)، والتغطية السلبية بنسبة (3%).

5- تنوعت مواد التغطية في الصحف للانتخابات على الأشكال الفنية التالية حسب نسبتها في الصحف: التقرير (42%)، الخبر (24%)، أخرى (20%)، المقال (14%).

6- حول السلوك المهني: أظهر الرصد الكيفي للسلوك المهني للصحافة والإذاعة والتلفزيون الرسميين أن هناك موضوعية عالية وحيادية عالية في كيفية تناول لمجموع الفاعلين السياسيين، فيما ظهرت التغطية (نورمينا وجوسات) بالانحياز الإيجابي للمرشحين كفاعل سياسي.

7- الأساليب الأكثر رواجاً في الوسائل الرسمية وشبه الرسمية كان أسلوب العرض التوضيحي (توعية الناخبين بعملية الاقتراع) والأسلوب الوعظي (مواصفات النائب الذي يريده المجتمع المحلي) والأسلوب الإرشادي (مطالب الناخبين بالاقتراع بنزاهة، والمطالبة بضرورة المشاركة في الانتخابات بشكل عام) وكثرة المواد الإنشائية الخطابية (التي تحذر من المال السياسي).

وكانت دراسة (العتيبي، 2011) بعنوان "تقدير أعضاء مجلس الأمة الكويتي لتغطية وسائل الإعلام المحلية لقضايا مجلس الأمة الكويتي"، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وكانت عينة الدراسة هي كامل أعضاء مجلس الأمة الخمسين استجاب منهم (47) من الأعضاء لاستبيان الدراسة.

وبينت الدراسة عدة نتائج أهمها:

1- إن القنوات التلفزيونية الكويتية حصلت على أفضل النسب والنتائج بشأن شمولية التغطيات الإعلامية لقضايا المجلس وأخباره، وتلت التلفزيون الإذاعات المحلية ثم الصحافة المطبوعة وأخيراً الصحافة الإلكترونية.

2- بخصوص موضوعية التغطيات الإعلامية فقد حصلت الصحافة المطبوعة على أفضل النسب والمتوسطات الحسابية ، ثم جاءت القنوات التلفزيونية، ثم الإذاعات والصحافة الإلكترونية.

3- بخصوص رضا أعضاء مجلس الأمة عن التغطيات فد أظهرت النتائج مستويات رضا تراوحت بين "المنخفضة والمتوسطة"، وكانت تغطية التلفزيونات الكويتية في الرتبة الثالثة من وسائل الإعلام بعد تغطيات الصحافة الإذاعية ثم الصحافة المطبوعة على التوالي، في حين جاءت تغطيات الصحافة الإلكترونية في الرتبة الأخيرة.

وهدفت دراسة (الصلال، 2011) بعنوان "دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي" إلى معرفة دور الفضائيات الكويتية الرسمية منها والخاصة في تعزيز أبعاد المواطنة لدى شريحة من شرائح المجتمع الكويتي، ألا وهي شريحة الشباب. وقد اعتمدت الدراسة على مسح عينة عشوائية نسبية من طلبة كل من جامعة الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا بلغت (370) مبحوثاً من الذكور والإناث.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- تبين أن نسب مشاهدة القنوات التلفزيونية الكويتية الرسمية كانت مرتفعة إذ بلغت حوالي 78% من أفراد العينة، لكن مستويات مشاهدة الفضائيات الكويتية كانت أعلى إذ بلغت ما يقرب من 88% من أفراد العينة.

2- تبين أن المتوسطات الحسابية العامة لتقييم أفراد العينة لدور الفضائيات الرسمية والخاصة كانت متوسطة للنوعين من القنوات التلفزيونية. مع ملاحظة التباين الكبير بين الفقرات؛ فقد سجلت

الفضائيات الخاصة متوسطات حسابية مرتفعة في ثلاث فقرات من فقرات الاستبيان وهما الفقرات المتعلقة: بالتعريف بأحوال المجتمع الكويتي، ونشر الوعي السياسي، والتعريف بالمؤسسات والشخصيات الوطنية الفاعلة في المجتمع الكويتي.

3- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى للنوع الاجتماعي للطلبة المبحوثون.

4- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى لنوع الجامعة التي يدرس بها الطلبة المبحوثين.

5- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى للمستوى الدراسي (السنة الجامعية) للطلبة المبحوثين.

6- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى لمعدل مشاهدة الطلبة المبحوثين للقنوات الفضائية. وقد جاءت الفروق لصالح فئة المشاهدة (3 ساعات فأكثر يومياً)، بمعنى أن تقدير الطلبة لدور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة يزيد في هذه الفئة قياساً بالفئات الأخرى.

ب - الدراسات الأجنبية

دراسة (Robert, 2005) وعنوانها "تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية للأفراد". وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في حث الأفراد على المشاركة السياسية، واستخدمت منهج المسح من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة من الأفراد للتعرف على مدى تأثير المضمون على الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباطاً قوياً بين التعرض لوسائل

الإعلام والمشاركة السياسية، إذ أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ووعيهم للقضايا السياسية، ومشاركتهم في صنع القرار السياسي.

دراسة (Jems, 2006) وعنوانها: "تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وطبقت على عينة من الأفراد من الحضر والريف، وجاءت النتائج كما يلي:

- إن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه، كما أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسي للفرد.

- يزداد تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد في المناطق الريفية عنها في المناطق الحضرية.

دراسة (Sidny & Dennis, 2008) بعنوان "تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على السلوك السياسي". وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية على السلوك السياسي للمواطن الأمريكي، وتوصلت الدراسة إلى ما يلي:

- إن لوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة تأثيراً كبيراً على المواطنين الأمريكيين فيما يتعلق بقرار التصويت في الانتخابات.

- إن دور الراديو والتلفزيون في خلق المعرفة السياسية أكثر تأثيراً من الصحف.

وهذه الدراسة مثل أغلب الدراسات السابقة تجعل اهتمامها في البعد السياسي والمشاركة السياسية، وهي تقيم مقارنة بين وسائل الإعلام المختلفة.

وكانت دراسة (Grabe & Erik, 2009) وهدفت إلى تحليل التغطية التلفزيونية المرئية من حملات الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة في ثلاث شبكات - ABC، CBS و NBC

بين الأعوام 1992 حتى 2004. وقام الباحثون بفحص وتحليل 62 ساعة من البث في تغطية

شبكة الأخبار - مجموعة من 178 نشرة من نشرات الأخبار.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن التغطيات التلفزيونية غالباً ما جاءت متوازنة بين طرفي

المنافسة الرئيسية الجمهوريين والديمقراطيين، لكن بعض البرامج الإخبارية والتقارير المصورة عملت

على إدخال بعض المؤثرات البصرية على صور بعض المرشحين فيما أسموه "لدغات الصورة" إذ

إن مثل تلك المؤثرات تؤثر سلباً أو إيجاباً على صورة المرشح، ومن ذلك زوايا التصوير بالكاميرا

(الزاوية العالية والزاوية المنخفضة)، وحركات التكبير للصورة، ووجهات نظر شهود العيان.

ثانياً: ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

لاحظنا من خلال استعراض الدراسات السابقة أن معظم هذه الدراسات يهتم بالتأثير السياسي لوسائل الإعلام ومنها التلفزيون، ويعني التأثير السياسي لوسائل الإعلام والتلفزيون إما طبيعة المشاركة في الحياة السياسية أو في الانتخابات خصوصاً، وتهتم كثير من الدراسات بتأثير وسائل الإعلام على اتجاهات المتلقين خصوصاً الشباب أو على سلوكياتهم نحو العمل السياسي والمشاركة السياسية. فيما اهتمت دراسة واحدة (العتيبي، 2011) بتغطية وسائل الإعلام لأخبار مجلس الأمة الكويتي من وجهة نظر أعضائه، والدراسة هي دراسة تقييمية لأداء وسائل الإعلام الكويتية في التغطية الإخبارية الخاصة بمجلس الأمة.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها ستهتم بطبيعة التغطيات الإعلامية لعملية الانتخابات من حيث التنافسية والموضوعية والشمولية والتنوع وغير ذلك من عناصر التغطية، هذا إضافة إلى التعرف على طبيعة المعارف والمعلومات التي يقدمها التلفزيون أثناء عمليات الانتخابات التشريعية لمجلس الأمة، وهي عملية سياسية من أهم العمليات السياسية كونها تؤدي إلى اختيار نواب مجلس الأمة الذين يشرعون لسياسة الدولة ويضعون الأساسات التشريعية لسياسات الحكومة ولسير الحياة العامة والعدالة في القوانين.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

منهج البحث

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

أداة الدراسة وجمع البيانات

صدق الأداة

ثبات الأداة

متغيرات الدراسة

المعالجة الإحصائية

إجراءات الدراسة

- منهج البحث:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي، والمنهج الوصفي يهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها كمياً وكيفياً كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل (إبراهيم، 2005: 40) وسيكون المسح Survey هو أسلوب هذه الدراسة، إذ قام الباحث بمسح البيانات والمعلومات التي تُعد معلومات تقديرية من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي.

- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من كافة العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي المسجلين لدى جمعية الصحفيين الكويتية. ويبلغ عدد هؤلاء (2134) عضواً تقريباً. (جمعية الصحفيين الكويتية، 2012)

- عينة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والحصول على نتائج يمكن تعميمها على العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي تم اختيار عينة عشوائية بسيطة (Random Sample) تمثل الصحفيين بنسبة (19%) تقريباً من مجتمع الدراسة. والمقصود بالطريقة العشوائية في اختيار أفراد العينة هو أن تتاح لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متساوية لكي يتم اختياره في العينة. (النعمي والبياتي وخليفة، 2009) وتم تقدير عدد مفردات العينة ب (380) وفق نسبة (19%) وأضاف إليها الباحث عدد (40) استبانة من باب الاحتياط؛ نظراً لأن عدداً لا بأس به من الاستبانات لا يجري استرجاعها كما أشار عدد من المحكمين والمجربين.

وقد قام الباحث بتوزيع (400) نسخة من الاستبانة بالطريقة العشوائية على أعضاء جمعية الصحفيين الكويتية، ولأن هؤلاء يعملون في المؤسسات الإعلامية، وقليل ما يتواجدون في مقر

الجمعية، فقد قرر الباحث توزيع الاستبانة على عدد من المؤسسات الإعلامية، بحيث شملت، الصحف الورقية والإذاعات وبعض القنوات التلفزيونية، وفي نهاية المطاف، استعاد الباحث (367) استبانة، وقام المحلل الإحصائي باستبعاد (7) منها لأنها غير صالحة للتحليل، وبذلك انتهت العينة التي خضعت للتحليل الإحصائي إلى (360) استبانة.

- خصائص أفراد عينة الدراسة، ونفصلها كما يلي:

- خصائص أفراد العينة من حيث الجنس/ النوع الاجتماعي حسب الجدول (1) التالي:

جدول (1) خصائص أفراد العينة حسب الجنس

من حيث جنس أفراد العينة		
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
26.4	95	أنثى
73.6	265	ذكر
100	360	المجموع

- خصائص أفراد العينة من حيث العمر حسب الجدول (2) التالي:

جدول (2) خصائص أفراد العينة حسب العمر

حسب الفئات العمرية		
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
6.9	25	من 20 - 25
28.7	103	26 - 31
27.8	100	32 - 37
29.7	107	38 - 43
6.9	25	44 فما فوق
100	360	المجموع

- خصائص أفراد العينة من حيث الجنسية، كما في الجدول (3) التالي:

جدول (3) خصائص أفراد العينة حسب الجنسية

من حيث الجنسية للمبحوثين		
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
41.7	150	كويتي
37.5	135	عربي
6.9	25	أجنبي
13.9	50	بدون
100	360	المجموع

- خصائص أفراد العينة من حيث الخبرة في العمل الإعلامي، كما في الجدول (4) التالي:

جدول (4) خصائص أفراد العينة حسب سنوات الخبرة في العمل الإعلامي

من حيث سنوات الخبرة في العمل الإعلامي		
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
9.7	35	أقل من سنة
22.2	80	سنة - 4 سنوات
32.0	115	5- 9 سنوات
22.2	80	من 10-14 سنة
13.9	50	15 سنة فما فوق
100	360	المجموع

- خصائص أفراد العينة من حيث المجال الإعلامي الذي يعمل فيه، كما في الجدول (5) التالي:

جدول (5) خصائص أفراد العينة حسب المجال الإعلامي الذي يعمل فيه

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
صحافة مطبوعة	205	56.9
إذاعة مسموعة	015	4.2
محطات تلفزة	075	20.8
صحافة إنترنت	030	8.3
دور نشر	020	5.6
إنتاج تلفزيوني أو إذاعي	005	1.4
إنتاج سينمائي	010	2.8
المجموع	360	100

- أداة الدراسة:

الاستبانة هي أداة جمع بيانات الدراسة، وتتكون الاستبانة من عدد من المحاور والأسئلة والفقرات. فالمحور الأول منها يهتم بجمع بيانات ديموغرافية للأفراد المستجيبين، ويشمل كذلك على معدلات مشاهدة القنوات التلفزيونية كمتغير مستقل من متغيرات الدراسة.

أما المحاور الأخرى فهي تتوزع إلى ستة محاور يعبر كل محور منها عن سؤال من أسئلة الدراسة الستة، وهي تحاول جمع معلومات عن تقديرات الباحثين من الإعلاميين عن تغطيات

القنوات الفضائية وعن بعض معايير التغطية الإعلامية مثل: شمولية التغطية، موضوعيتها، ونزاهتها.

- صدق الأداة:

للتحقق من الصدق الظاهري (Face Validity) للأداة، والصدق المنطقي للأداة (Logical Validity) ومحتواها، تم عرضها بصورتها الأولية على خمسة محكمين من ذوي الاختصاص، وفي ضوء ملاحظات المحكمين ومقترحاتهم وتوصياتهم تم إجراء بعض التعديلات التي أوصى بها بعض المحكمين لبعض الفقرات، وتم اعتماد الفقرات التي حصلت على تأييد غالبية المحكمين مما يجعل أداة الدراسة ذات صلاحية للتطبيق على عينة الدراسة.

- ثبات الأداة:

تم التحقق من ثبات الأداة من خلال معادلة (كرونباخ ألفا)، وهو اختبار إحصائي يجرى من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) ويقوم على قياس ثبات الفقرات لأسئلة الاستبيان كل على حدة إضافة إلى اختبار الفقرات مجتمعة. وظهر أن معدل الثبات يصل إلى (89.3%)، وتعد هذه نسبة عالية ومقبولة للاتساق الداخلي لمجموع الفقرات.

- متغيرات الدراسة:

- المتغيرات المستقلة، وهي:

- نوع المؤسسة الإعلامية الرئيسية التي يعمل بها المبحوث.
- المعدل اليومي لمشاهدة القنوات الفضائية الكويتية.
- معدل متابعة محطات التلفزيون الرسمي الكويتي.
- مستوى متابعة المبحوث لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر الأخيرة.

- المتغيرات الوسيطة، وهي:

- النوع الاجتماعي (الجنس) وله مستويان (ذكر، أنثى).
- العمر.

- سنوات الخبرة في العمل الإعلامي.

- المتغيرات التابعة، وهي:

- تقدير العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لطبيعة التغطيات التلفزيونية لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر.

- مستوى رضا العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن التغطيات التلفزيونية لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر.

- المعالجة الإحصائية في الدراسة:

- لغرض معالجة البيانات، وتحليلها إحصائياً تم استخدام الأساليب الإحصائية اللازمة في الجانب العملي من الدراسة، وهي :-

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية لفقرات الاستبانة المختلفة، لغرض عرض وتبويب وقراءة أهم ملامح وخصائص أفراد عينة الدراسة، إذ تم احتساب المتوسطات الحسابية لكل فقرة من فقرات الاستبانة.

- اختبار Independent Sample T-test للفرضيات الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية.

- اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لباقي الفرضيات.

- اختبار كرونباخ ألفا لثبات فقرات الاستبيان.

- إجراءات الدراسة:

قام الباحث بجمع المعلومات الأولية عن عملية الانتخابات الأخيرة لمجلس الأمة الرابع عشر من خلال ما نشر من معطيات سواء في الدراسات والبحوث أم في النشرات الرسمية أم في وسائل الإعلام المختلفة خصوصاً المطبوعة منها، ثم بعد ذلك قام الباحث بتحديد عينة الدراسة من خلال إجراء حصر شامل من خلال القوائم الرسمية لجمعية الصحفيين الكويتية الكويتي، ليصبح من الميسور اختيار العينة العشوائية حسب الأصول المرعية في هذا المجال، وبعد تطبيق الاستبيان على أعضاء العينة المختارة عشوائياً، قام الباحث بتفريغ البيانات والتعاون مع الخبير الإحصائي لتحليل البيانات واستخراج النتائج حسب أسئلة الدراسة وفرضياتها التي أشرنا لها في الفصل الأول من هذه الخطة.

