



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة

دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

_ طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة أنموذجا _

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال
وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذ(ة):

*حنان رقاد

إعداد الطالب(ة):

*ابراهيم زيتوني

*صابر زيتوني

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
		رئيسا
		مشرفا ومقررا
		ممتحنا



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة

_دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال
وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذ(ة):

*حنان رقاد

إعداد الطالب(ة):

*ابراهيم زيتوني

*صابر زيتوني

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
		رئيسا
		مشرفا ومقررا
		ممتحنا

شكر وعرفان

نشر الله سبحانه وتعالى على فضله وتمنيقه لنا ، و القائل في

محكم تنزيل

" وإذ تأذن ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم " الآية رقم (07)

سورة ابراهيم .

نتقدم بخالص الشكر الجزيل والعرفان الجميل والاحترام والتقدير

لمن عمرتنا بالفضل واقتنتنا بالنصح وتفضلت علينا بقبول

الإشراف على رسالة الماجستير أستاذتنا ومعلمتنا الفاضلة الأستاذة

"رقاد حنان" التي سهلت لنا طريق العمل ولم تبخل علينا

بنصائحها القيمة فوجهتنا حين الخطأ وشجعتنا حين الصواب ،

فكانت قبس الضياء في محنة البحث وكانت نعم الناصحة ومنحتنا

الثقة وعززت في نفسنا قوة العزيمة ولم تخدر جهدا ولم تبخل

علينا من وقتها الثمين أبقاها الله ذخرا لطلبة العلم وجعل ذلك في

ميزان حسناتها وأرضاها بما قسم لها

كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال .

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم (قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون) صدق
الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك .

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة سيدنا محمد صل الله عليه وسلم .

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... يا من أفتقدك منذ الصغر... يا من يرتعش قلبي

لذكرك... يا من أودعتني لله... أهديك هذا العمل.....والدي العزيز (سعد).

إلى ملاكي في الحياة إلى معني الحب إلى معني الأمان إلى بسمة الحياة وسر

الوجود إلى من كان دمانها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب

...أمي الحبيبة (فطيمة)

إلى من بهما أكبر وعليهما أتمد وبرفتهما أسعد.... إخوتي وأخواتي "الطيب

وزوجته وإبنتهما(نوفل وريتا)، مروان، مبروك، السعيد، النوي، خضرة، سعاد، فهيمة"

إلى الأخوات اللواتي لم تلدن أمي إلى من تحلو بالأخلاء وتميزوا

بالوفاء...أصدقائي

"صابر، فتحي، خليل، الخير، جلال، مليك، ساعد، هشام، مفتاح، وحيد، دراجي"

وإلى كل من نسيهم قلبي ولن ينساهم قلبي.

إلى كل أساتذة وطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال وإلى طلبة الفوج (2) خاصة

إليكم أهدي عملي هذا

إهداء

إليكي يا منبع الأمل الصافي... والأمل المشرق الذي لا يغيبه ضوءه كالشمس القمر
إليكي أهدي عباراتي... ورسالتي... وأزكى تحياتي... **والدتي العزيزة** "نعيمه"
إليك يا من نمرتني بعطفك وحنانك وزرعت في نفسي حب الخير يا من علمتني أن لا
أستسلم أبدا....

يا من لم تبخل علي بالعطاء طيلة حياتي... **والدي العزيز** "العايشي"

إلى شموع أضاءت لي دربي... **إخوتي وأخواتي** ...

إلى من شاركوني رحلة العلم... **أصدقائي**... إبراهيم

، خليل، فتحي، رمزي، مفتاح، ساعد، دراجي، هشام، **وإلى جلال شايبه الذقن**. وكل من
نسيهم قلبي ولن ينساهم قلبي

إلى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة خصوصا طلبة العلاقات العامة

الفوج 2 .

إلى **إخوتي** في قرية الغيل الذين دعموني وكانوا سندا لي

أهدي هذا العمل .



مقدمة



يمثل الاتصال جوهر الحياة الاجتماعية ورمز التطورات التي عرفتتها البشرية من الرسومات الصخرية مرورا بالطباعة التي مثلت نقلة نوعية في نشر وتعميم المعرفة، وصولا إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي طبعت حياتنا اليومية، والذي يعد الاتصال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية أحد أهم سماتها، فإذا كان الانفجار المعرفي هو أحد المظاهر البارزة للعولمة، فإن ما يمكن تسميته بالانفجار الفضائي هو أحد التحليلات الأكثر وضوحا لهذا الانفجار المعرفي¹، فقد شهد البث الفضائي العربي بشكل عام وفي الجزائر بشكل خاص تزايدا ملحوظا في عدد القنوات الفضائية الخاصة خصوصا عبر القمر الصناعي "نايل سات".

وأمام هذه التطورات التي حتمتها عديد الظروف التي تنامت في كتفها وسائل الاتصال الجماهيري كان للتلفزيون دور كبير الذي ميزته السرعة في المواكبة قطع بها أشواط الرقي مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، انفرد فيها بتركيبته بين النص والصوت والصورة، تخطى بها حواجز الأمية، وهو الأمر الذي جعل التلفزيون منصة للكثير من المواضيع التي خلق بينها تنافس من حيث الصورة والخبر الذي تحمله كقيمة تمثل فيها الوظيفة الإخبارية صدارة الاهتمام للعمل التلفزيوني الذي يقدمها بأشكال وقوالب متنوعة وفق ما تقتضيه المادة الإعلامية.

وطبقا لما تفرضه طبيعة التلفزيون الذي يعمل وفق شبكة برمجية مختلفة بين السياسية والثقافية والاجتماعية والترفيهية والإخبارية التي تحقق المشاركة الجماهيرية، نجد على رأسها البرامج الحوارية التي أصبحت جزء أساسي من طقوس الحياة اليومية للكثير من المشاهدين، كأحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور وإخبارهم بكل ما هو جديد، بناء على ما تقدمه من تقارير وأخبار للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث وإدارة المواقف داخل المجتمع، تهدف من خلاله إلى إحداث تحولات تتعارض أحيانا وتتفق أحيانا أخرى ناتجة عن تأثيرات هذا النوع من البرامج في بنائها للتصورات وتشكيل وعي الجمهور بالقضايا التي تهم الرأي العام.

¹حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، دط،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،ص 241

من جهة أخرى أفرز هذا التطور في مجال الإعلام والاتصال العديد من القنوات الخاصة منها قناة النهار والشروق والخبر..... الخ ، تسعى كل قناة لتحقيق السبق الإعلامي قصد جذب أكبر عدد من المشاهدين ، أما من جهة الحفاظ على المشاهدين والمتابعين للقناة فان هاته الأخيرة تسعى بشبكة برامج متنوعة للقيام بذلك ومن بين هذه البرامج نذكر البرامج الحوارية في قناة الشروق TV التي هي محل دراستنا لما لها من أهمية في دفع المتلقي إلى التعرض لهاته البرامج ومتابعتها مستقبلا .

وسوف نتناول في دراستنا هذه دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية لقناة الشروق TV

وقد تطرقنا إلى هذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي والإطار النظري.

في البداية تطرقنا بشيء من التفصيل إلى الجوانب المنهجية للدراسة حيث طرحنا الإشكالية وضمنت كل من التساؤلات أسباب اختيار الموضوع ، أهداف الدراسة ، أهميتها، ثم قمنا بتحديد المدخل النظري للدراسة ، ثم تحديد المنهج نوع الدراسة ومنهجها وحصرت الأدوات والأساليب وضبطت عينة الدراسة الميدانية وشرحت دلالات ومفاهيم بعض المصطلحات ذات العلاقة للدراسة كما أعطينا لمحة عن الإعلام الفضائي الجزائري الخاص و لمحة عن البرامج الحوارية وفي الأخير الدراسات السابقة المشابهة لبحثنا بشيء من الإيجاز

أما الإطار التطبيقي فقد خصص لعرض وتحليل ومناقشة النتائج ، لنصل إلى جملة من الاستنتاجات وقمنا بعرض خاتمة وأهم التوصيات في ظل ما تم التطرق إليه في الجانبين النظري و التطبيقي .



