



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
كلية العلوم الإنسانية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية
دراسة مسحية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة.

إشراف الأستاذ
أ.حمایمی محرز

إعداد الطالب
عطوات محمد سفيان

لجنة المناقشة:

رئيساً
مشرفاً ومقرراً
مناقشاً

تومي فضيلة
حمایمی محرز
قندوز عبد القادر

الأستاذة
الأستاذ
الأستاذ

السنة الجامعية: 2021/2020

سورة الاحقاف

١٤١٨

الإهداء

والدي:

لا أستطيع أن أقول لك شكراً فهي لا تقال إلا في نهاية الأحداث وأنا أرى نفسي في البداية انهل من خيرك الذي لا ينضب وأظل في كل لحظة اقصيها معك انهل و أتعلم الكثير... فمن غيرك زرع في الميول العلمية وشجعني على ممارسة الأنشطة العلمية المتنوعة منذ صغري أدامك الله ورعاك لتكون منارة دائمة في حياتي...

والدتي:

الى من بسمتها غاييتي وماتحت اقدامها جنتي...
الى من حملتني في بطنها وسقتني من صدرها واسكنتني قلبها فغمرتني بحبها...
حماك الله وادامك عصفوراً مغرداً يملأ حياتنا باعذب الالحان وجعل جنة الفردوس مثواك...

إخوتي:

إلى المحبة التي لا تنضب... والخير بلا حدود... إلى من شاركتهم كل حياتي... إخوتي انتم زهرات حياتي... حماكم الله.

زوجتي:

إلى أروع من جسد الحب بكل معانيه... فكانت لي السند والعتاء... إلى من قدمت لي الكثير من الصبر... الأمل... والمحبة... لن أقول لك شكراً... بل سأعيش الشكر معك دائماً.

أطفالي:

إلى العينين اللتين استمد منهما القوة و الاستمرار... أعذب ما في عمري... محمد سراج الدين.
إلى التي اختارت أن ترافقني من بعيد... فكانت البركة في أيامي وقررة عيني... سدرة.

الطالب عطوات محمد سفيان



التشكرات

قال الله تعالى

{يرفع الله الدين آمنوا والذين أتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير}

صدق الله العظيم

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

لا يسعنا في هد المقام إلا أن اشكر الله تعالى الذي أعاننا بالقدرة على قطع مسيرتنا رغم الصعوبات التي واجهتنا وخاصة مع وجود الوباء فالحمد لله على نعمة الله.

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ "محرز حمايمي" الذي شرح لي صدره فكان نعم الموجه وخير المرشد، ولم ييخل علي بنصائحه و ارشاداته فلك جزيل الشكر أستاذي الفاضل.

ولا يفوتوني أن أتقدم بالشكر لجميع هيئة التدريس في قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة والى كل عمال الإدارة و اخص بالذكر السيدة "بن الزائر فضة" والآنسة "بومدين سارة" اللذين أعاناني خلال مشواري الدراسي.
إلى كل طالب علم أراد أن ينتفع.

والى كل طلاب دفعة 2021/2020 تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة... إلى الجميع نقول لكم جزاكم الله خيراً والحمد لله أولاً وأخراً الذي بفضلته تتم الصالحات.



ملخص الدراسة باللغة العربية

تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية واعتمدت على المنهج المسحي الذي يلاءم و يحقق أهداف هذا النوع من الدراسات الوصفية، حيث تم توزيع استمارة على 80 طالب وطالبة من قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- لا تختلف اتجاهات إجابات أفراد العينة المدروسة نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق TV باختلاف المتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي)
- أن 47% من أفراد عينة الدراسة يشاهدون أحيانا قناة الشروق tv.
- إن نسبة الطلبة المشاهدين والمؤيدين بأن اللغة التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية بسيطة وموجهة لكل شرائح المجتمع قد بلغت 81.9%.
- أن 72.3% من أفراد عينة الدراسة لا يتفاعلون مع هذه البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv.
- أن 75.9% من أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق tv تتوافق مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.
- بلغت نسبة الذين يرون بأن الصور والربورتاجات التي تعرضها البرامج الاجتماعية يعكس القضية المطروحة بنسبة 54.2%.
- الذين أكدوا بأن قناة الشروق تلتزم بالحيادية أحيانا أثناء معالجتها لقضايا الاجتماعية فكانت نسبتهم 42.2%

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، مشاهدة، برامج الاجتماعية، قناة الشروق TV.

Résumé :

Cette présente étude vise à connaître et découvrir les orientations envers la spectature des programmes sociaux diffusés sur la chaîne Echourouk TV. Ce travail de recherche s'est basé sur la méthode d'enquête qui s'adapte avec ce genre d'investigation qualifiée descriptive, et réalise les objectifs y tracés.

En effet, la conduite de l'enquête est menée par la distribution des grilles de questionnement sur un échantillon d'étudiant de 800 (varie entre homme et femme) de Département de Sciences De Télécommunication à l'université Kasdi Merbah Ouargla.

De fait , la recherche est réalisée , plusieurs résultats ont été aboutis notamment les suivants :

- Les réponses des individus de l'échantillon adopté ont montré que leur orientation de la spectature pour les programmes sociaux diffusés par la chaîne Echourouk TV ne se diffèrent pas selon la différence des variantes démographique (sexe , axe , niveau d'enseignement)
- Un pourcentage de 47% de l'échantillon regardent parfois la Chaîne Echourouk Tv
- Le pourcentage des étudiants spectateurs supportant que la langue choisie par les responsables des programmes sociaux est très simple, et elle est destinée pour une catégorie de public atteint 81,9%.
- 75,9 % de l'ensemble d'individu de cet échantillon confirment que l'ensemble des programmes sociaux diffusés via la chaîne Echourouk TV s'accordent et s'adaptent avec les traditions et les principes de la société algérienne.
- Le pourcentage de ceux qui jugent que les images et les reportages postés à travers ces programmes sociaux reflètent le sujet discuté a atteint 54,2 %
- Ceux qui ont confirmé que la chaîne Echourouk s'engage des fois par la neutralité dans ses programmes est de 42,2 %

Mots-clés : orientation, la spectature , programmes sociaux, Echourouk TV.

فهرس المحتويات

III	الإهداء.....
IV	التشكرات.....
V	ملخص الدراسة باللغة العربية.....
VI	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية.....
VII	قائمة المحتويات.....
IX	قائمة الجداول.....
أ	المقدمة.....

الإطار المنهجي للدراسة

03	1. الإشكالية.....
04	2. التساؤلات.....
04	3. أهمية الدراسة.....
04	4. أهداف الدراسة.....
05	5. أسباب الدراسة.....
05	6. مجال الدراسة.....
06	7. نوع الدراسة ومنهجها.....
07	8. أدوات الدراسة.....
08	9. مجتمع البحث وعينة الدراسة.....
09	10. تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة.....

الإطار التطبيقي للدراسة

24	لمحة عن قناة الشروق الجزائرية.....	المبحث الأول:
24	بطاقة فنية لقناة الشروق TV.....	المطلب الأول:
25	أبرز البرامج التي تقدمها قناة الشروق لسنة 2021.....	المطلب الثاني:
26	إشعارات قناة الشروق TV.....	المطلب الثالث:
27	التحليل الكمي والكيفي للنتائج.....	المبحث الثاني:
27	خصائص عينة الدراسة.....	المطلب الأول:
29	تحديد اتجاه آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة.....	المطلب الثاني:
43	نتائج الدراسة.....	المطلب الثالث:
46	الخاتمة:
48	قائمة المراجع:
52	قائمة الملاحق:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	27
02	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.	27
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.	28
04	توزيع أفراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق	28
05	نتائج تحليل إختبار فرق المتوسطين Independent simples T-taste لاتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس	30
06	نتائج تحليل التباين الأحادي (One - Way Anova) لاتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية تبعا لمتغير المستوى التعليمي	31
07	نتائج تحليل التباين الأحادي (One - Way Anova) لاتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية تبعا لمتغير السن	32
08	إجابات أفراد العينة حول مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية بقناة الشروق	34
09	ترتيب البرامج الاجتماعية حسب أفضلية مشاهدتها	34
10	الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية	35
11	إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv.	35
12	إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مدى تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق	36
13	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق	37
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإشباعات التي تحققها البرامج الاجتماعية	37
15	توزيع أفراد العينة حسب مدى تلبية البرامج الاجتماعية للشروق الحاجيات الدينية	38
16	إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الحاجيات الدينية التي تلبها البرامج الاجتماعية	39
17	إجابات أفراد العينة حول الشعور الذي تتركه مشاهدة البرامج	39
18	إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المشكلات والقضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامهم	40
19	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مدى موافقة البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق TV مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.	41
20	اتجاهات طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال نحو أداء البرامج الاجتماعية بقناة الشروق الجزائرية	41

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
51	استمارة الاستبيان	01
54	شعارات برامج قناة الشروق	02

العلمية

المقدمة

تزايدت الفضائيات العالمية منها و العربية على وجه الخصوص بشكل ملفت للانتباه في السنوات العشر الأخيرة، فمنها ما هو مشفر ومنها ما هو مفتوح و متخصص، و كل هذه القنوات تتنافس فيما بينها من أجل الوصول إلى عدد كبير من المشاهدين في الوطن العربي وبالخصوص الجزائر التي كانت تحتكر قطاع السمي البصري لمدة من الزمن، حيث بات من الضروري حصول هذا الانفتاح و إعطاء الأولوية للمنتجات التلفزيونية الوطنية والعمل على تعزيزها وتطويرها و إنشاء قنوات جديدة للمشاهدين وقد تأكد هذا الأخير وحتى من طرف المسؤولين على أن القنوات التابعة للقطاع العام لا تخدم اتجاهاته و متطلباته حول القضايا والموضوعات التي تهمة، وبالتالي بدأت السلطات الجزائرية تقتنع بفتح قطاع السمي البصري في الجزائر لان الزمن تغير والتقدم التكنولوجي فرض الانفتاح وجعله أمرا واقعا وجديدا بعد سيطرة الحكومة الجزائرية منذ الاستقلال على الإعلام خاصة السمي البصري لمدة طويلة اكتشف المواطن الجزائري أن هذا الإعلام لا يخدم تطلعاته وبالتالي يتجه إلى القنوات الأجنبية والعربية التي تخدم هذه التطلعات لأن هذا الإعلام لم يعد يلبي حاجياته وهذا ما جعل الإعلام يفقد مصداقيته وكان ضعيفا في تأثيره على الجمهور المشاهد¹.

فقد شهد القطاع السمي البصري في السنوات الأخيرة تعدد الفضائيات خاصة في الجزائر حيث جعل التطور التكنولوجي من الصعب التستر على المعلومات و البيانات أو منع ن شرها مثلما كان عليه من قبل، وهذا التعدد وإن جاء متأخرا من حيث الزمن فهو يعتبر خطوة في مسار بناء المشهد الإعلامي وخاصة في قطاع السمي البصري الذي ظل لفترة طويلة يعاني من أحادية الاتجاه، فهذه القنوات لا تزال في بدايتها الأولى ولكنها قدمت بإعلامها فرصة للجمهور الجزائري أن يعبر عن متطلباته و اتجاهاته نحو القضايا التي تهمة بالإضافة إلى همومه و مشاكله المختلفة وأصبحت تجلب أكبر عدد من المشاهدين لها.

وسوف نتناول في هذه الدراسة موضوع عن اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية على قناة الشروق الجزائرية.

¹ هني، سمية، اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة المسيلة، 2016، ص:1.

المقدمة

وقد تطرقنا إلى هذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي و التطبيقى.

أما فى الإطار المنهجى الذى تناولناه فى الفصل الأول فقد قمنا بتخصيصه لترح الإشكالية والتساؤلات المندرجة عنها بعدها أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، ثم تطرقنا إلى مجال الدراسة ونوع الدراسة ومنهجها، ثم أدوات الدراسة ومجتمع البحث وعينته، ثم تطرقنا إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة، الدراسات السابقة، والمقرب النظرى للدراسة، أما فى الإطار التطبيقى فقد خصص لدراسة الميدانية تم فيه تفريغ بيانات الاستمارة فى جداول إحصائية لمعرفة اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة نحو مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية لقناة الشروق الجزائرية، وتوصلنا فى النهاية إلى نتائج الدراسة.

