

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

شعبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ل.م.د بعنوان:

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية للقناة الشروق الجزائرية الخاصة

دراسة ميدانية على عينة من جمهور الطلبة بجامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة

إشراف الأستاذ:

-شعشوعة علي-

من إعداد الطالب:

- صايم الحاج جعفر الصادق -

السنة الجامعية: 2016/2017

شكر و تقدير

لك الله عز و جل أسجد خاشع ، شاكر فضلك على إتمام هذا الجهد المتواضع ، فشكرا لله شكر الحامدين ، و حمدا لله حمد الشاكرين مقدمة آيات الحب و التقدير و الوفاء و العرفان بالجميل لكل من تعلمت على يديه .

ولا يملك الباحث في هذا المقام، إلا أن يقدم بخالص شكره وتقديره لجامعة د-مولاي الطاهر بسعيدة شعبة إعلام واتصال وأخص بالشكر الأستاذ شعشوعة علي الله يشفيه والأستاذ فتحي خليفة لما قدماه من جهد ملموس في تطوير هذا البحث.

وإلى كل أساتذة قسم علوم إعلام واتصال.

كما لا يفوتني أن أوجه بالشكر الجزيل إلى كل من اقتطع من وقته بتحكيم أدوات الدراسة، وأشكر كل من أعانني على إخراج هذه الدراسة.

وإلى كل من حوهم قلبي ونسيهم قلبي.

إهداء

إلى والدي الكريم حفظه الله

إلى والدتي الكريمة حفظها الله

إلى اللآئى المضيئة والوجوه البريئة أصحاب النفوس الأبية

من الأهل والأصدقاء والمخلصين في كل موقع في هذه الحياة

إلى كل من علمني حرفاً، الأساتذة الأفاضل

ومن ساهم في إثراء هذه الرسالة

أهدي هذا العمل المتواضع.

صايم الحاج جعفر الصادق

الفهرس العام:

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أد	مقدمة
5	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
8-6	الإشكالية
10-9	الفرضيات
11-10	أهداف الدراسة
11	أهمية الدراسة
11	أسباب اختيار الموضوع
20-11	الدراسات السابقة
21-20	المقاربة النظرية لموضوع الدراسة
23-21	تحديد المفاهيم
24	الفصل الثاني: البرامج والتلفزيون
25	تمهيد
26	المبحث الأول: ماهية التلفزيون
27-26	المطلب الأول: تعريف التلفزيون
28-27	المطلب الثاني: أهمية التلفزيون
33-28	المطلب الثالث: خصائص التلفزيون
38-33	المطلب الرابع: وظائف التلفزيون
38	المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية
39-38	المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية
40-39	المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية
44-40	المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية
48-44	المطلب الرابع: إعداد البرامج التلفزيونية

49	خلاصة
50	الفصل الثالث: اتجاه والراي لعام
51	تمهيد
52	المبحث الأول: الاتجاه
53-52	المطلب الأول: مفهوم الاتجاه
56-53	المطلب الثاني: أهمية وأنواع الاتجاه
58-56	المطلب الثالث: مكونات وخصائص الاتجاه
60-58	المطلب الرابع: وظائف الاتجاه
60	المبحث الثاني: الراي العام
63-60	المطلب الأول: مفهوم الراي العام
64-63	المطلب الثاني: أنواع وتقسيمات الراي العام
66-65	المطلب الثالث: أهداف ومراحل الراي العام
66	المطلب الرابع: الراي العام والاتجاه
67	الخلاصة
68	الفصل الرابع: ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة
69	تمهيد
71-70	المطلب الأول: الإعلام الفضائي الجزائري الخاص
73-72	المطلب الثاني: تعريف بالفضائيات الجزائرية الخاصة
73	المطلب الثالث: أنواع الفضائيات الجزائرية الخاصة
75-37	المطلب الرابع: تطور القنوات الخاصة الجزائرية
77-76	المطلب الخامس: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة
78	خلاصة
87-80	الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة
-89 109	الفصل السادس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
111	خاتمة
-113 116	قائمة مصادر ومراجع

فهرس الجداول:

ص	الموضوع	الجدول
85	يبين تحكيم الاستمارة من قبل الأساتذة المحكمين	جدول رقم 01
86	يبين الفقرات قبل وبعد التعديل	جدول رقم 02
89	يبين قيمة معامل الثبات	جدول رقم 03
90	يبين توزيع العينة على حسب الجنس	جدول رقم 04
91	يبين توزيع العينة على حسب المستوى الدراسي	جدول رقم 05
93	يبين إجابة أفراد العينة على محور عادات المشاهدة	جدول رقم 06
96	يبين إجابة أفراد العينة على محور دوافع المشاهدة	جدول رقم 07
99	يبين إجابة أفراد العينة على محور الإشباعات المحققة	جدول رقم 08
103	يبين علاقة الارتباط بين مشاهدة برامج قناة الشروق وعادات التعرض للقناة	جدول رقم 09
104	يبين علاقة الارتباط بين مشاهدة برامج قناة الشروق ودوافع التعرض للقناة	جدول رقم 10
105	يبين علاقة الارتباط بين مشاهدة برامج قناة الشروق والإشباعات المحققة من خلال التعرض للقناة	جدول رقم 11
106	بين اختبار (T-test) لمشاهدة برامج قناة الشروق حسب الجنس	جدول رقم 12
108	يبين نتائج اختبار "ف" أنوفا لمشاهدة برامج قناة الشروق حسب المستوى الدراسي	جدول رقم 13

فهرس الأشكال:

الصفحة	الموضوع	الشكل
91	يبين توزيع العينة على حسب الجنس	شكل رقم 01
92	يبين توزيع العينة على حسب المستوى الدراسي	شكل رقم 02
95	يبين إجابة أفراد العينة على محور عادات المشاهدة.	شكل رقم 03
98	يبين إجابة أفراد العينة على محور دوافع المشاهدة	شكل رقم 04
101	يبين إجابة أفراد العينة على محور الإشباعات المحققة	شكل رقم 05

الفصل الأول:

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية.....
2. الفرضيات.....
3. أهمية الدراسة.....
4. أهداف الدراسة.....
5. أسباب اختيار الموضوع.....
6. الدراسات السابقة.....
7. المقاربة النظرية لموضوع الدراسة.....
8. تحديد المفاهيم.....

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال السمعية البصرية من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي. الإعلام عبارة عن نقل الأخبار والأحداث وتبادل الأفكار بين كافة الناس و بعد الانتشار الضخم له لم يعد يقتصر على الأخبار والأحداث فقط، توسع إلى مهام أخرى ، خاصة بعد اختراع التلفزيون وهذا لامتلاكهم عدة ميزات فهو يجمع بين الصورة والصوت، أي مخاطبته لحاستي السمع والبصر التي تساهم في جذب الإنتباه والتركيز، فالإعلام التلفزيوني أصبح يغزو المجتمعات ويؤثر فيها من ناحية السلوكيات والأفكار، بسبب إنتشاره الواسع وقدرته على الإبهار والتأثير والامتداد وسيطرته على وقت الناس، ومن خلال هذا يساهم في بناء مواقفه واتجاهاته.

وفي هذا الصدد تبرز الخدمة الإخبارية والإعلامية كميزة وخاصة مرتبطة بالتلفزيون منذ نشأة وعبر مراحل تطوره وتعتبر الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي يقدمها التلفزيون فالناس لا تقتني أجهزة التلفزيون لمجرد الرغبة في الامتلاك بل الاستخدام والإفادة ولا يستطيع أي إنسان في عالمنا أن ينأى بنفسه عن التعرض للأخبار، ففكرة نقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الناس في أسرع وقت ممكن كانت وما زالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة.

تحاول إشكالية الدراسة تسليط الضوء على توجه الطلبة نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق والعوامل التي تقف وراءه، وللوصول إلى تفكيك التساؤل الرئيسي استعانت الدراسة بالمنهج الوصفي الذي يتيح إمكانية أفضل لجمع البيانات وتحليلها وفي ضوءه تم بناء إستمارة واختيار العينة القصدية الطبقية التي استهدفت طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الدكتور طاهر مولاي ب سعيدة سنة 2016/2017.

الوظيفة الإخبارية لبرامج قناة الشروق الجزائرية التي التاسعة سنة 2011 إثر فتح مجال السمع البصري للخواص تمثله في نقل الأخبار سواء كانت محلية أو إقليمية أو

عالمية وذلك لتمكين الأفراد لمتابعة ما يجري حول العالم وخاصة فئة الطلاب الجامعيين باعتبارهم النخبة في المجتمع الجزائري وتسعى القناة بتكوين راي العام وتحديد الإتجاهات هذه الفئة من المجتمع المحلي الجزائري خاصة في القضايا المحورية حيث تسعى هد القناة إلى دفع عملية التنمية خلال نشر الخطط والقوانين الجديدة.

وفي إطار هذه الأبعاد تتبلور مشكلة هذه الدراسة وأهدافها والتي جاءت في أربعة فصول، يعرض الفصل الأول منها الإطار المنهجي للدراسة بدءا بتحديد المشكلة، أهداف الدراسة في التعرف على اتجاهات طلبة الجامعة نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة الشروق والتعرف على مدى ملائمة هذه البرامج مع طلبة جامعة ومعرفة دوافع المشاهدة ودوافع عدم المشاهدة لهذه البرامج وفرضيات الدراسة تمثلت في فرض رئيسي وهو توجد علاقة بين الطالب الجامعي و برامج إخبارية لقناة الشروق، و تعود أسباب إختيار الموضوع إلى قلة الدراسات العلمية الإعلامية المتعلقة بالموضوع محليا وعربيا، على حد علم الباحث. مرورا بتحديد المفاهيم، الدراسات السابقة، ثم تناول في نقطة أخرى المدخل النظري للدراسة والذي حدد في الاستخدامات والإشباعاات.

وتأسيسا عليه ضم البحث ثلاث فصول نظرية وتناول الفصل الثاني مبحثين المبحث الأول ماهية التلفزيون تطرق فيه الباحث إلى تعريف التلفزيون وأهميته وخصائصه ووظائفه أما المبحث الثاني حول البرامج التلفزيونية تطرق فيه مفهوم البرامج التلفزيونية ومكوناتها وأنواعها وكيفية إعدادها، الفصل الثالث حول الاتجاه والراي العام و تطرق الباحث فيه في المبحث الأول الإتجاه مفهومه أهميته و خصائه و مكوناته و أنواعه ووظائفه أما المبحث الثاني حول الراي العام مفهومه أنواعه و تقسيماته و أهدافه و مراحلها و الفرق بينه بين الإتجاه، و الفصل الرابع حول القنوات الخاصة الجزائرية تطرق فيه إلى الإعلام الفضائي الجزائري الخاص و مفهوم الفضائيات الجزائرية الخاصة و أنواعها و تطورها و أسباب و دوافع ظهورها.

وتناول الفصل الخامس منهج الدراسة و مجتمعها و عينتها و أدوات و أساليب تحليل و جمع البيانات ثم الفصل السادس و الأخير فيه عرض و مناقشة نتائج الدراسة و تحليل نتائج الاستمارة باستخدام برنامج التحليل و إحصاء spss .

1- إشكالية الدراسة:

يحتل التلفزيون مكانة مهيمنة في فضاء الاتصال الجماهيري لاعتماده على عنصر الصوت والصورة في نقل مختلف المضامين الإعلامية، وتساهم فيه مجموعة مختلف من الاختصاصات والمهن كونه يخاطب كل شرائح المجتمع فمهما تباينت مستوياتهم التعليمية أو فيما يتعلق بحالتهم الاقتصادية ويعد التلفزيون إحدى أدوات نقل الأخبار والمعلومات إلى المواطنين بسبب سهولة استعماله وتوفره في جل البيوت وهو ما جعله وسيطا بين القناة وعامة أفراد الشعب وتختلف برامج الإخبارية للقناة المعروضة فيها تبعا للأهداف والوظائف المنوطة بها.

عرفت الجزائر بتأخرها عن سائر الدول العالمية و العربية في فتح قطاع السمعي البصري للخواص بعد أن ظل محتكرا من قبل المؤسسات العمومية منذ الاستقلال و بعد ظهور القانون المنظم لهذا القطاع ينهي سنوات احتكار الدولة لهذا المجال ويفتح الأفاق نحو تعددية إعلامية فعالة، وشكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة انعطافا حاسماً في مسيرة الإعلام الجزائري، ونقلة نوعية في مستوى المعالجة الإعلامية لكثير من القضايا المحلية والإقليمية والعالمية، وبات مؤكداً أنها تشكل واحدة من أهم معالم الخريطة الإعلامية في الجزائر في ظرف زمني قصير و أصبحت في هذه المدة من أهم الوسائل متابعة من قبل الجزائريين و اكثرها تأثيرا فيهم . وقد تعددت برامج القنوات من اجل مخاطبة فئات اجتماعية مختلفة داخل الوطن وخارجه تبعا لاهتماماتها، وتعتبر فئة الطلبة جزءا من هذه

الشرائح المستهدفة من برامج الإخبارية قناة الشروق خاصة في الجانب المتعلق بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتتمثل مشكلة الدراسة في تحديد اتجاه الطلبة نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق تي.في الجزائرية ودوافع إقبال الطلبة على البرامج القناة وعادات مشاهدتهم القناة والإشباعات المتحققة من ذلك.

نظرا لطبيعة الدراسة والتي تستهدف الكشف عن سلوك أثناء عملية مشاهدة البرامج، فإننا عمدنا على استخدام التساؤلات والتي نحاول الإجابة عليه من خلال دراستنا الاستكشافية. ولقد حصرنا هذه التساؤلات فيما يلي:

- ما نسبة مشاهدة المبحوثين لقناة الشروق وبالأخص البرامج الإخبارية التي تقدمها؟
- ما دوافع مشاهدة البرامج الإخبارية للقناة وعدمها من قبل المبحوثين؟
- ما مدى قدرة هذه البرامج على معالجة القضايا والموضوعات التي تتناولها؟
- ما هي انعكاسات البرامج الإخبارية للقناة على الطلبة؟
- ما هي وجهة نظر الطلبة حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها؟

2-فرضيات الدراسة

تعريف الفرضية:

الفرضية بشكل عام عبارة عن تخمين ذكي وتفسير محتمل يتم بواسطته ربط الأسباب بالمسببات كتفسير مؤقت للمشكلة أو الظاهرة المدروسة، وبالتالي الفرضية عبارة عن حدس أو تكهن يضعه الباحث كحل ممكن ومحتمل لمشكلة الدراسة والفروض وتأخذ غالبا صيغة تعميمات أو المقترحات التي تصاغ بأسلوب منسق ومنظم يظهر العلاقات التي يحاول الباحث من خلالها حل المشكلة.

وقد وجد الباحثون والمختصون أن الافتراضات الجيدة تتميز بالصفات التالية:

-أن يكون الفرض موجزا مفيدا وواضحا يسهل فهمه.

-ان يكون الفرض مبنيا على الحقائق الحسية والنظرية الذهنية لتفسير جميع جوانب

المشكلة. (1)

الفرضيات

1-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق وعادات التعرض للقناة.

2-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق ودوافع التعرض للقناة.

(1) ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم :مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق دار صفاء للنشر والتوزيع-جامعة البلقان التطبيقية-عمان-ط 1، 2001، ص69 ص70

3-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق والإشباعات المحققة من خلال التعرض للقناة.

4-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.

5-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

3-أهداف الدراسة:

نصبو من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف وهي كما يلي:

- تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعة نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة الشروق لجزائرية.
- التعرف على مدى ملائمة هذه البرامج مع طلبة جامعة.
- معرفة دوافع المشاهدة وعادات و الإشباعات المتحققة
- ومدى تفاعل الطلبة مع القناة ونظرتهم لهذه البرامج ونظرتهم للقائمين على تقديمها من مذيعين وغيرهم.

4-أهمية الدراسة:

➤ يعالج موضوع ذو أهمية كبيرة في مجال الإعلام والاتصال وفي مجال دراسة قنوات

الخاصة

➤ له أهمية كون القنوات الخاصة لم يتم دراستها بشكل تام لأنها قنوات جديدة ويجب

تحديد علاقتها بالطلبة

➤ له أهمية لأنه يعالج موضوعا له انعكاسات على الجزائريين والطلبة بشكل خاص

➤ معرفة آراء الطلبة الجامعيين حول البرامج الإخبارية لقناة الشروق الفضائية

➤ معرفة عادات المشاهدة ورغبات الطلبة مما يتيح تقديم خدمة مناسبة له.

5-أسباب اختيار الموضوع:

تكمُن أسباب ومبررات القيام بها للاعتبارات التالية:

➤ قلة الدراسات العلمية الإعلامية المتعلقة بالموضوع محليا وعربيا، على حد علم

الباحث.

➤ الازدياد الكبير والملحوظ والمفاجئ بعدد المحطات الفضائية الجزائرية .

➤ قضاء الطلبة معظم أوقاتهم أمام شاشة التلفزيون .

➤ وجود أنواع جديدة من المحطات الفضائية على الساحة الإعلامية المحلية.

6-الدراسات السابقة:

تمثلت الدراسات السابقة في سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد وتحديد

موقعها في التراث النظري من حيث الاهتمام بها، كما تمثل الدراسات السابقة والبحوث نقطة

انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها، لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة

التي تناولت متغيرات الدراسة سواء كانت هذه الدراسات قد تناولت المتغيرين معا أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى، ومن هذه الدراسات نجد ما يلي:

➤ اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة قناة القدس الفضائية:

حيث استخدمت الدراسة المنهج المسحي والذي في إطاره تم استخدام الاستبيان كأداة للبحث بحيث يندرج تحت نوع البحوث الوصفية، واختيرت عينة عشوائية من طلبة (طلاب وطالبات) الجامعة الإسلامية ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أن فضائية القدس تشهد إقبال واهتماما كبيرين فقد حصلت على منا نسبته 59 % من عينة الدراسة من حيث نسبة مشاهدتها بين القنوات الفضائية الفلسطينية، وكان 50 % من عينة الدراسة يثقون بفضائية القدس ثقة عالية و 48.8% يثقون بها ثقة متوسطة وهذا يعني ان معظم الطلاب أي ما نسبته 98.8% يثقون في فضائية القدس، وبينت الدراسة أن 43.3% يعتبرون أن فضائية القدس هي الخيار الأول للحصول على معلومات عن القضية الفلسطينية⁽¹⁾.