التوجه النظري والإطار

المنهجي للدراسة



1- الإشكالية:

شهد التلفزيون في السنوات الأخيرة تطوراً متسارعاً وتحولات جذرية عميقة أثرت فيه وغيرت من خصائصه التقليدية بفعل الثورة الرقمية و توسع عمل الأقمار الصناعية التي فتحت آفاق كبيرة أمام إمكانية إنشاء قنوات تلفزيونية فضائية تملأ الفضاء الخارجي ،تختلف في مجالاتها و تنوع في المضامين التي تقدمها ، حيث ساهم ظهور الفضائيات و انتشارها على أوسع نطاق في التطور الهائل للتلفزيون كأحد أكثر وسائل الاتصال تأثيراً في الأذهان و الطباع والقناعات.

لقد برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية العديد الخاصة إضافة إلى التلفزيون الجزائري بكل قنواته ،هذا بعد إقرار التعددية الإعلامية ثم مؤخراً فتح قطاع السمعي البصري مما أفرز تنوع في الفضائية الجزائرية وهذا بدوره أدى إلى تنوع في البرامج التلفزيونية في هذه القنوات ومن بين هذه البرامج نجد البرامج الحوارية التي تلعب دوراً أساسياً في البرامج التلفزيونية المختلفة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو تثقيفية

فتهدف هذه البرامج إلى تحقيق المشاركة الجماهيرية عن طريق آرائهم و مقترحاتهم ، إذ يعد الجمهور حجر الزاوية التي تقوم عليه البرامج ذلك أن هذه الأخيرة تهدف في طرحها للمواضيع إلى إثارة الجمهور و حمله على التفاعل و الاهتمام بموضوعاتها مما يؤدي إلى ازدهار هذه البرامج ذلك أن باستطاعة معد البرنامج الحوارية أن يستضيف أكثر من شخصية بغض النظر عن المكان و أن يجمع بين شخصيات من بلدان مختلفة عبر الأقمار الصناعية و التحاور معهم مما يؤدي إلى حصول المشاهد على المعلومات و الآراء بشكل مباشر من مصادره الأصلية و في دراستنا هذه ارتأينا أن نقوم بكشف أهم الدوافع التي تقف وراء تعرض الطلبة لهاته البرامج من خلال طرحنا للإشكالية التالية :

ما هي دوافع تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

2- تساؤلات الدراسة:

❖ ما هي دوافع الطلبة لمتابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

❖ ما الذي يدفع الطلبة للتعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

❖ ما مدى استخدام الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

❖ ما هي الإشباعات المحققة من تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

جاءت أسباب اختيار الموضوع على النحو التالي :

- أهمية الموضوع ومكانته الاجتماعية التي تحدد القضايا المطروحة والتي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع
- التعرف على الدوافع الحقيقية وراء التعرض الجمهور الجزائري للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV
- معرفة مدى فعالية البرامج الحوارية في المجتمع ومدى استقطابها لأنظار وأذان الجمهور
- ندرة البحوث والدراسات الخاصة بالبرامج الحوارية في قناة الشروق لهذا قد تأتي هذه الدراسة بالفائدة لهذا الجانب من الموضوع
- التوجهات الجديدة في الفضائيات الجزائرية خصوصا بعد ظهور القنوات الخاصة واختلاف الأساليب التي توظفها بغية استمالة الجمهور ومحاولة استقطابه

4- أهداف الدراسة:

- نطمح من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق والوصول إلى مجموعة من الأهداف التي تتمثل أساسا في
- التعرف على دوافع تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV
- الوقوف على اتجاهات الطلبة والتي تدفعه لمتابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV
- الكشف على مدى أهمية البرامج الحوارية في قناة الشروق TV لدى الطلبة
- في ظل التطورات الراهنة التي يشهدها قطاع الإعلام والمنافسة الكبيرة التي يعرفها القطاع أردنا معرفة مدى استمالة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV للطلبة

5-أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة كون البرامج الحوارية تستحوذ في المناقشة على القضايا التي تمس المجتمع وتشغل الرأي العام ، كما تعمل هذه البرامج على توضيح اتجاهات القناة من خلال الطرح المتبع في المعالجة الإعلامية للقضايا المطروحة لاسيما مع التطور الكبير الذي حدث لوسائل الإعلام والاتصال الذي ساعد على إضفاء العديد من المتغيرات على هذه النوعية من البرامج .

من جهة أخرى نجد أن الجمهور يعتبر ذات أهمية بالغة لدى هذه القنوات إذ يعد حجر الزاوية التي تقوم عليه ، كما أن البرامج الحوارية تعتمد في طرح قضايا على الأحداث والوقائع التي تشغل الرأي العام .

وإذا ما نظرنا إلى هذه البرامج نجد أن الحوار هو الأساس كونه يعتبر ذات أهمية في حياة الأفراد والشعوب ويعده السيد(فتححي الانباري) :حجر الزاوية التي قامت عليه المجتمعات البشرية وعن طريقه نشأة وتطورت صيغ التفاعل الإنساني وعليه ارتكزت أسس البناء الحضاري للإنسان¹ وبالتالي تسعى هاته الدراسة إلى التعرف على الدوافع وراء التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV.

6- المدخل النظري للدراسة:

تعتبر بحوث الاستخدام والإشباع من المقاربات التي تندرج ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، وترتكز على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من مختلف فئات الاجتماعية في محاولة لربط بين هذه الأسباب والاستخدام من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد ،ويرى أصحاب هذا الاتجاه بان إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم وكذلك حول العائد والإشباع الذي يتحقق منه .

¹رامي رشيد حسن ،عثمان محمد ذويب :اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية ، مجلة كلية التربية ، العدد العاشر ،

مفهوم نظرية استخدامات والإشباعات :

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها: دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون لدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة¹ ويعني ذلك تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة واستجابة لدوافع الحاجات الفردية، وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة²

فروض النظرية وأهدافها:

تعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة فروض أساسية وضعها (اليهو كاتز) و(بلومر) و(جوفيتش) ويمكن إجمال هذه الفروض في:

- أن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به .
- أن جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بدور الرئيسي في إشباع حاجياته من وسائل الإعلام حيث يربط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هاته الحاجات³
- تتناقش وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة .
- أن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته واختيار المضمون الذي يلي حاجاته .

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في:

- السعي لاكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .

¹مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية(دراسة في الاستخدامات والإشباعات)، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2004، ص109

²باديس لونيس :جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، دط، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر، 2008، ص32

³محمد منير حجاب: نظريات الاتصال ، ط1، دار الفجر، القاهرة مصر، ص300-299

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
 - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .
- كما تركز نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من العناصر تمثل محاور النظرية وهي¹
- الجمهور نشط
 - الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام
 - دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام
 - توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام
 - التعرض لوسائل الإعلام والإشباع الناتجة عنه
- اشباع الجمهور من وسائل الإعلام:
- يقسم (لورانس وينر) الإشباع إلى نوعين هما:

- اشباع المحتوى : وتنتج نتيجة التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين اشباع توجيهية وتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات ، اشباع اجتماعية والمراد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية .
- اشباع عملية وتنتج عن عملية الاتصال بوسيلة محددة وهي نوعين : اشباع شبه توجيهية وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية وترفيه والإثارة ، إضافة إلى ذلك هناك الإشباع شبه الاجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الإشباع مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة²

¹مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص114

²المرجع نفسه، ص120

نقد نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

على ضوء ما سبق يبدو أن منظور الاستخدامات والإشباعات يقع على النقيض من النظريات التي تقدر تأثير وسائل الاتصال ولذلك رأي الكثير من الباحثين ضرورة مراجعة بعض المفاهيم والافتراضات المتعلقة بهذه النظرية ولعل أكثر هذه الانتقادات تلك التي أوردها (ماك كوايل) والتي يمكن جمعها في نقاط التالية¹:

- تعتبر مقارنة نفسية جدية ومبالغ فيها فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى
- وتعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعيته التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان
- توجه فلسفة الاستخدامات والإشباعات استمرار مسالة قوة تأثير مضمون رسائل الاتصال

7_ نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة²، وهذا من أجل الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية و التطبيقية لموضوع الدراسة وتم الاعتماد على منهج المسحي، وهذا ما ينطبق على دراستنا وقبل التعرض إلى تعريف المنهج المعتمد في هذه الدراسة وجب علينا تعريف المنهج وهو ضروري في أي بحث ويعرف بأنه: "مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"³.

"وهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"⁴.

¹ باديس لونيس، مرجع سبق ذكره، ص35

² محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص13.

³ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003م، ص282.

⁴ عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977م، ص152.

ومن بين كل التعريفين السابقين يتبين لنا أن المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة يتبعها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة في بحثه.

ومنهج المسح هو الأنسب في مثل دراستنا 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 وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية تم تعبيرها بطريقة موضوعية ولما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.¹

ويعرفه أحمد بن مرسلٍ بأنه: "هو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جميع البيانات والمعلومات المحققة لذلك.²

ينقسم المنهج المسحي من حيث مجالاته إلى عدة أقسام، من بينها : المسح الاجتماعي والذي يهدف عادة إلى وصف خصائص الجماعات المختلفة من الناس و التعرف على مشاعرهم و اتجاهاتهم حول المسائل المختلفة⁽³⁾، وهذا باعتبار أن المسح الاجتماعي يطبق على كافة الدراسات الاجتماعية، أما باعتبار المسح بأنه من مناهج الإعلام و الاتصال، فيعرفه خضير شعبان⁴ في كتابه مصطلحات في الإعلام و الاتصال بأنه: "نوع من بحوث الإعلام يستهدف تسجيل الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرائق الحصول عليها. "⁴ ومسح رواد موقع "فيس بوك" كمتغير إعلامي من خلال الوصول إلى الأهداف المرغوب فيها وذلك للتعرف على تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين من خلال تعرضهم لموقع "فيس بوك" العوامل المتحركة في هذا التداول عن طريق الاعتماد على المسح بطريق العينة، الذي يدرس عدد محدد من المفردات في حدود الوقت و الجهد والإمكانات المتاحة.

¹ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، ط 1، دار وائل للنشر والطباعة، عمان، 1997، ص 47.

² أحمد بن مرسلٍ: مرجع سبق ذكره، ص 285.

³ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 130.

⁴ المرجع نفسه، ص 130.

8- أدوات جمع البيانات:

بالنظر إلى طبيعة الدراسة التي تعتمد على منهج المسح، وفي إطار هذا المنهج اعتمدنا على بعض الأدوات التي تستخدم عادة في مثل هذه الدراسات، للوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية وهي الاستبيان.

***استمارة استبيان:**

يعتبر الاستبيان أكثر وسائل التقصي وجمع البيانات الملائمة لدراسة جمهور الأفراد المتلقين، وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات وهذا لصعوبة مقابلة الأشخاص المبحوثين لكثرة عددهم، وكذا لأن أعضاء العينة من الطلبة الجامعيين يسهل عليهم ملء استمارة الاستبيان.

ويعرف الاستبيان¹ بأنه احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات و المعلومات من مصادرها، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من اجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع أنها شافية بالتمام مما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على الآخرين لم يشتركوا في هذا الاستنطاق الاستبيان "

وتستهدف هذه الأداة استثارة المبحوثين بطريقة منهجية مقننة، لتقديم حقائق وأراء و أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين، ومن أهم خصائص الاستبيان انه بالإمكان استخدامه مع عدد كبير من الأفراد يجتمعون أولاً يجتمعوا في منطقة جغرافية واحدة، أو مناطق متعددة دون تكلفة مالية.²

***وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان كما يلي:**

الجانب الأول يتناول البيانات الشخصية للمبحوثين، ثم المحور الأول تحت عنوان: متابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV ، ثم المحور الثاني تحت عنوان: دوافع التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV، والمحور الثالث الذي كان بعنوان: استخدام البرامج الحوارية في قناة الشروق TV وفي الأخير المحور الرابع تحت عنوان: الإشباع الحقة من التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV.

¹ عقيل حسين عقيل: فلسفة ومناهج البحث العلمي، مكتبة مديولي، 1999، ص148.

² أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي، مفهومه وإجراءاته ومناهجه، مكتبة فلاح للنشر والتوزيع، الشارقة، ص303.

*وقد عرضت صحيفة الاستبيان على عدد من أصحاب الاختصاص وهم: الأستاذ بوبكر بوعزيز، الأستاذة براردي نعيمة و الأستاذة فقيري ليلي، وذلك للكشف عن جوانب القصور أو الأخطاء العلمية التي قد ترد بما يؤثر على صدق محتواها وبناءها. ولتلافي ذلك تم عرضها على أساتذة متخصصين في علوم الإعلام والاتصال ، فكانت النتيجة أن سجلوا عليها بعض الملاحظات التي أخذت بعين الاعتبار و عدلت الإستبانة استنادا لها

9- مجتمع البحث:

تعرف هذه الجزئية بمجتمع البحث، إذا تقدم عنه لمحة بشرية وتحدد المجال الزمني الذي تمت دراسته فيه كما توصف العينة.

*مجتمع البحث: هو المجتمع المستهدف، الذي يصعب الوصول إليه بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات.¹

يعرف في الدراسات الميدانية بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر أو الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته،² إذ يمثل جمع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها، فقد يكون مجموعة من البشر إذا تمثل موضوع البحث في دراسة حجم الأسرة وعلاقتها مثلا بمستوى الدخل، أو قد يمثل سكان مدينة أو قرية ما ويتم الوصول إليه من خلال المجتمع المتاح الذي قد تمثله قائمة، خريطة، أو أي وسيلة أخرى تشمل كل وحدات المعاينة للمجتمع المستهدف³

في هذه الدراسة " دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV _ طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال "نموذجا" يمثل الطالب الجامعي المجتمع الكلي بالنسبة للدراسة الميدانية، حيث المجتمع المتاح دراسته فيمثله طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة مسيلة.

المجال الزمني للدراسة: أنجز هذا البحث خلال السنة الدراسية 2016/2017 حيث شرع في جانبه النظري في بداية شهر فيفري 2016 ثم في جانبه الميداني في بداية شهر مارس من نفس السنة بتصميم الاستبانة، مراجعتها، تحكيمها، ثم تعديلها تبعا للملاحظات المسجلة عليها.

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 130.

² المرجع نفسه، ص 130.

³ عاطف عدلي العبد و زكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 157.

المجال المكاني للدراسة:

تمثل جامعة مسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، الحدود المكانية لهذه الدراسة، وقد تم اختيار هذا المكان دون غيره للأسباب التالية:

- الرغبة في حرص البحث والتحكم فيه من خلال جامعة مسيلة فقط.
- القرب المكاني باعتبار الطالبين مقيمان في ولاية مسيلة ويدرسان في جامعتها.