الإسلام والسياسة

1. الإشكالية
2. التساؤلات
3. أسباب الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. مجال الدراسة
7. نوع الدراسة ومنهجها
8. أدوات الدراسة
9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
10. تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
11. الدراسات السابقة
12. المقرب النظري لدراسة

1- الإشكالية:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة وأكثرها شيوعاً مقارنة بالوسائل الأخرى، بما له من دور فعال في التأثير على الفرد والمجتمع نظراً للخصائص التي ينفرد بها التلفزيون كوسيلة متطورة تقدم للجمهور خدمة إعلامية متميزة عن طريق خاصية الصوت و الصورة و اللون والحركة و المؤثرات بكل أنواعها.

ويرى الباحثون أنه لم يسبق إلى وسيلة جماهيرية أن أثبتت قدرة كبيرة على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام لدى المتلقين كما هو الحال مع التلفزيون² ... والذي استطاع في فترة وجيزة أن ينتقل من الوظيفية الترفيهية التجارية والإعلامية التي نشأ من أجلها إلى الوظيفية التثقيفية والاجتماعية، ليصبح الوسيلة رقم واحد إلى جانب الأسرة والمدرسة في التنشئة الاجتماعية، فهو يشكل مصدر أساسي للمعلومات والآراء بالنسبة لأعداد كبيرة من الناس، وهو ما يفسر العدد الكبير للفضائيات والقنوات التلفزيونية في شتى دول العالم، حيث يسعى القائمون عليها للاستفادة من مزايا التلفزيون كوسيلة جماهيرية وقدراته في تدعيم الاتجاهات وتوعية الرأي العام وتوجيهه في عدة مجالات.

ونظراً للدور الكبير الذي تلعبه القنوات التلفزيونية في التنمية والتنشئة الاجتماعية، والانتشار الكبير للفضائيات والقنوات في كل مكان وزمان بفضل تطور تقنية البث عبر الأقمار الصناعية وكل المستحدثات التكنولوجية الأخرى التي ساهمت في تطوير التلفزيون كوسيلة جماهيرية لها ميزتها مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، أضحت التركيز على نوعية البرامج أهم التحديات التي تواجه القائمين والمشرفين على القنوات التلفزيونية، واستحوذت البرامج الاجتماعية على حصة الأسد من الاهتمام لاستقطابها لعدد كبير من المشاهدين ودورها في التنشئة الاجتماعية وتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا المهمة والمثيرة في المجتمع.

وفي هذا السياق، شكل انفتاح قطاع السمعي البصري في الجزائر منذ سنة 2012 طفرة وعلامة فارقة في عدد البرامج الاجتماعية مقارنة بالسنوات السابقة، وبالرغم من أن القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بنظر القانون ليست إلا مجرد مكاتب لقنوات أجنبية تنشط بالجزائر ولم تأخذ طابعها القانوني الرسمي كقنوات جزائرية خاصة، إلا أن هذه الأخيرة أحدثت زلزالاً على مستوى البرامج الاجتماعية المقدمة للمشاهدين الجزائرية وساهمت في تغيير اتجاهات الجمهور نحو عدد كبير من القضايا، ومن هذا المنطلق سنحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على البرامج الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية

² سليم العايب، حكيمة بوطبال، التلفزيون و المسألة الاجتماعية نشر عبر الموقع الإلكتروني Platform :http
almanhal.Com/files/2/68421; شوهد بتاريخ 2021/02/15.

الإطار المنهجي للدراسة

الخاصة في الجزائر من خلال دراسة اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية التي تعتبر نموذجا لدراستي.

و عليه فأن دراستي تتطرق من طرح الإشكالية التالية:

ماهي اتجاهات طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق tv؟

2- التساؤلات:

➤ هل تختلف اتجاهات الجمهور باختلاف متغيراتهم الديموغرافية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق tv؟

➤ ما هي دوافع الطلبة لمشاهدة قناة الشروق tv ؟

➤ ما هي الاشباع التي تحققها مشاهدة البرامج الاجتماعية بالنسبة لعينة الدراسة ؟

➤ ما هي القضايا والمشكلات التي تطرحها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv ؟

➤ ما هي اتجاهات طلبة قسم الإعلام والاتصال نحو البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv ؟

3- أهمية الدراسة :

تكتسب الدراسة أهمية كبيرة من حيث طبيعة الموضوع الذي تتناوله، وهي الاتجاهات التي تعد مؤشراً مهما يعطينا تصوراً منظماً للسلوك البشري، وخاصة إذا تعلق الأمر بموضوع الأحداث الجارية لما لها من أهمية وانعكاس على الواقع السياسي والاقتصادي و حتى الاجتماعي الذي يعيشه الفرد، وان تغطية الأحداث والمواضع الجارية هي ضرورة جدا بالنسبة إلى القنوات الفضائية وهي أساس نجاحها، ومن هنا تكمن أهمية دراستنا التي تعنى بدراسة اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية للتعرف أكثر على خصائص هذا الجمهور وكيفية تلقيه للرسائل الإعلامية التي يحصل عليها من خلال مشاهدته لقناة الشروق الجزائرية.

4- أهداف الدراسة:

➤ التعرف على مدى تفاعل طلبة قسم الإعلام والاتصال مع البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.

➤ التعرف على دور البرامج الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الجمهور.

➤ الوصول إلى نتيجة علمية لتأكيد دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية

الإطار المنهجي للدراسة

➤ التعرف على الإشاعات والحاجات المختلفة التي تحققها مشاهدة البرامج الاجتماعية.

5- أسباب الدراسة:

أ- الأسباب الذاتية:

- الاهتمام بالقضايا والمواضيع الاجتماعية .
- لان الموضوع الذي تطرقت إليه هو في مجال تخصصي.
- الاهتمام الشخصي بدراسات الجمهور و الرغبة في التعمق و التوسع في هذا المجال.
- إعجابي الكبير بمحتوي البرامج الاجتماعية التي تبث على قناة الشروق.

ب- الأسباب الموضوعية:

- إثراء المكتبة الجامعية نظرا لقلة الدراسات التي تهتم بالدور الذي تلعبه البرامج الاجتماعية في اتجاه سلوك الأفراد.
- حب التطلع ومعرفة آراء الطلبة حول ما تبثه قناة الشروق من مضامين إعلامية في مجالها الاجتماعي.
- الرغبة في التعرف على خصائص أفراد العينة المتتبعين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وبالتحديد قناة الشروق الجزائرية.

6- مجال الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي ألي بحث علمي ، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي، أن لكل دراسة ثلاثة حدود رئيسية وهي: المجال المكاني ، المجال الزمني المجال البشري³.

المجال المكاني:

جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال.

³ فنتيجة كحيل ، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع فيسبوك نموذجا، مذكرة ماجستير قسم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة باتنة ، 2012 ص:33.

المجال الزمني :

تم الشروع في هذه الدراسة بداية شهر ديسمبر، أين بدأنا بجمع معلومات عامة التي تؤسس للجانب النظري لدارستنا ثم تحديد المشكلة البحثية بدقة وما يتبعها من إجراءات منهجية وضبط مسار خطة البحث والشروع في استكمال عناصرها مباشرة ، أما الجانب الميداني فكان خلال شهر أبريل

المجال البشري:

يتمثل في مجموع طلبة وطالبات المنتمين إلى قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة حيث اجمعنا على أخذ 80 طالب وطالبة من المستويين ليسانس و الماستر.

7- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث و الأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم و الأهداف و التفضيل و الاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وهذا من أجل الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية و التطبيقية للموضوع الدراسة و ثم الاعتماد على المنهج المسحي، وهذا ما ينطبق على دراستنا وقبل التعرض إلى تعريف المنهج المعتمد في هذه الدراسة وجب علينا تعريف المنهج وهو ضروري في أي دراسة و يعرف بأنه: الطريق الواضح، ونهج الطريق أبانه وأوضحه، و نهجه أيضا سلكه⁴ قال الله تعالى (لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا⁵)، وقال القرطبي: المنهاج : الطريق المستمر وهو المنهج والمنهج ، أي البين⁶ . و المنهج كما يراه حامد ربيع : هو طريق الاقتراب من الظاهرة، وهو في سبيل الوصول إلى ذلك الهدف الذي تحدد مسبقا⁷.

ومنهج المسح هو الأنسب لدارستنا لأنها تستهدف وصف الظاهرة المبحوثة وواقعها ويعرف **منهج المسح** بأنه: أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة و ذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تعبيرها بطريقة موضوعية و لما تتسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة⁸.

⁴ حمد بن أبي بكر الرازي ، مختار الصحاح لبنان ،بيروت : المكتبة الأموية، 1978 ،ص:681.

⁵ سورة المائدة، الآية : 48.

⁶ محمد بن أحمد القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن ،ج6، القاهرة : دار الحديث 1994،ص:202.

⁷ محمد شليبي، المنهجية في التحليل السياسي مفاهيم، المناهج، الاقتراب والأدوات، القاهرة ، 1996،ص:14.

⁸ محمد عبيدات و آخرون : منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل و التطبيقات، ط2 ،دار وائل ، الأردن، 1999 ،ص:84.

الإطار المنهجي للدراسة

ويعرفه أحمد بن مرسلّي بأنه: " هو طريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العالقات السائدة داخلها كما هي في حيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جميع البيانات والمعلومات المحققة لذلك"⁹.

ويعرفه أيضا الباحث حملي محمود فودة و عبد الرحمان صالح عبد الله بأنه : وصف ظاهرة معينة في الموقف الراهن فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة و العوامل المؤثرة فيها¹⁰

وقد تم اختياره دون المناهج الأخرى كونه يتوافق وموضوع الدراسة حيث يعتبر من المناهج المستعملة في الدراسات الوصفية، ستعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة لجمهور هذه الفضائيات الخاصة وهم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة.

8- أدوات الدراسة:

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء البحوث ولكي يجمع الباحث البيانات المتعلقة بموضوع بحثه على نحو علمي منظم فإنه يدقق في اختيار أدوات بحثه أو يعدها بنفسه لتناسب مشكلة بحثه وهدفه والطريقة البحثية التي اختارها لتنفيذ هذا البحث، وهذا ليتمكن من إثبات وتفسير نتائجه¹¹ ، فالأدوات البحثية وسائل مساعدة للحصول على البيانات اللازمة لموضوع البحث، كما تساعد على تحديد ما لدى الباحث من قدرات واستعدادات وطرائق تفكير وبحث ولذلك لا بد أن يكون لدى الباحث إلمام واف بمجموعة واسعة من الأدوات والوسائل وأن يكون على ألفة بطبيعة البيانات التي تؤدي إليها¹².

وعليه فقد استدعت دراستنا الاستعانة باستمارة استبيان : التي تعتبر إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين، أو موقف معين. ويتكون الاستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع¹³ ، وهدفنا من هذه الاستمارة هو محاولة التعرف على اتجاهات طلبة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv، وقد تم توزيع الاستمارة على أستاذ محكم هما: الزاوي محمد الطيب

وبعد وضع التصحيح قمنا بإعادة تصميم الاستمارة في صورتها النهائية.

⁹ أحمد بن مرسلّي، *مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال*، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004 ، ص285.

¹⁰ أحمد بن مرسلّي، المرجع نفسه، ص:289

¹¹ سهيل رزيق، *مناهج البحث العلمي*، د.ط، د.د.ن، فلسطين، 2003 ،ص: 45.

¹² المرجع السابق، ص: 46.

¹³ المرجع نفسه، ص: 46.

الإطار المنهجي للدراسة

وتتضمن الاستمارة أربعة محاور وهي كالآتي:

أولاً: البيانات الشخصية (المتغيرات الديموغرافية)

المحور الأول : أنماط مشاهدة جمهور الطلبة للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق tv ودوافعها.

المحور الثاني :الاشباع المتحققة من مشاهدة البرامج الاجتماعية بالنسبة لعينة الدراسة.

المحور الثالث : القضايا و المشكلات التي تعالجها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv.

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv.

9- مجتمع وعينة البحث:

ويقصد بمجتمع الدراسة جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق معينة عنها وقد تكون إعدادا كما في حالات تقييم مضمون وسائل الإعلام كما قد تكون برامج إذاعية تلفزيونية، أو نشرات إخبارية، أو أفلاما. وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج وهناك تعريف آخر لمجتمع الدراسة : هو المجتمع الذي يتم اختيار عينة منه والذي يتم تعميم النتائج عليه، وهو المجتمع الذي يمثل جميع الوحدات التي يتم دراستها لتحقيق نتائج الدراسة¹⁴، ويتمثل مجتمع دراستنا في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة.