➤ اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قناتا الجزيرة والعربية الفضائيتان

الإخباريتان

(1) صفاء عاشور، "اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة فضائية القدس"، غزة: الجامعة الإسلامية، قسم الصحافة والإعلام، 2009 م

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قنوات الجزيرة والعربية الإخباريتان، وذلك من خلال برامجهما الإخبارية وتسجيلاتهما المسموعة والمرئية، والتعرف على درجة وعي الجمهور الأردني بالأبعاد المكونة لظاهرة الإرهاب، وعلاقتها بالمتغيرات الديموغرافية. كما هدفت الدراسة إلى معرفة مدى وضوح مفهوم الإرهاب في أذهان عينة الدراسة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتبر من أهم المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية، واستخدم الباحث أسلوب المسح (الاستبانة) لجمع البيانات، وقد تم اختيار العينة من المجتمع بطريقة العينة العشوائية العنقودية وهي تتكون من (883) فرداً منهم (588) من محافظة العاصمة إقليم الوسط، و218 فرداً من محافظة إربد من إقليم الشمال، و77 من محافظة العقبة من إقليم الجنوب . خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يأتي:

1- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية كانت متوسطة، ويعزى ذلك إلى أن المشاهد لقناة الجزيرة وصل إلى درجة من الوعي وتحكيم العقل في كافة البرامج المرتبطة بقضايا الإرهاب والتي تبثها قناة الجزيرة ولا يأخذها مسلمة بدليل أن الفقرة التي حصلت على المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة نصت على " أحكم عقلي أثناء متابعة برامج قناة الجزيرة حول الإرهاب " .

2- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قناة العربية الفضائية الإخبارية كانت متوسطة، ويعزى ذلك إلى وجود الوعي وتحكيم العقل أيضا لدى عينة الدراسة من الجمهور الأردني.

3- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) < بين متوسطات اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قنوات الجزيرة والعربية الفضائيتان الإخباري نات و، كان الفرق لصالح قناة الجزيرة الفضائية، وقد يعزى ذلك إلى قدرة قناة الجزيرة على بث أحداث متعلقة بالإرهاب من موقع الحدث مباشرة، بالإضافة إلى السبق الصحفي والإعلامي لها في هذا المجال، باستخدام مواد إعلامية وفلمية متعددة تجذب انتباه المشاهدين. كما أوصت الدراسة بإجراء دراسات علمية حول ظاهرة الإرهاب، من خلال مراكز الأبحاث العائدة لهذه القنوات، والتي سوف تسهم في مساعدة القائمين على هذه القنوات في إنتاج برامج تعالج قضايا الإرهاب بطريقة علمية موضوعية، وإيلاء البرامج والنشرات الإخبارية التي تعنى بمواضيع الإرهاب أهمية أكبر من حيث الإعداد والتقديم ومراعاة الجانب النفسي والاجتماعي بخصوص المشاهد. (1)

➤ اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية

استهدفت هذه الدراسة الاستطلاعية الكشف عن اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية اتجاه عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية،

(1) مخلد خلف النوافة، اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قنوات الجزيرة والعربية الفضائيتان الإخباريتان، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010م،

والكشف عن العلاقة بين هذه الاتجاهات وبين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام.

وكون الدراسة استطلاعية، استُخدم المنهج الوصفي التحليلي، وبعض الأدوات الإحصائية والعمليات الحسابية البسيطة مثل: النسب المئوية والتكرارات والجداول المتقاطعة ومتوسط الاتجاهات والتباين الأحادي.

وأجريت الدراسة على المستوى الوطني وشملت عينة طبقية عشوائية ممثلة لفئات المجتمع الأردني كافة، فضلاً عن عينة غرضية من جمهور النخبة وذلك بهدف المقارنة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبياً، على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات.

ضعف الدور الرقابي وغيابه أحياناً لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة.

والبرلمان، وهيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

كان التزام وسائل الإعلام بالمصداقية بنشر الأخبار وتناولها للأحداث بدرجة متوسطة. وإزاء النتائج المستخلصة هناك عدد من التوصيات من أهمها ضرورة اعتماد وسائل الإعلام الأردنية الموضوعية في تناولها للقضايا. والمشكلات المختلفة، ورفع مستوى مصداقيتها في

نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث. إعادة النظر في القوانين والأنظمة التي تعزز تقييد الحكومة لوسائل الإعلام. ضرورة رفع سقف الحريات الإعلامية كي تستطيع وسائل الإعلام القيام بدورها الرقابي على المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على أكمل وجه، ولتسهم بفاعلية في عمليات التنمية الشاملة في الأردن. (1)

➤ اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات.

ولبلوغ أهداف هذه الدراسة، قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من (3) أجزاء:

الجزء الأول: البيانات الشخصية.

الجزء الثاني: عادات وأنماط المشاهدة.

الجزء الثالث: تقييم المحطات الفضائية العربية.

تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة. أما عينة الدراسة فقد شملت (5) جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بالطريقة

(1) عبد المجيد العزام، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا-الأردن 2010

العشوائية البسيطة، وهي: اليرموك، الهاشمية، الحسين بن طلال، البتراء، وجرش. وبلغ عدد الاستبانات ال موزعة (650) والمستردة (572) بنسبة استجابة (88%)

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة MBC1 الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها MBC2، و (روتانا)، (الجزيرة الإخبارية)، و ((LBC) وتجدر الإشارة إلى أن الفضائية الأردنية جاءت بالمرتبة التاسعة تفضيلاً للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية.

جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: الفضائية المصرية، (الاقتصادية)، (Chatco)، (العقارية1).

- اتفق معظم الطلبة على أن الكليات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشه للحياء العام ولا تراعي الآداب.

- جاء نوع محطات الدراما المسلسلات والأفلام الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.
- جاء نوع البرامج الدرامية المسلسلات والأفلام الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.
- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من ساعات وأكثر من ساعة يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى 4 ساعات في أيام العطل ونهاية الأسبوع.
- فترة السهرة من 7-11 مساءً هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.

- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل .
 - يجد معظم الطلبة المحطات الدينية تزيد من صلتهم بالله، وتشدهم محاضراتها وبرامجها للمتابعة .
 - وخلصت الدراسة لمجموعة من التوصيات، ومن أهمها:
 - زيادة حصة الشباب في البرامج التلفزيونية .
 - الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي .
 - فتح باب المشاركة للشباب في إعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة لهم .
 - الابتعاد عما يخدش الحياء العام والآداب في الكليات الغنائية التي تبثها المحطات الغنائية .
 - تركيز بث برامج الشباب في فترة السهرة، وفي أيام العطل ونهاية الأسبوع .
 - تقديم برامج موجهة للشباب تنهض بهم ثقافياً ومعرفياً، وتزودهم بالعلم والتسلية الهادفة¹. (1)
- دور قناتي الحرة والـ BBC الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في اثاره الوعي السياسي

لدى طلبة الجامعات في الأردن والإمارات

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى اتجاهات الطلبة الجامعيين في الأردن والإمارات في متابعة قناتي الحرة والـ BBC ، شمل مجتمع الدراسة جميع الطلبة في الجامعات الأردنية الأربع الآتية (الأردنية، مؤتة، البتراء والشرق الأوسط) وفي الإمارات جامعتي (الشارقة وعجمان). إما العينة فتكونت من (400) طالباً وطالبة، وقد اعتمدت الدراسة على مصدرين رئيسيين

(1) نديم ربحي محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، كلية العلوم الإنسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا / الأردن، 2008

لجمع المعلومات هما البيانات الأولية والبيانات الثانوية. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول وصف دور قناتي الحرة والـ BBC الناطقتين باللغة العربية في اثاره الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، ويسعي الباحث من خلال هذا المنهج إلى توضيح وتفسير وتقييم نتائج التحليل الإحصائي، و كانت ابرز النتائج ما يأتي :

• أظهرت نتائج التحليل الإحصائي إن النسبة المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول

التعرض والمتابعة لقناة الحرة 25.62% إما قناة الـ BBC فقد بلغت 265.73%.

• . أظهرت نتائج التحليل الإحصائي إن إجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بدوافع

التعرض والمتابعة لقناة الحرة وكانت نسبة الموافقة 54.56% إما نسبة قناة الـ BBC

كانت 65.73%.

• . أظهرت نتائج التحليل الإحصائي إن نسبة موافقة أفراد عينة الدراسة على مجال

الإشباعان المتحققة من متابعة قناة الحرة 66,56% اما قناة الـ BBC فقد كانت

21,77%.

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن نسبة موافقة أفراد عينة الدراسة على معايير

التغطية الإخبارية في قناة الحرة 61,55% اما قناة الـ BBC فكانت النسبة

65,75%. 5. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي إن النسبة المئوية لموافقة افراد عينة

الدراسة على مجال مصادر التغطية التي تعتمد عليها قناة الحرة 40,72% إما قناة

الـ BBC فكانت النسبة 11,81. 6. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي إن النسبة

المئوية لتفاعل قناة الحرة مع الإحداث 38.66% إما قناة الـ BBC فكانت نسبتها

78.70% (1)

7- المقاربة النظرية لموضوع الدراسة

نظرية استخدامات والاشباكات:

قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام (1959م) حينما تحدث عالم الاتصال المعروف "اليهيو كاتز – katz Elihu" عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال و التركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيرها على الجمهور، و اقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة للسؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟ لذي فان دراستي تستهد معرفة اتجاهات الطلبة الذين هم جزء من جمهور وسائل الاعلام نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية.

تقوم هذه النظرية على عدد من الفروض يمكن تلخيصها فيما يلي:

➤ أن السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام

بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل. (2) وبالتالي فإن

(1) سلام عبد المهدي كريم الجبوري، دور قناتي الحرة وال (BBC) الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في اثاره الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والامارات-دراسة مقارنة-الدراسة استكمالا لمتطلبات نيل درجة الماجستير في الإعلام في جامعة البترا، 2014
(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط3 الدار المصرية اللبنانية، بيروت، 2003، ص: 239

جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وبالتالي فإنها تتناسب مع دراستي لأنها تدرس علاقة جمهور بوسائل الإعلام. (1)

➤ يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء و استخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم و رغباتهم الشخصية، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الأساسية و لكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم و يلبي رغباتهم كالبحث عن المعلومات لحل مشكلة ما و من هذا الفرض كذلك تمت صياغة أسئلة الاستمارة. (2)

➤ من هنا و بعد تعريف بالنظرية استناد الباحث من النظرية في بحثه حول اتجاهات الطلبة و قام على أساس النظرية بصياغة الاستمارة.

8-تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة

فيما يلي تعريفات إجرائية لمصطلحات المستخدمة في الدراسة:

1.الاتجاه: تعريف الدكتور أحمد عبد اللطيف وحيد الاتجاه بأنه " أسلوب منظم منسق في التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة. "

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، طر، عالم الكتب مصر، 2000، ص ص: 209-210
² رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، طر، دار الفجر للنشر ولتوزيع القاهرة، 2007، ص: 33

تعرف الاتجاهات بأنها "استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجةً لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجاباً نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية. (1)

الاتجاه هي آراء طلبة الجامعة واستجاباتهم أو وجهة نظرهم سلباً أو إيجاباً نحو برامج الإخبارية لقناة الشروق.

2. الطالب الجامعي: هو كل طالب مسجل بقوائم أحد التخصصات الدراسية المدرجة في

التعليم الجامعي الخاص بالعلوم الاجتماعية والإنسانية للسنة الدراسية 2016/2017 بجامعة الدكتور مولاي الطاهر، وتولى له الإجابة على الاستبيان اتجاه نحو برامج الاخبارية قناة الشروق.

3-البرامج الإخبارية:

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام أو الأخبار التي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من قبل أو التي تحظى باهتمامهم أو اهتمامات قطاع كبير منهم لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور علماً بكل جديد بطريقة فورية ودقيقة. (2)

(1) رشيد حسين احمد البراوي، اتجاهات النفسية حول عمل المرأة، دار الجريير للنشر والتوزيع، ط1، (2013)، عمان الأردن، ص50
 (2) طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 100

4. قناة الشروق:

قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق. انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) حيث اتخذت مكتبا بالجزائر بينما يبدأ البث من عمان وبيروت وسيتوسع إلى دبي والدوحة على نايل سات أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى الـ 57 لاندلاع ثورة 2011 قناة الشروق ستبث بمرحلة أولى من العاصمة الأردنية عمان وبيروت على أن يتوسع البث انطلاقا من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة، والعاصمة القطرية الدوحة في انتظار فتح مكتب للقناة قريبا بالجزائر العاصمة وعدد من ولايات الوطن بعد انطلاق البث الرسمي وترددات القناة.(1)

(1) بحزام نوال ونعيمي مليكة: القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي. دراسة ميدانية على تمثيلات شباب مدينة معسكر. جامعة معسكر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية. جامعة الوادي: العدد 6، أفريل 2014 ص 78 ص 72

الفصل الثاني: البرامج والتلفزيون

تمهيد

المبحث الأول: ماهية التلفزيون

المطلب الأول: تعريف التلفزيون

المطلب الثاني: أهمية التلفزيون

المطلب الثالث: خصائص التلفزيون

المطلب الرابع: وظائف التلفزيون

المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية

المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية

المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية

المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية

المطلب الرابع: إعداد البرامج التلفزيونية

خلاصة

تمهيد

أدى التقدم التكنولوجي الهائل الذي تعرضت له المجتمعات البشرية خلال العصر الحالي بصفة عامة وكذلك التراكم الكبير من المعرفة بشتى فروعها إلى تطور أساليب الجماهيرية بصفة خاصة وهذا التطور التراكم المعرفي أدى إلى ظهور وسائل اتصال جديدة ذات درجة عالية من التطور، وقد ساعد في ذلك انتشار لحرية التي تأثرت بالنظريات الاجتماعية و الاقتصادية التي سادت تلك الفترة والتي تأثرت بها التغيرات التكنولوجية في العديد من المجالات ذات الصلة الحيوية بحياة الإنسان ووجوده على سطح الأرض ، و من هنا كانت إرادة الإنسان المتأثرة بالتراكم المعرفي و العلمي و التي تعتبر بمثابة الدافع الأساسي لعقول بعض العلماء في التفكير، نحو وجود وسائل اتصال جماهيرية جديدة ذات كفاءة عالية تلائم التطورات والتغيرات التي تعرضت لها المجتمعات خلال ذلك العصر، وخاصة في بدايته منذ العشرينات وأوائل الثلاثينات منه على وجه التحديد ، حيث بدا في تلك الفترة التفكير في صناعة التلفزيون مما جعل البعض يطلق على هذا العصر عصر الاتصال ولكن ما هو هذا الجهاز وما هي أهميته في المجتمع؟ وهذا ما سنتعرض له فيما يلي:

المبحث الأول: ماهية التلفزيون

المطلب الأول: تعريف التلفزيون

التلفاز أو التلفزيون هو جهاز اتصالات لبث واستقبال صور متحركة وصوت عن بعد .وقد أطلق الاصطلاح لكي يشمل كل نواحي البث والإرسال .ويعرف على أنه وسيلة اتصال

بصرية سمعية تعتمد أساسا على الصورة والصوت في آن واحد ومن ثم فقد جمعت بين
خواص الإذاعة المسموعة وخواص الوسائل المرئية. (1)

- فقد جاء في معجم المصطلحات الإعلامية التلفزيونية " وسيلة من وسائل الاتصال. وكلمة
télévision مكونة من كلمتين télé ومعناها مكان بعيد و vision ومعناها الرؤية، أي نقل
الصورة والمرئيات من بعيد. ويعمل التلفزيون على أساس تحويل الصورة والأشكال الى
اشعة، تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة لتتحول بواسطة
الأشعة الى موجات أثرية تنتشر في الجو، بحيث يصبح بالإمكان التقاطها بواسطة أجهزة
خاصة من أجهزة الاستقبال التي تحول الموجات الأثرية الى اشعة من جديد تم تحول
الاشعة الى صورة التلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية
التي تضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد وبطريقة
استعمال التقنيات الحديثة. (2)

التلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية التي تضمن بث
الحصص والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد وبطريقة استعمال
التقنيات الحديثة.

(1) غريب سيد أحمد، علم الاجتماع والاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996 ص 20
(2) شعباني مالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، العدد السابع جانفي 2012 ص 214

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ يغطي شقي الاستماع والمشاهدة معا ويقوم بنقل المادة الإعلامية إلى حيث يقطن المستقبل بحيث لا يعاني مشقة الانتقال إلى دور العرض أي الاستغناء عن وسائل الإعلام الأخرى. (1)

المطلب الثاني: أهمية التلفزيون

التلفزيون له أهمية كبيرة في امتلاكه قدرة نقل هذه الصورة الصوتية المتحركة إلى أعداد كبيرة من الناس في مختلف أماكن وجودهم في المجتمع وكذلك إلى مناطق واسعة من العالم بواسطة التقنيات الحديثة مثل الأقمار الصناعية، باعتباره وسيلة إعلامية يمتد تأثيره إلى جميع الفئات الموجودة في المجتمع على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والاجتماعية وكذلك جميع فئات السن.

كما تبرز أهمية التلفزيون من خلال قدرته على تحقيق أهدافه الاستراتيجية في الإعلام والترفيه والتنشيف.