وفي المراحل النهائية، قام الباحث بكتابة تقرير النتائج التي تم التوصل إليها في الفصل

الرابع، ثم التعليق عليها ومناقشتها في الفصل الخامس والأخير من الدراسة.

المقياس الحسابي للدراسة:

اعتمد التحليل الإحصائي ثلاثة مستويات هي (مرتفع، متوسط، منخفض) وفق المعادلة التالية:
 القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات (مرتفع، متوسط، منخفض) أي:

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{(1-5)}{3}$$

وبذلك يكون المستوى المنخفض من $2.33 = 1.33+1$

ويكون المستوى المتوسط من $3.67 = 1.33 + 2.34$

ويكون المستوى العالي من $5 - 3.68$

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

يستعرض هذا الفصل الخصائص الاتصالية لعينة الدراسة ونتائج أسئلة الدراسة، كما يلي:

- الخصائص الاتصالية لأفراد عينة الدراسة:

وتتألف من مستويين هما:

1- مستوى المشاهدة لوسائل الإعلام وكما في الجدول (6) التالي:

الجدول (6) مستوى المشاهدة للقنوات الفضائية الكويتية من قبل أفراد عينة الدراسة

الرتبة	النسبة	التكرار	الفئة
2	25.0	90	لا أشاهدها أبداً
2	25.0	90	أشاهدها بمعدل أقل من ساعة يومياً
1	26.4	95	أشاهدها بمعدل ساعة يومياً
3	13.9	50	أشاهدها بمعدل ساعتين
4	9.7	35	أشاهدها بمعدل ثلاث ساعات أو أكثر يومياً.
	100	360	المجموع

يبين الجدول (6) أعلاه حول مستوى مشاهدة القنوات التلفزيونية الكويتية أن أعلى نسب

المشاهدة كانت للفئة (أشاهدها بمعدل ساعة يومياً) ، ثم جاءت نسبة (25%) في الرتبة الثانية

للفئتين (لا أشاهدها أبداً) و(أشاهدها بمعدل أقل من ساعة يومياً)، مما يعني أن (50%) من

عينة الدراسة لا يشاهدون القنوات التلفزيونية الكويتية أو يشاهدونها أقل من ساعة، أما الذين

(يشاهدونها بمعدل ساعتين يومياً) فقد حازوا على نسبة (13,9%) من نسب المشاهدة، فيما

وصلت نسبة الذين يشاهدونها بمعدل (ثلاث ساعات أو أكثر يومياً) إلى نسبة (9.7%).

وتدل هذه النسب التي ظهرت في الجدول على أن نسب مشاهدة القنوات الفضائية الكويتية الحكومية والخاصة كانت ضعيفة، إذ إن نصف أفراد العينة كانوا لا يشاهدون تلك القنوات أو أن مشاهدتهم لها كانت بمعدل أقل من ساعة يومياً. وهذا قد يشير إلى منافسة كبيرة من قبل وسائل الإعلام الأخرى أو قد يشير إلى ضعف المصداقية بهذه القنوات من قبل حوالي نصف أفراد عينة الدراسة.

- مستوى متابعة الانتخابات من قبل أفراد عينة الدراسة:

الجدول (7) التالي يبين مستوى متابعة الانتخابات من قبل أفراد عينة الدراسة

الجدول (7) مستوى متابعة الانتخابات من قبل أفراد عينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئة
26.4	95	لم أتابعها أبداً
12.5	45	متابعتي لها قليلة
23.6	85	متابعتي لها متوسطة
16.7	60	متابعتي لها كانت كبيرة
20,8	75	متابعتي لها كانت كبيرة جداً
100	360	المجموع

يبين الجدول (7) أعلاه حول مستوى متابعة الانتخابات لمجلس الأمة الكويتي الرابع عشر أن الأغلبية من أفراد العينة تابعت أخبار الانتخابات بنسب مختلفة تصل إلى حوالي (73%) من أفراد العينة، فيما تبين أن (26.4%) من أفراد العينة لم تتابع الانتخابات نهائياً. وقد تبين أن (37.5%) كانوا يتابعون الانتخابات ما بين متابعة كبيرة (16.7%) وما بين كبيرة جداً (20,8%). وهذه النسب تعني اهتماماً كبيراً بانتخابات مجلس الأمة من قبل الإعلاميين الكويتيين.

وتدل هذه النسب التي ظهرت في الجدول على أن نسب متابعة انتخابات مجلس الأمة الكويتي من قبل أفراد عينة الدراسة كانت كبيرة أو كبيرة جداً، إذ تبين أن حوالي أكثر من ثلثي أفراد العينة (62%) تقريباً كانوا يتابعونها متابعة متوسطة أو متابعة كبيرة أو كبيرة جداً.

نتائج السؤال الأول - ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟

والجدول (8) التالي يبين تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012):

جدول (8) تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية

في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي

الرتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
1	1.49	3.04	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالموضوعية.
2	1.33	2.96	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالشمولية.
5	1.36	2.47	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالتنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب.
3	1.29	2.69	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالمهنية الصحفية.
4	1.36	2.61	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي

			للانتخابات بالسرعة والفورية.
3	1.30	2.69	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالدقة في مصادر المعلومات.

يبين الجدول (8) أعلاه حول تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر أن الرتبة الأولى كانت للفئة التي قيمت (تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات بالموضوعية)، وكانت الرتبة الثانية للتقييم (تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات بالشمولية).

في حين تقاسمت الرتبة الثالثة فئتين هما الفقرات التي نصت على (اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات بالمهنية الصحفية) والفقرة التي نصت على (اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات بالدقة في مصادر المعلومات). وجاءت الفقرة الرابعة للفقرة التي نصت على (اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات بالسرعة والفورية).

أما الرتبة الخامسة والأخيرة فكانت للفقرة التي نصت على (اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات بالتنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب).

وتدل هذه النسب التي ظهرت في الجدول على أن عنصري الموضوعية والشمولية حازتا على الرتبتين الأولى والثانية على التوالي في تغطيات التلفزيون الحكومي، بينما جاءت الفقرات التي تنص على (السرعة والفورية) و(التنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب) في آخر قائمة الفقرات.

نتائج السؤال الثاني - ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟

والجدول (9) التالي يبين تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012):

جدول (9) تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية

في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة

الرتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
5	1.36	2.47	اتسمت تغطية الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالموضوعية.
2	1.30	2.69	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالشمولية.
3	1.36	2.61	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالتنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب.
4	1.30	2.59	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالمهنية الصحفية.
1	1.40	3.10	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالسرعة والفورية.
	1.33	2.74	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالدقة في مصادر المعلومات.

يبين الجدول (9) أعلاه حول تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر أن الرتبة الأولى كانت للفئة التي نصت على (اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالسرعة والفورية)، وكانت الرتبة الثانية للتقييم (اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالشمولية).

في حين كانت الرتبة الخامسة والأخيرة للفقرة التي نصت على (اتسمت تغطية الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالموضوعية).

وتدل هذه النسب التي ظهرت في الجدول على أن الفقرات التي تنص على أن (السرعة والفورية، الشمولية) حازت على الرتبتين الأولى والثانية على التوالي، بينما تأخرت الفقرات التي تنص على (المهنية الصحفية) و(الموضوعية) إلى آخر قائمة رتب مستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة.

نتائج السؤال الثالث - كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية

على طبيعة التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة من وجهة نظر

العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي؟

والجدول (10) التالي يبين انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة

التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة من وجهة نظر العاملين في الوسط

الإعلامي الكويتي:

جدول (10) انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة

التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة

الرتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
6	1.35	2.74	بتنافس إيجابي بين الفضائيات الكويتية الخاصة والقنوات الحكومية الكويتية
7	1.19	2.69	بغلبة الفوضى الإعلامية بين الفضائيات الكويتية الخاصة.
5	1.32	2.76	بتحسن الأداء الإعلامي بين الفضائيات الكويتية الخاصة.
8	1.20	2.14	بتوفير فرص متساوية بين المرشحين في الفضائيات الكويتية الخاصة.
1	1.41	2.96	بغلبة الصبغة التجارية لتغطيات الفضائيات الخاصة.
6	1.39	2.72	باستقطابات عشوائية لتغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة.
4	1.43	2.81	باستقطابات طائفية أو مذهبية لتغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة.
2	1.50	2.89	باستقطابات سياسية بين الفضائيات الخاصة.
3	1.44	2.85	بتحسن مستوى جودة الإعلان التلفزيوني في الفضائيات الخاصة.