مفهوم العينة:

العينة هي (طريقة من طرق البحث، وجمع البيانات، و تؤخذ العينة من مجموعة ما للانتقال من الجزء إلى الكل وللتوصل إلى الحكم على مجتمع في ضوء بعض الأفراد¹⁵) و اتجهنا نحو أسلوب بحث العينات، نابع من المميزات التي يتمتع بها البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصص الشامل ومن أهمها:

- اختصار في الجهد والاقتصاد في التكاليف.

¹⁴ سهيل رزيق، مناهج البحث العلمي، د.ط، د.د.ن، فلسطين، 2003، ص: 45.

¹⁵ عبد اللطيف شريف عبد الغني حاج مبارك ، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، (جامعة المسيلة ، 2016/2017 ، ص:21.

الإطار المنهجي للدراسة

- يمكن البحث عن طريق العينة من الحصول على إجابات دقيقة إذا تم استخدام جزء من المجتمع الكلي¹⁶.

في تعريف آخر هي: عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. **نوع العينة**: اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية أو العمدية لأننا توجهنا إلى الأفراد الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق اعتقادا منا أن هذه العينة ستفيدنا في الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بهذه القنوات و الإشباع التي تحققها لهؤلاء الأفراد.

وتعرف **العينة القصدية** بأنها: العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم.¹⁷

و في تعريف آخر يقصد بها: العينة التي يعتمدها الباحث لأنها تتكون من وحدات معينة اعتقادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل ، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع وهذه تعطي نتائج أقرب ما تكون إلى نتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث بمسح المجتمع كله.¹⁸

و من أجل ذلك اخترنا عينة مكونة من 80 مفردة من طلبة وطالبات بجامعة ورقلة قسم علوم الإعلام والاتصال حيث تم توزيع الاستمارة على المعنيين بطريقة قصدية خلال شهر افريل مدة يومين بمعدل 11 سنة الثانية إعلام و اتصال و 11 سنة الثالثة ليسانس إعلام و 11 سنة الثالثة اتصال، 11 سنة أولى ماستر اتصال جماهيري و 11 سنة الثانية اتصال جماهيري و 11 سنة أولى ماستر سمعي بصري و 11 سنة الثانية ماستر سمعي بصري.

10- تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة:

الاتجاه: تعريف الدكتور أحمد عبد اللطيف وحيد بأنه: "أسلوب منظم منسق في التفكير و الشعور ورد الفعل تجاه الناس و الجماعات و القضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة"¹⁹.

¹⁶ رشيد زرواتي ، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الهدى ، الجزائر 2007، ص: 346

¹⁷ محمد عبيدات و آخرون : منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل و التطبيقات، ط2 ،دار وائل ، الأردن، 1999 ،ص:84.

¹⁸ فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة ، أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ،ط1، 2000، ص:196.

¹⁹ أحمد عبد اللطيف وحيد، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الميسرة للطباعة والنشر، الأردن، 2001 ، ص:41.

الإطار المنهجي للدراسة

وتعرف **الاتجاهات** بأنها : " استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجة لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلبيًا أو إيجابيًا نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلفية والاجتماعية²⁰.

التعريف الإجرائي:

فمفهوم الاتجاهات في دراستنا يقترب من التعريف السابق ذكره حيث نحاول معرفة اتجاهات جمهور قناة الشروق الجزائرية نحو مشاهدته للبرامج الاجتماعية بحيث تعنى دراستنا بدراسة الاتجاه الذي يعبر عن الموقف الذي يتخذه الملقى إزاء القضايا المطروحة إما بالقبول أو بالرفض وهذا نتيجة الخبرات التي يمر بها المتلقي و التي تؤثر في اتجاهاته.

الجمهور: يعرفه **علي قسايسية** على أنه اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها و في مختلف مراحل تطورها²¹.

كما أن مصطلح جمهور يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهورها و تطورها بانتشار استعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة وما بعد الحداثة²².

التعريف الإجرائي:

فدراستنا تهتم بجمهور المشاهدين والمتابعين لبرامج ومحتويات إعلامية مختلفة وهم مجموعة من الأشخاص الذين يشتركون في مشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية التي تعرض عبر مختلف الفضائيات.

تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية و مشاكلهم و طموحاتهم وأدائهم و اجتهاداتهم²³.

²⁰ رشيد حسين أحمد البراوي ، اتجاهات النفسية حول عمل المرأة، ط1، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان ، 2013، ص: 50.

²¹ علي قسايسية ، المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي ، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر ، اطروحة لشهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر ، 2006/2005 ، ص:36.

²² علي قسايسية ، المرجع سبق ذكره ، ص: 37.

²³ براهيم عزيز ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية و الثقافية ، ط 1 ، دار الكتاب الحديث ، 2012 ، ص:197.

11- الدراسات السابقة:

تشير إلى الدراسات التي درست في نفس المجال الخاص للمشكلة التي يقوم بدراستها الباحث بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج للمشكلة المطروحة إضافة مباشرة إلى نتائج الدراسات السابقة، ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية، أو الفروض البحثية، وصياغة الإطار النظري وتفسير النتائج الخاصة بالبحث²⁴.

1- دراسة أشرف محمد مازن المناصير، 2010-2011 بعنوان: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC 1²⁵.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1 شمل مجتمع الدراسة جميع الطلبة في جامعتي الأردنية والبتراء، أما العينة فتكونت من 445 طالبا وطالبة وقد اعتمد الباحث على مصدرين رئيسيين لجمع المعلومات والبيانات هما البيانات الأولية والثانوية. استخدم الباحث الوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة، كما تم اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط إضافة إلى استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وذلك لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للطلبة المبحوثين. وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

- ✓ وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة mbc1.
- ✓ وجود اختلافات في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة mbc1.
- ✓ وجود تأثيرات للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة mbc1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.
- ✓ وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة mbc1. وعلى ضوء النتائج قدم الباحث عددا من التوصيات أبرزها:

²⁴ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص: 91-92.

²⁵ أشرف مازن محمد المناصير، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة mbc1، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الأردن، كلية الإعلام، 2010-2011، ص: 11-12.

الإطار المنهجي للدراسة

- ✓ ضرورة استمرار قناة mbc1 في تحسين طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها كونها تواجه منافسة من الفضائيات العربية.
- ✓ ضرورة اهتمام قناة mbc1 بقراءة وفهم الاحتياجات الحقيقية الثقافية والترفيهية للمشاهد العربي ومحاولة تلبيتها بما ينسجم مع قيمه الثقافية والحضارية.
- ✓ ضرورة استمرار قناة mbc1 في تقديم مواد درامية مناسبة من حيث الشكل والإخراج والمضمون وبشكل يتوافق مع الأحداث التي تغطيها هذه الدراما.
- ✓ ضرورة إدراك قناة mbc1 لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة لدورها المهم في تشكيل اتجاهات الطلبة ورفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد²⁶.

2- دراسة نديم ربحي مصطفى الحسن، 2008 بعنوان: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو

المحطات الفضائية العربية²⁷.

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 ثلاثة أجزاء:

▪ **الجزء الأول:** البيانات الشخصية.

▪ **الجزء الثاني:** عادات وأنماط المشاهدة.

▪ **الجزء الثالث:** تقييم المحطات الفضائية العربية.

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة أما عينة الدراسة فقد شملت 5 جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بطريقة عشوائية بسيطة وهي: اليرموك، الهاشمية، الحسين ابن طلال، البتراء، جرش، وبلغ عدد الاستبانات الموزعة 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، روتانا، الجزيرة الإخبارية LBC وتصدر الإشارة إلى مجمل المحطات الفضائية العربية.

²⁶ اشرف مازن محمد المناصير، مرجع سبق ذكره، ص: 11-12.

²⁷ نديم ربحي مصطفى الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، الأردن، 2008، ص: 13-14.

الإطار المنهجي للدراسة

- ✓ جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: الفضائية المصرية الاقتصادية chatco.
- ✓ اتفق معظم الطلبة على أن الكليات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.
- ✓ جاء نوع المحطات الدراما (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.
- ✓ يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من 1 إلى 2 ساعة يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى 4 ساعات أو أكثر في أيام العطل ونهايات الأسبوع.
- ✓ فترة السهرة من 8 إلى 11 مساءً هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.
- ✓ الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل.
- ✓ 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، وأيام العطل ونهاية الأسبوع.
- ✓ تقديم برامج موجهة للشباب تنهض بهم ثقافياً ومعرفياً، وتزودهم بالعلم والتسلية الهادفة²⁸.

3- دراسة صندلي عبد اللطيف و شوبوية العيد، 2017 بعنوان " اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية على قناة الشروق tv وهي مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال سنة ،أنجزت بجامعة ورقلة²⁹.

وتمحورت إشكالية الدراسة بطرح السؤال الآتي: فيما تتمثل اتجاهات الأسر الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق tv ؟

فقد انطلق الباحث من التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ما دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق وما هي الإشباعات التي تحققت منها؟

²⁸ نديم ربحي محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص: 13- 14.

²⁹ صندلي عبد اللطيف و شوبوية العيد، اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية على قناة الشروق tv ، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال سنة 2017 ، جامعة ورقلة، ص:

الإطار المنهجي للدراسة

- ✓ ما هي أهم القضايا و المشكلات التي تطرحها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق ؟
 - ✓ ما طبيعة اتجاه الأسر الجزائرية نحو طريقة أداء البرامج الاجتماعية لقناة الشروق ؟
- حيث تهدف هذه الدراسة للكشف و التعرف على الدوافع التي تحت الأسر الجزائرية على مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق الجزائرية وكذا التعرف على تفاعلهم إزاء مشاهدة هذه البرامج وعلى الفئات الأكثر تتبع لها.
- وبهذا استعان الباحث بمنهج المسح الاجتماعي حيث تلخصت الدراسة إلى عدة استنتاجات أهمها:
- ✓ أن معظم أفراد العينة كانوا في سن الشباب، وكان معظمهم من المستوى الثانوي و الجامعي.
 - ✓ من بين الأهداف التي تسعى إليها الأسرة الجزائرية لتحقيقها من قناة الشروق tv هي الاطلاع على أحوال المجتمع.
 - ✓ إن البرامج الاجتماعية التي تطرحها القناة تراعى مبادئ و قيم الأسر الجزائرية، و أكثر القضايا تناولاً في قناة الشروق tv وهي قضية تشرد الأطفال، وقضايا الطلاق في برنامج خط أحمر من أكثر البرامج تناولاً لمثل هذه القضايا.
 - ✓ الطريقة التي تعتمدها القناة تتناسب مع مضمون البرامج الاجتماعية باعتمادها على بساطة اللغة وكذلك حسن اختيار الوقت والصور المناسبة ، بإضافة إلى الشخصيات التي تستضيفها قناة الشروق.
- و تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كونها تسلط الضوء على اتجاهات الأسر الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية دراسة مسحية على عينة من أسر بلدية حاسي بن عبد الله في الوقت الذي تهتم فيه دراستنا بالجمهور المشاهد والمتتبع للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق الجزائرية و الاتجاهات بشكل خاص التي تتكون لدى الجمهور إزاء القضايا والمشكلات الاجتماعية وهذا بأخذ عينة من طلبة جامعة البليدة "2".
- 4- دراسة صيام الحاج جعفر الصادق ، 2016 بعنوان " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية للقناة الشروق الجزائرية الخاصة " وهي مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، بجامعة سعيدة³⁰.**
- وتمحورت إشكالية الدراسة في: اتجاه الطلبة نحو البر امج الإخبارية لقناة الشروق tv الجزائرية ودوافع إقبال الطلبة على برامج القناة و عادات مشاهدتهم القناة و الاشباعات المحققة من ذلك.
- وفي المقام هذا فقد انطلق الباحث من التساؤلات الآتية:
- ✓ ما نسبة مشاهدة المبحوثين لقناة الشروق و بالأخص البرامج الإخبارية التي تقدمها ؟

³⁰ صيام الحاج جعفر الصادق ، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية للقناة الشروق الجزائرية الخاصة ، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة سعيدة، 2016، ص:

الإطار المنهجي للدراسة

- ✓ ما دوافع مشاهدة البرامج الإخبارية للقناة وعدمها من قبل المبحوثين ؟
- ✓ ما هي انعكاسات البرامج الإخبارية للقناة على الطلبة ؟

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة الشروق الجزائرية والدوافع والعادات و الاشباعات المحققة من مشاهدتهم لها و تفاعلهم سواء بالسلب أو الإيجاب.