وقد أدمج التلفزيون في الحياة الاجتماعية بشكل واسع وأصبح جزء لا يتجزأ من حياة أفراد المجتمع، فقد اعتبرته السلطات التشريعية في نيويورك وعاء ضروريا للأسرة لتحيا في المجتمع، وقد صار البيئة والوطنية والعالمية الدائمة التي يتعلم منها الأفراد وهو يعكس ويقود المجتمع ويشكل الاتجاه العام لثقافة المجتمع. وأثبتت الدراسات الأمريكية أن حوالي 98 % من البيوت الأمريكية تمتلك على الأقل جهازا واحدا. (1)

(1) نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي (مفاهيم، نظريات، تطبيقات)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، 2007، ص 244

(1) غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996 ص 8

المطلب الثالث: خصائص التلفزيون

انطلاقاً من قوة وسائل الإعلام وفعاليتها باشرت الدول في إنشاء محطات تلفزيونية وتسخيرها لخدمة التنمية، وتعتبر وسائل الإعلام والاتصال السمعية البصرية من أهم وسائل التي تسيطر على الأفراد

والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي، وذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة، ويعتبر التلفزيون من أهمها بل

من أحدثها ومن أخطرها في نفس الوقت وذلك لما تتميز به من قدرة كبيرة على جذب الكبار والصغار حوله فهو يتوفر على خصائص يمكن ان نوجزها على النحو التالي:

الاستحواد:

من أبرز صفات التلفزيون الاستحواد على مشاهديه، هذه صفة تملئها الطبيعة المادية للتلفزيون، فهو يسيطر على سمع الرائي وبصره لأنه يركز انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة محصورة في إطار صغير لا يكلف الرائي جهداً، بل يخدمه إلى حد كبير، ينتقل معه في حجرة الجلوس، أو قريبا من المائدة، أو حتى بين الضيوف والزوار. فهو جهاز مغلٍ إذا ما قورن بغيره من وسائل الإعلام، والترفيه، فمن السهل جدا تشغيل جهاز التلفزيون في بيتك وتستمتع بمشاهدة برنامج تحبه، ولكنك تفكر قليلا أو كثيرا أو تتردد في أن تلبس ملابس الخروج مثلا... لذلك فالناس يعطونه الأولوية في الانتقاء على حساب غيره من الأجهزة التي

يحتاجونها في منازلهم، ليوفروا لأنفسهم ظروف الحياة السعيدة، مع أنه لا يؤدي خدمة منزلية تضارع في أهميتها لربة البيت ما تؤديه الغسالة الكهربائية. (1)

التميز الفني بالصورة والحركة واللون:

لقد أصبح في مقدور الإنسان أن يستقبل مادة إعلامية كثيفة ومتنوعة ومباشرة ففي لحظة واحدة قد يتواصل الإنسان مع غيره في مجتمع يبعد عنه آلاف الأميال من خلال رسالة إعلامية منقولة بشكل مباشر، وهذا عن طريق التلفزيون الذي أصبح يشكل محورا أساسيا في حياتنا اليومية وجزء من ثقافتنا، فقد وصفه " سيلفيون " بأنه وسيلة ساحرة معقدة مليئة بالتناقض وتتميز أيضا عن الوسائل الأخرى بأنها وسيلة سمعية بصرية حيث تجذب العين والأذن ، كما أنه لا يرسل صورة فقط إنما صورة متحركة بما فيها التغيرات التي تنعكس على الوجوه ويتميز عن المواد المطبوعة بتقديمه المادة في أنيتها

أما الحركة فإنها أضافت للتلفزيون إمكانيات جديدة ولا تزال مهارة المصورين تبرز في تقدم الحركة بشكل يشد المشاهد، ويطرد عنه الملل .فالحركة التي يوفرها التلفزيون لمشاهديه تعطي مضامينه حياة وفاعلية وتشيعها بالديناميكية التي تزيل طابع الجمود والسكونية، فهي توحى بالنقل الصادق والحقيقي كما يعيشه الفرد في المجتمع فالحركة لها ميزة كبيرة في الصورة التلفزيونية تجذب انتباه المشاهد وتمكنه من الاقتراب أكثر من المعاني التي يتم طرحها في هذه الشاشة الصغيرة. (1)

(1) طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998، ص 23

(1) طه عبد العاطي نجم، المرجع السابق ص 24

التكرار:

فالتلفزيون من أقدر وسائل الاتصال عموماً على التكرار و إعادة الموضوع بأشكال متعددة بحيث يظهر في كل مرة و كأنه موضوع جديد و هذه الخاصية من أبرز عناصر التأثير ، لان التكرار يفسح المجال أمام الأفراد من ذوي الثقافات البسيطة ليستوعبوا ما يقدم لهم من معلومات وأفكار، فالتلفزيون له القدرة على تكرار بعض موضوعاته وبأساليب مختلفة لمساعدة مشاهديه خاصة الأطفال منهم على ترسيخ معلوماتهم والاحتفاظ بها في أطول مدة زمنية ممكنة، فالصورة التلفزيونية تسمح لنفسها بتكرار المسائل مرات عدة كالإعلان التلفزيوني في حين أن الكلمة المكتوبة لا قدرة لها على تكرار نفسها إلا بإرادة القارئ ، حيث أننا نكتفي بقراءة الفكرة مرة واحدة ثم نضع الكتاب جانبا (2).

القدرة على مخاطبة المشاهدين بشكل مباشر على اختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية:
 إن أهم التحسينات التي طرأت على برامج التلفزيون في مختلف أنحاء العالم قدرة المشاهد على الاتصال المباشرة بمقدم برنامج ما، سواء أكان البرنامج علمياً أم صحياً أم تربوياً أم ترفيهياً، وطرح ما يشاء من أسئلة التي يريد طرحها، وأخذ الإجابة الدقيقة من علماء وباحثين متعمقين في علومهم ويكون ذلك على الهواء مباشرة وذلك بالاتصال عن طريق الهاتف بالرقم المذكور على الشاشة. فتنوع البرامج التلفزيونية يساهم في إرضاء أذواق جميع المشاهدين وتحقق رضا عاماً في عرضها للبرامج المختلفة التي تنسجم مع أبناء المدينة أو

(2) أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، دار النهضة العربية، لبنان، 2008، ص 106

القرية، وبين المثقفين والمتعلمين، أو بين الأميين وذوي العلم المحدود، فنرى كيف إن التلفزيون الجزائرية يقدم بعض البرامج المتنوعة التي تسمح للمشاهد بالمشاركة فيها وتعمل على إرضاء أذواق المشاهدين كبيرا وصغير وباختلاف المستويات العلمية والثقافية كبرنامج صباح الخير، وبرنامج عزيز المشاهد هذا الأخير يلبي حتى طلبات الأطفال. (1)

سهولة اقتنائه في المنزل وتوفيره للجهد والوقت والمال:

يمتاز التلفزيون بصغر حجمه يراه الإنسان وهو قاعد أو قائم ولا يحتاج إلى أن يسعى إلى الطريق ولا إلى أن يدفع النقود، فهو يوفر له عناء الذهاب إلى دور السينما والمسرح، فيرى الإنسان في التلفزيون جهازا يوفر عليه المال الذي يصرفه في كل مرة يود فيها مشاهدة أحد الأفلام أو حين يسعى إلى البحث عن مادة تشغل وقت فراغه وتسليه فتنوع القنوات وموجات البث باتت تعطيه أكبر قدر ممكن في اختيار البرامج التلفزيونية التي يريد مشاهدتها. فوجود التلفزيون في المنزل يحقق درجة عالية من الإشباع لدى المشاهد، ويعتبر أيضا نشاط عائلي وسبب لاجتماع الأسرة الواحدة حول الجهاز في مكان واحد. (1)

القدرة على نقل خبرات الأفراد والشعوب إلى جميع المشاهدين:

إذا كان لكل عصر ما يميزه من السمات والملامح فإن إحدى أهم سمات عصرنا الحاضر هي التقدم التكنولوجي السريع والمتغيرات المتسارعة في وسائل الاتصال خاصة جهاز التلفزيون الذي استطاع أن يختصر المسافات ويزيل الحواجز ويحول العالم إلى قرية

(1) أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال المرجع السابق ، ص 107

(1) عبد الرحمان عزي، قضايا الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1994، ص 99

إلكترونية صغيرة. إن هذه الثورة التكنولوجية أصبحت أحد المعالم الأساسية للقرن الواحد والعشرين لما تحويه من مستجدات في الانفجار المعرفي وتدفق المعلومات والانفتاح الإعلامي والثقافي غير المحدد. فيمكن للفرد في أي بقعة في العالم ان يتعرف الى ما يجري في بلاد العالم. (2)

قدرته على التشويق والإثارة :

بالنظر إلى القدرات الفنية الهائلة التي يوفرها التلفزيون من حيث سرعة الإرسال وتنوع الألوان وكثرة اللقطات والقدرة على التقاط المشاهد المثيرة عن قرب وعن بعد فهو يستطيع أن ينقل الأطفال والكبار إلى أماكن لا يمكنهم الوصول إليها كالصعود إلى قمم الجبال والتجول في أعماق البحار والفضاء حتى بعض الخدع التي توفرها كاميرا التلفزيون مثل بعض الأفلام الخيالية واللعب السحرية التي فيها بعض الخدع، كل هذه الأمور تجعل من التلفزيون أداة تشويق وإيثارة عند المشاهد في متابعة المشهد والوقوف على تفاصيله المتتابعة. (1)

المطلب الرابع: وظائف التلفزيون

يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال فعالة يتقدم بدوره الوسائل الاتصالية الجماهيرية الأخرى والتي تطبعه مميزات ينفرد بها ووظائف توفر له تقديم المعارف والمعلومات والسلوكيات من خلال تنوع برنامجه، بالإضافة الى تنوع وتكامل عناصر التجسيد الفني لمادته وبساطة بنيتها

(2) أسامة ظافر كيار، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، المرجع السابق ، ص108

(1) محمد علي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، لبنان، 2007 ، ص180

ومضمونها وشكلها وظروف وسهولة التعرض إليها، ومقدرتها على الاستحواذ وجلب الانتباه وغيرها من الميزات التي جعلته يتنوع في وظائفه، ومن أهم هذه الوظائف نذكر ما يلي:

• الوظيفة الترفيهية:

اصبحت البرامج التلفزيونية مادة الترفيه والتسلية الأساسية في القنوات المختلفة وهي المادة الأكثر رواجاً، ومشاهدة وتأثيراً، بالرغم من وجود تفاوت نوعي وكمي في مشاهدة البرامج من مجتمع إلى آخر.

فالجوانب الترفيهية لها أهمية كبيرة في فكر المشرفين على خريطة وهندسة البرمجة التلفزيونية، ويطلق عليها البعض وظائف التسلية والإقناع، وهي تتضمن النوادر والطرائف وشملت الآن الإعلانات، والأغاني والمسرحيات، وكل مجتمع له طريقة في الترفيه والتسلية، وتختلف هذه الوظيفة باختلاف الزمان ومستوى التحضر.⁽¹⁾

• الوظيفة الثقافية :

تحول التلفزيون في العصر الحالي إلى أداة ثقافية ووسيلة جماهيرية للحصول على الثقافة وللاطلاع على جميع أشكال الإبداع بالنسبة للقطاعات الواسعة من الجماهير الشعبية، وهو يوفر الزاد الثقافي ويشكل الخبرة الثقافية للملايين من أفراد المجتمع خاصة الأطفال فقد أكدت العديد من الدراسات كدراسة هيم لويت وزملاؤها، ولوبور شرام وزملاؤه وجيمس هالوران واليوت وغيرهم انه يوجد هناك تأثير ثقافي تلفزيوني على الأطفال

(1) بن عامر سامية، (2012) تأثير البرامج التلفزيونية لموجهة للأطفال على التنشئة الاسرية في المجتمع الجزائري، جامعة محمد خيضر - بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة م، ص35

وتزداد أهمية الدور الثقافي من خلال ما يقدمه التلفزيون من برامج مختلفة تقع ضمن الإطار العام للثقافة الذي يشمل القيم والأفكار والمواقف والاتجاهات وحتى أنماط السلوك فالبرامج التلفزيونية تؤثر بشكل أساسي في عملية انتقاء محتوى الثقافة وفي إبداع مضمونها⁽¹⁾.

• الوظيفة الإعلامية :

يعرف التلفزيون بأنه وسيلة إعلامية، فيرى " روبر اسكاربيت " إن وسائل الإعلام والتي توصف بأنها جماهيرية هي الوحيدة القادرة على الإعلام في المجتمعات ومن هنا تزداد أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للتلفزيون خاصة في الدول النامية أكثر من الوسائل المقروءة وخصوصا مع ارتفاع الأمية . " لذا يسمها البعض بالوظيفة الإخبارية، فيرى د .محمد العمر ود .إبراهيم زعير بان علماء الاجتماع يؤكدون بان التلفزيون هو أكثر من أي وقت مضى أهم مصدر من مصادر الأخبار لأوسع شريحة باستثناء الشريحة المثقفة التي تعتمد على مصادر أخرى كالإذاعة والجرائد والأنترنت والكتب والمجلات .⁽²⁾

• وظيفة التعاون الاجتماعي :

يستطيع التلفزيون من خلال برامجه المختلفة أن يسهم في زيادة الاحتكاك الجماهيري سواء الأصدقاء أو الرؤساء كما أنه يسهم في ذلك من خلال زيارات الأقارب والتجمع الأسري حول شاشته، ويزيد من التعاون والترابط الأسري وقلّة النزاع بين أفراد الأسرة من خلال المشاهدة الجماعية. وهذا ما يحدث في الأسرة الجزائرية عندما تجتمع في سهراتها حول شاشة التلفزيون

1) بن عامر سامية، (2012) تأثير البرامج التلفزيونية لمواجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري المرجع السابق، 2012م،

ص35

(2) المرجع نفسه، ص36

خاصة في شهر رمضان تجتمع العائلة لمتابعة برامج التلفزيون خاصة الجزائري ذات الطابع الترفيه والثقافي والاجتماعي والديني.

• وظيفة التوجيه والإرشاد:

ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الاتجاهات، وفي نفس الوقت أيضا تتطلب عملية تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والأطفال للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة والمجتمع بمؤسساته المختلفة، وخاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغير واسع النطاق، الأمر الذي يترتب عليه ظهور قيم واتجاهات جديدة فيه ويستطيع التلفزيون أن يؤدي دورا هاما في إكساب الفرد اتجاهات جديدة أو تعديل وتغيير اتجاهاته القديمة بما يتلاءم مع طبيعة المجتمع والتي تسمى بالاتجاهات المرغوبة ويتوقف ذلك على حسن اختيار المادة الإعلامية، وهذه الأخيرة كي تكون مؤثرة عليها أن تهتم بحاجات المجتمع، وتقترح حلول مشبعة لهذه الحاجات بصورة تتفق مع عادات وتقاليد ومعايير المجتمع، وعليها أيضا مراعاة الدقة في اختيار البرامج حسب اتجاهات المشاهد و قدرته، فتكون البرامج التلفزيونية بسيطة وسلسة بحيث يسهل فهمها والاستجابة لها وفقا للخلفية الاجتماعية لفئات الجمهور المشاهد لها.

• وظيفة النهوض بالإنتاج الفكري :

يستطيع التلفزيون أن يسعى لنشر الإنتاج الفكري في كافة التخصصات المختلفة والتي تخدم قضايا المجتمع بطريقة أو بأخرى وهذا يزيد من عملية التفاعل الاجتماعي وتهذيب الذوق

العام، وفي نفس الوقت يساعد على تفجير الطاقات الخلاقة وأثر ذلك على نمو المجتمع وتطوره باعتبار أن هذا الإنتاج الفكري سوف يخدم قطاعات التنمية بصورها المختلفة. (1)

• وظيفة الحوار والنقاش :

يساعد التلفزيون في تبادل المعلومات والآراء وتلاقح الأفكار في مختلف جوانب الحياة فكرية وسياسية، اقتصادية وترفيهية إلى غير ذلك من خلال عملية الحوار والجدل والمناقشة وتوضيح وجهات النظر مما يزيد على القدرة المعرفية وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع كما أن هذا يساعد في توجيه الأفكار والمشاركة في الوقت نفسه ويزيد التفاهم الكامل ويساعد على الاطلاع والتعرف على ظروف الأحوال المعيشية .

• وظيفة الخدمات :

وهذه الوظيفة تتمثل في النشرات الجوية ومعرفة أحوال الطقس ومعرفة الوقت والاستشارة القانونية والطبية، والتعارف على عادات وتقاليد الشعوب. فنرى كيف يقدم التلفزيون الجزائري عرض خاص لأحوال الجو والطقس قبل النشرة الإخبارية ببضع دقائق وكذا عرض مواعيد الأذان لكل صلاة كما يحدد أيضا مواعيد المناسبات الدينية مثل رمضان فالمجتمع الجزائري لا يعرف موعد رمضان إلا من خلال التلفزيون الجزائري الذي يعلن عليه على المباشر ، بالإضافة إلى بعض الحصص التي تتضمن بعض الاستشارات القانونية والطبية والدينية مثل

(1) بن عامر سامية، (2012) تأثير البرامج التلفزيونية لموجهة للأطفال على التنشئة الاسرية في المجتمع الجزائري المرجع السابق ص37

برنامج طريق السلامة وفتاوى على الهوى وطبيب الأسرة... الخ ، وكذا الشريط الوثائقي حول عادات شعوب العالم.

• الوظيفة التربوية :

إن التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام التربوية الحديثة التي لجأت إليها أنظمة تربوية كثيرة في مختلف أنحاء العالم المتقدم منه أو النامي على السواء . كما أن التلفزيون من بين وسائل الإعلام المختلفة التي استخدمت كوسيط تربوي وقوة فعالة ومصدر للمعرفة وتنمية المهارات، والمساهمة في تربية وتنشئة الإنسان منذ بداية حياته، وهو أكثر تأثيراً في حياة ونمو شخصيه، ويقوم التلفزيون بدور كبير في هذه النواحي من حيث الاتساع في البرامج التعليمية وبرامج التوجيه والتربية. (1)

المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية.

المطلب الأول : مفهوم البرنامج التلفزيوني.

البرامج التلفزيونية هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والاجتماعية والثقافية والدينية والترفيهية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون.

-البرنامج التلفزيوني يعرف وفقاً لنظريات الاتصال لفاروق ناجي محمود انه فيه:

الرسالة :وبما أنها رسالة فهذا يعني يجب ان يكون هناك:

مرسل :يقوم بتحرير الرسالة وإرسالها إلى:

(1) بن عامر سامية، المرجع السابق، 2012م، ص-36...37

مستقبل: يقوم باستلام هذه الرسالة التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما أي قناة: يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالة لكي تصل إلى المستقبل أي قناة الاتصال وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هي الصوت والصورة المتتابعان فيما يسمى تعلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية وأجهزة الاستقبال الموجودة عند المستقبل إذا... فإن

العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقا لما تحدده نظريات الاتصال هي: رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل، ولغرض تحقيق الأهداف في المستقبل من قبل المرسل لابد أن يكون المرسل قادرا على إيصال الرسالة التي تستغرق زمنا قد يصل إلى ساعة أو أكثر حسب البرنامج التلفزيوني كاملة أي عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون أن يعرف عنها. (1)

المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية:

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب ان ينقل من المرسل إلى المستقبل، هذا الموضوع هو ما سنصطلح عليه ب "المحتوى"، وهذا المحتوى يجب أن يضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما سنصطلح عليه ب "الأهداف"، كما أن عملية نقل الموضوع يحتاج إلى أساليب محددة سنصطلح عليها ب "الطريقة" لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول

(1) سكيمي خضرة وحبوسي صليحة، مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط، جامعة ألكلي محمد ولحاج، تخصص عن النفس المدرسي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، البويرة، الجزائر 2013، ص28

ورغبات المستقبل وقدراته العقلية وسنصطلح على ذلك بـ"طبيعة المستقبل" ولهذا نستخلص أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي:

1. طبيعة المستقبل.

2. المحتوى.

3. الأهداف.

4. الطريقة.

ومن بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل الا بتوفر مكوناته لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه الأربعة.⁽¹⁾

المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية:

• البرامج الإخبارية:

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام أو الأخبار التي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من قبل أو التي تحظى باهتماماتهم أو اهتمامات قطاع كبير منهم لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور علما بكل جديد بطريقة فورية ودقيقة وتتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها أخبارا بوقائع جديدة أو تحليلات حولها، ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي:

أ- موجز الأخبار.

(1) فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط1، بغداد، 2007، ص17

ب- النشرات الإخبارية.

ت- التحليلات الإخبارية.

ث- التعليق الإخباري.

ج- التقرير الإخباري.

ح- البرامج الإخبارية الخاصة.

خ- البرامج التسجيلية الإخبارية والمجلات والجرائد الإخبارية . (2)

• برامج الحديث والحوار:

وهي نوع من البرامج تركز على المادة الكلامية من أحاديث وحوارات والمناقشات وتنوع موضوعات وتباين بشدة بين موضوعات سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو إنسانية ومن أشكال هذه البرامج ما يلي:

أ- الحديث المباشر.

ب- الحوار أو المقابلة أو الحديث الحوارى وهو يشمل حوار الرأي حوار المعلومات وحوار الشخصيات.

ت- المناقشات والندوات.

ث- برامج التلفزيون.

(2) طارق سيد أحمد الخلفى: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص100

ج- البرامج التي تتخذ شكل المائدة المستديرة.

ح- البرامج التي تتخذ شكل المحاكمة.

خ- البرامج الجماهيرية.

د- البرامج الاجتماعية.