10- عينة الدراسة:

إن أصعب شيء على الباحث هو أن يلم في دراسته بجميع مفردات المجتمع ذلك للتكاليف المادية المرتفعة وما يستغرقه الباحث من وقت طويل جدا، لذلك يختار الباحث جزء من المجتمع يسمى بالعينة وتعرف العينة بأنها: " جزء معين أو نسبة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون أشخاصا كما تكون أحياء أو شوارعا أو مدنا أو غير ذلك".¹

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على طريقة العينة العشوائية البسيطة في، وتتطلب هذه الطريقة ضرورة حصر كامل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة الأصلي ومعرفتها لئتم لاحقا الاختيار من بين تلك العناصر....²، وتتميز العينة العشوائية البسيطة ببساطة تطبيقها واستعمالها، كما تتميز بأن نتائجها تكون قابلة للتعميم على مجتمع الدراسة الأصلي إذا كان حجم العينة كبير نسبيا.

وقد تم اختيار مفردات العينة عن طريق " الفرز العشوائي"،³ أي اختيار العناصر الأولى الحاضرة من الطلبة سواء في القاعات أو في الأقسام المختلفة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

وصف العينة: بعد أن تم توزيع 90 استمارة استبيان على طلبة قسم علوم

الإعلام والاتصال ، وبعد استرجاعها تم إحصاء 80 استمارة تعتبر صالحة لإجراء الدراسة وتم إحصاء 10 استمارات غير صالحة لإجراء الدراسة عليها ،وقد توزعت عينة الدراسة الحالية المكونة من 80 فردا حسب متغير الجنس إلى 23 ذكرا و57 أنثى.

¹ رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 334.

² محمد عبيدات: مناهج البحث - أدوات والمراحل والتطبيقات-، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ص 88.

³ موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004،

11- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1. تعريف الدوافع :

لغة:الدافع مشتق من دفع ، الدفع : الإزالة بقوة¹ ، دفعا نحيته فاندفع ، ودفعت القول رددته بالحجة ودفعت الوديعة إلى صاحبها رددتها إليه² ، واستدفع الله الأسوء ، طلب منه أن يدفعها عنه ، وتدافعوا في الحرب دفع بعضهم بعضاً³.

اصطلاحاً:يعرفه محمد إسماعيل الدافع بأنه : (مثير أو منبه له تأثير مستمر يسيطر على سلوك الإنسان الفرد حتى يتحقق النزوع أو الاستجابة التي تغير من الموقف كله بعد إتمام عملية نشاط ديناميكي تؤدي إلى إشباع هذا المثير بحيث يستجيب الفرد بشكل يؤدي إلى زوال حدة التوتر أو التأثير المنبه)⁴.

تعريف الدوافع إجرائياً:في دراستنا نقصد بالدوافع العوامل والأسباب التي تؤدي بالطلبة إلى التعرض للبرامج الحوارية ومتابعة هذه البرامج في قناة الشروق TV.

2. تعريف التعرض:

لغة:تعني كلمة التعرض في اللغة العربية هي عرض (وتعني لغويًا اظهر الشيء وأراه إياه).

أما في اللغة اللاتينية فمعنى كلمة التعرض (بيان الشيء عن طريق القراءة والكتابة من خلال عرض منظم ومقنع للأفكار).

اصطلاحاً:أما مفهوم التعرض الإعلامي في قاموس المصطلحات الإعلامية فهو ما يصدر عن الفرد من عرض شفوي أو كتابي لحقائق أو وقائع⁵ فالتعرض هو استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية من خلال

¹ابن المنظور:لسان العرب ،مج2، دار المعارف ،ص1394

²أحمد الفيومي : كتاب المصباح المنيرفي غريب الشرح الكبير للرافعي ، دار القلم ، بيروت ،ص266-267

³محمد الدين الفيروز أبادي: القاموس المحيط،مج3، دار الكتاب العربي ،ص21

⁴قباري محمد إسماعيل :علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال(دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام)، منشأة المعارف

الإسكندرية،1984،ص11

⁵أحمد زكي بدوي :معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت،1985،ص154

الوسيلة الجماهيرية ويرتبط فعل التعرض بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة ومنها ما يتعلق بالوسيلة وطبيعتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات ويصاحبها في ذلك عنصر إتاحة وتوافر الوسيلة وتوافقها مع الجمهور ، وهناك ناحية أخرى متعلقة بخصائص وعادات الأفراد والجماعات ومرجعيتها تتضمن سمات نفسية وثقافية واجتماعية واقتصاديةالخ¹.

تعريف التعرض إجرائيا: في دراستنا نقصد به تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

3. **الجامعة:** هي مؤسسة أو مجموعة أشخاص يجمعهم نظام أو نسق خاصين ، تستعمل لوسائل وتنسق بين مهام مختلفة للوصول لطريقة ما إلى معرفة² ، تهدف إلى هدف واحد وهو المعرفة ، أو هي مجموعة من الناس وهبوا أنفسهم لطلب العلم دراسة وبجثا أي تنحصر في الطلبة والأساتذة³

كما تعتبر الجامعة أيضا مؤسسة تعليمية ، وفي دراستنا تتمثل في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

4. **الطالب الجامعي:** هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة تكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله بذلك ، ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ انه يمثل عدديا النسبة العالية للمؤسسة الجامعية يرى علي حلمي : (أن المجتمعات تعمل على أن يفتح الطلبة على وعي اجتماعي وسياسي يتجه في سبيل المجتمع وتماسكه)⁴

التعريف الإجرائي: في دراستنا يتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة

¹ . كامل القيم: التعرض لوسائل الاتصال ، <http://www.ahewar.org/m.asp?i=1622> ،

² فضيل دليو وآخرون : إشكالية المشاركة الديمقراطية، منشورات جامعة قسنطينة الجزائر، 2001، ص7

³ تركي رابح : أصول التربية والتعليم ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، دط، 1990، ص7

⁴ علي حلمي : دور الشباب في التنمية الاجتماعية والاقتصادية ، دط، المكتبة الانجلو مصرية ، مصر ، 1997، ص254

5. تعريف البرامج الحوارية التلفزيونية:

الحوار لغة: في مختار الصحاح فان حار تعني رجع والمحاورة تعني المجاوبة أي التجاور والتجارب¹ وورد في

قوله تعالى(وتشتكي إلى الله والله يسمع تحاوركما)سورة المجادلة الآية 01

اصطلاحا: محادثة بين طرفين وأكثر تتضمن تبادل للآراء والأفكار والمشاعر وتستهدف تحقيق أكبر قدر من

التفاهم بين الأطراف المشاركة فيه لتحقيق أهداف معينة يسعى المشاركون في الحوار لإنجازها²

البرامج الحوارية: هي البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص أو مجموعة أشخاص للتحدث إلى

المشاهدين مباشرة في موضوع معين سواء كان سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي ويتوقف نجاح

البرنامج الحواري إلى المقدم وحسن العرض للمشاهدين ونوعية اللغة³.

التعريف الإجرائي: هي برامج تتخذ أشكال مختلفة منها المناظرات و الندوات والمناقشات والمقابلات ،تبث

على الهواء مباشرة وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتنوع تلك القضايا

ما بين سياسية واقتصادية واجتماعية الخ باستضافة المسئولين والمختصين والجمهور .