ومن خلال إطلاعنا على محتوى هذه المذكرة وجدنا بأن الباحث لم يتطرق إلى طبيعة المنهج المستخدم في دراسته رغم تطرقه في العنوان إلى دراسة عينة من طلبة جامعة سعيدة. وقد تلخصت الدراسة في عدة استنتاجات من أهمها:

✓ أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون البرامج 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 و أبعادها بمتوسط(3.84%).

✓ أن الاشباعات المحققة للطلبة جراء التعرض لبرامج قناة الشروق تكمن في حصولهم على معلومات صادقة بمتوسط 3.78 % و تحقيق القدرة على تحليل الأخبار و الأحداث بمتوسط 3.45 % .

✓ أن دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج قناة الشروق له تأثير إيجابي على مشاهدة برامجها. و تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كونها تسلط الضوء على البرامج الإخبارية واتجاهات الطلبة نحو مشاهدة هذه البرامج . دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة سعيدة (قناة الشروق نموذجاً) في الوقت الذي تهتم فيه دراستنا بالبرامج الاجتماعية والاتجاهات بشكل خاص في تكوين الجمهور (طلبة جامعة البليدة 2) إزاء قضايا المجتمع.

5-دراسة زواوي الحاج سعد ،2012-2013، بعنوان "اتجاهات الجمهور نحو البرامج

الإخبارية لقناة الجزيرة " دراسة ميدانية على عينة من جمهور ولاية ورقلة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الاتصال، بجامعة محمد خيضر بسكرة³¹.

³¹ زواوي الحاج سعد ، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، دراسة ميدانية على عينة من جمهور ولاية ورقلة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الاتصال، بجامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013، ص:11-12.

الإطار المنهجي للدراسة

وقد لخص الباحث إشكالية الدراسة في السؤال التالي: ما هي اتجاهات الجمهور نحو قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟

للإجابة على هذه الإشكالية صاغ الباحث التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ما هي أنماط و عادات مشاهدة قناة الجزيرة الإخبارية عند جمهور الدراسة؟
- ✓ ما هي دوافع إقبال الجمهور على متابعة برامج قناة الجزيرة؟
- ✓ ما هي انعكاسات تأثير القناة على القيم الاجتماعية والثقافية لدى جمهور الدراسة؟
- ما هي المحددات الديمغرافية التي ترتبط بهذا التأثير؟
- وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة درجة إقبال الجمهور الجزائري على برامج قناة الجزيرة وكشف عادات و أنماط المشاهد من حيث الحجم و الأسباب الفعلية وراء الإقبال على برامج هذه القناة، وبهذا استعان الباحث بالمنهج المسح الوصفي.
- وخلصت الدراسة إلى عدة استنتاجات أهمها:
- ✓ ضعف الخدمة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري.
- ✓ تصدر قناة الجزيرة الإخبارية نسبة متابعة 10.55 من المائة من بين أهم خمس قنوات .
- ✓ إن ابرز محدد يؤثر في عادات و أنماط المتابعة هو حالة النشاط والنوع وبدرجة أقل الحالة الزوجية .
- ✓ إن لقناة الجزيرة تأثير إيجابي لدى مفردات العينة خاصة من حيث الجوانب المعرفية في حين مثلت التأثيرات النفسية و السلوكية أضعف نسب التعبير .
- ✓ وساهم في توجه الجمهور نحو برامج القناة الجزيرة مهنية أداء مقدمي البرامج.
- وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كونها تتحدث عن قناة الجزيرة العربية و برامجها خاصة الإخبارية منها واتجاهات الجمهور الجزائري نحوها في الوقت الذي تهتم فيه دراستنا بقناة الشروق الجزائرية وبرامجها الاجتماعية وكيفية طرحها للمواضع التي تهتم الجمهور الجزائري والقيم الأخوذة منها.

الإطار المنهجي للدراسة

6- دراسة هني سمية 2016، بعنوان: "اتجاهات طلبة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv" دراسة ميدانية³².

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة جامعة مسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv، تحت التساؤل الرئيسي: ماهي اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv؟

و قدتم الاعتماد على أداة الاستمارة لعينة من 80 مفردة، حيث تم انتقاء هذه العينة بأسلوب العينة القصدية وسعت هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات التالية:

- ✓ ماهي عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة المسيلة للبرامج الاجتماعية ؟
 - ✓ ماهي دوافع مشاهدة طلبة جامعة المسيلة للبرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv؟
 - ✓ هل تحقق قناة الشروق ببرامجها الاجتماعية إشباعا لرغبات واحتياجات طلبة جامعة المسيلة؟
 - ✓ ما تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها البرامج الاجتماعية بقناة الشروق في تشكيل اتجاهات طلبة جامعة المسيلة؟
- وقد خلصت الدراسة إلى مايلي:

✓ أسفرت نتائج الدراسة أن الإناث في عينة الدراسة يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق أكثر من الذكور بنسبة 44 %يرجع هذا إلى عدم مراعاة عامل الجنس فعندما تم توزيع الاستمارة تم التركيز على العينة التي تشاهد البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.

✓ أن اغلب المبحوثين يشاهدون البرامج الاجتماعية بشكل متفاوت، ورغم هذا التفاوت استطاعت هذه القناة أن تجذب إليها الجمهور من خلال تناول مختلف القضايا والأحداث التي تهم الجمهور والطلبة الجامعيين خاصة بعدما كان يشاهد قنوات أخرى.

✓ من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أن قناة الشروق استطاعت أن تؤثر على الجمهور المشاهد من خلال تنوع البرامج ومعرفة أذواق الجمهور الإعلامية ، بالإضافة إلى أن قناة الشروق تتمتع بحرية في بث ونقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور وهذا ما هو غير موجود في التلفزيون العمومي الذي يتحفظ في نشر الحقائق.

✓ ومن النتائج المتوصل أن أغلب أفراد العينة قد وافقوا على أن البرامج الاجتماعية بقناة الشروق تتوافق مع قيم الجمهور وثقافته نحو القضايا التي تطرح وهذا دليل على أن قناة الشروق تحافظ على ثقافة الجمهور المشاهد.

✓ لقد وافق أفراد العينة على أن قناة الشروق استطاعت أن تتطور في الأداء المهني من خلال المضمون الإعلامي وهو اتجاه ايجابي.

³² هني سمية، اتجاهات طلبة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق tv، دراسة ميدانية، جامعة المسيلة، 2016، ص:4-5.

الإطار المنهجي للدراسة

✓ وافق أفراد العينة على أن قناة الشروق تقوم بالحفاظ على هوية المجتمع وهو أيضاً اتجاه إيجابي.

7- دراسة قبلان عبده قبلان حرب 2008، بعنوان: اتجاهات المشاهدين نحو البرامج و الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني³³.

هدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات المشاهدين نحو البرامج و الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني في الفترة ما بين 10-110-2007 ولغاية 31-03-2008 أي للدورة البرمجية الأخيرة من عام 2007، والدورة البرمجية الأولى لعام 2008، في إطار نظريتي الاستخدامات و الاشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، ولتحقيق ذلك تم استخدام منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة عمدية قصدية من المجتمع الأردني بلغت (600) مفردة، وتم اختيارهم من جميع محافظات المملكة الاثنتي عشر، وقد خلصت الدراسة الى مايلي:

✓ إن 91.2% من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني، بينما 8.2% لا يتعرضون له.

✓ أكثر الأنماط البرمجية مشاهدة من قبل افراد العينة هي البرامج الإخبارية بنسبة 52.2%.

✓ إن 30.9 من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني اقل من ساعة.

تعتبر الدراسات السابقة ذات أهمية لدى فئة كبيرة من الباحثين والأكاديميين، وقد يستفيد الباحثون والجهات المعنية بشرط أن تكون هذه الدراسات تتعلق بمضامين بحوثهم أو تقترب منهما في الإجابة على تساؤلات الدراسة أو تحقق أهدافهم من خلال ما توصل إليه الباحثون من نتائج قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية، ونلاحظ أن الدراسات التي اعتمدها في هذه الدراسة قد تناولت الى حد كبير جوانب الدراسة لموضوع الاتجاهات.

✓ ساعدتنا الدراسات السابقة في التعرف أكثر على كيفية تحديد مسارات دراستنا.

✓ عالجت الدراسات السابقة موضوع الاتجاهات بتعمق كبير.

✓ ساهمت الدراسات السابقة خاصة الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا، في تسهيل عملية البحث.

³³ قبلان عبده قبلان حرب، اتجاهات المشاهدين نحو البرامج و الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، عمان، 2008، ص:3.

12- المقترح النظري للدراسة:

تعتبر بحوث الاستخدام والإشباع من المقاربات التي تتدرج ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من قرن الماضي وتركز على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام و الاتصال والتعرض إليها من مختلف فئات الاجتماعية في محاولة لربط بين هذه الأسباب والاستخدام من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد.

ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام و الاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم و كذلك حول العائد و الإشباع الذي يتحقق منه.

أ- مفهوم نظرية الاستخدامات و الإشباع:

وتعنى تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وأورد مساعد ل محيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنها ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات الحاجات، و دوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة، وذكر محمد عبد الحميد أن الحاجة هي: افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية وذكر أن الدافع هو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير و التكيف مع البيئة³⁴.

يطلق عليها البعض نموذجا والبعض الآخر مدخل ويطلق عليها آخرون منظور ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف كاتز وبلومر 1974 ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر³⁵.

ومن وجهة نظر كاتز وبلومر فإن مدخل الاستخدامات والإشباع يعني بما يلي :

✓ الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

✓ الاحتياجات التي يتولد عنها

✓ توقعات من وسائل الإعلام تؤدي الى:

- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها :

• اشباعات للاحتياجات.

• ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.

³⁴ علي عبد الفتاح كنعان ، نظريات الاعلام ، ط1، دار البازوري ،عمان ، 2014 ، ص:175.

³⁵ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، دم.ن، 2003 ،ص: 251.

ب- فروض النظرية:

وعلى ذلك فهذه النظرية تستند على الافتراضات التالية:

✓ أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة لتوقعاتهم .

✓ الربط بين الرغبة في إشباع حاجة معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق.

التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

✓ يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، ويدوافعه واهتماماته فهو الذي يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

✓ الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.³⁶

وذكر محمد بشير أن (ليتيل جون) أكد أن هناك خمسة أبعاد للنظرية وهي:

▪ افتراض الجمهور النشط.

▪ الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.

▪ دوافع الجمهور و حاجاته من وسائل الإعلام.

▪ التوقعات من وسائل الإعلام.

▪ إشباعات وسائل الإعلام.³⁷

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات الى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:

▪ التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

▪ توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام

▪ التركيز على ان فهم عملية الاتصال الجماهيرية يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

³⁶ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ص:253.

³⁷ علي عبد الفتاح كنعان ، مرجع سبق ذكره ،ص: 178-179.

ج- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام

يقسم (لورانس وينز) الإشباعات إلى نوعين هما:

- 1- إشباعات المحتوى: و تنتج نتيجة التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين:
 - أ- إشباعات توجيهية: وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
 - ب- إشباعات اجتماعية: و المراد بيها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.
- 2- إشباعات عملية: و تنتج عن عملية الاتصال بوسيلة محددة و هي نوعين:
 - أ- إشباعات شبه توجيهية: و تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية و الترفيه و الإثارة . إضافة إلى ذلك هناك.
 - ب- الإشباعات شبه الاجتماعية: مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و بالعزل.
- د- أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

✚ إن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة. مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة وهذه المفاهيم ليست لهل تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.

✚ إن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد إلى آخر .ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى

✚ تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهاذف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.

✚ تنظر البحوث التي تستند الى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، فحين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر³⁸.

³⁸ محمود حسن إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص:255.

الإطار التطبيقي للدراسة

الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: لمحة عن قناة الشروق الجزائرية

المطلب الأول: بطاقة فنية لقناة الشروق tv.

المطلب الثاني: ابرز البرامج التي تقدمها قناة الشروق لسنة 2021.

المطلب الثالث: شعارات قناة الشروق tv.