• الدراما

وهي أشكال درامية يقوم بإنتاجها الراديو والتلفزيون ووسائل أخرى ولكنها تعرض في الراديو

والتلفزيون ومن أمثلتها:

أ- الأفلام السينمائية والتلفزيونية.

ب- المسرحيات التي تسجل للإذاعة والتلفزيون أو تنتج خصيصا لها.

ت- التمثيلات.

ث- المسلسلات والسلاسل.

ج- برامج السرد الدرامي.

ح- البرامج شبه الدرامية البيوغرافية التسجيلية. (1)

(1) فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه المرجع السابق 2007، ص17...18.

• ي برنامج تتناول موضوعات حقيقية كالمشكلات الاجتماعية والقضايا السياسية أو

الصحية أو العلمية

• أو الثقافية ويمكن أن تتخذ عدة أشكال منها:

• أ-البرنامج الدراسي التسجيلي.

• ب- الأفلام التسجيلية .تتنوع بين الأفلام التعليمية والعلمية وأفلام التدريب والأفلام

الإرشادية وأفلام

• المعرفة وغيرها. (1)

• البرامج التسجيلية:

• وبرامج الترفيه والتسلية والمنوعات:

وهي نوعية من البرنامج تهدف إلى الترفيه من المتلقين وتسليتهم وتضم عديد من

الأشكال منها:

أ-برامج المسابقات.

ب- البرامج الرياضية كالمصارعة، كرة القدم...الخ.

ت- برامج الموسيقى والغناء والرقص.

ث- برنامج الفنون مثل: الشعر، الادب.

(1) طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية المرجع السابق، 2008 ، ص102

ج- برنامج الاستعراضات مثل: السيرك والألعاب المختلفة... الخ.

• البرامج الخاصة والموجهة:

ومن أمثلة البرامج الموجهة الدينية سواء تلاوة القرآن أم الفتاوى أم الشعائر ويدخل ضمنها الإذاعات

الخارجية لنقل الشعائر والاحتفالات والمناسبات الدينية.

* أما البرامج الخاصة فهي تضم برامج المرأة والطفل والشباب ومن أمثلتها الرسوم المتحركة ، العرائس، ومرح الأطفال .

* وكذلك البرنامج الاجتماعي التي يمكن اعتباره برنامج خاص عن الإعلانات التجارية التي ترويج للسلع والخدمات.

* برنامج الخدمات والطوائف ومثالها البرامج التتموية والتي تحث على سلوكيات معينة كالادخار وترشيد الاستهلاك. (1)

المطلب الرابع: إعداد البرامج

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية:

1- اختيار الفكرة (الموضوع) :

(1) طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية المرجع السابق 2008 ، ص102

يستطيع المعد من خلال المعاشية الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشاكله وقضاياها واهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده، وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة والقراءة للكتب المختلفة، والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات...لكل هذه تمثل روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي " رأس المال المعد"ولابد للفكرة المختارة أن تهتم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتماماته المعدة، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته . (1)

-ويتراوح عرض البرنامج ما بين الإعلام أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية والتنقيف كالبرامج السياسية و الدينية و الاجتماعية أو الترفيهية أو التوجيه والتعليم.

-مرحلة البحث العلمي وجمع المعلومات، وتبدأ هذه المرحلة بعد الاستقراء على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد في المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة المعلومات الدولية والأنترننت. يعرف كتاب ومعدو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني:

(1) مهدي زعموم: برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال -جامعة الجزائر رسالة ماجستير غير منشورة 2005، ص 128

1-النصوص الكاملة: وهي التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عنصرها ويحدد كافة تفاصيلها من البداية حتى النهاية.

2-النصوص غير الكاملة: وفي هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرامج أن يتحكم في كل عناصر البرنامج، ومن ثم يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج والنقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه.

-و قد جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو الشبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين أو عمودين هما:

القسم الأول: يكون على يمين الصفحة ويشمل ثلث المساحة فقط ويخصص للصورة أو لمرئيات فإن هذا القسم يشتمل عادة على العناصر التالية:

-المناظر والديكورات والأشخاص وسائر الكائنات الحية و الإكسسوار وشرح ما يجري من أحداث وحركة والمادة القيمية والشرائح واللوحات وكافة وسائل الاتصال المرئية.

القسم الثاني: يقع على يسار الصفحة ويشغل المساحة المتبقية وفي ثلثي الصفحة ويخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية والموسيقى الصوتية⁽¹⁾.

2-الاتصال والتنسيق: وهي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج

كالإتصال بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج

(1) مهدي زعموم، برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري المرجع السابق، 2005، ص129

ومقدم البرنامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها والسيناريو المكتوب .

عوامل نجاح البرنامج: هناك اعتقادات شائعة، حول نجاح البرنامج وأسبابها عند كثير من العاملين المتخصصين في الإعلام المرئي والمسموع، ليست بخاطئة ولكنها تلامس أجزاء من الحقيقة العلمية فمنه من يعتقد أن نجاح البرنامج يعتمد على الموضوع، ومنهم من يعتقد أن أي موضوع له علاقة بهوموم الناس سيكون ناجحا بمجرد استذكار سريع لكثير من البرامج الرياضية وكثير من البرامج التي تهتم بهوموم الناس .

وكثير من البرامج التي تقدم المعلومات التي يحتاجها المستقبل وكثير من البرامج قد فشلت، والسبب هو أن البرنامج الناجح يعتمد على عدة عوامل هي:

أولا: أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل: إن أي موضوع لا يهتم به المستقبل أولا يمكن إثارة اهتمامه به سوف يجعل المستقبل عازفا عن متابعته وهذا يعني تولد(النفور) (لديه، مما يحول دون تحقيق الأهداف لعدم وصول الرسالة إليه، ولاستقطاب المستقبل لابد من أن يختار مصمم البرنامج موضوعا يهتم به المستقبل أو أن يكون قادرا على إثارة اهتمامه به منذ اللحظات الأولى، وذلك بإشعاره بأن الموضوع مفيد أو لا، وممتع ثانيا أو إحداهما.

ثانيا: أن تكون غايات البرنامج من الغايات التي ينشدها المستقبل:

ليس من المنطقي أن يكون أي برنامج قادرا على إجلاس المشاهد لمدة ساعة أو نصف ساعة ليسمع ويشاهد أصواتا وصورا لا تحقق له أي غاية يريدتها هو مهما كانت أهمية الموضوع بالنسبة له أو بالأحرى أن أهمية الموضوع بالنسبة له تكمن بين طيات الغايات التي يحققها هذا الموضوع له، وليس من الضروري أن تكون هذه الغايات هي معلومات تمنحه الفائدة أو ما يحققه الإمتاع العقلي أو الوجداني له بل ربما تكون غايات ب "الترويج"

ثالثا: اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع :لأي موضوع بسيط كان أم معقدا معلومات كثيرة وله زوايا كثيرة يمكننا يقتل النظر إليه من خلالها إذا...كيف سيتم اختيار المعلومات المناسبة للبرنامج التلفزيوني من بين هذه المعلومات الكثيرة. (1)

وذلك انه سيتم اختيار المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط فأى معلومة لا تؤدي إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التي حددت للبرنامج تكون أشبه بالزوائد الشخصية التي تشوه شكل البرنامج فليس من الضرورة أن تضخ المعلومات التي ستحصل عليها من المراجع كاملة مهما كانت علاقتها قوية بالموضوع ابق جسد برنامجك رشيق الشكل والحركة باختبارك المعلومات الأنسب وهي المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط.

رابعا: اختيار الأسلوب المثل:

والمقصود بالأسلوب المثل هو الشكل النهائي للبرنامج ولكي يكون الأسلوب أمثلا عليه أن :

(1) مهدي زعموم، برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري المرجع السابق، 2005، ص130

1- أن يكون دقيقا. -2 أن يكون واضحا.

3- أن يكون متنوعا.

4- أن يختار التقنية المناسبة لأسلوب التقديم.

5- أن يستغل كافة إمكانيات العرض⁽²⁾

خلاصة:

التلفزيون وسيلة إعلامية جماهيرية مهمة ولها جمهور واسع وعريض ويكمن خطره في الاستعمال الخاطئ له فيختلف مفهوم التلفزيون من شخص إلى آخر وكل بحسب ثقافته فمنهم من يراه وسيلة للتثقيف والاطلاع على ثقافات أخرى هناك من يراه كوسيلة يرفه بها عن نفسه وهناك المدمن عليه فيجب علينا أن نستعمل وسائل الإعلام و الاتصال بشكل يعود علينا بالفائدة فنستفيد و نفيد.

ومن اهم ما وجدنا أن البرامج التلفزيونية هي أكثر المضامين إعلامية جدبا للمشاهد لتنوعها وتغطيتها كافة مضامين الحياة الاجتماعية والاقتصادية والإخبارية وغيرها من المجالات الأخرى.

(2) مهدي زعموم، برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري المرجع السابق، 2005، ص130

الفصل الثالث: الاتجاه والرأي العام

تمهيد

المبحث الأول: الاتجاه

المطلب الأول: مفهوم الاتجاه

المطلب الثاني: أهمية وأنواع الاتجاه

المطلب الثالث: مكونات وخصائص الاتجاه

المطلب الرابع: وظائف الاتجاه

المبحث الثاني: الرأي العام

المطلب الأول: مفهوم الرأي العام

المطلب الثاني: أنواع وتقسيمات الرأي العام

المطلب الثالث: أهداف ومراحل الرأي العام

المطلب الرابع: الرأي العام والاتجاه

خلاصة

تمهيد:

يجمع الباحثون والمنظرون على أن كمال من الإتجاه والرأي العام هما ظاهرة اجتماعية سلوكية توجد في جميع المجتمعات الإنسانية دون اعتبار لمستوى تقدمها أو نوعية نظامها السياسي والاقتصادي.

فقد اعتبر الإتجاه النفسي من أهم محددات السلوك، باعتباره ناتج عن تفاعل أفكار البشر ومشاعرهم سلوكياتهم، والموجه لمواقفهم حيال الموضوعات المختلفة. وقد حدد هذا هيربرت سبنسر وهو أول من استخدم مصطلح اتجاه حينما أشار إلى أن أحكامنا السليمة حول الموضوعات الجدلية تعتمد إلى حد كبير على اتجاهاتنا نحوها.

كما أن الرأي العام وجد منذ بدء الوجود البشري، إلى أن الاهتمام بها كحقل للدراسة يعد أمرا حديثا نسبيا، بعدا لفتت الجماهير القادة والسياسيين إلى القوة التي تمتلكها انطلاقا من رأيها الذي عمل على قلب موازين القوى في حوادث تاريخية عديدة وفي بلدان كثيرة.

المبحث الأول: ماهية الإتجاه

المطلب الأول: تعريف الإتجاه

إن مصطلح الإتجاهات ترجمة عربية لمصطلح في اللغة الإنجليزية attitude ولقد كان الفيلسوف الإنجليزي هيربرت سبينسر أول من استخدم هذا المصطلح عام 1862م في كتابه "المبادئ الأولى" حيث قال إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل ميسرة لكثير من الجدل يعتمد إلى حد كبير على اتجاهنا الذهني ونحن نصغي إلى هذا الجدل ونشارك فيه. (1)

وقد عرف وزنانكي 1918م الاتجاه هو الموقف النفسي للفرد حيال إحدى القيم والمعايير.

وأضاف ترستون 1929م هو تعميم الاستجابات تعميماً ينحو بالفرد بعيداً عن شيء نفسي خاص أو قريباً منه. (2)

وتعرف دائرة المعارف الإسلامية 1990م الاتجاه في اللغة قصد جهة معينة وهو المصدر للفعل اتجه واتجه أي له رأي أي سنج. (3)

(1) رشيد حسين احمد البراوي، اتجاهات النفسية حول عمل المرأة، دار الجريد للنشر والتوزيع، ط1، (2013)، عمان الأردن، ص50
(2) كامل زغلول الزبيدي، علم النفس الاجتماعي، الوراقة للنشر والتوزيع، (2003)، عمان-الأردن، ص110
(3) محمد محمود أبو دواية، اتجاه نحو التطرف وعلاقته بالحاجة النفسية لدى الطالب جامعة الأزهر، رسالة مقدمة للحصول على متطلبات الماجستير في التربية رسالة ماجستير غير منشورة (2012)، ص16

أما بروشاننسكي وسيدنبورج فيقدمان تعريف للاتجاه فحواه أن "الاتجاه" عبارة عن ميل معقد للاستجابة بطريقة ملائمة أو غير ملائمة "نعم-لا" للموضوعات في البيئة وتختلف طريقة الاستجابة هذه من ثقافة إلى أخرى. (1)

وعرفه روكيش من خلال المكون المعرفي على أنه تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات النسبي حول موضوع أو موقف معين يؤدي بصاحبه إلى الإستجابة بشكل تفضيلي. (2)

ومن هنا نستخلص مما سبق أن الإتجاهات هي عبارة عن ردود أفعال تنشأ نتيجة إنعكاس أفكار أو معتقدات نحو موضوع ما على شكل موقف يتخذه الفرد وقد تكون إتجاهات إيجابية تدل على القبول والرضا إما إتجاهات سلبية تدل على الرفض والنفور.

المطلب الثاني: أهميته وأنواعه

أهمية الإتجاهات:

تحتل دراسة الاتجاهات مكانا بارزا في الكثير من الدراسات النفسية وحتى الاتصالية والاجتماعية ذلك أن جوهر العمل في هذه المجالات يتمثل في دعم الاتجاهات الميسرة لتحقيق أهداف العمل فيها.

إن تراكم الإتجاهات في ذهن المرء وزيادة الإعتماد عليه تحد من حريته في التصرف

(1) عبلة بوساحة، اتجاه الأساتذة الجامعيين نحو تطبيق نموذج الثقافي التنظيمي للنظرية Z، دراسة ميدانية بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، رسالة مقدمة للحصول على ماجستير في علم النفس، رسالة ماجستير غير منشورة (2006)، جامعة منتوري قسنطينة الجزائر، ص 17.

(2) عبد اللطيف محمد خليفة، الدافعية للإنجاز، دار غريب للطباعة والنشر، (2000)، القاهرة، ص 24

وتصبح أنماطا سلوكية روتينية متكررة وتسهل التنبؤ بها ومن ناحية أخرى فهي تجعل الإنتظام في السلوك والإستقرار في أساليب التصرف أمرا ممكنا ومميزا للحياة الإجتماعية. ومن هنا كانت دراسة الإتجاهات عنصرا أساسيا في تفسير السلوك الحالي والتنبؤ بالسلوك المستقبلي للفرد والجماعة أيضا(1)

نستخلص مما سبق أن دراسة الإتجاهات تساعدنا على فهم معالم المحيط بنا فهي تمثل عوامل مؤثرة في مشاعر الفرد الوجدانية وإستعدادته حيث يقوم بتوجيه سلوكه على نحو معين في البيئة التي يعيش فيها.

2-أنواع الإتجاهات:

تعددت تقسيمات الإتجاهات وأنواعها بإختلاف الزاوية التي ينظر منها علم النفس الإجتماعي للإتجاه كمايلي:

1-إتجاهات جماعية أو فردية:

وللإتجاهات الجماعية هي تلك الإتجاهات المشتركة بين عديد من الناس كإعجاب الناس بزعيم سياسي أو بطل ديني أما الإتجاهات الفردية فهي تلك الإتجاهات التي تميز فردا عن اخر كإعجاب بشخصية معينة أو بفئة معينة من الناس.

(1) نزار حسين جعفر النفاخ، اتجاهات طالبات القسم الأخرى من غير الاختصاص نحو التربية الرياضية، العدد السابع المجلد الأول(2008)، ص08

2- اتجاهات علنية وسرية:

الاتجاه العلني هو الإتجاه الذي يتحدث فيه الفرد أمام الناس أما الإتجاه السري فهو إتجاه يجد الفرد حرجا في إظهاره ويحاول إخفاءه والإحتفاظ به لنفسه بل قد ينكره.

3- اتجاهات قوية وضعيفة:

فالاتجاهات القوية هي التي تسيطر على جانب كبير من الإنسان وتجعله يسلك في بعض المواقف سلوكا جادا نحو الإتجاه نحو الدين أما من يقف من الإتجاه موقف ضعيف لا يستطيع مقاومته فإنه يفعل ذلك لأنه لايشعر بشدة الإتجاه. (1)

4- اتجاهات موجبة وسالبة:

الاتجاهات الموجبة هي التي تنحو بالفرد نحو شيء معين كالفن مثلا أما الاتجاهات السالبة فهي التي تنجح بالفرد بعيدا نحو شيء اخر كالإدمان مثلا.

5- اتجاهات عامة وخاصة:

والإتجاه العام هو الذي يكون معمما نحو موضوعات متعددة ويكون أكثر ثباتا وإستقرارا من الإتجاه الخاص فالإتجاه الخاص هو الإتجاه الذي يكون محددنا نحو موضوع نوعي محدد.

(1) سهام إبراهيم كمال محد، مفهوم الاتجاه ماجستير في التربية (رياض الأطفال)، مركز دراسات وبحوث المعوقين، جامعة القاهرة مصر، رسالة ماجستير غير منشورة ص12

وهناك نوعان آخران من الإتجاهات هما:

إتجاهات معرفية: أي يحكمها البناء المعرفي

يحكمها الشعور: إتجاهات أخرى

والإتجاهات المعرفية تقوم على معلومات أكثر موضوعية من تلك التي تقوم على المشاعر

والأحاسيس المرتبطة بشيء أو بقضية ما. (1)

6- الإتجاهات النوعية:

هي الإتجاهات التي تنصب على النواحي الذاتية وتسلك الإتجاهات النوعية مسلكا يخضع

في جوهره لإطار الإتجاهات العامة وبذلك تعتمد الإتجاهات النوعية على العامة وتشتق

دوافعها منها. (2)

المطلب الثالث: مكونات وخصائص الاتجاه

1- مكونات الاتجاهات:

- المكون المعرفي: والذي يتضمن جميع الأفكار والمعتقدات والعمليات الإدراكية التي يحملها الفرد ولها علاقة بموضوع الإتجاه.
- المكون العاطفي: وهو يمثل مشاعر الفرد ورغباته نحو موضوع ما.

(1) سهام إبراهيم كمال محد، مفهوم الاتجاه ماجيستير في التربية (رياض الأطفال) المرجع السابق، ص 13

- المكون السلوكي: يتمثل في طريق الاستجابة العملية أي يقوم بها الفرد نحو موضوع الاتجاه فإنما تكون اتجاهاته إيجابيه فيقبل على موضوع لاتجاه او العكس.(1)

2- خصائص الإتجاهات:

إن الإتجاهات مكتسبة ومتعلمة تتشكل نتيجة التنشئة الإجتماعية والخبرات.

تتميز الإتجاهات بخصائص إنفعالية من خلال الموقف التفضيلي عند الفرد "الحب. الكراهية إلخ" نحو موضوع ما.

الإتجاهات يمكن الإستدلال عليها عن طريق ملاحظة سلوك الفرد نحو الموضوع أو الشيء المعين.

الإتجاهات يمكن قياسها وتقويمها.

الإتجاه دينامي متحرك يحرك سلوك الفرد نحو الأشياء أو الموضوعات التي تنتظم حوله.