يبين الجدول (10) أعلاه حول انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة

التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة أن جميع الفقرات حظيت بمتوسط حسابي

متوسط، لكن هذا المتوسط اختلف في الرتب للفقرات، إذ حصلت الفقرة التي تنص على (بغلبة

الصبغة التجارية لتغطيات الفضائيات الخاصة) على الرتبة الأولى، فيما جاءت الرتبة الثانية للفقرة

التي تنص على (باستقطابات سياسية بين الفضائيات الخاصة)، وجاءت الرتبة السابعة وقبل

الأخيرة للفقرة التي تنص على (بغلبة الفوضى الإعلامية بين الفضائيات الكويتية الخاصة)، فيما

جاءت الرتبة الثامنة والأخيرة للفقرة التي تنص على (بتوفير فرص متساوية بين المرشحين في الفضائيات الكويتية الخاصة).

وتظهر نتائج هذا السؤال أن الفقرات التي تنص على أن (بغلبة الصبغة التجارية لتغطيات الفضائيات الخاصة) و(باستقطابات سياسية بين الفضائيات الخاصة) حصلت على الرتبتين الأولى والثانية مما يدل على موافقة كبيرة على هذه الفقرات، بينما جاءت الرتب المتأخرة للفقرات التي تنص على (غلبة الفوضى الإعلامية بين الفضائيات الكويتية الخاصة)، (بتوفير فرص متساوية بين المرشحين في الفضائيات الكويتية الخاصة)، أي لم يكن تأييد المستجيبين لهذه الفقرات كبيراً.

نتائج السؤال الرابع - كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي؟

والجدول (11) التالي يبين انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي:

جدول (11) انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات

الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين

الرتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
1	1.35	3.11	زيادة معدل المشاهدة لها.
6	1.20	2.33	بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو محطات التلفزة الحكومية الكويتية
5	1.31	2.67	بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو وسائل الإعلام الأخرى المطبوعة والمسموعة والإنترنت.
3	1.33	2.79	زيادة الوعي عندهم بالعملية الديمقراطية.
2	1.40	2.94	بتأثيرات سلبية على التماسك الاجتماعي.
4	1.50	2.78	زيادة المشاركة في عملية الاقتراع.

يبين الجدول (11) أعلاه حول انعكاس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء

القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين الكويتيين أن جميع الفقرات حصلت

على وسط حسابي متوسط، لكن الفقرات تباينت من حيث الوسط الحسابي فكانت وفق الرتب

التالية، إذ جاءت الرتبة الأولى للفقرة التي تنص على (زيادة معدل المشاهدة لها) وجاءت الرتبة

الثانية للفقرة التي تنص على (بتأثيرات سلبية على التماسك الاجتماعي).

وجاءت الرتبة قبل الأخيرة للفقرة التي تنص على (بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو وسائل

الإعلام الأخرى المطبوعة والمسموعة والإنترنت) بينما كانت الرتبة السادسة والأخيرة للفقرة التي

تنص على (بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو محطات التلفزة الحكومية الكويتية).

وتظهر نتائج هذا السؤال أن الفقرات التي تنص على أن (بزيادة معدل المشاهدة لها) و(بتأثيرات سلبية على التماسك الاجتماعي) حصلت على الرتبتين الأولى والثانية على التوالي، أي حصلت على تأييد كبير من قبل المستجيبين، بينما كانت الرتب الأخيرة للفقرات التي تنص على (بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو وسائل الإعلام الأخرى المطبوعة والمسموعة والإنترنت) و(بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو محطات التلفزة الحكومية الكويتية) مما يعني ضعف تأييد المستجيبين لهذه الفقرات.

نتائج السؤال الخامس - ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها قبل بداية الدعاية رسمياً وخلالها إلى حين الإعلان عنها؟

والجدول (12) التالي يبين تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها قبل بداية الدعاية رسمياً وخلالها إلى حين الإعلان عنها:

جدول (12) تقييم العاملين في الإعلاميين لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي

والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها

الفضائيات الخاصة			التلفزيون الحكومي الكويتي			الفقرة
رتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	رتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
الثانية	1.07	0.94	الأولى	0.99	1.35	الالتزام بالقواعد المهنية المعمول بها للدعاية الانتخابية .
الثانية	1.12	1.06	الأولى	0.96	1.32	الالتزام بالأخلاق الإعلامية أثناء للدعاية الانتخابية.

يبين الجدول (12) أعلاه أن تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها قبل بداية الدعاية الرسمية وخلالها أن التلفزيون الحكومي الكويتي حقق الرتب الأولى على مثيلاته من القنوات الخاصة في (مدى الالتزام بالقواعد المهنية المعمول بها للدعاية الانتخابية) وفي (الالتزام بالأخلاق الإعلامية أثناء للدعاية الانتخابية) إذ حقق الرتبة الأولى مقابل الرتبة الثانية للفضائيات الخاصة في هذا المجال.

وتدل هذه النتائج على أفضلية للتلفزيون الحكومي الكويتي في مدى الالتزام بالقواعد المهنية المعمول بها للدعاية الانتخابية والالتزام بالأخلاق الإعلامية أثناء الدعاية الانتخابية من وجهة نظر أفراد العينة.

نتائج السؤال السادس - ما مستوى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي

عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية

الخاصة لعملية الانتخابات لمجلس الأمة الرابع عشر؟

والجدول (13) التالي يبين مستوى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن مستوى

جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لعملية الانتخابات

لمجلس الأمة الرابع عشر:

جدول (13) مستوى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن مستوى جودة تغطية

القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة

الفضائيات الكويتية الخاصة			التلفزيون الحكومي الكويتي			الفقرة
رتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	رتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
الثانية	1.05	1.07	الأولى	0.86	1.39	مستوى الرضا عن التغطية الإخبارية
الثانية	1.01	1.01	الأولى	0.87	1.46	مستوى الرضا عن التغطية التحليلية
الثانية	1.00	1.00	الأولى	0.944	1.40	مستوى الرضا عن التقارير المصورة
الأولى	0.95	1.38	الثانية	1.03	1.01	مستوى الرضا عن السرعة في التغطية للدعاية لانتخابية

يبين الجدول (13) أعلاه حول تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات

التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها

المعمول بها قبل بداية الدعاية رسمياً وخلالها أن التلفزيون الكويتي الحكومي حاز على مستويات

رضا أعلى في ثلاث فقرات هي (التغطية الإخبارية، التغطية التحليلية، التقارير المصورة) إذ

حازت هذه الفقرات على الرتبة الأولى مقابل الرتبة الثانية للفضائيات الخاصة. بينما حازت

الفضائيات الخاصة على أفضلية في مستوى الرضا (عن السرعة في التغطية للدعاية لانتخابية) التي حازت على الرتبة الأولى مقابل الرتبة الثانية للتلفزيون الحكومي الكويتي.

وتدل هذه النتائج على أفضلية للتلفزيون الحكومي الكويتي في مستويات الرضا عن مدى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر (2012).

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية

تبعاً لعدد من المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، سنوات الخبرة، الجنسية)

1- الفرضية الفرعية الأولى- الجنس (النوع الاجتماعي):

للتعرف على الفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية

الكويتية الحكومية تبعاً للجنس، تم استخدام اختبار Independent Sample T-test ، والجدول

(14) يوضح ذلك:

الجدول (14)

اختبار Independent Sample T-test

للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء

القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية تبعاً للجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة (T)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الجنس
0.199	1.39-	1.23	2.66	95	أنثى
	1.30-	1.074	3.09	265	ذكر

يتضح من الجدول (14) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى

المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية، تبعاً لمتغير الجنس، فقد بلغت الدلالة

الإحصائية (0.199)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين

الذكور والإناث في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الحكومية في

الكويت.

2- الفرضية الفرعية الثانية - العمر:

للتعرف على الفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية

الكويتية الحكومية تبعاً للعمر، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way

ANOVA، والجدول (15) يوضح ذلك:

الجدول (15)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية

الحكومية تبعاً للعمر

الدالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات		المصدر
0.428	0.428	1.334	4	5.336	بين المجموعات	العمر
		1.370	167	91.784	داخل المجموعات	
			171	97.120	المجموع	

يتضح من الجدول (15) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى

المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية، تبعاً لمتغير العمر، فقد بلغت الدلالة الإحصائية

(0.428)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين فئات الأعمار

كاملة في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الحكومية في الكويت.