المبحث الثاني: التحليل الكمي و الكيفي للنتائج

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

المطلب الثاني: تحديد إتجاه أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

المطلب الثالث: النتائج العامة للدراسة

المبحث الأول: لمحة عن قناة الشروق tv

تعد قناة الشروق الجزائرية من بين أهم القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية، وقد انطلق البث التجريبي الأول لها في عيد الثورة المصادف للأول من نوفمبر عام 2011 وذكري لتأسيس جريد الشروق اليومي على القمر الصناعي نايل سات تردد 11603 أفقي، وقد اتخذ مكتباً بالجزائر أما الانطلاق الفعلي الرسمي للقناة فكان مع بداية العام الجديد 2012، أي بعد ثلاثة أشهر من البث التجريبي تبث قناة الشروق مجموعة من البرامج وجملة من الأشرطة الوثائقية والتنقيفية، و الفورمات المنعقدة بالجريدة في أوقات سابقة بالإضافة إلى أناشيد وطنية وآراء المشاهدين و القراء، وقد حققت صحيفة الشروق اليومي نسبة مبيعات عالية اعتبرت الأكبر في تاريخ الصحافة الجزائرية خاصة في الأزمنة الجزائرية المصرية على خلفية المباريات المؤهلة لمونديال جنوب إفريقيا 2010، وبعد الهجمة الإعلامية الكبيرة التي تتبثها بعض القنوات المصرية أعلنت الشركة المالكة للصحيفة نيتها في إطلاق شبكة تلفزيونية جزائرية خاصة في بداية 2011، وذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال الحديث كموقع لليوتيوب، إلا أن إطلاق القناة تأخر إلى عام 2012 لتصبح بذلك ثاني القنوات الفضائية الخاصة بعد انطلاق النهار¹.

المطلب الأول: بطاقة فنية للقناة الشروق tv²

معلومات عامة

الشعار بالعربية (قناة كل العائلة)

التأسيس: 01 نوفمبر 2011.

النوع: إعلام.

البلد: الجزائر.

المقر الرئيسي: الجزائر العاصمة القبة.

المالك: مجمع الشروق للإعلام و النشر.

الموقع الرسمي: <http://www.Echouroukonline.com>

¹ منتديات ستار تايمز، القنوات الفضائية الخاصة عندما تتحول الى علب فضاء،

<http://www.startimes.com/f.aspx?&=34759102> 13/05/2021 22h14

²-<http://are.wikipedia.org/> 27.04.2021/14.30.

المطلب الثاني: ابرز البرامج التي تقدمها قناة الشروق لسنة 2021.

- ✓ برنامج أولادنا تحت جناحنا.
- ✓ برنامج خط أحمر.
- ✓ اللي فات مات.
- ✓ افتح قلبك.
- ✓ الشروق تحقق.
- ✓ برنامج خيرات بلادي.
- ✓ برنامج الصحة للجميع.
- ✓ برنامج وفعلوا الخير.
- ✓ برنامج لغز الجريمة.
- ✓ برنامج أحكي حكايتك.
- ✓ برنامج ستار نيوز.
- ✓ برنامج ألو شاف.
- ✓ برنامج مع عمو يزيد.
- ✓ برنامج ماستر شاف.
- ✓ برنامج صباح الشروق¹.

¹-<http://mavise.obs.coe.nt> / 27.04.2021/15.00.

المطلب الثالث: شعارات قناة الشروق tv

الشروق TV

شعار قناة الشروق tv (مارس 2012 - جوان 2012)



شعار قناة الشروق tv (أفريل 2013 - أكتوبر 2014)



شعار قناة الشروق tv (أكتوبر 2014 - إلى يومنا هذا)



شعار قناة الشروق tv (19 مارس 2014)

الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الثاني: التحليل الكمي و الكيفي للنتائج

المطلب الأول : خصائص عينة الدراسة.

1- الجنس

جدول رقم 01 يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.

الجنس		
النسبة	التكرار	
32,5	27	ذكر
67,5	56	أنثى
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يوضح لنا الجدول رقم 01 توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث احتلت المرتبة الأولى الإناث بنسبة 67.5%، أما بالنسبة للذكور فكانت النسبة 32.5 % ومن الملاحظ هنا أن الإناث يفوق عدد الذكور في العينة ويمكن تفسير هذا أنه عندما تم توزيع الاستمارة تصادفنا مع الإناث أكثر من الذكور وكذلك وجود نسبة الإناث أكثر من الذكور في قسم علوم الإعلام والاتصال.

2- السن

جدول رقم 02 يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.

السن		
النسبة	التكرار	
26,5	22	أقل أو يساوي 20 سنة
44,6	37	من 21 إلى 25 سنة
16,9	14	من 26 إلى 30 سنة
12,0	10	31 سنة فما فوق
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول رقم 02 كذلك؛ يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة أغلبهم من فئة 21-25 سنة هي الأكثر مشاهدة و تعرض للبرامج الاجتماعية ، بحيث بلغ عددهم 37 و هذا بنسبة 44.6% و التي تمثل فئة الشباب ، ثم تليها فئة أقل من 20 سنة بحيث قد بلغ عدد أفراد هذه الفئة

الإطار التطبيقي للدراسة

22 أي بنسبة 26.5 %، أما فئة 26-30 سنة فقد بلغ عددهم 14 بنسبة قدرها 16.9 %، في حين أن فئة أكثر من 31 سنة وهي الفئة الضئيلة فقد بلغ عددهم 10 بنسبة قدرها 12%.

3- المستوى التعليمي:

جدول رقم 03 يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
39,8	33	ليسانس
60,2	50	ماستر
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من الجدول رقم 03 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث نلاحظ من خلاله أن الماستر يأتي في المستوى الأول بنسبة 60.2%، تليها الليسانس بنسبة 39.2 %، وهذا راجع الى أن طلبة الماستر هم أكثر اهتماما بالبرامج الاجتماعية بقناة الشروق مقارنة مع طلبة الليسانس، أيضا تصادفنا بطلبة الماستر أكثر من طلبة الليسانس كذلك نستطيع تفسير ذلك بحسب التوقيت الدراسي ، حيث نجد أن طلبة الماستر لهم نوع من وجود الفراغ في التوقيت الدراسي وهذا ما يساعدهم على المتابعة، مقارنة مع طلبة الليسانس حيث أن التوقيت الدراسي لا يسمح لهم بالمتابعة نظرا لأنهم مشغولين بدراساتهم والمتابعة تكون قليلة.

4- مشاهدي قناة الشروق:

الجدول 04 يوضح توزيع أفراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق.

النسبة	التكرار	
7,2	6	دائما
47,0	39	أحيانا
45,8	38	نأذرا
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال قراءتنا للجدول يتبين لنا أن أفراد العينة الذين يشاهدون القناة (أحيانا) كانت الغالبة بنسبة 47 %، ثم تليها الطلبة الذين يشاهدون بصفة (نأذرة) بنسبة 45.8 %، وفي المرتبة الثالثة كانت من نصيب الطلبة الذين كانت مشاهدتهم (دائمة) بنسبة 7.2 % فقط، ويعود ارتفاع

الإطار التطبيقي للدراسة

نسبة المشاهدة أحيانا الى تعدد وسائل الإعلام وتتوعها حيث أن الفرد لا يستطيع أن يقضي معظم وقته في مشاهدة القنوات الخاصة وعلى رأسها قناة الشروق لذا نجده ينوع في اختياراته أثناء تعرضه للوسائل الإعلامية بين الصحف والأنترنيت ، كما يمكن تفسير ذلك الى انشغال أفراد العينة أي الطلبة بدراساتهم وارتباطات أخرى راجعة إلى كذلك الى اقامتهم الجامعية مما قد يكون عائقا في المتابعة أما الذين يشاهدون دائما فهم نسبة قليلة وهم أولئك الذين وجدوا فيها وسيلة سهلة تتناسب مع إنشغالاتهم وأوقاتهم، ويتضح لنا كذلك من خلال الجدول أيضا أن الطلبة الذين يشاهدون بصفة نادرة يمكن تفسير ذلك أن بعض الطلبة لا يفضلون قناة الشروق لاتجاههم إلى وسائل الإعلامية أخرى على رأسها الأنترنيت.

المطلب الثاني: تحديد اتجاه أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

➤ أولا لدراسة المحور المتعلق بالمتغيرات الديموغرافية أي مدى تأثير البيانات الشخصية في توجهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV، لابد من طرح التساؤل عن مدى اختلاف أو عدم اختلاف هذا التوجه وذلك بدلالة كل من الجنس، السن، المستوى التعليمي فتستلزم منا هذه الخطوة صياغة فرضية رئيسية للتساؤل المطروح " هل تختلف اتجاهات الجمهور باختلاف متغيراتهم الديموغرافية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق TV؟ كالتالي:

🚩 اختبار الفرضية الرئيسية:

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي) على اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV.

وتتدرج ضمن هذه الفرضية الفرضيات الجزئية التالية:

1- الفرضية الجزئية الأولى:

H1₁: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV تعزى لمتغير الجنس عند مستوى دلالة 0.05.

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار فرق المتوسطين (ت) Independent Simple T - test لمعرفة فيما اذا كان توجد فروقات في إجابات العينة تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس) والجدول رقم (05) التالي يوضح ذلك.

الإطار التطبيقي للدراسة

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة في ما يلي:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للجنس
- أما الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للجنس

الجدول رقم 05: نتائج تحليل إختبار فرق المتوسطين Independent simples T-taste

لاتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية تبعا لمتغير الجنس:

الأبعاد	الجنس	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة Sig
القضايا والمشكلات	ذكر	27	4,3333	1,83973	,406	,686
	أنثى	56	4,1607	1,75579		
اتجاهات_الجمهور	ذكر	27	18,1111	4,00320	1,782	,079
	أنثى	56	16,7321	2,91386		
الاشباع_المتحققة	ذكر	27	8,1481	1,99429	-,391	,697
	أنثى	56	8,3214	1,65262		
الدوافع_والانماط	ذكر	27	26,2222	1,57708	1,723	,091
	أنثى	56	25,5714	1,68261		

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (05) أعلاه نلاحظ أن قيم المعنوية لجميع الأبعاد أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات العينة تعزى لمتغير الجنس؛ ونفس الملاحظة فيما يخص بعد القضايا والمشكلات حيث نجد أن مستوى المعنوية يساوي 0,686، اتجاهات الجمهور نجد أن مستوى المعنوية 0,079، والاشباع المتحققة 0,697، وبعد الدوافع وأنماط المشاهدة كان مستوى المعنوية عنده 0,091 وهي جميعها قيم أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس بين إجابات الذكور والإناث حول الأبعاد (دوافع وأنماط المشاهدة، الاشباع المتحققة من المشاهدة والقضايا والمشكلات المعالجة واتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية) وبهذا نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي مفادها عدم وجود فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للجنس.

2- الفرضية الجزئية الثانية:

H_{12} : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة

الشروق TV تعزى لمتغير السن عند مستوى دلالة 0.05.

الإطار التطبيقي للدراسة

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة في ما يلي:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعاً للمستوى التعليمي.
 - أما الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعاً للمستوى التعليمي.
- من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي **One Way Anova** لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي **المستوى التعليمي** والجدول الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم 06: نتائج تحليل التباين الأحادي (One - Way Anova) لاتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

ANOVA

الأبعاد	المستوى التعليمي	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الدوافع_والانماط	ليسانس	33	26,0909	1,62718	1,886	,173
	ماستر	50	25,5800	1,67929		
	Total	83	25,7831	1,66783		
الاشباع_المتحققة	ليسانس	33	8,4545	1,45969	,632	,429
	ماستر	50	8,1400	1,93791		
	Total	83	8,2651	1,76057		
القضايا_والمشكلات	ليسانس	33	4,3030	1,94430	,128	,722
	ماستر	50	4,1600	1,67039		
	Total	83	4,2169	1,77412		
اتجاهات_الجمهور	ليسانس	33	17,6970	3,36791	1,309	,256
	ماستر	50	16,8400	3,32191		
	Total	83	17,1807	3,34644		

المصدر : من مخرجات برنامج الـ **SPSS**

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (06) أعلاه نلاحظ أن قيم المعنوية لجميع الأبعاد (دوافع وأنماط المشاهدة، الاشباع المتحققة من المشاهدة والقضايا والمشكلات المعالجة واتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية) أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات العينة تعزى لمتغير السن؛ حيث نجد بعد دوافع وأنماط المشاهدة بمستوى معنوية يساوي 0,173 ، الاشباع المتحققة من المشاهدة نجد أن مستوى المعنوية 0,429، والقضايا والمشكلات المعالجة 0,722، وبعد اتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية كان

الإطار التطبيقي للدراسة

مستوى المعنوية عنده 0,256 وهي قيمة أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس بين اجابات أفراد العينة المدروسة باختلاف مستواهم التعليمي حول الإبعاد التي تقيس اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV وبهذا نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي مفادها عدم وجود فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للمستوى التعليمي.