12- المبحث النظري:

1- الفضائيات الجزائرية الخاصة:

الإعلام الفضائي الجزائري الخاص: تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال

الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري ، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية 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

¹ طه عبد الفتاح: الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون ، مكتبة الشباب ، القاهرة، 1975، ص09

² نواف العدوان: بعض المصطلحات الإعلامية (دراسة أولية)، العدد03، اتحاد إذاعة الدول العربية ، بغداد، 1988، ص30

³ رامي رشيد حسن ،عثمان محمد ذويب، مرجع سبق ذكره، ص405

المشاهد الجزائري وحقق بعضها رغم قصر المدة¹ فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة ، وتمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العلمية ، والتي بدأت بمرحلة الصفوة والتي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع وتطورت إلى مرحلة التخصص التي تستهدف اهتمامات جميع أفراد المجتمع ، إلى مرحلة الحشد التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة وأخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال وبتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في 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 والمرأة²

2-أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة: سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من اجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور الذي تم عام 1991 ، خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التبعة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قوية 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 لا بد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية³ وهكذا فان خنقت الحريات الفردية والعامية مع التضييق إلى درجة إلغاء التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء يضاف إلى التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين كل من الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها ، وبهذا انفجرت أزمة 1989 بالرغم من أن معظم التحليلات التي قدمت لإبعاد تلك الفترة أرجحت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو حاضر بقوة.

¹هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي ، دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ط1 ، القاهرة، 2005، ص376

²هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي ، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2006، ص102

³سليمان الرياشي وآخرون: الأزمة الجزائرية ، الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 1999،

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيفة وكما شهدت غياب الثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة السياسة وانطلاق من هذه التحليلات يمكن القول أن الجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام الميسس و المؤدج(إعلام الدولة) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر هامة ذلك انه تنبيه وتعمل على تطويره، فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة ، استدعى 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 والنقدي¹

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إشارة الانطلاق نحوى التحول الديمقراطي بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012. ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحويلية في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية الشعبية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية الخاصة ، وهكذا فان الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلا من أشكال الطابو السياسي²

¹عنصر العياشي: سيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص25.

²محمد بوضياف: الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر ، دراسة تحليلية نقدية، دار المجد للنشر والتوزيع، سطيف، 2010، ص6.

2- ماهية البرامج الحوارية التلفزيونية.....(التعريف والنشأة)

1. تعريف البرامج الحوارية التلفزيونية : تعرف إيمان عز الدين محمد البرامج الحوارية بأنها البرامج التي يلتقي فيها شخصين أو أكثر ، لبحث موضوع معين وتناوله من جميع الجوانب ، سواء اتفقت آراء المشاركين أو اختلفت ،ويمكن أن لا ينتهي إلى حل أو استنتاج أخير، ويترك الموضوع مفتوح للمشاهدين فتنتهي آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة¹

2. نشأة البرامج الحوارية وتطورها:

البرامج الحوارية في الولايات المتحدة الأمريكية : تطورت البرامج الحوارية في المجتمع الأمريكي باعتبار أنها هي التي عرفت هذا النوع من البرامج ، حيث ظهرت البرامج الحوارية في أمريكا في 1930 بالراديو ثم انتقلت إلى التلفزيون عام 1950، بعد الحرب العالمية الثانية حدثت تغيرات في المجتمع الأمريكي ساعدت على نمو التلفزيون التجاري ، وفي هذه المرحلة شبكتي " أن بي سي " و " سي بي سي " خدمة الإخبارية تلفزيونية تتضمن البرنامج حوارى إخباري، و أيضا ظهرت البرامج الترفيهية التي تتضمن الحوار من خلال المقابلات الرسمية من خلال الجمهور في البرامج، استمر هذا الدمج للبرامج الحوارية في البرامج الترفيهية وبرامج الأطفال والمسابقات مع تطور التلفزيوني .

وفي نهاية الستينات زادت البرامج الإخبارية في توثيق الأحداث الجارية كإطلاق النار على مارتن لوتر والحملة الانتخابية ل(ريتشارد نيكسون) وأصبحت هذه البرامج مصدرا للحصول على الأخبار وتحليلاتها لدى المواطنين في أمريكا وأصبح الجمهور يشاهد البرامج الحوارية أكثر من قراءة الصحف ، وفي السبعينات أصبح شكل ومحتوى البرامج الحوارية أكثر واقعية واعتمدت على القضايا والمشكلات الاجتماعية ، وكذلك ظهور المرأة في البرامج الحوارية التي تخاطبها ويعد (فيل دوناي) رائدا في مجال البرامج النسائية، وظهرت نوعية جديدة من البرامج الحوارية أطلق عليها البرامج الشعبية وأول من قدمها الإعلامي (فيل دوناي) ببرنامجه الذي يحمل اسمه، واعتمدت هذه النوعية من البرامج على كسر الطابوهات والحديث المألوف وخاضت في كل الأمور الحياتية بما في ذلك فضائح الجنس والتحرش وكافة السلبيات دون التمسك بحدود وإطار المواضيع المقدمة.

¹إيمان عزالدين محمد دوابة: دور البرامج الحوارية في التلفزيون، رسالة دكتوراه ، جامعة الزقازيق، 1993، ص133

وفي التسعينيات ازداد أيضا ظهور برامج حوارية غير دائمة تعتمد على ضيوف البرامج فقط في مناقشة القضايا السياسية الاجتماعية المهمة، وقد أدى نجاح البرنامج (أوبرا) والذي لا يطرح آراء ومواقف فقط وإنما يعرض أيضا تجاري ومشاعر عاطفية إلى ظهور العديد من البرامج المشابهة له في الإذاعة والتلفزيونية وتعتمد هذه البرامج بشكل أساسي على إجراء اللقاءات والمقابلات¹

3- خصائص ووظائف البرامج الحوارية التلفزيونية:

تعتبر البرامج الحوارية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا ولها العديد من الخصائص والسمات التي نعتبرها من البرامج وتتلور في :

- الحالية
- الإثارة
- ارتفاع نسبة المشاهدة
- التفاعل مع المشاهدة
- البرامج الحوارية لسلعة أو منتج وذلك من خلال المعلنين والمنتجين
- المصداقية وحرية التعبير

من خلال ما سبق يتضح أن البرامج الحوارية تعتبر احد الأشكال البراجمية التي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تسهم في بناء هذا القالب البراجمي، الذي يتمتع بالمصداقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية وأداة قوية لا يستهان بها في التأثير عن الرأي العام، وأهم هذه الخصائص نذكر:

- يتضمن سمة الدراما حيث يتضمن الحوار الموضوع والشخصيات والإخراج والحركة والإضاءة والديكور وتطور الحدث

¹ ريبورتيلبرد ترجمة مؤيد محسن فوزي، الكتابة التلفزيونية والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2003، صص 251-253.

- له سمة العرض : إذ له القدرة على العرض أكثر من أن يروي أو ينقل أو يقص ، إلا أن من المهم جدا أن يقول المحاور أقواله أو يؤديها من خلال حركة اليدين .

- يتميز بصعوبة استخدام النص المكتوب في الجوانب الأسئلة المطروحة لأنه يفقد الكثير من عضويته.

- البرنامج الحوارى يقوده فريق عمل متكامل من مخرج والمعدات والأضواء والمصور..... الخ

4- ووظائف الحوار التلفزيوني: حدد سعد لىب مجموعة من الوظائف:

-وظيفة الإعلام الإخبار: وتعني شرح وتفسير كل ما يجري من أحداث يومية في جوانب الحياة المختلفة

-وظيفة التعليم: يعني تقديم معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات جديدة للمشاهدين

-وظيفة التثقيف: وتعني تثقيف المشاهدين عن طريق الحوار مع قادة الفكر والأدباء والفنانين ووظيفة خدمة

المجتمع التي تعني نوعية وتنمية المشاهدين في مجال تخصصهم عن طريق الحوار مع المتخصصين في مجالات

كافة فيما حدد باحثون آخرون ووظائف عدة للحوار:

-توضيح فكرة أو قانون أو ظاهرة أو تجربة من خلال المناقشة والتقييم .

-التعريف بالشخصيات وإبراز أفكارها وتجاربها و إبراز رأي الأطراف المعارضة

-تعمق الفهم في قضية أو شرح موقف معين .