3- الفرضية الفرعية الثالثة - سنوات الخبرة

للتعرف على الفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية

الكويتية الحكومية تبعاً لسنوات الخبرة، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way

ANOVA، والجدول (16) يوضح ذلك:

الجدول (16)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية

الحكومية تبعاً لسنوات الخبرة

الدالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر
0.709	0.588	0.828	4	4.140	بين المجموعات
		1.409	167	92.980	داخل المجموعات
			171	97.120	المجموع

يتضح من الجدول (16) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى

المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، فقد بلغت الدلالة

الإحصائية (0.709)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين

فئات سنوات الخبرة لعينة الدراسة في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية

الحكومية في الكويت.

4- الفرضية الفرعية الرابعة- الجنسية:

للتعرف على الفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية تبعاً للجنسية، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (17) يوضح ذلك:

الجدول (17)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

للفروقات في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية تبعاً للجنسية

الدالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات		المصدر
0.484	0.875	1.206	3	4.3823	بين المجموعات	الجنسية
		1.378	168	92.297	داخل المجموعات	
			171	97.120	المجموع	

يتضح من الجدول (17) أعلاه عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية، تبعاً لمتغير الجنسية، فقد بلغت الدلالة الإحصائية (0.875)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين الجنسيات المتعددة لعينة الدراسة في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الحكومية في الكويت.

الفرضية الثانية: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنة في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لمتغيري (الخبرة والجنسية).

1- الفرضية الفرعية الأولى - سنوات الخبرة

للتعرف على تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنة في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، تم استخدام اختبار التباين الأحادي، والجدول (18) يوضح ذلك:

الجدول (18)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

للفروقات في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنة في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لسنوات الخبرة

الدالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر
0.696	0.605	0.651	3	3.254	بين المجموعات
		1.076	66	71.005	داخل المجموعات
			172	74.259	المجموع

(* دالة إحصائية عند مستوى (0.05))

يتضح من الجدول (18) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنة في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر، تبعاً لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، فقد بلغت الدلالة الإحصائية (0.696)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين خبرات أفراد عينة الدراسة لتقييم العاملين في الوسط الإعلامي.

2- الفرضية الفرعية - الجنسية:

للتعرف على تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لمتغير الجنسية، تم استخدام اختبار التباين الأحادي، والجدول (19) يوضح ذلك:

الجدول (19)

اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

للفروقات في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لمتغير الجنسية

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
الجنسية	0.594	3	0.198	0.183	0.908
	73.665	168	1.083		
	74.259	171			
بين المجموعات					
داخل المجموعات					
المجموع					

(* دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)

يتضح من الجدول (19) أعلاه عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر، تبعاً لمتغير الجنسية، فقد بلغت الدلالة الإحصائية (0.908)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين جنسيات أفراد عينة الدراسة لتقييم العاملين في الوسط الإعلامي.

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الدراسة

الفصل الخامس: تلخيص ومناقشة نتائج الدراسة

يلخص هذا الفصل نتائج الدراسة ويستعرضها ببعض التعليق والمقارنات كما يلي:

- الخصائص الاتصالية لأفراد عينة الدراسة:

وتتألف من مستويين هما:

2- مستوى المشاهدة لوسائل الإعلام:

دلت نتائج هذا السؤال أن نسب مشاهدة القنوات الفضائية الكويتية الحكومية والخاصة كانت ضعيفة نوعاً ما، إذ إن نصف أفراد العينة تماماً كانوا لا يشاهدون تلك القنوات أو أن مشاهدتهم لها كانت بمعدل أقل من ساعة يومياً. وهذا قد يشير إلى منافسة كبيرة من قبل وسائل الإعلام الأخرى أو قد يشير إلى ضعف المصداقية بهذه القنوات من قبل نحو نصف أفراد عينة الدراسة.

وتتناقض هذه النسب مع النسب التي ظهرت في دراسة (الصلال 2011) التي أظهرت أن نسب مشاهدة القنوات التلفزيونية الكويتية الحكومية كانت مرتفعة إذ بلغت نحو 78% من أفراد العينة، لكن مستويات مشاهدة الفضائيات الكويتية الخاصة كانت أعلى إذ بلغت ما يقرب من 88% من أفراد العينة. لكن دراسة (الصلال، 2011) كانت تهتم بدراسة مشاهدة دور القنوات التلفزيونية في تعزيز المواطنة لدى المشاهد، وتكون مجتمع دراسته من طلبة الجامعات مما قد يكون سبباً في اختلاف نسب المشاهدة. وكانت دراسة (سيد، لمياء 1998) قد أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم مشاهدة أخبار التلفزيون وإدراك الواقع السياسي كما يعكسه التلفزيونيون. وكذلك فإن دراسة (مصباح، 2005) أظهرت أن المواطنين الكويتيين يرون أن القنوات الفضائية زادت من معدل معرفتهم بالقضايا العامة.

- مستوى متابعة الانتخابات من قبل أفراد عينة الدراسة:

دللت نتائج هذا السؤال أن نسب متابعة انتخابات مجلس الأمة الكويتي من قبل أفراد عينة الدراسة كانت كبيرة أو كبيرة جداً، إذ تبين أن نحو أكثر من ثلثي أفراد العينة (62%) تقريباً كانوا يتابعونها متابعة متوسطة أو متابعة كبيرة أو كبيرة جداً.

مناقشة نتائج السؤال الأول - ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟

دللت نتائج هذا السؤال أن عنصري الموضوعية والشمولية حازتا على الرتب الأولى والثانية على التوالي في تغطيات التلفزيون الكويتي الحكومي، بينما جاءت الفقرات التي تنص على (السرعة والفورية) و(التنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب) في آخر قائمة الفقرات.

وكانت دراسة (العتيبي، 2011) قد أشارت إلى إن القنوات التلفزيونية الكويتية حصلت على أفضل النسب والنتائج بشأن شمولية التغطيات الإعلامية لقضايا المجلس وأخباره، وتلت التلفزيون الإذاعات المحلية ثم الصحافة المطبوعة وأخيراً الصحافة الإلكترونية. أما بخصوص موضوعية التغطيات الإعلامية فقد حصلت الصحافة المطبوعة على أفضل النسب والمتوسطات الحسابية ، ثم جاءت القنوات التلفزيونية، ثم الإذاعات والصحافة الإلكترونية.

مناقشة نتائج السؤال الثاني - ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟

دللت نتائج هذا السؤال أن الفقرات التي تنص على أن (السرعة والفورية، الشمولية) حازت على المرتبتين الأولى والثانية على التوالي، بينما تأخرت الفقرات التي تنص على (المهنية الصحفية) و(الموضوعية) إلى آخر قائمة رتب مستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة. ويبدو أن مثل هذه النتيجة تعود إلى المنافسة التي لا بد منها في القنوات الخاصة من أجل جذب المزيد من المشاهدين وبالتالي المزيد من المعلنين، ومن الواضح أن هذه الخاصية التي نجحت فيها القنوات الخاصة كانت على حساب المهنية الصحفية والموضوعية مثلما أشارت نتائج هذا السؤال. بينما لا يضطر التلفزيون الكويتي باعتباره مؤسسة ممولة من الحكومة من الدخول في منافسات على حساب المهنية والموضوعية وإن كان ذلك يأتي على حساب السرعة والفورية.

مناقشة نتائج السؤال الثالث - كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي؟

وقد أظهرت نتائج هذا السؤال أن الفقرات التي تنص على أن (غلبة الصبغة التجارية لتغطيات الفضائيات الخاصة) و(استقطابات سياسية بين الفضائيات الخاصة) حصلت على المرتبتين الأولى والثانية مما يدل على موافقة كبيرة على هذه الفقرات، بينما جاءت الرتب المتأخرة للفقرات

التي تنص على (غلبة الفوضى الإعلامية بين الفضائيات الكويتية الخاصة) و(توفير فرص متساوية بين المرشحين في الفضائيات الكويتية الخاصة)، أي لم يكن تأييد المستجيبين لهذه الفقرات كبيراً.

وهذه النتائج تدل على صحة النتيجة السابقة حول المنافسة لأسباب تجارية، إذ ظهرت هذه النتيجة مرة أخرى، وظهر أيضاً أن المنافسة طالت الوسط السياسي لأن بعض القنوات الخاصة تبدو منحازة لتيارات فكرية أو تجمعات سياسية معينة، مما كانت من نتائجه (عدم توفير فرص متساوية أمام المرشحين للانتخابات) لكن ذلك لم يصل إلى حد الفوضى الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين.