3- الفرضية الجزئية الثالثة:

H1₃: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV تعزى لمتغير السن عند مستوى دلالة 0.05.

ولاختبار هذه الفرضية تم صياغة الفرضية الصفرية والفرضية البديلة في ما يلي:

- الفرضية الصفرية **H0** : لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للسن.
- أما الفرضية البديلة **H1**: توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للسن.

من أجل اختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي **One Way Anova** لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين إجابات عينة الدراسة والتي تعزى للمتغير الديموغرافي السن والجدول الموالي يبين ذلك:

الجدول رقم 07: نتائج تحليل التباين الأحادي (One - Way Anova) لاتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية تبعا لمتغير السن:

ANOVA						
الابعاد	السن	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الدوافع_والانماط	أقل أو يساوي 20 سنة	22	25,8182	1,56255	,430	,732
	من 21 إلى 25 سنة	37	25,6216	1,65582		
	من 26 إلى 30 سنة	14	25,7857	1,42389		
	31 سنة فما فوق	10	26,3000	2,31181		
	Total	83	25,7831	1,66783		
الاشباع_المتحققة	أقل أو يساوي 20 سنة	22	8,4091	1,89383	,187	,905
	من 21 إلى 25 سنة	37	8,2703	1,59249		
	من 26 إلى 30 سنة	14	8,2857	1,54066		
	31 سنة فما فوق	10	7,9000	2,46982		
	Total	83	8,2651	1,76057		

الإطار التطبيقي للدراسة

القضايا والمشكلات	أقل أو يساوي 20 سنة	22	4,0909	2,26588	,324	,808
	من 21 إلى 25 سنة	37	4,1351	1,53047		
	من 26 إلى 30 سنة	14	4,6429	1,59842		
	31 سنة فما فوق	10	4,2000	1,81353		
	Total	83	4,2169	1,77412		
اتجاهات الجمهور	أقل أو يساوي 20 سنة	22	17,0909	2,92622	,157	,925
	من 21 إلى 25 سنة	37	17,4054	3,14872		
	من 26 إلى 30 سنة	14	17,1429	4,76941		
	31 سنة فما فوق	10	16,6000	2,98887		
	Total	83	17,1807	3,34644		

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال ما يوضحه الجدول رقم (07) أعلاه نلاحظ أن قيم المعنوية لجميع الأبعاد (دوافع وأنماط المشاهدة، الاشباعات المتحققة من المشاهدة والقضايا والمشكلات المعالجة واتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية) أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة، وهذا يدل على وجود تجانس في إجابات العينة تعزى لمتغير السن؛ ونفس الملاحظة فيما يخص بعد دوافع وأنماط المشاهدة حيث نجد أن مستوى المعنوية يساوي 0,732، الاشباعات المتحققة من المشاهدة نجد أن مستوى المعنوية 0,905، والقضايا والمشكلات المعالجة 0,808، وبعد واتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية كان مستوى المعنوية عنده 0,925 وهي جميعها قيم أكبر من (0,05) مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة مما يدل على وجود تجانس بين اجابات أفراد العينة باختلاف أعمارهم حول الابعاد (دوافع وأنماط المشاهدة، الاشباعات المتحققة من المشاهدة والقضايا والمشكلات المعالجة واتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية) وبهذا نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي مفادها عدم وجود فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا لمتغير السن.

بناءً على نتائج اختبار الفرضيات الجزئية (H_{11} ، H_{12} ، H_{13}) فإنه تم نفي الفرضية الرئيسية للتساؤل المطروح التي مفادها توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي)، على اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV.

المحور الأول: أنماط مشاهدة جمهور الطلبة للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق TV ودوافعها.

الإطار التطبيقي للدراسة

1.1. إتجاه إجابات أفراد العينة حول مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية بقناة الشروق
الجدول 08 يوضح إجابات أفراد العينة حول مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية بقناة الشروق.

النسبة	التكرار	
3,6	3	دائما
44,6	37	أحيانا
51,8	43	نأثرا
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول رقم 04 كذلك يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة اطلبهم لا يشاهدون قناة الشروق تيفي لذلك نجد نسبتهم 51.8 % ويرجع تفسير ذلك الى تعدد القنوات الخاصة ووسائل الاتصال الحديثة،

2.1. إتجاه إجابات أفراد العينة حول ترتيب البرامج الاجتماعية حسب أفضلية مشاهدتها

الجدول 09 يوضح لنا ترتيب البرامج الاجتماعية حسب أفضلية مشاهدتها.

ترتيب البرامج من 1-5 حسب أفضلية المشاهدة لها		
الترتيب	التكرار	البرامج
1	31	وافعلوا الخير
2	28	أحكي حكايتك
3	25	افتح قلبك
4	22	الي فات مات
5	16	خط أحمر

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يوضح لنا هذا الجدول ترتيب البرامج الاجتماعية حسب أفضلية مشاهدتها حيث جاء في المرتبة الأولى برنامج وافعلوا الخير بتكرار 31 مرة يليها في المرتبة الثانية برنامج احكي حكايتك بتكرار 28 مرة كذلك برنامج افتح قلبك في المرتبة الثالثة بتكرار 25 مرة أما برنامج إلى فات مات فجاء في المرتبة الرابعة بتكرار 22 مرة وفي المرتبة الخامسة كان برنامج خط أحمر ويمكن تفسير هذا الترتيب أن برنامج وافعلوا الخير لقي شهرة واسعة من خلال القضايا المختلفة التي يعالجها والتي تأخذ

الإطار التطبيقي للدراسة

بالجانب الدين والأخلاقي ولما له من تأثير على تنمية الوازع الديني وهو أكثر متابعة من طرف الطلبة ثم تليه البرامج الأخرى احكي حكايتك وافتح قلبك والي فات مات وخط أحمر.

3.1. إتجاه إجابات أفراد العينة حول الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية:

الجدول 10 يوضح لنا الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية.

ما لحجم الساعي الذي تستغرقه في مشاهدتك لهذه البرامج		
النسبة	التكرار	
68,7	57	أقل من ساعة
26,5	22	ساعة
4,8	4	أكثر من ساعة
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يوضح لنا هذا الجدول الحجم الساعي الذي يستغرقه الطلبة في مشاهدة البرامج الاجتماعية، فكانت أقل من ساعة في المرتبة الأولى بنسبة 68.7 % يليها في المرتبة الثانية ساعة بنسبة 26.5 % وفي المرتبة الثالثة أكثر من ساعة، يمكن تفسير هذا أن الحجم الساعي المحدد لهذه البرامج عادة يقدر بساعة من الزمن ويكون وقت البث في الفترة المسائية أي وقت إنهاء الطلبة لدراساتهم ونستطيع تسميته بوقت الذروة الذي تكون فيه نسبة المشاهدة عالية.

4.1. إتجاه إجابات أفراد العينة حول إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية التي تبثها قناة:

الجدول 11 يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv.

هل تفضل مشاهدة البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق		
النسبة	التكرار	
45,8	38	عند بثها عبر شاشة التلفاز
32,5	27	المشاهدة عبر اليوتوب
21,7	18	متابعتها عبر صفحة البرنامج الخاصة في الفيسبوك
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول 11 كذلك؛ يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة أغلبهم يتابعون البرامج الاجتماعية عندما يتم بثها عبر شاشة التلفاز، فقد بلغت نسبتهم ككل 45.8% وهذا راجع إلى وقت بثه ليلاً الذي يتزامن مع وجود الأفراد في بيوتهم وهذا ما يسمح لهم بمتابعتها.

5.1. اتجاه إجابات أفراد العينة حول إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مدى تفاعلهم مع

البرامج الاجتماعية لقناة الشروق

الجدول رقم 12 يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة حسب مدى تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية لقناة

الشروق

في حالة الإجابة بنعم فيما يتمثل هذا التفاعل			
	التكرار	النسبة %	
البدائل	رسالة قصيرة sms	1	1,2
	البريد الالكتروني	2	2,4
	الصفحات الخاصة بالقناة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20	24,1
	Total	23	27,7
Manquant	Système	60	72,3
Total		83	100,0

هل تتفاعل مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv		
	التكرار	النسبة %
نعم	23	27,7
لا	60	72,3
Total	83	100,0

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول على اليمين نلاحظ أن 27.7% من أفراد العينة يتفاعلون مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق وذلك من خلال إرسال رسالة قصيرة sms بنسبة 1.2%، أما البريد الالكتروني بنسبة 2.4%، ولتحظى الصفحات الخاصة بالقناة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أعلى نسبة تفاعل المقدرة بـ 24.1% أما الأفراد الذين لا يتفاعلون مع هذه البرامج المبتة فقد بلغ عددهم 60 فردا بمعدل 72.3% وقد يرجع هذا على نقص وسائل الاتصال لديهم أو عدم مبالاتهم أو الاكتفاء بالمشاهدة فقط.

1.1. اتجاه إجابات أفراد العينة حول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفاعلهم مع

البرامج الاجتماعية لقناة الشروق:

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 13 يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفاعلهم مع البرامج الاجتماعية لقناة

الشروق

هل تتفاعل مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv		
النسبة	التكرار	
26,5	22	نعم
73,5	61	لا
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول رقم 13 يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة الذين أكدوا فعال بأنهم يتفاعلون مع البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv ، بأنهم يتفاعلون معها عن طريق الصفحات الخاصة بالقناة على مواقع التواصل الاجتماعي فقد بلغت نسبة الذين أكدوا هذا ككل 24.1%، ثم تليها البريد الإلكتروني بتكرار بلغ 2 مرة ما يعادل نسبة 2.4% ويليه الرسالة القصيرة SMS بتكرار 1 أي بنسبة 1.2% ، يتضح من خلال الجدول رقم 07 أن أكثر وسيلة للتفاعل مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق لدى أفراد العينة تمثلت في الصفحات الخاصة بالقناة على مواقع التواصل الاجتماعي لتكون الوسيلة الأسهل و الأنجع في عملية التفاعل حيث بلغت نسبتها 24.1% على غرار الوسائل الأخرى.

المحور الثاني: الإشباع المتحققة من مشاهدة البرامج الاجتماعية بالنسبة لعينة الدراسة

1.2. إتجاه إجابات أفراد العينة حول الإشباع التي تحققت البرامج الاجتماعية: يوضح جدول رقم 14 توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإشباع التي تحققت البرامج الاجتماعية

ماهي دوافع مشاهدتك للبرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv		
النسبة	التكرار	
13,3	11	مصادقيتها
9,6	8	طريقة اخراج هذه البرامج
47,0	39	توجهها العام
19,3	16	كشف الحقائق التي لها علاقة بالمجتمع

الإطار التطبيقي للدراسة

2,4	2	أسلوب وطريقة مقدمي البرامج
6,0	5	اعتماد عنصر التشويق
2,4	2	توطيد العلاقات الاجتماعية
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول رقم 14 كذلك؛ يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة أغلبهم يتابعون البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv بدافع توجهها العام فقد بلغت نسبة كل الذين أكدوا هذا الأمر 47%،

من خلال القراءة الأولية للجدول رقم 11 يتبين أن قناة الشروق أولت اهتمامها بكشف الحقائق التي لها علاقة بالمجتمع و التي لم تكن تطرح من قبل وهذا ما اكده افراد العينة بنسبة 19.3%، وذلك لجلب عدد كبير من المشاهدين كما أن امتياز القناة حسب بعض المبحوثين بأنها تتمتع بالمصداقية كان هذا هو الدافع الرئيسي لمتابعتهم للقناة بنسبة قدرت ب 13.3%.