-كشف الحقائق وإعطاء المعلومات حول الموضوعات المختلفة تهم أكبر شريحة في المجتمع للاستفادة¹

¹أديب حضور : الحديث التلفزيوني ، ط1، المكتبة الإعلامية ، دم، 2002،ص252

13- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار تساؤلات الدراسة فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (spss) وقد استخدمنا الأسلوب الإحصائي المتمثل في النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي، ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف عينة الدراسة.

14- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: ربهام سامي حسين يوسف: دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2008

الإطار المنهجي، الإطار النظري تناول : البرامج الحوارية التلفزيونية ،أسسها مشكلاتها وواقعها بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة ، نتائج الدراسة التحليلية للبرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة عينة الدراسة ،نتائج الدراسة الميدانية ، العلاقات بين المتغيرات واختبارات الفروض

نتائج الدراسة:

- تفوق البرنامج الحوارى الحكومى فى استخدام قالب الحوار التلفزيونى والحوار فى الأستوديو بعكس البرنامج الحوارى الخاص الذى زاد استخدامه للقلب الحديث المباشر

- نجحت البرامج فى ترتيب أولويات القضايا التعليمية والدينية وقضايا المرافق والخدمات بينما لم تنجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئة

- يعتمد الجمهور عينة الدراسة على وسائل الإعلامية التالية فى الحصول على المعلومات عن القضايا المجتمعية المصرية وهى : القنوات الفضائية العربية ثم القنوات المصرية الخاصة ثم الصحف القومية التلفزيون المصرى الحكومى فالإنترنت

الدراسة الثانية: سامر رجا الغليلات: تحت عنوان استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والإشباع المحققة رسالة ماجستير فى الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا سنة 2009

تهدف الدراسة إلى التعرف على عادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الأردنية والتعرف على الإشباع والدوافع المتحققة وقد انطلقت الدراسة من عدة فرضيات أهمها:

__ ما عادات مشاهدة القنوات الفضائية وأماطها لدى طلبة الجامعة ؟

__ ما الإشباع المتحققة من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية؟

__ ما الدوافع من وراء مشاهدة طلبة الجامعة للقنوات الفضائية ؟

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها :

__ أن الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية.

__ أن أكثر القنوات العربية المفضلة لدى طلبة الجامعات الأردنية كانت قنوات الأفلام .

__ احتلت عائلة قنوات MBC المراتب الأولى في درجات المشاهدة .

__ بينت النتائج أن درجات الإشباع لدى طلبة الجامعة كانت ايجابية وذات علاقة بالمؤثرات النفسية .

__ أيضا بينت أن دوافع الطلبة كانت ايجابية وأعلىها دوافع التسلية وأقلها الدوافع الاقتصادية .

15_ التعقيب على الدراسات السابقة :

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين أن الدراسة الأولى تناولت دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا لدى المجتمع المصري وانطلقت من إطار نظرية ترتيب الأولويات ، أما الدراسة الثانية تناولت استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية واهتمت بدراستها في إطار الاستخدامات والإشباع، بالتالي تعطينا قاعدة نطلق منها مع بعض الإجراءات المنهجية خاصة المتعلقة بتصميم استمارة الاستبيان وصياغة الأسئلة كما أننا منطلق لدراستنا هاته من عدة جوانب .



الإطار التطبيقي



1* التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة

الجدول رقم (01) : جدول يوضح توزيع الطلبة حسب متغير الجنس

النسبة%	التكرار	
28.75%	23	ذكر
71.25%	57	أنثى
100%	80	المجموع

يوضح الجدول توزيع الطلبة حسب متغير الجنس حيث احتل المرتبة الأولى الإناث بنسبة 71.25% أما بالنسبة للذكور فكانت النسبة 28.75% ومن الملاحظ أن عدد الإناث في العينة يفوق عدد الذكور ، ويمكن تفسير هذا عندما تم توزيع الاستمارة تصادفاً مع الإناث أكثر من الذكور إضافة إلى نسبة الإناث أكثر من الذكور في قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

الجدول رقم (2): يبين توزيع الطلبة حسب متغير السن

النسبة%	التكرار	
66.25%	53	19-24
25%	20	24-29
8.75%	7	29 فما فوق
100.0%	80	المجموع

يوضح الجدول توزيع الطلبة حسب متغير السن إذ نجد أن الفئة التي تتراوح أعمارهم من 19-24 سنة هي الفئة الغالبة بنسبة 66.25% ثم تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 24-29 سنة بنسبة 25% أما فئة 29 سنة فما فوق فهي تمثل نسبة 8.75% ، وما يفسر أن الفئة من 19-24 سنة هي الغالبة وذلك راجع إن هذه الفئة أكثر مشاهدة للبرامج الحوارية بينما الفئة الثانية من 24-29 سنة كانت أقل مشاهدة لهاته البرامج تليها فئة 29 سنة فما فوق ، أيضا أن الفئة العمرية الغالبة وسط طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف فهي فئة 19-24 سنة .

المحور الأول : متابعة البرامج الحوارية قي قناة الشروق TV

الجدول رقم (3): يمثل توزيع الطلبة حسب متابعتهم للبرامج الحوارية.

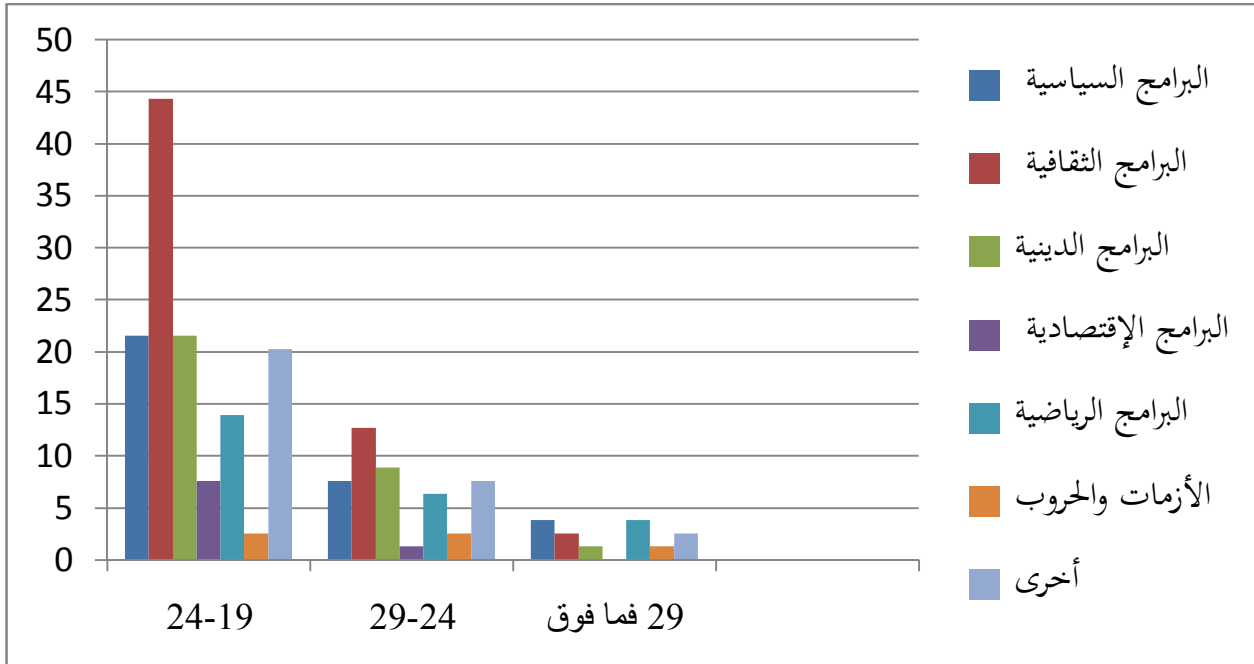
النسبة %	التكرار	
10%	8	دائما
62.50%	50	أحيانا
27.50%	22	نادرا
100%	80	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول يتبين لنا أن (الطلبة) أفراد العينة يتابعون البرامج الحوارية أحيانا هم الفئة الغالبة بنسبة 62.50% تليها فئة الذين يتابعون البرامج الحوارية نادرا بنسبة 27.50% وفي الأخير نجد فئة الذين يتابعون البرامج الحوارية دائما بنسبة 10%، وتفسر ذلك من خلال أن الطالب لا يملك الوقت الكافي لمتابعة البرامج الحوارية بشكل دائم إضافة إلى اهتماماته العلمية والعملية من جهة أخرى