مناقشة نتائج السؤال الرابع - كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي؟

أظهرت نتائج هذا السؤال أن الفقرات التي تنص على أن (زيادة معدل المشاهدة لها) و(بتأثيرات سلبية على التماسك الاجتماعي) حصلت على الرتبة الأولى، أي حصلت على تأييد كبير من قبل المستجيبين، وهذا يعني تحقق آثار إيجابية تتمثل في زيادة معدل المشاهدة لها إلى جانب تأثيرها سلباً على التماسك الاجتماعي، بينما حصلت الفقرات التي تنص على (بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو وسائل الإعلام الأخرى المطبوعة والمسموعة والإنترنت) و(بعزوف المرشحين عنها والاتجاه نحو محطات التلفزة الحكومية الكويتية) مما يعني ضعف تأييد المستجيبين لهذه الفقرات.

وكانت دراسة (مصباح، 2005) قد أظهرت نتيجة مقارنة حينما أشارت إلى أن القنوات الإخبارية أثرت سلباً في العلاقات العربية.

مناقشة نتائج السؤال الخامس - ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها قبل بداية الدعاية الحكومية وخلالها إلى حين الإعلان عنها؟

وتدل هذه النتائج على أفضلية للتلفزيون الحكومي الكويتي في مدى الالتزام بالقواعد المهنية المعمول بها للدعاية الانتخابية والالتزام بالأخلاق الإعلامية أثناء للدعاية الانتخابية من وجهة نظر أفراد العينة.

وتفسير ذلك يكمن في بعض إجابات الأسئلة السابقة من أن التلفزيون الكويتي لم يكن مضطراً للدخول في منافسات على الجمهور ولا على الإعلان التجاري لعدم وجود الضغط المالي عليه لأنه ممول من الحكومة كما هو معروف.

مناقشة نتائج السؤال السادس - ما مدى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لعملية الانتخابات لمجلس الأمة الرابع عشر؟

دلت نتائج هذا السؤال على أفضلية للتلفزيون الحكومي الكويتي في مدى الرضا عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر (2012).

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لعدد من المتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، سنوات الخبرة، الجنسية)

وتتألف هذه الفرضية من الفرضيات الفرعية الأربعة التالية:

1- الفرضية الفرعية الأولى - الجنس (النوع الاجتماعي):

دلت نتائج اختبار هذه الفرضية على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لمتغير الجنس، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين الذكور والإناث في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية في الكويت.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن كون هذه الفئة هي من الإعلاميين، فإن فارق الجنس لم يكن له أية دلالة، بل كان العامل الحاسم أن أفراد العينة جميعاً إناثاً وذكوراً اشتركوا في التقييمات والاتجاهات نفسها كونهم ينتمون للوسط الإعلامي.

2- الفرضية الفرعية الثانية - العمر:

دلت نتائج اختبار هذه الفرضية على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية، تبعاً لمتغير العمر، وهذا يدل

على اتفاق في وجهات النظر ما بين فئات الأعمار كاملة في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية في الكويت.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلبية أفراد العينة استندوا إلى رؤيتهم كإعلاميين بصرف النظر عن العمر مما لم يظهر أية فروقات ذات دلالة إحصائية في هذا الصعيد.

3- الفرضية الفرعية الثالثة- سنوات الخبرة:

دللت نتائج اختبار هذه الفرضية على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية، تبعاً لمتغير سنوات الخبرة، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين فئات سنوات الخبرة لعينة الدراسة في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية في الكويت.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلبية أفراد العينة استندوا إلى رؤيتهم كإعلاميين بصرف النظر عن عدد سنوات الخبرة مما لم يظهر أية فروقات ذات دلالة إحصائية في هذا الصعيد.

4- الفرضية الفرعية الرابعة- الجنسية:

دللت نتائج اختبار هذه الفرضية على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعاً لمتغير الجنسية، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين الجنسيات المتعددة لعينة الدراسة في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية في الكويت.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلبية أفراد العينة استندوا إلى انتماءاتهم كإعلاميين دون الانتماءات الأخرى مما لم يظهر أية فروقات ذات دلالة إحصائية في هذا الصعيد.

الفرضية الثانية: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر تبعاً لمتغيري (الخبرة والجنسية).

وفيما يلي الفرضيتين الفرعيتين لهذه الفرضية الرئيسية:

1- الفرضية الفرعية الأولى - سنوات الخبرة:

دللت نتائج اختبار هذه الفرضية على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر، تبعاً لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين خبرات أفراد عينة الدراسة لتقييم العاملين في الوسط الإعلامي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلبية أفراد العينة استندوا إلى رؤيتهم كإعلاميين بصرف النظر عن العمر مما لم يظهر أية فروقات ذات دلالة إحصائية في هذا الصعيد.

2- الفرضية الفرعية الثانية - الجنسية:

دللت نتائج اختبار هذه الفرضية على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر، تبعاً لمتغير الجنسية، وهذا يدل على اتفاق في وجهات النظر ما بين جنسيات أفراد عينة الدراسة لتقييم العاملين في الوسط الإعلامي.

وتفسر هذه النتيجة بأن أغلبية أفراد العينة استندوا إلى رؤيتهم كإعلاميين بصرف النظر عن الجنسية مما لم يظهر أية فروقات ذات دلالة إحصائية في هذا الصعيد.

توصيات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسة التي استعرضناها في الفصل الرابع وناقشناها في الفصل الخامس، يوصي

الباحث بما يلي:

1- يوصي الباحث القنوات الفضائية الكويتية الحكومية والخاصة بالاهتمام بكافة الشروط والعناصر التي من شأنها زيادة مصداقية المشاهد في هذه القنوات أثناء تغطياتها الإخبارية للأحداث الداخلية، وذلك بعد أن تبين أن نسبة ربع أفراد العينة لا يشاهدون تلك القنوات إلا بمقدار ساعة أو أقل، وأن أفراد الربع الثاني لا يشاهدونها أبداً.

2- يوصي الباحث تلفزيون الكويت الحكومي الاهتمام بمعايير (السرعة والفورية) و(التنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب) نظراً لتحصيل هذه العناصر متوسطات حسابية منخفضة.

3- يوصي الباحث الفضائيات الكويتية الخاصة بالاهتمام بمعايير (المهنية الصحفية) و(الموضوعية) نظراً لتحصيل هذه العناصر متوسطات حسابية منخفضة.

4- يوصي الباحث الفضائيات الكويتية الخاصة بالاهتمام بالعوامل التي تؤثر على التماسك الاجتماعي في المجتمع الكويتي، وعدم تسعير نار الصراع بين مكونات الشعب الواحد خصوصاً في الأزمات نظراً لأهمية دور الإعلام في هذا الصعيد، إذ أظهرت نتائج الدراسة أن التنافس بين الفضائيات الخاصة أدى إلى ظهور (تأثيرات سلبية على التماسك الاجتماعي).

5- يوصي الباحث الفضائيات الكويتية الخاصة بالالتزام بالمعايير المهنية من خلال تحديد السياسات اللازمة وتدريب الإعلاميين على ذلك والاستمرار في عقد دورات تدريبية وتوعوية للإعلاميين العاملين فيها.

المصادر والمراجع

الكتب:

- إبراهيم، مروان عبد المجيد (2005) "أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية"، ط1، عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- إدارة البحوث والدراسات بمجلس الأمة الكويتي، (2006) مجلس الأمة ودوره في الدبلوماسية البرلمانية. الكويت، منشورات مجلس الأمة.
- الأمانة العامة (2011) الحصاد البرلماني لمجلس الأمة الكويتي، الكويت، مجلس الأمة الكويتي.
- أبو أصعب، خليل، (2006) الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار مجدلاوي للطباعة والنشر .
- أبو أصعب، صالح (1999)، تحديات الإعلام العربي، عمان – دار الشروق للنشر والتوزيع.
- البشر، محمد بن سعود (1997) مقدمة في الاتصال السياسي، الرياض، مكتبة العبيكان.
- تشومسكي، ناعوم (2003) السيطرة على الإعلام، تعريب: أميمة عبد الطيف، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية.
- الجاسر، عبد الله (1997) الإعلام العربي والنظام العالمي الجديد، العالم العربي في ظل النظام العالمي الجديد، ط2، بيروت، ندوة العالم العربي في ظل العولمة.
- الجاسم، محمد عبد القادر (2007) الكويت: مثلث الديمقراطية، الكويت، دار قرطاس للنشر .
- الجميلي، عظيم كامل والعاني، ثناء إسماعيل (2012) صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع ومؤسسة دار الصادق الثقافية.
- جريبر، دوريس إيه (1999) سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ط1، عمان – دار البشير.

- الحديثي، مؤيد عبد الجبار (2002) العولمة والإعلامية والأمن القومي العربي، عمان، الأهلية للتوزيع والنشر.

- حسام الدين، محمد (2003) المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية للنشر.