الإتجاه يمكن أن يكون إيجابيا أو سلبيا أو محايدا.

قد يكون الإتجاه قويا ويظل قويا على مر الزمن ويقاوم التعديل والتغيير وقد يكون ضعيفا يمكن تعديله وتغييره.

(1) حميد بن مطيع الله السلمي، أثر استخدام الوسائط المتعددة في تحصيل الطلاب وعلى تنمية اتجاهاتهم نحو مدارس مكة المكرمة، بحث مكمل لنيل درجة الماجستير في المناهج وطرق التدريس باللغة الإنجليزية، (1435)، ص 63

قد تكون الإتجاهات ثابتة وقد تكون متغيرة ويمكن تعديلها وتغييرها وهي محددة بموضوعاتها. (1)

لا تتكون الإتجاهات من فراغ وإنما تتضمن علاقة بين الفرد وموضوع ما حيث يمثل الإتجاه معنى يربط الإنسان بشيء معين أو حدث معين أو قضية معينة نتيجة مروره بخبرة تتعلق بهذا الشيء أو الحدث.

مما نلاحظ ان للإتجاهات عدة خصائص تميزها فهي متعلمة ومكتسبة ومرتبطة بمواقف إجتماعية تتضمن علاقة بين الفرد وموضوع معين بالإضافة إلى أنها قابلة للتغيير والتعديل وهي سلوكيات ظاهرية ليس لها حدود مادي ملحوظ بل يستدل بها من خلال إستجابات سلوكية.

المطلب الرابع: وظائف الإتجاه:

تقوم الإتجاهات بوظائف متعددة في حياة الفرد حيث تساعد على التكيف في مجتمعه بعاداته وأعرافه ونظمه وضمن مؤسساته وتقدم له فرص التعبير عن ذاته وتحديد هويته في إطار علاقات والتفاعلات الإجتماعية المتنوعة كما أنها تساعد الفرد على إتخاذ القرارات في الموقف التي يتعرض لها ومن ثم فهي تنظم سلوكه ومعرفته وانفعالاته ضمن مجتمعه.

ومن أهم الوظائف ما يلي

(1) كامل زغلول الزبيدي، علم النفس الاجتماعي، المرجع سابق، ص 112

- يحدد الإتجاه طريق السلوك ويفسره.
- ينظم الإتجاه العمليات الدافعية والإدراكية والمعرفية وبعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.
- تتعكس الإتجاهات في سلوك الفرد في أقوله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين ضمن مجتمعه.
- تيسر له القدرة على إتخاذ القرارات في المواقف الإجتماعية والنفسية المتنوعة.
- توضح الإتجاهات العلاقة بين الفرد وبيئته الإجتماعية.
- يحدد الإتجاه سلوك الأفراد والجماعات بشكل شبه ثابت.
- يجعل الإتجاه الفرد يفكر ويناقش ويدرك موضوعات ومشكلات ومعتقدات مجتمعه.
- تعتبر الإتجاهات المعلنة-في أحيان معينة- عن مسانرة الفرد لما يسود في مجتمعه من معايير ومعتقدات.

وهذه الوظائف ليست مستقلة بعضها عن البعض الآخر بل هي متداخلة ومتناغمة في غالب الأحيان. (1)

ومن هنا نستنتج أن الإتجاهات تعد من المكونات الأساسية للشخصية ويحقق وجودها لدى الشخص مجموعة من الوظائف كوظيفة إرضاء الحاجات وإشباعها والوظيفة التقويمية

(1) حسين الصديق، الإتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق-المجلد 28 العدد-3-4-2012)، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ص309

ووظيفة الدفاع والوظيفة المعرفية ووظيفة الإنتماء فهذه الوظائف تعطي للإتجاهات أهمية بالغة وهذا حسب ما أشارت إليه المراجع المتصلة بدراسات الإتجاه.⁽¹⁾

المبحث الثاني: الرأي العام.

المطلب الأول: مفهوم الرأي العام.

لم يستخدم مصطلح الرأي العام إلا مع أواخر القرن الثامن عشر مع بروز ظاهرة النمو السكاني السريع والتجمهر حول المدن الصناعية الكبرى ولكن إختلف الفلاسفة والمفكرون آنذاك في التعبير عن ألفاظه إلا أن المصطلحات شبيهة ظلت حاملة لمضمونه ومعانيه حيث عمد "مونتسكيو" إلى تسميته بالعقل العام وجنح "روسو" للتعبير عنه بلفظة الإرادة العامة غير أن هناك إجماعاً برغم من تعدد المصطلحات المعبرة عن هذه الظاهرة التي تشغل أكثر من علم وإختصاص إنساني على أن النفوذ الذي يتمتع به الرأي العام لا بد أن يحظى بإهتمام الفلاسفة والمفكرين.

ولتوضيح مفهوم الرأي العام ذهب بعض الباحثين إلى تفسير معنى كلمتي "الرأي" و"العام" المكونة لمصطلح الرأي العام ولكي نعرف ما هو الرأي العام علينا أن نعمل على تفكيكه إلى مكوناته الأساسية وهي الرأي العام إننا نلجأ إلى الطريقتين معا لتوضيح هذا المفهوم ودلالته.

فما هو الرأي؟

(1) سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط1، دار أسامة، 2015، ص6

هو حكم أو وجهة نظر للإنسان الفرد أو الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة والملاحظة والخبرة والموروث الثقافي للفرد أو الجماعة وتتم عملية التعبير عنه بشكل ظاهر وعلني أو مستتر وبطرق مختلفة ووسائل متعددة في الكلمة أو الحركة أو الصورة أو النظرة المعبرة أو الإشارة وحتى بالصمت والسكوت.

أما بالنسبة للعام فإن الرأي الفردي للأشخاص ليس هو محط إهتمام هنا وإن كان ذا أهمية في تكوين وإنضاج وتكوين ما هو عام أي أن مفهوم الرأي العام معنى بالرأي الجماعة التي توجد وتربط فيما بينهما بروابط الهدف المشترك والمصلحة المشتركة أو المصير العام وهنا لكي تكون ذات رأي عام يجب أن تكون لها قضية مشتركة فليس كل جماعة هي معنية أو مشكلة أو هي منتجة للرأي العام فقد تكون تجمعا أو كتلة بشرية هلامية لا يربط بينها أي رابط ولا قضية مشتركة ومن شروط هذه القضية المشتركة يجب أن تكون ستار جدل وخلافا وإجتهدا وليس من الأمور المسلم بها كالأعراف والسلوكيات الإجتماعية السائدة حيث ستكون هذه المسلمات أو التقاليد والأعراف والبديهيات عوامل إسناد أو إعاقة للقضية المطروحة على الرأي العام.(1)

وقد عرفه نعمة العبادي "رأي الجماعة التي تربطها رابطة الإعتماد المتبادل حول قضية جدلية تخص مصلحة أو ربما مصير تلك الجماعة.

(1) سناء محمد الجبور،، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، المرجع السابق، 2015، ص6

الرأي العام: " في الأصل مصطلح غربي تم إستخدامه من قبل الأنظمة السياسية الغربية "الديمقراطية" التي كان لديها ولع كبير بالتحدث عن الرأي العام لتؤكد أن حكوماتها معبرة عن رأي الناس لاعتن رأيها هي وهذا الأمر إستعادته جميع الأنظمة حتى الأنظمة الإستبدادية أخذت تتحدث عن الرأي العام.

يقول *أونكون* يمكن لأي أن يفهم المقصود بالرأي العام مفهوم الرأي العام إذا ماسئل عنه وتجدر الإشارة إلى أن معظم المهتمين بظاهرة الرأي العام يتفقون على أن الرأي العام ليست له صفة الثبات بمعنى "الزئبقية" مؤكدين أن طابعه التغير وفقا لما يستجد من مواقف ومفاهيم وإحتياجات وتتعدد التعريفات وتتنوع لدي الباحثين والدارسين لظاهرة الرأي ويمكننا هنا إيراد عدة تعريفات للباحثين الغربيين وتعريفات أخرى لباحثين عرب.

تعريف "ليونارد دوب" الرأي يشير إلى إتجاهات أفكار الناس حول موضوع ما حينما يكونون أعضاء في نفس الجماعة الإجتماعية أو هو مجموعة إتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الإجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم. (1)

الرأي العام هو وعي أغلبية الجمهور في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر يكون موضع خلاف ونقاش عام وصراع لأنها تمس المصالح المادية أو الثقافية. (2)

(1) سناء محمد الجبور، ، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، المرجع السابق، ص7
(2) صابر حارص، إشكالية الإعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للتوزيع والنشر، 2007، ص14

يعرف كلوريد كينغ الرأي العام على أنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات إعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية.

يعرف الدكتور مختار التهامي الرأي العام على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الداعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس مصالح هذه الأغلبية ويكون قد إحتدم النقاش فيه فترة معينة.⁽¹⁾

المطلب الثاني: أنواعه وتقسيماته

يقسم الرأي العام إلى عدة أنواع وهي:

فالرأي العام حسب النطاق الجغرافي فيقسم إلى:

- رأي عام إقليمي: وهو السائد بين مجموعة من الشعوب المنحازة تجاه قضية تهم هذه الشعوب.
- الرأي العام العالمي: ويقصد به الإتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد وهو سمة من سمات المجتمع الدولي العام. وإن إتساع وسائل الإعلام من صحافة إذاعة وتلفزيون ومحطات فضائية دليل على مدى إهتمام الدول بقوة الرأي العام العالمي.

أما الرأي العام حسب المدة الزمنية إلى:

(1) فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، دار أسامة، 2011، ص78

• الرأي العام اليومي: وهو الذي يتأثر بالحوادث اليومية وهو عبارة عن ردة فعل لما يحدث يوميا.

• الرأي العام المؤقت: وهو الرأي الذي يتم حول حوادث طارئة ويزول بزوال الحوادث الطارئة.

• الرأي العام الدائم: وهو الرأي العام الثابت الذي يدوم لفترة طويلة.

أما الرأي العام حسب درجة الوضوح يقسم إلى:

• الرأي العام الصريح: وهو الذي يعبر بصراحة عن آراء الناس وإتجاهاتهم

• الرأي العام المخفي: وهو لا يظهر إلا في الحالات التي تتطلب إتمام عمل معين في إتجاه معين.

أما الرأي العام حسب درجة تأثيره فيقسم إلى:

• الرأي العام القائد: وهو رأي صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والعلماء والساسة

• الرأي العام المثقف: وهو رأي المتعلمين والمثقفين داخل المجتمع.

• الرأي العام المنقاد: وهو رأي السواد الأعظم من المجتمع من الأميين وقليلي التعلم. (1):

(1) فارس عطوان، ، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي المرجع السابق ، 2011، ص76-77

المطلب الثالث: أهدافه ومراحله.

1-أهداف الرأي العام

- 1-دراسة الرأي العام تجاه مسائل إجتماعية.
- 2-دراسة الرأي العام تجاه مسائل سياسية.
- 3-دراسة الرأي العام تجاه مسائل إقتصادية لتعميم سلعة جديدة من حيث آثارها الإجماعية بهدف تحديد مواصفاتها التي تضمن لها النجاح.
- 4-دراسة الرأي العام بهدف تخطيط برامج ناجحة للعلاقات العامة.
- 5-دراسة الرأي العام بهدف تحديد أنسب طرق الإغراء ووسائل الإعلام بالجمهور.⁽¹⁾

2-مراحل تكوين الرأي العام:

- نشأة الموضوع أو القضية أو المشكلة.
- إدراك المشكلة.
- مناقشة المشكلة.
- بزوغ الإقتراحات.
- صراع الآراء.

(1) سناء محمد الجبور،، الإعلام والرأي العام العربي والعالمى المرجع السابق، 2015، ص44

➤ تبلور الآراء.

➤ الاتفاق على الرأي الأكثر اعتدالا وهو رأي الجماعة.

➤ سلوك الجماعة: ترجمة الرأي في السلوك. (1)

المطلب الرابع: الرأي العام والاتجاه

الاتجاه النفسي: هو الحالة النفسية وراء رأي الفرد فيما يتعلق بموضوع معين ومن الممكن أن نطلق مصطلح الاتجاهات الجماعية على الرأي العام أي أنه يرى أن الرأي العام يعبر عن الاتجاهات الجماعية.

ويختلف قياس الاتجاهات عن قياس الرأي العام لأن الاتجاه يتم قياسه عن طريق إختبارات نفسية طويلة تكشف عن الاتجاه وشدته بينما نجد أن إستفتاء الرأي العام لا يحتمل أكثر من سؤال أو سؤالين تكون الإستجابة لهما في الغالب بالموافقة أو الرفض أو الإمتناع.

وهناك فرق كبير بين الرأي العام الظاهري (الذي يعبر عنه الكلام) وبين الرأي الحقيقي (الذي يصدر عنه السلوك) ونجد الناس يقولون بألسنتهم ما ليس في قلوبهم ويقولون ما لا يفعلون وحتى السلوك نفسه في بعض الأحيان لا يعتبر مؤشرا صادقا للاتجاه أو الرأي فقد يسلك الفرد بطريقة لا تتفق مع اتجاهاته وآرائه الحقيقية طريقة فيها خداع أو نفاق أو رياء. (2)

(1) سناء محمد الجبور، ، الإعلام والرأي العام العربي والعالمى المرجع السابق، ص44

(2) سناء محمد الجبور، ، الإعلام والرأي العام العربي والعالمى المرجع نفسه، ص26

خلاصة:

ليس من الغرابة في شيء أن نقول إن قياس الإتجاه والرأي العام هو مسألة ضرورية وحيوية لكل المجتمعات على اختلاف توجهاتها. فعندما نتبين التراث الفكري في مجالي الإتجاه والرأي العام، نلاحظ بشكل جلي الأهمية الكبرى لهما، باعتبارهما محركا من محركات التغيير الإجتماعي، وهو ما يبرز لنا حيوية وأهمية الوظيفة التي يمارسها الإتجاه والرأي العام في المجتمع.

الفصل الرابع:

ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة

تمهيد

المطلب الأول: الاعلام الفضائي الجزائري الخاص

المطلب الثاني: تعريف بالفضائيات الجزائرية الخاصة

المطلب الثالث: أنواع الفضائيات الجزائرية الخاصة

المطلب الرابع: تطور القنوات الخاصة الجزائرية

المطلب الخامس: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

خلاصة

تمهيد:

إن الحديث عن الفضائيات التلفزيونية يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن القنوات أو البرامج التي تقدمها، حيث تستخدم كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير باعتبارها أهم وسائل الاتصال في الوقت الراهن.

وتبعا لهذا التغيير والتأثير يأتي الموضوع الذي يتناول البرامج الإخبارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة والتي ظهرت في الساحة إثر قانون الإعلام الجديد وقانون السمعي بصري، أصبحت تلعب دورا مهما في حياة الفرد الجزائري بل أصبحت تشكل محورا مهما في محاور حياته وتساهم في تغيير آرائه وتوعيته وجعله طرفا فعالا في العملية التنموية الشاملة ولهذا ارتأيت أن ندرج فصل نفسر فيه ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة.

المطلب الأول: الإعلام الفضائي الجزائري الخاص

1- الإعلام الفضائي الخاص:

تدار هذه المحطات وتمول من قبل ضعه مؤسسات ومنظمات شركات خاصة، وتعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها، وتحقيق الأرباح للجهات التي تديرها وتشرف عليها وهناك التلفزيون الكيبل وهو خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد اشتراكا للحصول عليها بينما ترسل محطات التلفزيون العامة والتجارية إشارتها عبر موجات هوائية نجد أن الإشارات التلفزيونية الكيبلية تصل إلى منازل المشتركين عبر الكابلات، وتحمل بعض نظم هذه الكابلات أكثر

من مائة قناة، تركز العديد من البرامج المتخصصة من هذه القنوات المتنوعة والمتعددة مثل الأفلام الأخبار السياسية البرامج وغيرها. (1)

1- الإعلام الفضائي الجزائري خاص:

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، سواء من خارج الوطن أو من داخله، واستطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري وحقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإنه القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، وتمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية، والتي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع وتطورت إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد المجتمع، إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة وأخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال ويزيد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في

(1) رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات لجزائرية الخاصة، جامعة العربي التبسي - تبسة، 2015، ص56

المعلومات التي يتم اختيارها، تسعى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها، وتختلف ما بين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور والتلقي للخدمة مثل: قنوات الأطفال والمرأة⁽¹⁾ ..

بالإضافة إلى القنوات متخصصة من حيث نوعية المضمون المقدم من خلالها، وتشمل قنوات الأخبار الرياضية الموسيقى والأفلام. يمثل الاتجاه نحو التخصص اتجاها شائعا في مجال البث الفضائي الجزائري والعربي.

المطلب الثاني: تعريف القنوات الفضائية الخاصة:

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية ثبت إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة. فإن ظهور ما كان سمة من سمات مواكبة العصر وقد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية وجامعة، حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق كما أنه من مختلف الأذواق الاجتماعية والفكرية والثقافية وبتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرات بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفاة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاء مرحلة الحشد أين واصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات

(1) هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط1 ، القاهرة، 2006 ، ص102 .

المجتمع أما مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبته. فظهرت القنوات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد، لتعطي كامل اهتمامها في فرع واحد وتتولد منه جزئيات، كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم، إذن هذه القنوات المتخصصة أصبحت أكثر استيعابا لميولات المشاهد ورغباته في عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات، وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول في الشخص ليختار ما يتناسب ومنظومته القيمية، وهويته الفكرية، أيضا هواياته واهتماماته. (1)

المطلب الثالث: أنواع الفضائيات الخاصة

أولا: قنوات متخصصة في المضمون: وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، ونتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى القنوات الدينية.

ثانيا: قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه: وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز ببرامجها وموادها بما يلائم هذه النوعية من الجمهور كقنوات الأطفال. (2)

(1) هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، 2005، ص 37
 (2) رزيق سامية، دراسة تحليلية البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، جامعة العربي التبسي تبسة، الجزائر البار الطيب رسالة ماجستير غير منشورة، 2016، ص 66

المطلب الرابع: تطور القنوات الخاصة الجزائرية:

في إطار الإصلاحات التي وعد بها الرئيس بوتفليقة، وبعد فترت انتظار وجدل طويلين صدر قانون الإعلام المنظم " للقطاع السمعي البصري"، لكن صدوره لم يمه حالة الجدل بقدر ما عززها بشكل أكبر، حيث أن القانون يحصر النشاط الإعلامي المرئي والمسموع في " القنوات الموضوعاتية " وفقا للمادة 14 التي تنص على " إنشاء قنوات موضوعاتية ومتخصصة" فقط، ولا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم يحدد في رخصة الاستغلال، وهو ما يعتبره البعض تقييدا لحرية التعبير ويتنافى مع روح الإصلاحات الموعودة.