2.2 إتجاه إجابات أفراد العينة حول مدى تلبية البرامج الاجتماعية للشروق الحاجيات الدينية:

جدول رقم 15 يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تلبية البرامج الاجتماعية للشروق الحاجيات الدينية

هل تحقق البرامج الاجتماعية للشروق		
النسبة	التكرار	
69,9	58	نعم
30,1	25	لا
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يوضح الجدول رقم 15 أن معظم أفراد العينة أجابوا ب "نعم" بتكرار 58 مرة ما يعادل نسبة 69.9% في حين بقية المبحوثين كانت إجاباتهم ب "لا" حيث بلغ تكرارهم 25 مرة ما يعادل نسبة 30.1% يوضح لنا الجدول رقم 15 أن معظم المبحوثين أكدوا بأن البرامج الاجتماعية لقناة الشروق الجزائرية تلبي حاجياتهم الدينية و هذا راجع إلى معالجة البرامج الاجتماعية من الجانب الديني ونشر القيم والثقافة المتعلقة بالدين الإسلامي.

3.2. إتجاه إجابات أفراد العينة حول الحاجيات الدينية التي تلبيها البرامج الاجتماعية:

الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 16 يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الحاجيات الدينية التي تلبها البرامج

الاجتماعية

اذا كانت الإجابة بنعم ما هي		
النسبة	التكرار	
28,9	24	التربية والأخلاق
16,9	14	التعرف على عادات وتقاليد المجتمع المستمدة من الدين
14,5	12	تنمية الوازع الديني
12,0	10	الفهم الصحيح للمعاملات الدينية في المجتمع
72,3	60	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول رقم 16 كذلك، يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة ككل و الذين أكدوا بأن البرامج الاجتماعية التي تبثها قنوات الشروق tv تلبى الحاجيات الدينية، فأغلبهم يرون بأنها تلبى لهم حاجيات متعلقة بالتربية والأخلاق وقد بلغت نسبتها 28.9% تليها نسبة 16.9% للتعرف على عادات وتقاليد المجتمع المستمدة من الدين تليها نسبة 14.5% بالنسبة لتنمية الوازع الديني واخيراً نسبة 12% بالنسبة للفهم الصحيح للمعاملات الدينية في المجتمع.

4.2. إتجاه إجابات أفراد العينة حول الشعور الذي تتركه مشاهدة البرامج:

يوضح لنا هذا الجدول رقم 17 نوع الشعور الذي تتركه مشاهدة البرامج

ما نوع الشعور الذي تتركه فيك مشاهدة هذه البرامج		
النسبة	التكرار	
19,3	16	الارتياح والرضا
31,3	26	الشعور بالحزن
48,2	40	لا تبالي
98,8	82	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يوضح لنا هذا الجدول رقم 17 الذي يبرز نوع الشعور الذي تتركه فيك مشاهدة البرامج الاجتماعية فجاء في المرتبة الأولى لا تبالي بنسبة 48.2% وفي المرتبة الثانية الشعور بالحزن بنسبة 31.3% وفي المرتبة الثالثة الارتياح والرضا بنسبة 19.3% يمكن تفسير عدم مبالاة عينة الدراسة بالبرامج الاجتماعية التي تقدمها قناة الشروق tv هو كثرة القنوات الخاصة والبرامج التي تقدمها زيادةً على كثرة

الإطار التطبيقي للدراسة

وسائل الإعلام الحديثة بالنسبة لشعوره بالرضا والارتياح فهذا راجع أن نسبة التفاعل والتكافل مع العينات في هذه القضايا تجعل الفرد راضي وانه مزال يوجد تكافل اجتماعي.

المحور الثالث: القضايا والمشكلات التي تعالجها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV؟

1.3. إتجاه إجابات أفراد العينة حول المشكلات والقضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامهم:

يوضح الجدول رقم 18: إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المشكلات والقضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامهم

ماهي أهم المشكلات والقضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامك وتطرحها قناة الشروق TV			
الترتيب	النسبة	التكرار	
01	66,3	55	التضامن
03	42,2	35	عقوق الوالدين
04	38,6	32	تشرذم الأطفال
06	25,3	21	صلة الرحم
05	31,3	26	العادات والتقاليد
08	12,0	10	العلاقات السرية
09	8,4	7	العلاقات مع الجيران
02	51,8	43	الآفات الاجتماعية
07	21,7	18	الطلاق

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

من خلال الجدول رقم 18 يتضح لنا بأن أفراد عينة الدراسة ككل يرون بأن مشكلات التضامن تعتبر من أهم القضايا الاجتماعية التي تثير الاهتمام والتي تطرحها قناة الشروق، وقد بلغت نسبة 66.3% من خلال الجدول رقم 18 يتبين أن قناة الشروق أولت اهتماماً بالقضايا التي تهم كافة شرائح المجتمع حسب أفراد العينة والتي تمثلت في الآفات الاجتماعية وعقوق الوالدين وتشرذم الأطفال والعادات والتقاليد التي تعتبر من أكثر القضايا انتشاراً داخل المجتمع الجزائري.

2.3. إتجاه إجابات أفراد العينة حول رأيهم في مدى موافقة البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق TV مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.

يوضح الجدول رقم 19 توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مدى موافقة البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق TV مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.

هل البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق تتوافق مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري		
النسبة	التكرار	
75,9	63	نعم
24,1	20	لا
100,0	83	المجموع

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يوضح الجدول رقم 19 أن معظم أفراد العينة أجابوا "نعم" بتكرار 63 مرة ما يعادل نسبة 75.9% في حين بقية المبحوثين كانت إجاباتهم "لا" بتكرار 20 مرة ما يعادل نسبة 24.1% يوضح لنا الجدول رقم 19 أن قناة الشروق TV استطاعت الحفاظ على قيم ومبادئ المجتمع الجزائري لما تمتلكه من شعبية من طرف جمهورها، وهذا ما يتضح جليا في إجابات أفراد العينة بنسبة كبيرة قدرت بـ 75.9%.

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV

يوضح جدول رقم 20 اتجاهات طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال نحو أداء البرامج الاجتماعية بقناة الشروق الجزائرية

اتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV			
العبارات	موافق	محايد	غير موافق
01 اللغة التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية بسيطة وموجهة لكل شرائح المجتمع.	68	10	05
	النسبة %	12,0	6,0
02 أوقات بث البرامج الاجتماعية تتناسب مع أوقات مشاهدتك لها	28	32	23
	النسبة %	38,6	27,7
03 المقاطع الصوتية والموسيقية المستخدمة في البرامج الاجتماعية تعكس القضايا والمشاكل الاجتماعية	43	27	13
	النسبة %	32,5	15,7
04 طريقة الحوار التي يعتمدها القانون على البرامج الاجتماعية تزيد من فهمك أكثر للقصة المطروحة	44	30	09
	النسبة %	36,1	10,8
05 استضافة البرامج شخصية من الشخصيات الاجتماعية بهدف إعطاء حلول لهذه	46	22	15
	التكرار		

الإطار التطبيقي للدراسة

القضايا	النسبة %	التكرار	النسبة %	النسبة %
06	الصور والروبورتاجات التي تعرضها البرامج الاجتماعية يعكس القضية المطروحة.	45	30	26,5
07	تلتزم قناة الشروق TV الحيادية أثناء معالجتها للقضايا الاجتماعية.	26	35	22
08	البرامج تقدم المشاكل والحلول الممكنة لها في آن واحد	33	28	22
09	تعتمد هذه البرامج على الإثارة ورفع نسب المشاهدة دون مراعاة ما يريده المشاهدون	33	33	17
10	البرامج تقدم بطريقة تراعي فيها خصوصية المجتمع الجزائري	28	29	26
				31,3

المصدر : من مخرجات برنامج الـ SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم 20 إلى أن نسبة الطلبة المشاهدين والمؤيدين بأن اللغة التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية بسيطة وموجهة لكل شرائح المجتمع قد بلغت 81.9% لان معظم البرامج الاجتماعية تكون موجهة لجميع فئات وشرائح المجتمع، بينما بلغت نسبة الطلبة المشاهدين الذين أيدوا بأن الأوقات التي يحددها القائمون لعرض البرامج الاجتماعية لا تتناسب احيانا مع أوقات مشاهدتهم لها بنسبة 38.6% لان الوقت يكون ليالا وبهذا لا يناسبهم ، في حين بلغت نسبة الطلبة المشاهدين الذين يرون بأن المقاطع الصوتية والموسيقية المستخدمة في البرامج الاجتماعية تعكس القضايا والمشاكل الاجتماعية بنسبة 51.8% لان كل برنامج يختار المقطع الصوتي والموسيقى التي تلائم الموضوع المطروح، أما الذين أكدوا بأن طريقة الحوار التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية تزيد من فهمهم أكثر للقضية المطروحة فقد بلغت نسبتهم 53% لان طريقة الحوار تكون باللغة الدارجة إضافة إلى سلاسة الحوار بين مقدم البرنامج وضيوفه، بينما بلغت نسبة الذين أيدوا بأن استضافة البرامج لشخصية من الشخصيات الاجتماعية بهدف إعطاء حلول لهذه القضايا بنسبة 55.4% لان معظم

الشخصيات المستضافة تكون لها علاقة بالموضوع المطروح ويمكنها إعطاء حلول أكثر فيما يخص القضية، في حين بلغت نسبة الذين يرون بأن الصور والروبورتاجات التي تعرضها البرامج الاجتماعية يعكس القضية المطروحة بنسبة 54.2% لفهم أكثر للقضية المطروحة من طرف المشاهدين، أما الذين أكدوا بأن قناة الشروق تلتزم بالحيادية احيانا أثناء معالجتها لقضايا الاجتماعية فكانت نسبتهم 42.2% لان من خصوصيات البرامج الاجتماعية هي طرح وعرض قضية فقط بدون انحيازها لأي جهة، بينما بلغت نسبة الذين يرون بأن هذه البرامج تقدم المشاكل والحلول الممكنة لها في آن واحد نسبة 39.8% لان في معظم الحالات يتم استضافة أشخاص لهم عالقة بالموضوع أطباء نفسانيين ،

الإطار التطبيقي للدراسة

جمعيات خيرية ، محسنين في حين بلغت نسبة الذين أكدوا بأن هذه البرامج تعتمد على تعتمد هذه البرامج على الإثارة و رفع نسب المشاهدة دون مراعاة ما يريده المشاهدون فبلغت نسبة 39.8%، وأخيرا فقد بلغت نسبة المؤيدين بأن البرامج تقدم بطريقة تراعى فيها خصوصية المجتمع الجزائري نسبة 33.7%.

المطلب الثالث: نتائج الدراسة:

أولاً: من خلال نتائج اختبار الفرضيات الجزئية ($H1_1$ ، $H1_2$ ، $H1_3$) فإنه تم نفي الفرضية الرئيسية التي مفادها توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي)، على اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV.

ثانياً: بالنسبة لأنماط ودوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين لقناة الشروق TV توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ أن 47% من أفراد عينة الدراسة يشاهدون أحيانا قناة الشروق tv.
- ✓ أن 51.8% من أفراد عينة الدراسة يتابعون البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق.
- ✓ أن 68% من أفراد عينة الدراسة يتابعون هذه البرامج الاجتماعية لأقل من ساعة.
- ✓ أن 45.8% من أفراد عينة الدراسة يتابعون البرامج الاجتماعية عندما يتم بثها عبر شاشة التلفاز .
- ✓ أن 72.3% من أفراد عينة الدراسة لا يتفاعلون مع هذه البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv.
- ✓ أن 24.1% من أفراد عينة الدراسة يتفاعلون معها عن طريق الصفحات الخاصة بالقناة على مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: بالنسبة لأنماط ودوافع مشاهدة الطلبة الجامعيين لقناة الشروق tv توصلنا إلى النتائج التالية

- ✓ أن 47% من أفراد عينة الدراسة يتابعون هذه البرامج الاجتماعية بدافع توجيهها العام.
- ✓ أن 69.9% من أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق tv تلبي الحاجيات الدينية لهم .
- ✓ أن 28.9% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن البرامج الاجتماعية تلبي لهم حاجيات دينية متعلقة بالتربية والأخلاق.

الإطار التطبيقي للدراسة

رابعاً: بالنسبة للقضايا والمشكلات التي تعالجها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق tv توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ أن 66.3% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن مشكلات التضامن تعتبر من أهم القضايا الاجتماعية التي تثير الاهتمام والتي تطرحها قناة الشروق tv.
- ✓ أن 75.9% من أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق tv تتوافق مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.
- ✓ أن 31% من أفراد عينة الدراسة يفضلون مشاهدة برنامج وافعلوا الخير.