جدول رقم (4) : جدول يوضح البرامج التي يحرص الطلبة على متابعتها

المجموع	السن			ت	
	29 فما فوق	24-29	19-24		
26	3	6	17	ت	البرامج السياسية
32.91%	3.80%	7.59%	21.52%	%	
47	2	10	35	ت	البرامج الثقافية
59.49%	2.53%	12.66%	44.30%	%	
25	1	7	17	ت	البرامج الدينية
31.65%	1.27%	8.86%	21.52%	%	
7	0	1	6	ت	البرامج الاقتصادية
8.86%	0.00%	1.27%	7.59%	%	
19	3	5	11	ت	البرامج الرياضية
24.05%	3.80%	6.33%	13.92%	%	
5	1	2	2	ت	الأزمات والحروب
6.33%	1.27%	2.53%	2.53%	%	
24	2	6	16	ت	أخرى
30.38%	2.53%	7.59%	20.25%	%	
79	6	20	53	ت	المجموع
100.00%	7.59%	25.32%	67.09%	%	

الشكل رقم (04): يوضح البرامج التي يحرص الطلبة على متابعتها

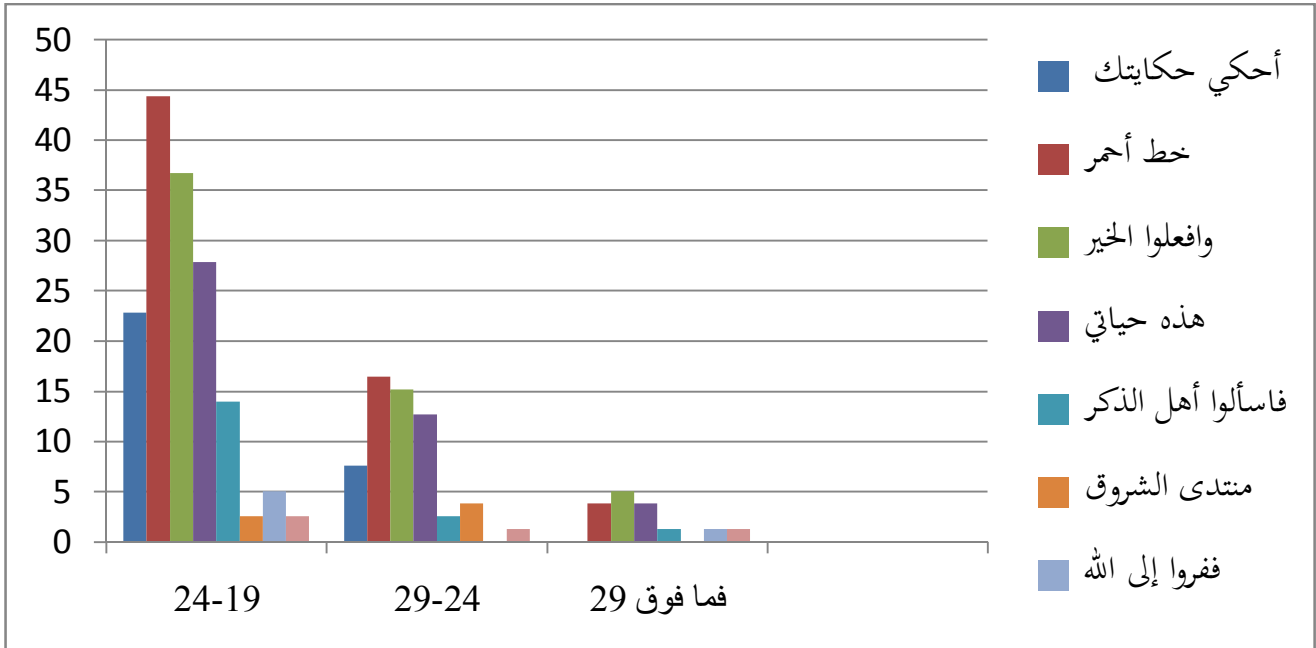


من خلال الجدول والشكل المرفق تبين النتائج 59.49% من (الطلبة) أفراد العينة يتابعون البرامج الثقافية منهم 44.30% تتراوح أعمارهم ما بين 19-24 و 24-29 بلغت نسبتهم 12.66% وتليها سن 29 فما فوق بنسبة 2.53% ، تليها بعد ذلك نسبة 32.91% من أفراد العينة يتابعون البرامج السياسية حيث بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم من 19-24 ب: 21.52% و هي الأكثر متابعة لهاته البرامج، تليها البرامج الرياضية بنسبة 24.05% حيث قدرت أكبر نسبة بـ 13.92% لمن تتراوح أعمارهم ما بين 19-24 و 29-24 إذا بلغت 2.53% لكل منهما، ويرجع ذلك إلى أن أغلب الطلبة أفراد العينة في مرحلة الشباب وأعمار 24 أغلبهم تتراوح بين 19-24 سنة إضافة إلى أن هاته الفئة تسعى دائما إلى إثراء رصيدها الثقافي كذلك كشفت النتائج تتبع الطلبة للبرامج السياسية والدينية خصوصا ممن تتراوح أعمارهم ما بين 19_24 سنة .

الجدول رقم (5) : جدول يوضح البرامج التي يتابعها الطلبة

المجموع	السن				
	29 فما فوق	24-29	19-24		
24	0	6	18	ت	احكي حكايتك خط احمر وافعلوا الخير هذه حياتي فاسألوا أهل الذكر منتدى الشروق ففروا إلى الله الحلقة المفقودة المجموع
30.38%	0.00%	7.59%	22.78%	%	
51	3	13	35	ت	
64.56%	3.80%	16.46%	44.30%	%	
45	4	12	29	ت	
56.96%	5.06%	15.19%	36.71%	%	
35	3	10	22	ت	
44.30%	3.80%	12.66%	27.85%	%	
14	1	2	11	ت	
17.72%	1.27%	2.53%	13.92%	%	
5	0	3	2	ت	
6.33%	0.00%	3.80%	2.53%	%	
5	1	0	4	ت	
6.33%	1.27%	0.00%	5.06%	%	
4	1	1	2	ت	
5.06%	1.27%	1.27%	2.53%	%	
80	7	20	53	ت	
100 %	7.59%	25.32%	67.09%	%	