كما تنص مواد أخرى على أمور يعتبرها المتابعون أنها مطاظة كضرورة أن ت ا رعي المؤسسات الإعلامية في عملها المصالح العليا والسياسة الخارجية والنظام العام والآداب العامة،" دون أن يكون هناك تعريف حقيقي لهذه المحددات .ما يفتح الباب أمام تفسيرات قد لا تخضع لضوابط محددة كما يقول منتقدو القانون، فالمادة 49 مثلا تنص على احترام متطلبات الوحدة الوطنية و الأمن و الدفاع والمصالح الاقتصادية .. واحترام سرية التحقيق القضائي والالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات

الدينية الأخرى... وبعيدا عن الأحكام العامة المتعلقة بالقانون الجديد، خاصة ما يتعلق منه بالجانب المادي والقانوني والبرامجي بتحول هذه القنوات الى " القانون الجزائري " والتكليف معه فعليا دون عوارض معينة، الإجابة على السؤال تحتمل التأكيد والنفي في آن واحد، حيث

ينص دفتر الشروط الذي تشرف عليه سلطة الضبط المنظمة للقطاع، " ضرورة التأكد من احترام حصص البرامج المحدد على أن تكون نسبة % 61 على الأقل من البرامج التي تبث لبرامج وطنية منتجة في الجزائر. "

كما يحظر القانون ان يمتلك شخص واحد لقناة فضائية، بل مجموعة من المساهمين .بل انه يحظر " أن يمتلك شخص واحد أكثر من % 41 من رأسمال الشركة "المؤسسة، وهذا الشرط قد يتنافى ان لا يتوفر مع بعض القنوات القائمة الآن.

والمادة 15 من ذات القانون، تضع تعريفات محددة للمساهمين من بينها شرط ان يكون بينهم صحفيون "ولم تحدد العدد، ما يعني شرط وجود صحفي واحد على الأقل بين المساهمين .وأن يثبتوا جميعا حيازتهم للجنسية الجزائرية .وأن يكونوا متمتعين بحقوقهم المدنية كاملة وان لا يكون حكم عليهم بعقوبة مخلة بالشرف او النظام العام.

وعلى المستوى المالي تحدد المادة شرط أن يكون الرأسمال الاجتماعي وطنيا خالصا كما تنص ، على " أن يثبت مصدر الأموال ومصادر استثماره "وفي حال ثبت ان المساهمون مولدون قبل 1954 ينبغي ان يثبتوا أنه لم يكن لهم سلوك معاد لثورة أول نوفمبر 1954 ووفقا لهذه البنود يمكن تحديد فرضية قدرة "تكييف "القنوات القائمة حاليا، من عدم تكييفها، في

حال تطابق او تناقض هذه البنود مع مالكيها /المساهمين /او نوعية برامج سواء كانت قانونية او مالي.(1)

المطلب الخامس: أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة:

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول الى الحكم من خلال تعديل الدستور التي تم عام 1991 خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قويه عام 1988، مما ولد الوعي السياسي والوطني، وبهذا أصبح التوجه نحو التعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك، وهناك من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر لابد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية.

وهكذا فإن خنق الحريات الفردية والعامه مع التضيق إلى درجة حرية إلغاء التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء يضاف إلى ذلك التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها . وبهذا انفجرت أزمة 1989 بالرغم أن معظم التحليلات التي قدمت لأبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة.

(1) خلود شريط، الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار نموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الإعلام والاتصال- جامعة تيسة، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر رسالة ماجستير غير منشورة، 2016، ص53

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيفة وكما شهدت غياب ثقافه الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة سياسية، وانطلاقا من هذه التحليلات يمكن القول أن: الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تنتشر عن في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي . فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام المسيس والمؤدلج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر هامة ذلك أنه تبنيه وتعمل على تطويره، فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة، واستدعى إنشاء مجموعة من الفضائيات التي يأمل من خلال جملة البرامج التي تبثها على نشرة الأخبار والحل الرمزي للصراعات بنوعها الداخلية والخارجية وذلك من منطلق القضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي. (1)

خلاصة:

ومن هنا نجد أن الفضائيات الجزائرية الخاصة هي ظاهرة جديدة وفريدة في الجزائر، ولهذا ارتدينا أن نقوم بدراسة هذا الموضوع المتعلق بالبرامج في الفضائيات الجزائرية ويبقى مجال البحث مفتوح لارتقاء بمستوى القنوات الخاصة الجزائرية من اجل تلبية رغبة أكثر من 39 مليون جزائري.

(1) رزيق سامية، دراسة تحليلية البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، جامعة العربي التبسي تبسة، رسالة ماجستير غير منشورة، 2016، ص 74ص75

الفصل الخامس:

الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي بهدف معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية و هو ملائم باعتباره يقوم بوصف الظاهرة كما هي في الواقع و يعبر عنها تعبيراً كمياً و كيفياً، حيث يعطينا وصفاً رقمياً كما أنه يقدم لنا التحليل و التفسير بشكل علمي بحت و بصفة دقيقة عن المعلومات و الخصائص التي تتعلق بالظاهرة موضع الدراسة، و يعتمد منهج المسح نظام العينات التي يجب أن تكون ممثلة لمجتمع البحث للحصول على نتائج و استنتاجات ذات درجة عالية و معقولة من المصادقية حيث يمكن تعميم نتائجها.

من المعروف أن تقدم العلم مقترن بتقدم المناهج وهنا يقول "ديكارت". لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما إذا كنا سنبحثها بدون منهج لأن الدراسات والأبحاث بدون منهج تمنع العقل من الوصول إلى حقيقة». والمنهج مجموعة من القواعد والإجراءات والأساليب التي تجعل العقل يصل إلى معرفة حقة بجميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها بدون أن يبذل مجهودات غير نافعة.¹ ويعرف المنهج الوصفي في اللغة الفرنسية بـ: *la méthode d'enquête*. أي منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث الشواهد والتجارب ولوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود. ويمكن القول بأن المنهج

¹ مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص: 60.

الوصفي هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك.¹ والمنهج المسحي يعرف أيضا بأنه دراسة استطلاعية تقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع أو بأنه محاولة منظمة لتقرير و تحليل و تفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي.²

2-مجتمع الدراسة الميدانية:

يتكون المجتمع الأصلي للدراسة من طلبة شعبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الدكتور مولاي الطاهر ب: سعيدة برسم السنة الجامعية (2016/2017) حيث يتكون مجتمع الدراسة من 373 مفردة تتوزع على 227 أنثى و 146 ذكر و شملت طلبة السنة، الثانية و الثالثة ليسانس بالإضافة إلى السنة أولى و ثانية ماستر.

3-عينة الدراسة وطريقة اختيارها:

اعتمد الباحث في اختيار العينة على الأسلوب العشوائي بحيث تم توزيع الاستمارات على طلبة الإعلام والاتصال عن قصد وذلك بما يخدم الدراسة، أما نوع العينة فهي حصصية طبقية بحيث تم تقسيم العينة إلى أربع طبقات شملت المستوى الدراسي وكل

¹ احمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

2003، ص: 286- 287

² مروان عبد المجيد ابراهيم: مرجع سابق، ص: 129.

مستوى قسم إلى طبقتين (ذكور وإناث)، واعتمد الباحث على طريقة الحصص المتساوية. وتتكون عينة الدراسة من 100 مفردة بنسبة (26.80 %) من المجتمع الأصلي للدراسة.

4- أدوات جمع البيانات:

أ) -الاستبيان: الاستبيان، الاستفتاء، الاستقصاء، معان تشير إلى وسيلة واحدة لجمع البيانات وهي عبارة عن استمارة بها مجموعة من الأسئلة ترسل للمبحوثين بطريق البريد أو تسلم باليد أو تنشر بالجرائد والمجلات، أو تذاع بالإذاعة أو تعلن بالتلفزيون. ليجيبوا عليها ويعيدوها للباحث.¹

والاستبيان في البحث العلمي هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.²

و قسمة الاستمارة إلى ثلاث محاور محور الأول عادات المشاهدة فيه 12 فقرة و المحور الثاني استخدامات فيه 17 فقرة و الحور الثالث 7 فقرات حو الاشباعات بمجموع 36 فقرة.

¹ محي محمد مسعد: كيفية كتابة الأبحاث و الإعداد للمحاضرات، ط2، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 2000، ص:

² احمد بن مرسللي: مرجع سابق، ص: 220.

ومرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها، ثم صياغة أسئلة الاستمارة صياغة علمية وتم توزيعها على ثلاثة بنود كبرى (انظر الملاحق)

• **اختبار الصدق:** تم إعداد أسئلة الاستمارة في شكلها الأولي القابل للتعديل بعد ضبط الأسئلة المطلوبة والضرورية، وتم اختبار صدق أسئلة الاستمارة بطريقتين:

(1) -توزيع عينة اختيارية: وقد تم توزيع ثمانية عشر استمارة على عينة الطلبة المبحوثين للوقوف على جوانب القصور والغموض في الاستمارة.

(2) -تحكيم الاستمارة: وقد تم توزيع أربع استمارات على كل من الأستاذ فتحي خليفة، الأستاذ سعد بلمداني، الأستاذ خرياش عبد العزيز، الأستاذ بغداد بن ديدة.

المحكمون		الفقرات
غير واضحة	واضحة	رقم
2	2	01
2	2	02
2	2	03
	4	04
	4	05
	4	06

	4	07
	4	08
	4	09
	4	10
	4	11
	4	12
	4	13
	4	14
	4	15
	4	16
	4	17
	4	18
	4	19
	4	20
	4	21
	4	22
	4	23
	4	24

	4	25
1	3	26
	4	27
	4	28
	4	29
	4	30
	4	31
	4	32
	4	33
	4	34
	4	35
	4	36

الجدول رقم 1: يبين تحكيم الاستمارة من قبل الأساتذة المحكمين

كما هو مبين في الجدول أن الفقرات من 1 إلى 3 هي فقرات غير واضحة بنسبة لمحكمين وواضحة بنسبة لمحكمين ورأى الباحث ضرورة تعديل هذه الفقرات، أما فيما يخص الفقرات من 13 إلى 36 واضحة بنسبة للمحكمين ما عدا فقرة واحدة رقم 26 أحد محكمين رأى ضرورة تعديلها.

*تعديل الفقرات:

الفقرات بعد التعديل	الفقرة قبل التعديل
أشاهد برامج القناة بشكل دائم	أشاهد برامج القناة بشكل مرتفع
أشاهد برامج القناة بشكل متقطع	أشاهد برامج القناة بشكل متوسط
أشاهد برامج القناة بشكل أحيانا	أشاهد برامج القناة بشكل منخفض
البرامج في القناة ذات مصداقية	البرامج في القناة مصداقية

الجدول رقم 2: يبين الفقرات قبل و بعد التعديل

- الإعداد النهائي للاستمارة: بعد جمع مختلف الملاحظات تم إعادة ترتيب وصياغة بعض الأسئلة، وتم إخراج الاستمارة في شكلها النهائي القابل للتوزيع، وقمنا بتوزيع الاستمارة في الفترة ما بين 05 إلى 09 ماي سنة 2017، وتم توزيع 130 استمارة على عينة طلبة شعبة الإعلام والاتصال من قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية، استردنا منها 100 استمارة ولم تلغى أي واحدة.

5-أساليب تحليل البيانات:

من أجل تحقيق هدف الدراسة و تحليل البيانات التي قمنا بتجميعه قمنا باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية IBM SPSS Statistics 22)، و حددت طول الفترة المستخدمة على مقياس ليكرث

الخماسي ب 5/4 أي (0.80) حيث أنه تكون الإجابة على احد خمسة اختيارات هي: لا أوافق بشدة، لا موافق، إلى حد ما، أوافق و أوافق بشدة وهكذا أصبح طول الخلايا كالتالي:

- المتوسط المرجح من 1 إلى 1.79 يقابله عبارة لا أوافق بشدة.
- المتوسط المرجح من 1.80 إلى 2.59 يقابله عبارة لا موافق.
- المتوسط المرجح من 2.60 إلى 3.39 تقابله عبارة إلى حد ما.
- المتوسط المرجح من 3.40 إلى 4.19 يقابله عبارة أوافق.
- المتوسط المرجح من 4.20 إلى 5 يقابله عبارة أوافق بشدة.

و قد اعتمدنا كذلك على الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة.
- التكرارات و النسب المئوية.
- المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري.
- اختبار (t_test) لاختبار الفروق بين المتوسطات.
- اختبار "أنوفا" لاختبار الفروق.

ثبات أداة القياس:

قبل إجراء التحاليل فإنه لا بد من التأكد من صدق أداء القياس المستخدم، لأن

صدق (الموثوقية) تعكس درجة ثبات أداء القياس ويستعمل معامل الثبات (Cronbach's

Alpha) لقياس مدى ثبات أداء القياس من ناحية الاتساق الداخلي لعبارات الأداء¹.

جدول رقم 03: يبين قيمة معامل الثبات:

عدد العبارات	الثبات	الصدق
36	0.68	0.82

بالنظر إلى جدول اختبار (كرو نباخ ألفا) أعلاه المستخرج من البرنامج فقد بلغت

قيمة $(\alpha = 0.68)$ وهي درجة جيدة جداً كونها أعلى من النسبة المقبولة (0.6) و بالتالي

إذا ما أعيد استخدام الأداة تعطينا نفس النتائج، و بلغ معامل الصدق (0.82) و هذا دال

على أن الأداة تقيس ما صممت لقياسه.

¹- محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام (SPSS)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان - الأردن- الطبعة الأولى، 2008، ص: 298.

التحليل الإحصائي للبيانات.

المحور الأول: عينة الدراسة.

جدول رقم 04: يبين توزيع العينة على حسب الجنس.

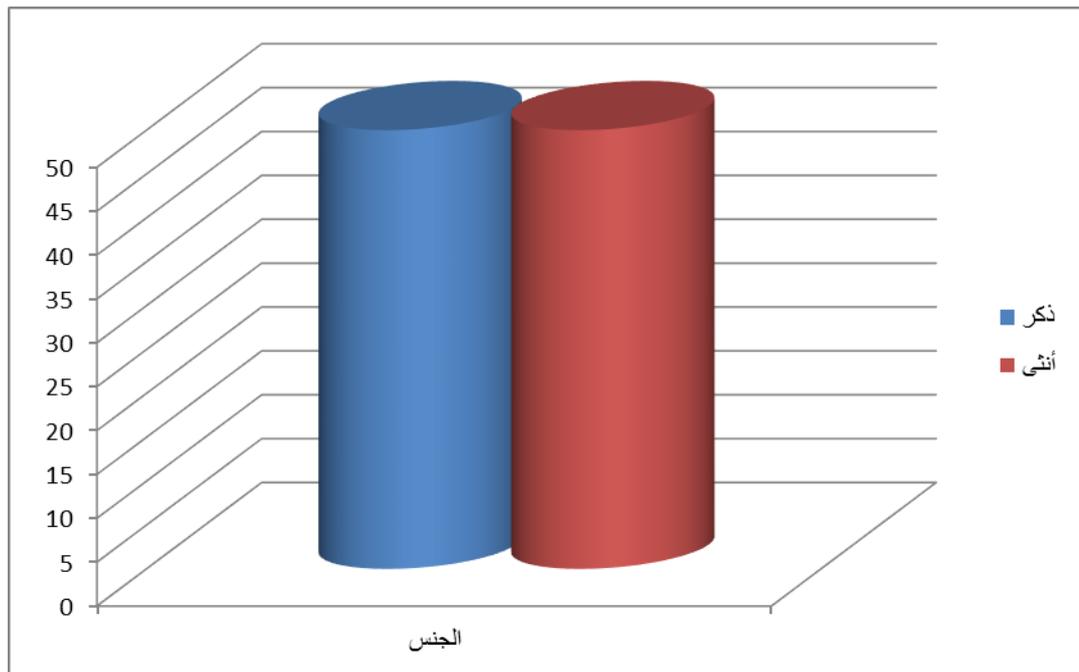
الجنس	ت	%
ذكر	50	50.0
أنثى	50	50.0
المجموع	100	100

كما هو موضح في الجدول (02) أعلاه أن أفراد عينة الدراسة انقسمت بالتساوي ما

بين الذكور و الإناث بنسبة (50.0 %) ، فيما تكونت العينة من مجموع 100 مفردة بنسبة

(100%) من طلبة شعبة الإعلام و الاتصال بجامعة سعيدة، و الشكل رقم (01) أدناه

يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



شكل رقم (01): يبين توزيع العينة على حسب الجنس.

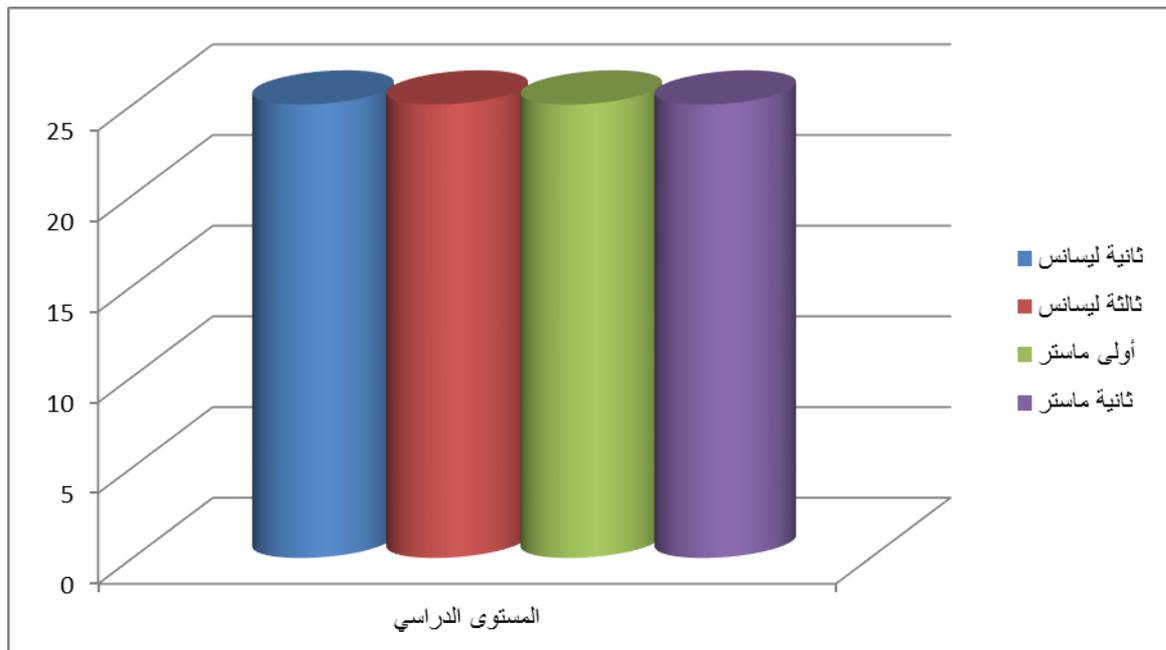
جدول رقم 05: يبين توزيع العينة على حسب المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	ت	%
السنة الثانية ليسانس	25	25.0
السنة الثالثة ليسانس	25	25.0
السنة الأولى ماستر	25	25.0
السنة الثانية ماستر	25	25.0
المجموع	100	100

يبين الجدول (03) أعلاه أن أفراد عينة الدراسة المبحوثين انقسمت كذلك بالتساوي

حسب المستوى الدراسي بنسبة (25.0%) لكل سنة وهذا ما يفسر طريق اختيار العينة

والتي انقسمت إلى طبقات.