خامساً: بالنسبة لاتجاهات طلبة قس علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة للبرامج الاجتماعية التي تقدمها قناة الشروق tv توصلنا إلى النتائج التالية:

- ان نسبة الطلبة المشاهدين والمؤيدين بأن اللغة التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية بسيطة وموجهة لكل شرائح المجتمع قد بلغت 81.9%.
- بلغت نسبة الطلبة المشاهدين الذين أيدوا بأن الأوقات التي يحددها القائمون لعرض البرامج الاجتماعية لا تتناسب مع أوقات مشاهدتهم لها 38.6%.
- بلغت نسبة الطلبة المشاهدين الذين يرون بأن المقاطع الصوتية والموسيقية المستخدمة في البرامج الاجتماعية تعكس القضايا والمشاكل الاجتماعية بنسبة 51.8%.
- الذين أكدوا بأن طريقة الحوار التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية تزيد من فهمهم أكثر للقضية المطروحة فقد بلغت نسبتهم 53%.
- بلغت نسبة الذين أيدوا بأن استضافة البرامج لشخصية من الشخصيات الاجتماعية بهدف إعطاء حلول لهذه القضايا نسبة 55.4%.
- بلغت نسبة الذين يرون بأن الصور والريورتاجات التي تعرضها البرامج الاجتماعية يعكس القضية المطروحة بنسبة 54.2%.
- الذين أكدوا بأن قناة الشروق تلتزم بالحيادية احيانا أثناء معالجتها لقضايا الاجتماعية فكانت نسبتهم 42.2%
- بلغت نسبة الذين يرون بأن هذه البرامج تقدم المشاكل والحلول الممكنة لها في آن واحد بنسبة 33%
- بلغت نسبة الذين أكدوا بأن هذه البرامج تعتمد على إثارة ورفع نسب المشاهدة دون مراعاة ما يريده المشاهدون نسبة 39.8%
- وأخيراً فقد بلغت نسبة المؤيدين بأن البرامج تقدم بطريقة تراعى فيها خصوصية المجتمع الجزائري احيانا نسبة 34.9%

السلامة

الخاتمة

حاولنا في هذه الدراسة معرفة اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق الجزائرية وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها دارستنا، حيث نستنتج أن قناة الشروق استطاعت أن تؤثر ببرامجها الاجتماعية على عدد كبير من الجمهور وذلك من خلال قدرتها على ملامسة واقعهم المعاش وحل مشاكلهم المختلفة وكذا بكشفها للحقائق والأحداث التي كانت محتكرة من طرف التلفزيون العمومي ولكنها أيضا تواكب الأحداث ، لكن هناك اتجاهات مختلفة حول هذه القنوات سواء من ناحية المضمون الإعلامي أو أدائها الإعلامي فهناك اتجاه يوافق على هذه القنوات وهناك اتجاهات متمردة حولها وهناك اتجاهات ترفض أداء هذه القناة ، إلا أن هذه القناة رغم تمتعها بحرية التعبير في مختلف القضايا والمواضيع التي تعالجها إلا أنها تعاني من جملة من النقائص

أن السباق نحو التنافس بين القنوات الفضائية الخاصة جعل الكثير من القنوات لا يلتزمون بأخلاقيات المهنة خاصة فيما يتعلق بتحديد المصادر ، لذا يستوجب على الإعلاميين النظر في هذه النقائص وإيجاد الحلول لها وكذلك تطوير وتحسين أداها الإعلامي.

فائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: القرآن الكريم

1. سورة المائدة، الآية (48).

ثانياً: الكتب باللغة العربية

1. احمد بن مرسل، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال**، ط1 ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
2. أحمد عبد اللطيف وحيد، **علم النفس الاجتماعي**، ط1، دار الميسرة للطباعة والنشر، الأردن، 2001.
3. رشيد حسين أحمد البراوي ، **اتجاهات النفسية حول عمل المرأة** ، ط1 ، دار الجريز للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013.
4. رشيد زرواتي ، **أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، دار الهدى ،الجزائر، 2007.
5. رشيد زرواتي ، **مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** ، دار الهدى ، الجزائر ، 2007.
6. فاطمة عوض صابر، **ميرفت علي خفاجة ، أسس ومبادئ البحث العلمي**، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2000.
7. لويس كامل مليكة، **قراءات في علم النفس الاجتماعي في البلاد العربية** ، دار القومية ، القاهرة ، 1995.
8. محمد بن أبي بكر الرازي ، **مختار الصحاح**، لبنان ،بيروت : المكتبة الاموية، 1978.
9. محمد بن أحمد القرطبي ، **الجامع لأحكام القرآن** ، ج6، القاهرة : دار الحديث 1994.
10. محمد شلبي، **المنهجية في التحليل السياسي مفاهيم، المناهج، الاقتراب ،والأدوات**، القاهرة ، 1996.
11. محمد عبيدات ، **منهجية البحث العلمي ،قواعد و مراحل وتطبيقات**، ط1 ،دار وائل للنشر، عمان، 1997.
12. محمد عبيدات و آخرون ، **منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل و التطبيقات**، ط2 ،دار وائل ، الأردن، 1999.
13. موريس أنجرس ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، ترجمة بوزيد صحراوي كمال بوشرف سعيد ،(دار القصبية ، الجزائر ، 2010).

قائمة المراجع

ثالثاً: الكتب باللغة الأجنبية

1. L,L , Bernard, **Introduction to social psychology**, 1956.
2. E, Faris , **Attitudes and behavior** ,New York , 1958.
4. <http://echoroukonline.com/15.03.2021/15> :09.
- G.w.Allpot , **Attitudes op**,cit,p:810-811.

رابعاً: المذكرات

1. سعيد عباس ، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة و الاعلام ، دراسة ميدانية بجامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2010/2009.
2. عبد اللطيف شريف عبد الغني حاج مبارك ، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، (جامعة المسيلة ، 2017-2016).
3. علي قسايسية ، المنطلقات النظرية و المنهجية لدراسات التلقي ، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر ، اطروحة لشهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر ، 2006/2005.
4. فتيحة كحيل ، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع فيسبوك نموذجا، مذكرة ماجستير قسم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة باتنة ، 2012.
5. هبة نسرين بن يوسف ، استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، (دراسة ميدانية بولاية المسيلة، 2017/2016).

خامساً: المراجع الإلكترونية

1. سليم العايب ،حكيمة بوطبال ، التلفزيون و المسألة الاجتماعية نشر عبر الموقع الإلكتروني [http Platform;almanhal.com/files/2/68421](http://Platform;almanhal.com/files/2/68421): شوهذ بتاريخ 2021/02/15.

ما ملأ الحق الدرس

قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

السنة الثانية ماستر تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة.

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار استكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، نقوم بدراسة حول اتجاهات الجمهور نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية "دراسة مسحية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-"، لذا يرجى قراءة فقرات هذا الاستبيان بدقة واختيار الإجابة التي تعكس الواقع الفعلي وذلك بوضع علامة (X)، مع التأكيد على أن هذه المعلومات التي يتم التصريح بها من قبلكم ستعامل بسرية وأمانة، ولن تستعمل إلا لأغراض علمية أملين منكم إحاطتها بالجدية والاهتمام والمصادقية ولكم منا جزيل الشكر.

تحت إشراف الأستاذ:

حمایمی محرز

من إعداد الطالب:

عطوات محمد سفيان.

أولاً: البيانات الشخصية : يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

1.الجنس:	<input type="checkbox"/> ذكر	<input type="checkbox"/> أنثى		
2.السن:	<input type="checkbox"/> أقل أو يساوي 20 سنة	<input type="checkbox"/> من 21 إلى 25 سنة	<input type="checkbox"/> من 26 إلى 30 سنة	<input type="checkbox"/> 31 سنة فما فوق
3.المستوى التعليمي:	<input type="checkbox"/> ليسانس	<input type="checkbox"/> ماستر		
التخصص:			

المحور الأول: أنماط مشاهدة جمهور الطلبة للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق TV ودوافعها.

1.هل تشاهد قناة الشروق TV؟	<input type="checkbox"/> دائماً	<input type="checkbox"/> أحياناً	<input type="checkbox"/> نادراً	
2.هل تشاهد البرامج الاجتماعية بهذه القناة؟	<input type="checkbox"/> دائماً	<input type="checkbox"/> أحياناً	<input type="checkbox"/> نادراً	
3.رتب البرامج الموالية من 1-5 حسب أفضلية مشاهدتك لها:	<input type="checkbox"/> أحكي حكايتك	<input type="checkbox"/> وافعلوا الخير	<input type="checkbox"/> اللي فات مات	<input type="checkbox"/> افتح قلبك

قائمة الملاحق

4. ما الحجم الساعي الذي تستغرقه في مشاهدتك لهذه البرامج؟ أقل من ساعة 1 ساعة أكثر من ساعة

5. هل تفضل مشاهدة البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق؟

عند بثها عبر شاشة التلفاز المشاهدة عبر اليوتوب متابعتها عبر صفحة البرنامج الخاصة "الفيسبوك"

6. هل تتفاعل مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV؟ نعم لا

في حالة الاجابة بنعم فيما يتمثل هذا التفاعل؟ اتصال هاتفي رسالة قصيرة SMS

البريد الالكتروني الصفحات الخاصة بالقناة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: الاشباع المتحققة من مشاهدة البرامج الاجتماعية بالنسبة لعينة الدراسة؟

1. ماهي دوافع مشاهدتك للبرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق TV

مصادقتها طريقة اخراج هذه البرامج توجهها العام

كشف الحقائق التي لها علاقة بالمجتمع أسلوب وطريقة مقدمي البرامج

اعتماد عنصر التشويق توطيد العلاقات الاجتماعية

2. هل تحقق البرامج الاجتماعية للشروق TV أهداف دينية؟ نعم لا

اذا كانت الاجابة بنعم ماهي؟

التربية والأخلاق التعرف على عادات وتقاليد المجتمع المستمد من الدين

تنمية الوازع الديني الفهم الصحيح للمعاملات الدينية في المجتمع

أخرى أذكرها؟.....

3. ما نوع الشعور الذي تتركه فيك مشاهدة هذه البرامج؟

الارتياح و الرضا الشعور بالحزن

لا تبالي

المحور الثالث: القضايا والمشكلات التي تعالجها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV؟

1. ماهي أهم المشكلات والقضايا الاجتماعية التي تثير اهتمامك وتطرحها قناة الشروق TV؟ (يمكن اختبار أكثر من اجابة)

التضامن وفعل الخير عقوق الوالدين تشرد الأطفال صلة الرحم العادات والتقاليد

العلاقات السرية العلاقات مع الجيران الآفات الاجتماعية الطلاق

2. هل البرامج الاجتماعية المطروحة في قناة الشروق TV تتوافق مع قيم ومبادئ المجتمع الجزائري؟ نعم لا

قائمة الملاحق

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو أداء البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV (إليك مجموعة من العبارات أجب على واحدة من الاختبارات)			
غير موافق	محايد	موافق	العبارات
			اللغة التي يعتمدها القائمون على البرامج الاجتماعية بسيطة وموجهة لكل شرائح المجتمع.
			أوقات بث البرامج الاجتماعية تناسب مع أوقات مشاهدتك لها
			المقاطع الصوتية والموسيقية المستخدمة في البرامج الاجتماعية تعكس القضايا والمشاكل الاجتماعية
			طريقة الحوار التي يعتمدها القانون على البرامج الاجتماعية تزيد من فهمك أكثر للقصة المطروحة
			استضافة البرامج شخصية من الشخصيات الاجتماعية بهدف إعطاء حلولاً لهذه القضايا
			الصور والروبورتاجات التي تعرضها البرامج الاجتماعية يعكس القضية المطروحة.
			تلتزم قناة الشروق TV الحيادية أثناء معالجتها للقضايا الاجتماعية.
			البرامج تقدم المشاكل والحلول الممكنة لها في آن واحد
			تعتمد هذه البرامج على الإثارة ورفع نسب المشاهدة دون مراعاة ما يريده المشاهدون
			البرامج تقدم بطريقة تراعي فيها خصوصية المجتمع الجزائري

قائمة الملاحق



وافعلوا الخير برنامج إجتماعي أسبوعي يقدمه محمد مشقق على قناة الشروق tv.



خط احمر برنامج إجتماعي أسبوعي تقدمه فضيلة مختاري على قناة الشروق tv



احكي حكايتك برنامج إجتماعي أسبوعي يقدمه يوسف نكاع على قناة الشروق tv



لي فات مات برنامج اجتماعي أسبوعي يقدمه هشام بوقفة على قناة الشروق tv.