- حسن، حمدي (1991) الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، الفكر العربي.

- أبو الحمام، عزام (2010) الإعلام الثقافي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.

- الحيدر، فيصل أحمد عثمان (1995) وثائق الفترة الديمقراطية السياسية في الكويت 1921-1992، الكويت: ذات السلاسل.

- الداود، وليد (2011) التلفزيون الكويتي، الكويت، وزارة الإعلام الكويتية.

- الدستور الكويتي، قانون رقم 61 لسنة 2007 بشأن الإعلام المرئي والمسموع. الكويت. وزارة الإعلام.

- الدليمي، حميد جاعد (1998) التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2004) إشكاليات الاتصال والإعلام في العالم الثالث، ط1، (عمان - مكتبة الرائد العلمية).

- الدناني، عبد الملك ردمان (2001) الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، بيروت، دار الراتب الجامعية.

- الدنانى، عبد الملك ردمان (2006) البث الفضائى العربى وتحديات العولمة الإعلامية، مصر، الإسكندرية: المكتب الجامعى الحديث.

- راشد، هادى (1992) حل مجلس الأمة والحركة الدستورية فى الكويت. (د. ت)

- أبو زيد، فاروق (2000) فن الخبر الصحفى، ط4، القاهرة، عالم الكتب.

- السبعان، لىلى، 2011، الخطاب الإعلامى فى إذاعة الكويت ودول مجلس التعاون الخليجى، وزارة الإعلام، الكويت.

- شمالان، سيف مرزوق (1986) من تاريخ الكويت، الكويت، منشورات ذات السلاسل.

- صالح، سليمان (2007) ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت، مكتبة دار الفلاح للنشر والتوزيع.

- صالح، سليمان، (2005) أخلاقيات الإعلام وقوانينه، الكويت، مكتبة دار الفلاح للنشر والتوزيع.

- الصيغى، حسن نيازى (2010) الفضائيات العربية فى عصر العولمة، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.

- طلال، محمد (1993) الاتصال فى الوطن العربى: قضايا ومقاربات، الرباط، الشركة العربية للطباعة والنشر.

- الطويسى، باسم (2008) ما هى المهنة الإعلامية (1)، جريدة العرب اليوم، 2008/7/20.

- العبد الله، مي (2010) الإعلام والاتصال وإشكاليات التكوين المهني في العالم العربي، بيروت، دار النهضة العربية.
- العبد الله، مي (2006) نظريات الاتصال، بيروت، دار النهضة العربية.
- عبد الغني، عماد (2006) سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والإشكاليات، من الحداثة إلى العولمة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- العبيدي، جبار (1996) تقنيات التلفزيون الحديثة وشكل ومضمون البرامج، صنعاء، مركز عبادي للدراسات والنشر.
- أبو عرجة، تيسير (2000) الإعلام العربي، تحديات الحاضر والمستقبل، الطبعة الثانية، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو عرجة، تيسير (2006) قضايا ودراسات إعلامية، الطبعة الأولى، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع.
- العيدروس، محمد حسين (1997) تاريخ الكويت الحديث والمعاصر، الكويت، دار الكتاب الجامعي.
- كامل، أحمد (1982) الإعلام العربي المعاصر: مفهومه ورسالته وقضاياها، أبو ظبي، مكتبة المكتبة.
- مراد، كامل خورشيد (2011) الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المشاركة، تيسير (2002) مدخل إلى الدراسات الإعلامية (نظري)، رام الله - فلسطين، بيت المقدس للنشر والتوزيع.
- المشاقبة، بسام عبد الرحمن، (2011). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- المديرس، فلاح (1994) التجمعات السياسية الكويتية: مرحلة ما بعد التحرير، الكويت، دار قرطاس للنشر والتوزيع.

- مكاوي، عماد حسن، والسيد، ليلي (2008) الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة 7، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

- نصر، حسني محمد (2008) مقدمة في الاتصال الجماهيري، المداخل والوسائل، الطبعة الثانية الكويت، مكتبة دار الفلاح للنشر والتوزيع.

- النقيب، خلدون (1996) صراع القبليّة والديمقراطية: حالة الكويت، بيروت: دار الساقي.

- النعيمي، محمد والبياتي، عبد الجبار توفيق، وخليفة غازي (2009) طرق ومناهج البحث العلمي. عمان، دار الوراق.

- هيكل، محمد حسنين (1984) بين الصحافة والسياسة، بيروت، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر.

- الوقيان، فارس (2009) المواطنة في الكويت: مكوناتها السياسية والقانونية وتحدياتها الراهنة، الكويت: مركز الدراسات الاستراتيجية والمستقبلية.

الدراسات والبحوث:

- حسن، حمدي (1999) "الإعلام العربي: الفرص والتحديات في النظام الإعلامي الجديد"، مجلة البحوث والدراسات العربية، تصدر عن معهد البحوث والدراسات العربية بالقاهرة، العددان 31 يوليو (تموز) 1999.

- الحوسني، سلوى علي. (2005). دور الإعلام في التنشئة السياسية لمجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة، (رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن).

- السيد فهمي، أماني (1996) أثر الممارسة الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل، *مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية بالقاهرة - جامعة الأزهر، العدد الخامس، يوليو 1996.*
- سيد ، لمياء محمود (1999) إدراك الشباب للواقع السياسي. (أطروحة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
- الشايجي، عبد الله خليفة (1994) "انتخابات مجلس الأمة الكويتي السابع أكتوبر 1992: تحليل نتائج" في *مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، الكويت، العدد 72، يناير 1994*
- الصلال، بدر حمد (2011) دور الفضائيات الكويتية الحكومية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي. (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط).
- القاضي، محمد كمال عبد الرؤوف (1986) "وسائل وأساليب الاتصال في الدعاية الانتخابية في مصر: دراسة تطبيقية لانتخابات الفصل التشريعي الثالث لمجلس الشعب المصري. (رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام جامعة القاهرة).
- عتران، محمد (1991م) دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية: دراسة تطبيقية مقارنة على قرينتين مصريتين. (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
- العتيبي، جهز (2011) تقييم أعضاء مجلس الأمة الكويتي لتغطية وسائل الإعلام المحلية لقضايا مجلس الأمة الكويتي (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط).
- عريقات، أحمد علي محمد (2008)، دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007 (رسالة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان/الأردن)

- عقل، نشوة سليمان محمد. (2006) المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان. (أطروحة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006).
- مصباح، هشام محمود إبراهيم (2005) "اتجاهات الكويتيين نحو الأخبار والفضائيات الإخبارية". في مجلة "دراسات الخليج والجزيرة العربية"، عدد 118 يوليو 2005. ص. 20.
- الفضلي، محمد سلطان (2010) دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي. (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط)
- فقيه ، محمد (1997) دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية . دراسة مسحية (رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
- قنديل، أبو الفتوح (2003) المشاركة السياسية للشباب الجامعي (دراسة على عينة من طلاب جامعة المنوفية. (رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية).
- الهاجري، فيصل عايض مرضي (2007) درجة تمثل طلبة جامعة الكويت لقيم المواطنة ودور الجامعة في تنميتها (رسالة ماجستير غير منشورة، أصول التربية، جامعة عمان العربية للدراسات العليا).
- أبو يوسف، إيناس (2001). " الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد 1، 72-84.**

المراجع الأجنبية:

1. - Grabe, Maria Elizabeth and Bucy, Erik (2009) Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections. Department of Telecommunications of IU's College of Arts and Sciences, , (Oxford University Press).
2. James, Roas, (2002). *The effect of mass communication on political behaviors and attitudes for adolescent*, Educational Review, 16(11), 15-20.
- 3.
4. Klapper, J. T(2001) " The Effects of mass communication " , 2ed (Glencoe : Free Press, P: 20-32.
5. McQuail D, (2005) Mass Communication Theory, 5-edition. NewDelhi, Vistaar Publication.
6. Merri. C. John (1983) Global Journalism, London: Longman.

مواقع إنترنت:

- موقع جمعية الصحفيين الكويتيين 2012: على الرابط
(http://www.kja-kw.com/show_page.aspx?pid)
- وزارة الداخلية (2012) بيان من وزارة الداخلية. الموقع الرسمي لوزارة الداخلية. في 13 يناير 2012.
- موقع مجلس الأمة الإلكتروني 2011.
- <http://www.kna.kw/clt/run.asp?id=334>
- جريدة الآن الإلكترونية. 30 ديسمبر 2011

- وزارة الداخلية (2012) بيان من وزارة الداخلية. الموقع الرسمي لوزارة الداخلية. في 13 يناير 2012.