شكل رقم (02): يبين توزيع العينة على حسب المستوى الدراسي.

جدول رقم 06: يبين إجابة أفراد العينة على محور عادات المشاهدة.

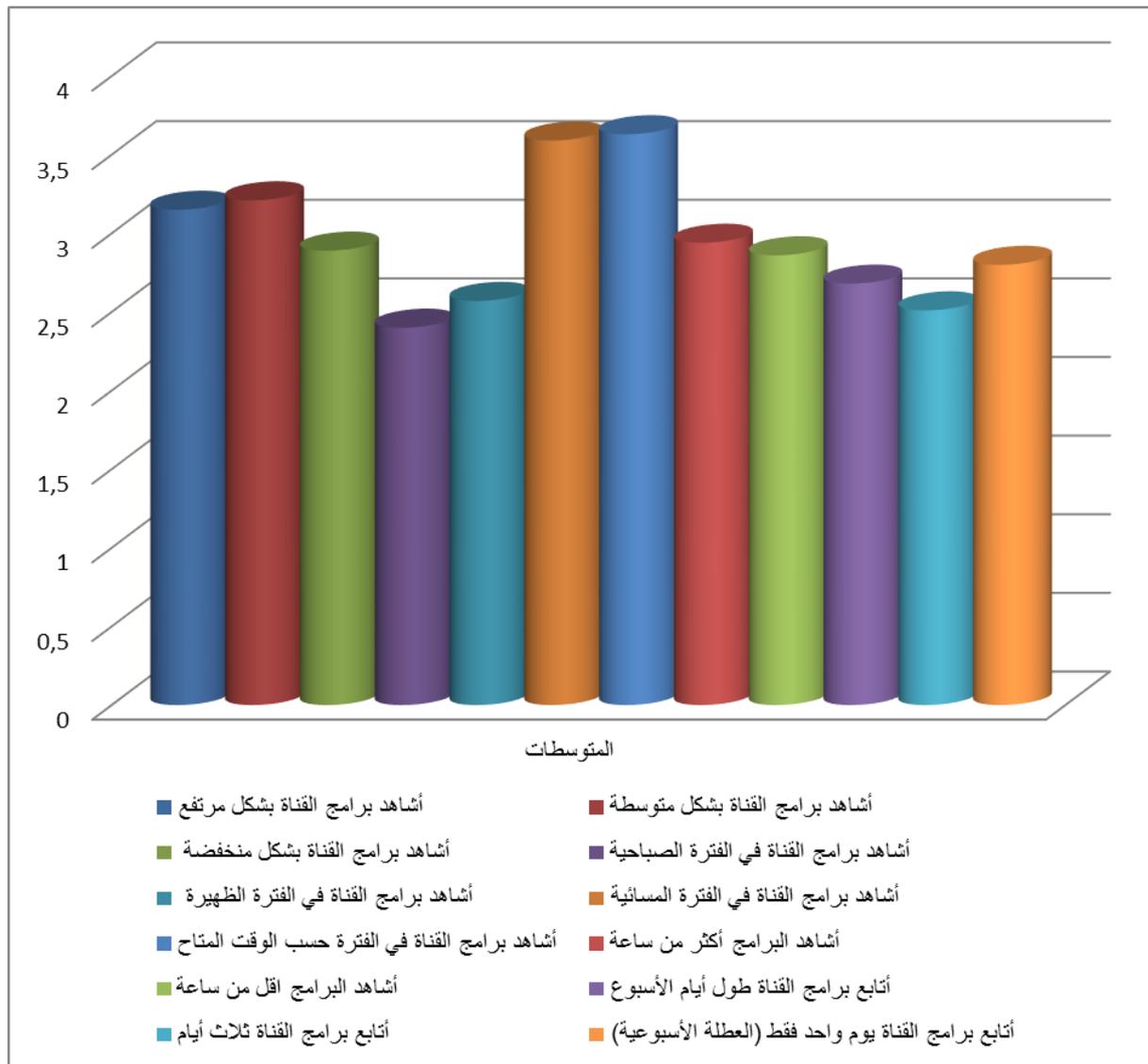
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
إلى حد ما	0.99	3.15	أشاهد برامج القناة بشكل مرتفع
إلى حد ما	0.93	3.21	أشاهد برامج القناة بشكل متوسطة
إلى حد ما	1.03	2.89	أشاهد برامج القناة بشكل منخفضة
لا أوافق	0.99	2.40	أشاهد برامج القناة في الفترة الصباحية
لا أوافق	1.00	2.57	أشاهد برامج القناة في الفترة الظهرية
أوافق	0.93	3.59	أشاهد برامج القناة في الفترة المسائية
أوافق	0.93	3.63	أشاهد برامج القناة في الفترة حسب الوقت المتاح
إلى حد ما	1.01	2.94	أشاهد البرامج أكثر من ساعة
إلى حد ما	0.99	2.86	أشاهد البرامج اقل من ساعة
إلى حد ما	1.09	2.68	أتابع برامج القناة طول أيام الأسبوع
لا أوافق	0.98	2.51	أتابع برامج القناة ثلاث أيام
إلى حد ما	0.95	2.80	أتابع برامج القناة يوم واحد فقط (العطلة الأسبوعية)
إلى حد ما	0.37	2.93	محور عادات المشاهدة

كما هو ملاحظ من خلال النتائج في الجدول رقم (04) أعلاه، فإن أفراد عينة الدراسة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سعيدة عبروا برأي إلى حد ما حول عادات مشاهدة برامج قناة الشروق الفضائية و هذا ما تؤكدته قيمة المتوسط الحسابي (2.93) و انحراف معياري مقداره (0.37) و هو المتوسط الذي يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الخماسي (من 2.60 إلى 3.39) و الذي يرجح خيار إلى حد ما.

أما من خلال الإجابة على أسئلة محور عادات المشاهدة فقد جاءت النتائج متقاربة حيث يرى أفراد العينة أن مشاهدة برامج قناة الشروق بشكل مرتفع هي بدرجة إلى حد ما وهذا ما تبينه قيمة المتوسط الحسابي (3.15) وهو المتوسط الذي يرجح خيار إلى حد ما، وذلك ما ينطبق مشاهدة برامج القناة بشكل متوسط بمتوسط (3.21) والمشاهدة بشكل منخفض بمتوسط (2.89).

كما أشارت النتائج كذلك أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون برامج القناة خلال الفترة الصباحية بمتوسط (2.40) وذلك ما ينطبق على فترة الظهيرة بمتوسط (2.57) وهما المتوسطان اللذان يقعان في الفئة الثانية من فئات المقياس والتي ترجح خيار لا أوافق.

بينما نلاحظ من خلال نفس الجدول أن أفراد العينة يشاهدون برامج قناة الشروق الفضائية في الفترة المسائية وهذا مت تؤكد عليه قيمة المتوسط الحسابي (3.59) والتي ترجح خيار أوافق كما أن الطلبة يشاهدون برامج القناة حسب الوقت المتاح بمتوسط (3.63).



شكل رقم (03): يبين إجابة أفراد العينة على محور عادات المشاهدة.

جدول رقم 07: يبين إجابة أفراد العينة على محور دوافع المشاهدة.

العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
يتمتع القارئون على الأخبار في قناة الشروق بخبر واسعة	3.27	0.85	إلى حد ما
تقوم قناة الشروق بتغطية الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث	3.37	0.87	إلى حد ما
برامج الإخبارية للقناة تقدم عدد كبير للتعليقات والتحليلات	3.18	0.86	إلى حد ما
أشاهد البرامج الإخبارية لأنها قريبة من رأيي في الأحداث	2.93	0.95	إلى حد ما
أشاهد برامج إخبارية للقناة لتفسير القضايا الغير مفهومة	2.90	1.01	إلى حد ما
تناول مواضيع أكثر حساسية وجرأة	3.08	1.03	إلى حد ما
برامج القناة تقدم لي ما لا أجد في وسائل أخرى	2.59	1.08	لا أوافق
تعجبنى طريقة التقديم	3.18	0.88	إلى حد ما
وفرت الوقت والتوقيت المناسب للبرامج	3.20	0.91	إلى حد ما
البرامج في القناة تهتم بتحليل الأخبار وأبعادها	3.84	4.13	أوافق
البرامج في القناة ذات مصداقية	3.07	0.86	إلى حد ما
البرامج ترقى لمنافسة الفضائيات الأخرى الجزائرية والعالمية	3.11	1.05	إلى حد ما
القناة تبث برامج محتشمة ولا تخدش الحياء العام والآداب	3.28	1.10	إلى حد ما

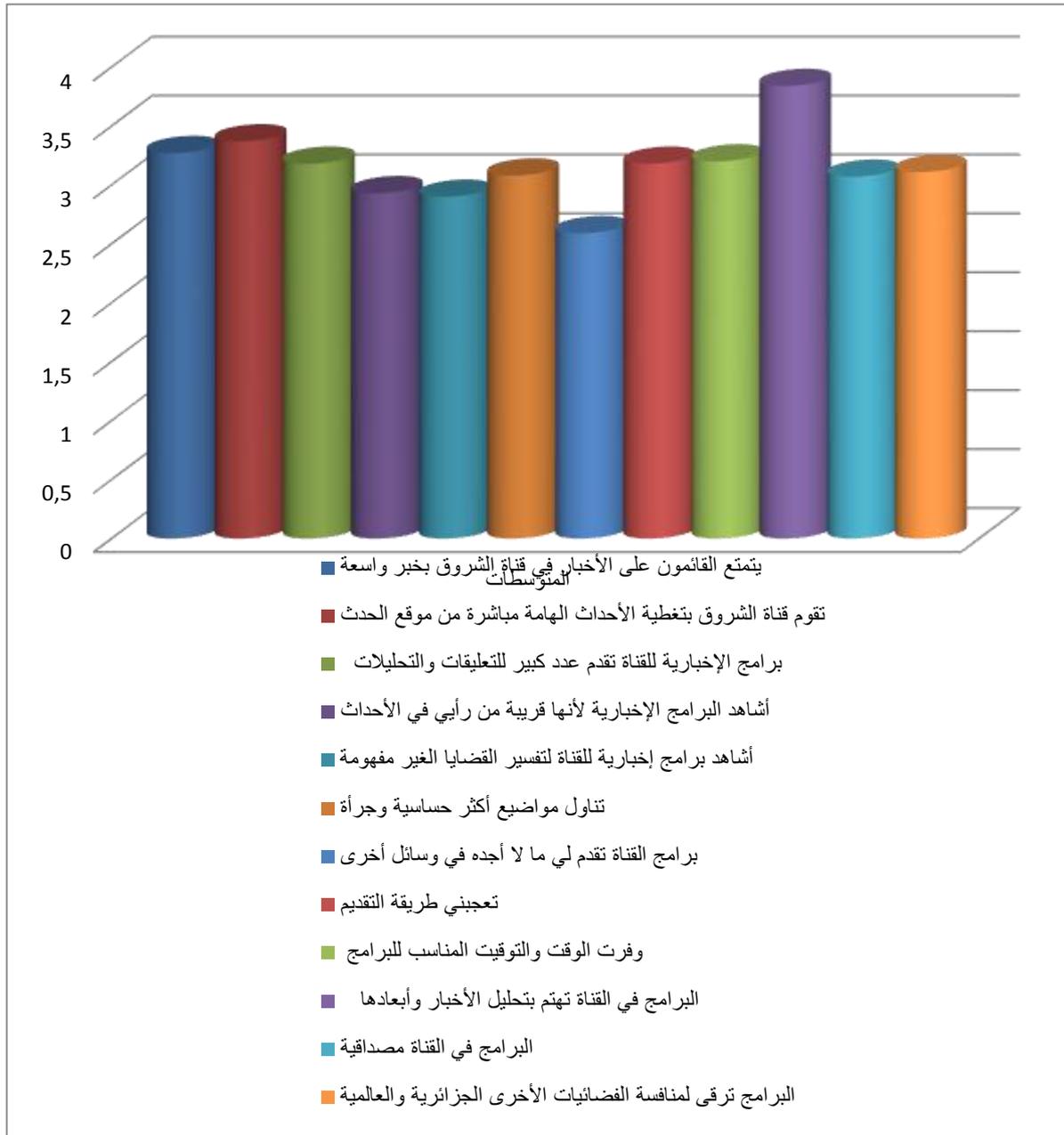
أوافق	0.94	3.45	معالجتها للمواضيع بشكل جدي وأكثر اهتماما
إلى حد ما	0.53	3.17	محور دوافع المشاهدة

أظهرت النتائج الخاصة بمحور دوافع التعرض لبرامج قناة الشروق كما هو موضح في الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة من طلبة علوم الإعلام والاتصال لجامعة سعيدة عبروا برأي إلى حد ما حول دوافع المشاهدة وهذا ما يبينه المتوسط الحسابي (3.17) وانحراف معياري مقداره (0.53) و هو المتوسط الذي يقع في الفئة الثالثة و الذي يرجح خيار إلى حد ما.

كما كشفت النتائج أن دوافع التعرض لهذه القناة تكمن في اهتمام القناة بتحليل الأخبار و أبعادها و التي جاءت بمتوسط (3.84) كما أن معالجة القناة للمواضيع بشكل جدي و أكثر اهتمام و التي جاءت بمتوسط (3.45) تعتبر من دوافع مشاهدة الطلبة لبرامج هذه القناة، و هي متوسطات تقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس و التي تشير إلى خيار أوافق.

بينما عبر أفراد العينة عن عدم موافقتهم على أن الدافع من وراء مشاهدة برامج هاته القناة أنها تقدم للمشاهد ما لا يجده في القنوات الأخرى و التي جاءت بمتوسط (2.59) و انحراف معياري مقداره (1.08) و هو المتوسط الذي يرجح رأي لا أوافق.

فيما جاءت باقي عبارات المحور بمتوسطات تقع كلها في الفئة الثالثة من فئات المقياس و التي ترجح خيار إلى حد ما.



شكل رقم (04): يبين إجابة أفراد العينة على محور دوافع المشاهدة.

جدول رقم 08: يبين إجابة أفراد العينة على محور الإشباعات المحققة.

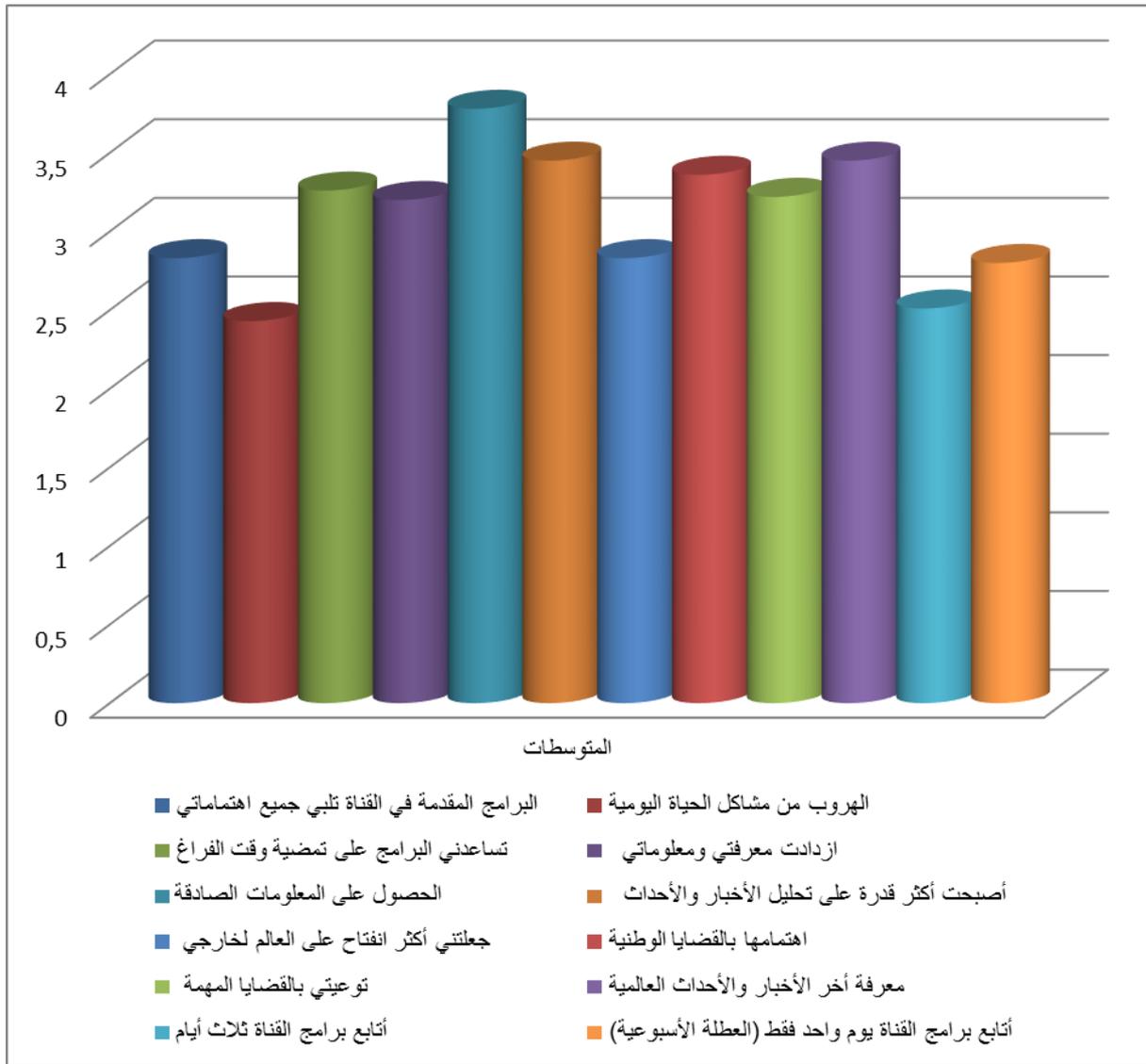
العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
البرامج المقدمة في القناة تلبي جميع اهتماماتي	2.83	0.95	إلى حد ما
الهروب من مشاكل الحياة اليومية	2.43	0.91	لا أوافق
تساعدني البرامج على تضيئة وقت الفراغ	3.26	1.13	إلى حد ما
ازدادت معرفتي ومعلوماتي	3.20	1.00	إلى حد ما
الحصول على المعلومات الصادقة	3.78	5.24	أوافق
أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأخبار والأحداث	3.45	4.20	أوافق
جعلتني أكثر انفتاح على العالم لخارجي	2.83	0.97	إلى حد ما
اهتمامها بالقضايا الوطنية	3.36	0.89	إلى حد ما
توعيتي بالقضايا المهمة	3.22	0.98	إلى حد ما
معرفة أحر الأخبار والأحداث العالمية	3.45	0.96	أوافق
محور الإشباعات المحققة	3.18	0.91	إلى حد ما

كشفت النتائج من خلال البيانات في الجدول أعلاه أن أفراد العينة أن الإشباعات المحققة للطلبة جراء التعرض لبرامج قناة الشروق تكمن في حصولهم على معلومات صادقة والتي جاءت بمتوسط (3.78) وانحراف معياري مقداره (5.24) وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الرابعة والذي يعبر عن رأي أوافق، وذلك ما ينطبق على تحقيق القدرة على تحليل الأخبار والأحداث بمتوسط (3.45).

كما تمثلت الإشباعات المحققة جراء التعرض لبرامج هذه القناة في معرفة آخر الأخبار والأحداث العالمية بمتوسط (3.45) وانحراف معياري مقداره (0.96).

بينما عبر أفراد العينة عن عدم موافقتهم على أن مشاهدة القناة تجعلهم يحققون الهروب من المشاكل اليومية والتي جاءت بمتوسط (2.43) وهو المتوسط الذي يشير إلى خيار لا أوافق.

فيما نلاحظ من خلال نفس الجدول أن باقي عبارات محور الإشباعات المحققة من وراء مشاهدة برامج قناة الشروق عبر عليها أفراد العينة برأي إلى حد ما، والتي جاءت بمتوسطات كلها تقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الرباعي والتي ترجح خيار إلى حد ما.



شكل رقم (05): يبين إجابة أفراد العينة على محور الاشباكات المحققة.

رابعاً: اختبار الفرضيات.

تنص الفرضيات على:

- 1-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق وعادات التعرض للقناة.
- 2-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق ودوافع التعرض للقناة.
- 3-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق والإشباع المحققة من خلال التعرض للقناة.
- 4-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.
- 5-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

أولاً: الفرضية الأولى.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق وعادات التعرض للقناة.

وتقسم هذه الفرضية إلى:

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و عادات التعرض للقناة.

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و عادات التعرض للقناة.

جدول رقم 09: يبين علاقة الارتباط بين مشاهدة برامج قناة الشروق و عادات التعرض للقناة.

قيمة المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	مشاهدة برامج قناة الشروق
0.00	0.62	عادات مشاهدة برامج القناة

بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.62 عند قيمة معنوية 0.00 و التي هي دالة إحصائية لأن $(0.05 \geq \alpha)$ ، و بناء على ما سبق فإننا نقبل الفرض البديل الذي ينص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و عادات التعرض للقناة، و بما أن قيمة معامل الارتباط موجبة و بالتالي كلما زادت عادات المشاهدة لهذه القناة كلما ارتفعت مشاهدة برامج قناة الشروق.

ثانياً: الفرضية الثانية.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و دوافع التعرض للقناة.

جدول رقم 10: يبين علاقة الارتباط بين مشاهدة برامج قناة الشروق و دوافع التعرض للقناة.

قيمة المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	مشاهدة برامج قناة الشروق
0.00	0.82	دوافع التعرض لبرامج القناة

بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.82 عند قيمة معنوية 0.00 و التي هي دالة إحصائياً لأن $(0.05 \geq \alpha)$ ، و بناءاً على ما سبق فإننا نقبل الفرض البديل الذي ينص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و دوافع التعرض للقناة.

و بالتالي فإن دوافع التعرض لبرامج قناة الشروق له تأثير إيجابي على مشاهدة برامجها.

ثالثاً: الفرضية الثالثة.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق والإشباع المحققة من خلال التعرض للقناة.

جدول رقم 11: يبين علاقة الارتباط بين مشاهدة برامج قناة الشروق والإشباع المحققة من خلال التعرض للقناة.

قيمة المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	مشاهدة برامج قناة الشروق
0.00	0.85	الإشباع المحققة من خلال التعرض للبرامج

بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.85 عند قيمة معنوية 0.00 و التي هي دالة إحصائية لأن $(0.05 \geq \alpha)$ ، و بناء على ما سبق فإننا نقبل الفرض البديل الذي ينص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و الإشباع المحققة من خلال التعرض للقناة.

و هذه الارتباط هو ارتباط عال جدا كما يبينه قيمة معامل الارتباط 0.85.

رابعا: الفرضية الرابعة.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.

وتقسم هذه الفرضية إلى:

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.

جدول رقم 12: يبين اختبار (T-test) لمشاهدة برامج قناة الشروق حسب الجنس.

مستوى المعنوية sig	الدلالة	قيمة "ت"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد أفراد العينة	الجنس
0.42	غير دال	0.801-	98	0.49	3.05	50	ذكر
				0.43	3.13	50	أنثى

بلغ المتوسط الحسابي للذكور (3.05) بانحراف معياري مقداره (0.49) فيما بلغ

المتوسط الحسابي للإناث (3.13) بانحراف معياري (0.43) و بلغت درجة الحرية 98،

فيما جاءت قيمة "ت" -0.801 عند مستوى معنوية 0.42 و الذي هو غير دال إحصائياً

لأن $(\alpha \leq 0.05)$.

و بناء على ما سبق فإننا نقبل الفرض العديم الذي ينص على انه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.

خامسا: الفرضية الخامسة.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

و تقسم هذه الفرضية إلى:

الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

و للتحقق من صحة هذا الفرض فقد تم معالجته إحصائياً، و ذلك باستخدام اختبار أنوفا، و ذلك كما هو مبين في الجدول رقم (11) أدناه.

جدول رقم 13: يبين نتائج اختبار "ف" أنوفا لمشاهدة برامج قناة الشروق حسب المستوى الدراسي.

مستوى المعنوية sig	الدلالة	قيمة "ف"	درجة الحرية	قيمة التباين	مشاهدة برامج قناة الشروق
0.27	غير دال	1.302	3	0.842	المستوى الدراسي

يتضح من خلال النتائج المبينة في الجدول رقم (11) أن قيمة التباين بلغت 0.842 وبلغت قيمة "ف" 1.302 عند درجة حرية 3 ومستوى معنوية $\text{sig} = 0.27$ وهي غير مقبولة، لأن $(0.05 \leq \alpha)$ وبالتالي فإننا نقبل الفرض العديم، والذي ينص على أنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

النتائج العامة للدراسة:

خلصت دراستنا الحالية إلى مجموعة من النتائج يمكن حصرها في الآتي:

✓ أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون برامج الإخبارية لقناة الشروق خلال الفترة الصباحية بمتوسط (2.40) كما لا يشاهدونها في فترة الظهيرة بينما يشاهدون برامج هذه القناة في الفترة المسائية.

✓ أن دوافع التعرض لهذه القناة تكمن في اهتمام القناة بتحليل الأخبار وأبعادها بمتوسط (3.84).

✓ وأن معالجة القناة للمواضيع بشكل جدي وأكثر اهتمام تعتبر من دوافع مشاهدة الطلبة لبرامج هذه القناة بالإضافة إلى تقديمها للمشاهد ما لا يجده في القنوات الأخرى.

✓ أن الإشباعات المحققة للطلبة جراء التعرض لبرامج قناة الشروق تكمن في حصولهم على معلومات صادقة بمتوسط (3.78) وتحقيق القدرة على تحليل الأخبار والأحداث بمتوسط (3.45).

✓ أن مشاهدة البرامج قناة الشروق لا يحقق من خلالها الطلبة الجامعيين الهروب من المشاكل اليومية والتي جاءت بمتوسط (2.43).

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق وعادات التعرض للقناة.

✓ أن دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج قناة الشروق له تأثير إيجابي على مشاهدة برامجها.

✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق و الإشباعات المحققة من خلال التعرض للقناة.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف الجنس.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة برامج قناة الشروق باختلاف المستوى الدراسي.

خاتمة

خاتمة:

في نهاية بحثنا خلصنا إلى أن دراسات التلقي أو الجمهور لم تلقى الاهتمام الكافي من طرف الباحثين الأكاديميين، رغم التحسن في العقود الأخيرة على مستوى الكم على الأقل، فإن الاهتمام بدراسة القنوات الخاصة الجزائرية يكاد ينعدم حتى في انعدام المراجع حول هذا القطاع الحساس.

وبالمقابل يعرف الإعلام الوطني وخاصة التلفزيون ضعفا على مستوى الخدمة الإخبارية وحالة من الركود، لا تتسجم مع حجم التحديات التي تواجه المجتمع، وأن الدراسات الإعلامية والاجتماعية لا ترقى إلى مستوى التأثير الملموس عند المؤسسات الرسمية لعدم وجود علاقة بين مؤسسات البحث العلمي وباقي المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية وتبقي على المستوى الأكاديمي فقط، كما أنها لا تتناول إلا إشكالية بسيطة تعالج زاوية من الموضوع الواحد، ناهيك عن الصعوبات الإجرائية والمادية، وليذا قد تكون الدراسات عن طريق فريق بحث حول موضوع واحد من الأساليب الأنجح لتحقيق نتائج أعم وأكثر فائدة من الناحية العلمية بالدرجة الأولى، ثم من إمكانية الاستفادة منه اجتماعيا، يخرج البحث من الدوائر الأكاديمية إلى المجتمع و التطبيق.

وبهذا نكون قد وصلنا في آخر بحثنا و نطرح الإشكالية ما مدى تطبيق القناة للقيم التي تحكم المجتمع الجزائري و هل قيم القناة تزيد ام تنقص من نسبة مشاهدة قناة الروق الجزائرية بنسبة لمشاهديها.

قائمة المراجع

الكتب:

1. احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
2. أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، دار النهضة العربية، لبنان، 2008
3. حي محمد مسعد: كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات، ط2، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2000
4. حسين الصديق، الإتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق-المجلد 28 العدد-3-4-(2012)، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية.
5. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط3 الدار المصرية اللبنانية، بيروت، 2003
6. ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق دار صفاء للنشر والتوزيع-جامعة البلقان التطبيقية-عمان-ط 1، 2001،
7. رشيد حسين احمد البراوي، اتجاهات النفسية حول عمل المرأة، دار الجريز للنشر والتوزيع، ط1، (2013)، عمان الأردن.
8. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر ولتوزيع القاهرة، 2007.
9. سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط1، دار أسامة، 2015
10. صابر حارص، إشكالية الإعلام في التأثير على الراي العام، العربي للتوزيع والنشر، 2007
11. طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008
12. طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998. أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، دار النهضة العربية، لبنان، 2008.

13. عبد اللطيف محمد خليفة، الدافعية للإنجاز، دار غريب للطباعة وانشور، (2000)، القاهرة.
14. عبد الرحمان عزي، قضايا الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1994.
15. غريب سيد أحمد، علم الاجتماع والاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996
16. غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996
17. فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط 1، بغداد 2007.
18. فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، دار أسامة، 2011،
19. كامل زغلول الزبيدي، علم النفس الاجتماعي، الوراقة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن 2003
20. محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام (SPSS)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان – الأردن-الطبعة الأولى، 2008
21. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق، عمان، 2000
22. محمد علي فوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، لبنان، 2007.
23. محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال و اتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب مصر، 2000، ص ص: 209- 210
24. نزار حسين جعفر النفاخ، اتجاهات طالبات القسم الأخرى من غير الاختصاص نحو التربية الرياضية، العدد السابع المجلد الأول(2008).
25. نبيهة صالح السامراني، علم النفس الإعلامي (مفاهيم، نظريات، تطبيقات)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، 2007

26. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، القاهرة، 2006

27. هناء السيد: الفضائيات وقادة الراي، العربي للنشر والتوزيع، 2005

رسائل ومذكرات:

- (1) بن عامر سامية، تأثير البرامج التلفزيونية لموجهة للأطفال على التنشئة الاسرية في المجتمع الجزائري، جامعة محمد خيضر – بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2012م،
- (2) حميد بن مطيع الله السلمي، أثر استخدام الوسائط المتعددة في تحصيل الطلاب وعلى تنمية اتجاهاتهم نحو مدارس مكة المكرمة، بحث مكمل لنيل درجة الماجستير في المناهج وطرق التدريس باللغة الإنجليزية، (1435)
- (3) حسين الصديق، الإتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق-المجلد 28 العدد-3-4-(2012)، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الإنسانية
- (4) خلود شريط، الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الإعلام والاتصال -جامعة تبسة، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر، 2016
- (5) رزيق سامية، دراسة تحليلية البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، جامعة العربي التبسي تبسة، البار الطيب، 2016
- (6) رزيق سامية، دراسة تحليلية البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، جامعة العربي التبسي تبسة، البار الطيب، 2016
- (7) سلام عبد المهدي كريم الجبوري، دور قنواتي الحرة وال (BBC) الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في اثاره الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والامارات-دراسة مقارنة-الدراسة استكمالا لمتطلبات نيل درجة الماجستير في الإعلام في جامعة البترا، 2014
- (8) سهام إبراهيم كمال محد، مفهوم الاتجاه ماجستير في التربية (رياض الأطفال)، مركز دراسات وبحوث المعوقين، جامعة القاهرة
- (9) سكيمة خضرة وحبوسي صليحة، مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط، جامعة أكلي محمد ولحاج،

- تخصص علم النفس المدرسي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، البويرة،
2013،
- (10) شعباني مالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، جامعة محمد خيضر -
بسكرة (الجزائر)، العدد السابع جانفي 2012
- (11) صفاء عاشور، " اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية نحو مشاهدة فضائية القدس
»، غزة: الجامعة لإسلامية، قسم الصحافة والإعلام، 2009 م
- (12) عبد المجيد العزام، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية،
جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا-الأردن
- (13) عبلة بوساحة، اتجاه الأساتذة الجامعيين نحو تطبيق نموذج الثقافي التنظيمي
للنظرية z، دراسة ميدانية بكلية الآداب والعلوم الإنسانية، رسالة مقدمة للحصول
على ماجيستر في علم النفس، (2006)، عنابة
- (14) مخلد خلف النوافعة، اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها
قناتا الجزيرة والعربية الفضائيتان الإخباريتان، كلية الإعلام، جامعة الشرق
الأوسط للدراسات العليا، 2010م
- (15) مهدي زعموم: برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه في
علوم الإعلام والاتصال -جامعة الجزائر 2005،
- (16) محمد محمود أبو دوابة، اتجاه نحو التطرف وعلاقته بالحاجة النفسية لدى
الطالب جامعة الأزهر، رسالة مقدمة للحصول على متطلبات الماجيستر في
التربية (2012)
- (17) نديم ربحي محمد الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات
الفضائية العربية، كلية العلوم الإنسانية جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا /
الأردن، 2008

المجلات:

- (1) بوحزام نوال، ونعيمي مليكة: القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل
المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثيلات شباب مدينة معسكر، جامعة
معسكر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 06، أبريل
2004

الملاحق

الملحق رقم: 1

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية



تخصص اتصال وعلاقات عامة

شعبة علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان:

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية

دراسة ميدانية بجامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة

إشراف الأستاذ:

-شعشوعة علي

من إعداد الطالب:

- صايم الحاج جعفر الصادق

نرجو منكم مساعدتنا في ملء هذه الاستمارة

علما أن بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا في الأغراض العلمية

لذلك نرجو منكم الإجابة عن كل الأسئلة الواردة بتلقائية تامة وبكل صدق وموضوعية

وتقبلوا مني فائق التقدير والاحترام وشكرا.

ملاحظة:

نرجو منك أن تضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة

البيانات الشخصية:

1-الجنس : ذكر () أنثى ()

2-المستوى الدراسي:

الثانية ليسانس () الثالثة ليسانس () الأولى ماستر () الثانية ماستر ()

السنة الجامعية: 2017/2016

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	الى حد ما	أوافق	أوافق بشدة
المحور لأول: عادات مشاهدة برامج الإخبارية لقناة الشروق الفضائية						
01	أشاهد برامج القناة بشكل دائم					
02	أشاهد برامج القناة بشكل متقطع					
03	أشاهد برامج القناة بشكل أحيانا					
04	أشاهد برامج القناة في الفترة الصباحية					
05	أشاهد برامج القناة في الفترة الظهرية					
06	أشاهد برامج القناة في الفترة المسائية					
07	أشاهد برامج القناة في الفترة حسب الوقت المتاح					
08	أشاهد البرامج أكثر من ساعة					
09	أشاهد البرامج اقل من ساعة					
10	أتابع برامج القناة طول أيام الأسبوع					
11	أتابع برامج القناة ثلاث أيام					
12	أتابع برامج القناة يوم واحد فقط (العطلة الأسبوعية)					
المحور الثاني: الدوافع وراء مشاهدة برامج الإخبارية لقناة الشروق الفضائية						
13	يتمتع القانمون على الأخبار في قناة الشروق بخبر واسعة					
14	تقوم قناة الشروق بتغطية الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث					
15	البرامج المقدمة في القناة تلبي جميع اهتماماتي					
16	برامج الإخبارية للقناة تقدم عدد كبير للتعليقات والتحليلات					
17	أشاهد البرامج الإخبارية لأنها قريبة من رأيي في الأحداث					
18	أشاهد برامج إخبارية للقناة لتفسير القضايا الغير مفهومة					
19	تناول مواضيع أكثر حساسية وجرأة					
20	برامج القناة تقدم لي ما لا أجده في وسائل أخرى					
21	تعجبني طريقة التقديم					
22	الهروب من مشاكل الحياة اليومية					
23	تساعدني البرامج على تمنية وقت الفراغ					

					وفرت الوقت والتوقيت المناسب للبرامج	24
					البرامج في القناة تهتم بتحليل الأخبار وأبعادها	25
					البرامج في القناة ذات مصداقية	26
					البرامج ترقى لمنافسة الفضائيات الأخرى الجزائرية والعالمية	27
					القناة تبث برامج محتشمة ولا تخدش الحياء العام والآداب	28
					معالجتها للمواضيع بشكل جدي وأكثر اهتماما	29
المحور الثالث: الإشباع المتحققة من مشاهدة برامج الإخبارية لقناة الشروق الفضائية						
					ازدادت معرفتي ومعلوماتي	30
					الحصول على المعلومات الصادقة	31
					أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأخبار والأحداث	32
					جعلتني أكثر انفتاح على العالم لخارجي	33
					اهتمامها بالقضايا الوطنية	34
					توعيتي بالقضايا المهمة	35
					معرفة آخر الأخبار والأحداث العالمية	36

باقة الشروق	
	
معلومات عامة	
تاريخ التأسيس	1 نوفمبر 2011
النوع	إعلام
المقر الرئيسي	الجزائر العاصمة، الجزائر
الشركة الأم	مؤسسة الشروق
موقع ويب	الموقع الرسمي 

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعة نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة الشروق لجزائرية بالتعرف على مدى ملائمة هذه البرامج مع طلبة جامعة معرفة عادات ودوافع المشاهدة والإشباعات المتحققة من ذلك، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف تم اعتماد على المنهج الوصفي باستخدام استمارة لجمع البيانات حول المبحوثين المتمثلون في 100 مفردة من طلبة شعبة علوم الإعلام واتصال وخصلة الدراسة إلى نتائج التالية:

1- أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون برامج الإخبارية لقناة الشروق خلال الفترة الصباحية بمتوسط (2.40) كما لا يشاهدونها في فترة الظهيرة بينما يشاهدون برامج هذه القناة في الفترة المسائية.

2- وأن معالجة القناة للمواضيع بشكل جدي وأكثر اهتمام تعتبر من دوافع مشاهدة الطلبة لبرامج هذه القناة بالإضافة إلى تقديمها للمشاهد ما لا يجده في القنوات الأخرى.

3- أن الإشباعات المحققة للطلبة جراء التعرض لبرامج قناة الشروق تكمن في حصولهم على معلومات صادقة بمتوسط (3.78) وتحقيق القدرة على تحليل الأخبار والأحداث بمتوسط (3.45).