- جريدة الرأي الكويتية، 2012.

- الهيئة العامة للمعلومات المدنية، (2012) إحصائيات السكان، موقع الهيئة الإلكتروني على الرابط:

<http://www.paci.gov.kw/index.php/2011-03-06-18-21-09/2011-03-07-19-29-35/2011-03-07-19-43-56>

- موقع متخصص في الإحصائيات على الإنترنت:

internetworldstats.com, 2012

المقابلات:

- مقابلات الباحث مع جمعية الصحفيين 2012.

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (1) أسماء محكمي الاستبيان:

الاسم	مكان العمل / الوظيفة	الجامعة
1 أ.د. تيسير أبو عرجة	قسم الإعلام: كلية الآداب	جامعة البترا
2 د. عبد الكريم الدبيسي	قسم الإعلام: كلية الآداب	جامعة البترا
3 د. كامل خورشيد مراد	كلية الإعلام	جامعة الشرق الأوسط
4 د. مناور بيان الراجحي	قسم الإعلام/ كلية الآداب	جامعة الكويت
5 د. عبد العزيز حمود الديحاني	قسم الإعلام/ كلية الآداب	جامعة الكويت
6 د. حسن إبراهيم مكي	قسم الإعلام/ كلية الآداب	جامعة الكويت
7 د. صباح ياسين	كلية الإعلام	جامعة الشرق الأوسط

ملحق رقم (2) استبانة الدراسة

MEU

جامعة الشرق الأوسط

MIDDLE EAST UNIVERSITY

تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر: من وجهة نظر

الإعلاميين الكويتيين: (دراسة ميدانية)

الأخوة والأخوات الإعلاميين الكويتيين

هذه الاستبانة عبارة عن أداة من أدوات دراسة ماجستير في الإعلام تتناول تغطية القنوات الفضائية

الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر من وجهة نظر الإعلاميين الكويتيين.

والباحث يرجو مساعدتكم في تعبئة هذه الاستبانة حسب التعليمات وبالذقة المناسبة ودون ذكر أية

معلومات شخصية، إذ إن الدراسة تهتم بالنتائج العامة وهي لن تستعمل لغير غرض الدراسة

الجامعية.

شاكرا لكم حسن تعاونكم

سعود الحجرف - الكويت

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

هاتف : 00965-67677676

القسم الأول:

بيانات المستجيبين:

1- النوع الاجتماعي: أنثى. ذكر.

2- السن: من 20 - 25 سنة. من 26 - 31 سنة. من 32 - 37 سنة.

من 38 - 43 سنة. من 44 فما فوق.

3- سنوات الخبرة: أقل من سنة. من سنة - 4 سنوات. من 5 - 9 سنوات.

من 10 - 14 سنة. من 15 فما فوق.

4- الجنسية: كويتي. عربي. أجنبي. بدون

القسم الثاني:

5- نوع المؤسسة الإعلامية الرئيسية التي تعمل بها: (يمكن الجمع بين أكثر من خيار واحد)

صحافة مطبوعة. إذاعة مسموعة. محطات تلفزيون. صحافة إنترنت.

دور نشر الكتب والمطبوعات. إنتاج تلفزيوني أو إذاعي. إنتاج سينمائي.

6- معدل مشاهدة القنوات الفضائية الكويتية الخاصة اليومي:

لا أشاهدها أبداً. أشاهدها بمعدل أقل من ساعة يومياً.

أشاهدها بمعدل ساعة يومياً. أشاهدها بمعدل ساعتين.

أشاهدها بمعدل ثلاث ساعات أو أكثر يومياً.

7- معدل مشاهدة محطات التلفزيون الحكومي الكويتي:

- لا أشاهدها أبداً.
- أشاهدها بمعدل أقل من ساعة يومياً. أشاهدها بمعدل ساعة يومياً.
- أشاهدها بمعدل ساعتين يومياً. أشاهدها بمعدل ثلاث ساعات أو أكثر يومياً.

8- مستوى متابعتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر الأخيرة (2012):

- لم أتابعها أبداً. متابعتي لها كانت قليلة. متابعتي لها كانت متوسطة.
- متابعتي لها كانت كبيرة. متابعتي لها كبيرة جداً.

القسم الثالث:

أولاً- ما تقييمك لتغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر(2012)؟

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	لا أعرف (محايد)	موافق	موافق بشدة
	إن تقييمي لتغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)					
9	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالموضوعية.(أي عدم الخوض في غير موضوع الحدث وخلفياته)					
10	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالشمولية. (شاملة لكل جوانب الحدث وأطرافه)					
11	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالتنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب.(أي عدم الاقتصار على طرف أو جانب على حساب الآخر)					
12	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالمهنية الصحفية.					
13	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالسرعة والفورية. (أي السرعة في التعامل مع الأحداث)					
14	اتسمت تغطية محطات التلفزيون الحكومي الكويتي للانتخابات بالدقة في مصادر المعلومات.					

ثانياً - ما تقييمك لتغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر

(2012)؟

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	لا أعرف (محايد)	موافق	موافق بشدة
	إن تقييمي لتغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012):					
15	اتسمت تغطية الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالموضوعية.					
16	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالشمولية.					
17	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالتنوع والتعددية في عرض الآراء والجوانب.					
18	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالمهنية الصحفية.					
19	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالسرعة والفورية.					
20	اتسمت تغطية محطات الفضائيات الكويتية الخاصة للانتخابات بالدقة في مصادر المعلومات.					

ثالثاً - كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة التغطيات

الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة من وجهة نظرك ؟

الرقم	الفقرة:	غير موافق بشدة	غير موافق	لا عرف (محايد)	موافق	موافق بشدة
	انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة ؟					
21	بتنافس إيجابي بين الفضائيات الكويتية الخاصة والقنوات الحكومية الكويتية					
22	بغلبة الفوضى الإعلامية بين الفضائيات الكويتية الخاصة.					
23	بتحسن الأداء الإعلامي بين الفضائيات الكويتية الخاصة.					
24	بتوفير فرص متساوية بين المرشحين في الفضائيات الكويتية الخاصة.					
25	بغلبة الصبغة التجارية لتغطيات الفضائيات الخاصة.					
26	باستقطابات عشوائية لتغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة.					
27	باستقطابات طائفية أو مذهبية لتغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة.					
28	باستقطابات سياسية بين الفضائيات الخاصة.					
29	بتحسن مستوى جودة الإعلان التلفزيوني في الفضائيات الخاصة.					

رابعاً - كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية

الكويتية الخاصة من وجهة نظرك؟

الرقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	لا أعرف (محايد)	موافق	موافق بشدة
	انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية الكويتية الخاصة:					
30	زيادة معدل المشاهدة لها.					
31	بعزوفهم عنها والاتجاه نحو محطات التلفزة الحكومية الكويتية					
32	بعزوفهم عنها والاتجاه نحو وسائل الإعلام الأخرى المطبوعة والمسموعة والإنترنت.					
33	زيادة الوعي عندهم بالعملية الديمقراطية.					
34	بتأثيرات سلبية على التماسك الاجتماعي.					
35	زيادة المشاركة في عملية الاقتراع.					

خامساً - في اعتقادك؛ ما مدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأعرافها المعمول بها قبل بداية الدعاية الحكومية وخلالها إلى حين الإعلان عن النتائج؟

الرقم	الفقرة	التلفزيون الحكومي الكويتي					
		التزاماً كبيراً	التزاماً متوسطاً	التزاماً ضعيفاً	التزاماً كبيراً	التزاماً متوسطاً	التزاماً ضعيفاً
36	إن الالتزام بالقواعد المهنية المعمول بها للدعاية الانتخابية كان:						
37	الالتزام بالأخلاق الإعلامية أثناء للدعاية الانتخابية كان:						

سادساً - ما مستوى الرضا لديك عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية

والفضائيات الكويتية الخاصة لعملية الانتخابات لمجلس الأمة الرابع عشر؟

الفضائيات الكويتية الخاصة	التلفزيون الحكومي الكويتي			الرقم	الفقرة		
	رضاً كبيراً	رضاً متوسطاً	غير راض أبداً				
غير راض أبداً	رضاً متوسطاً	رضاً كبيراً	غير راض أبداً			39	إن مستوى الرضا لدي عن التغطية الإخبارية كان:
						40	إن مستوى الرضا لدي عن التغطية التحليلية كان:
						41	إن مستوى الرضا لدي عن التقارير المصورة كان:
						42	إن مستوى الرضا لدي عن السرعة في التغطية للدعاية الانتخابية كان:

انتهت الاستبانة مع الشكر