الشكل رقم (5) : يوضح البرامج التي يتابعها الطلبة

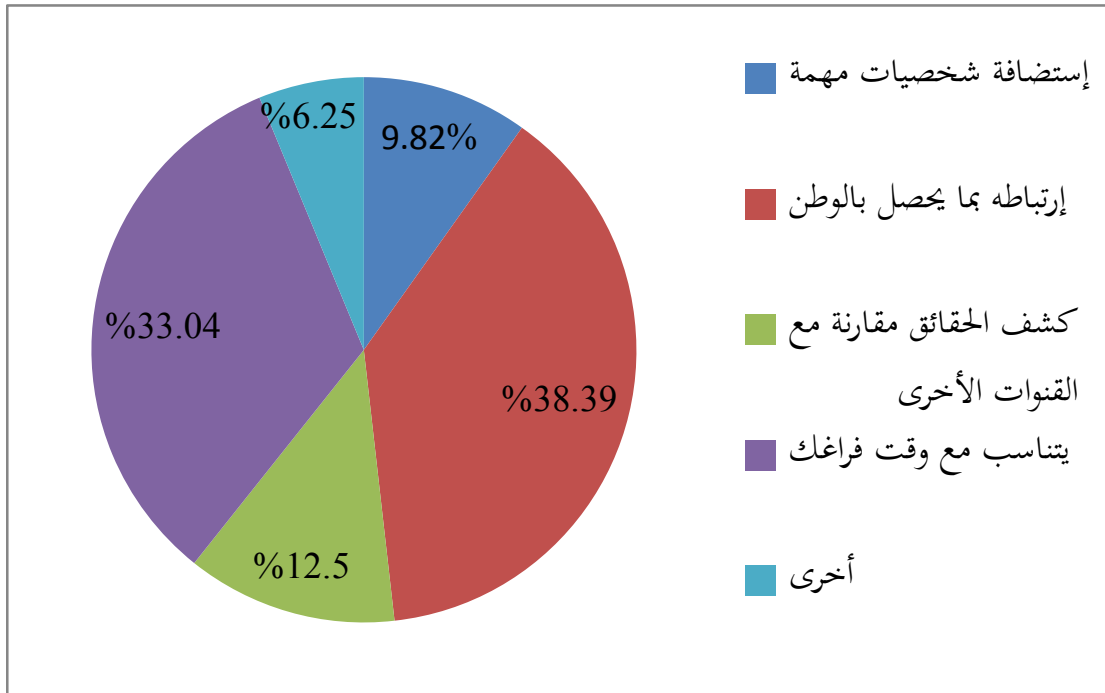


من خلال قراءتنا للجدول السابق والشكل المرفق نجد نسبة 64.56% يتابعون برنامج خط أحمر احتلت المرتبة الأولى فئة 19-24 سنة بنسبة بلغت 44.30% ، ثم نسبة 56.96% يتابعون برنامج وافعلوا الخير إذ احتلت فئة 19-24 سنة المركز الأول بنسبة 36.71% ثم نجد برنامج هذه حياتي بنسبة 44.30% وقد كانت السبة الأكبر لفئة من 19-24 سنة إذ بلغت 27.85% يأتي بعدها برنامج أحكي حكايتك بنسبة 30.38% وبلغت نسبة من تتراوح أعمارهم ما بين 19-24: 22.78% ثم برنامج فاسألوا أهل الذكر بنسبة 17.72% وقد كانت نسبة من تتراوح أعمارهم ما بين 19-24 هي الأكبر إذ بلغت 13.92% ثم نجد كل برنامج منتدى الشروق وبرنامج ففروا إلى الله بنسبة 6.33% لكل منهما وكانت النسبة الأكبر لمن تتراوح أعمارهم ما بين 19-24 وقدرت ب 5.06% و 2.53% ، وفي الأخير برنامج الحلقة المفقودة بنسبة 5.06% وبلغت نسبة من تتراوح أعمارهم ما بين 19-24 ب 2.53% ويرجع ذلك إلى أن برنامج خط أحمر لقي شهرة واسعة من خلال القضايا المختلفة التي يعالجها ونجد أيضا برنامج وافعلوا الخير إذ نجد فيه الكثير من مظاهر الإنسانية التي تؤثر في نفوس المشاهدين وما يفسر متابعة فئة من 19-24 سنة لهاته البرامج أن هاته الفئة من الطلبة لهم نوع من وجود الفراغ في التوقيت الدراسي إضافة إلى عدم وجود ارتباطات أخرى وهذا ما يساعد على المتابعة عكس الفئات العمرية الأخرى .

الجدول رقم (6) : يمثل الجدول أسباب التي تدفع الطلبة لمتابعة هذه البرامج

النسبة %	التكرار	
9.82%	11	استضافة شخصيات مهمة
38.39%	43	ارتباطه بما يحصل في الوطن
12.50%	14	كشف الحقائق مقارنة مع القنوات الأخرى
33.04%	37	يتناسب مع وقت فراغك
6.25%	7	أخرى
100%	112	المجموع

الشكل رقم (6) : دائرة نسبية تبين الأسباب التي تدفع الطلبة لمتابعة هذه البرامج



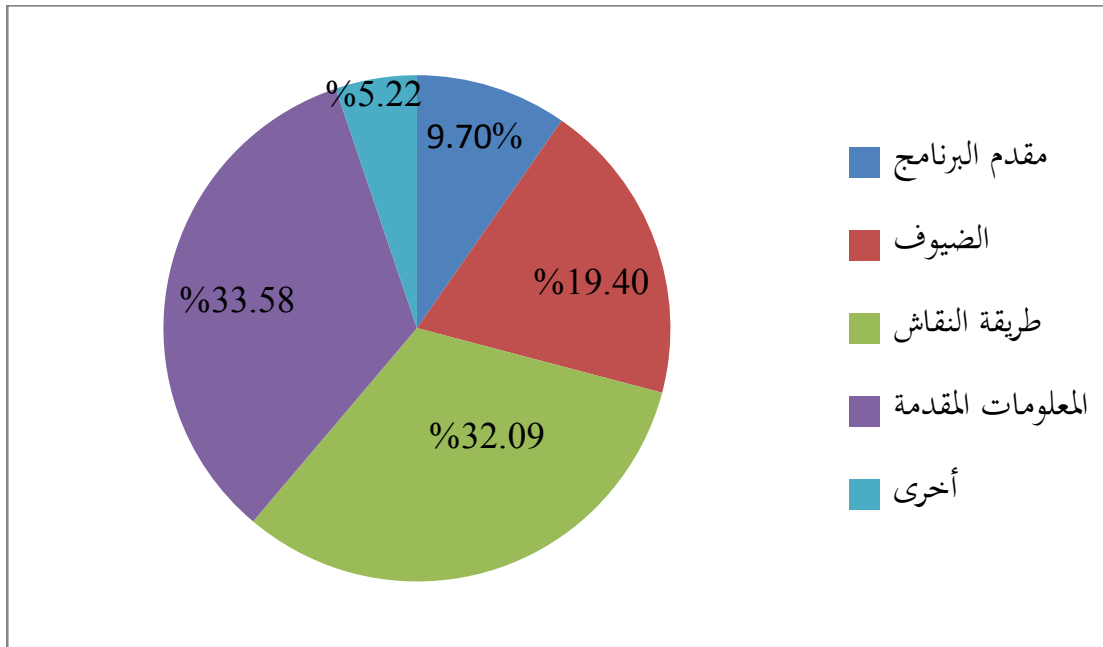
من خلال الجدول والشكل التوضيحي المرفق نلاحظ أن ارتباط هذه البرامج بما يحصل في الوطن هي السبب الرئيسي الذي دفع الطلبة لمتابعة هذه البرامج مستقبلا حيث تمثل نسبة 38.39% تليها بعد ذلك تناسب هذه البرامج مع وقت فراغ المبحوثين ومثلت نسبة 33.04% وجاءت بعدها كشف هذه البرامج للحقائق مقارنة مع القنوات الأخرى حيث مثلت بنسبة 12.50% تليها بعد ذلك استضافة شخصيات مهمة بنسبة 9.82% تليها في الأخير أسباب أخرى نذكر منها (المعلومات المقدمة في هذه البرامج، السياسة

التحريرية للقناة، الشفافية....) بنسبة 6.25%، ويمكن تفسير الأسباب التي تدفع الطلبة إلى متابعة هذه البرامج مستقبلا هي ارتباط هذه البرامج بما يحصل في الوطن

الجدول رقم (7) : يمثل تركيز الطلبة في متابعة البرامج الحوارية لقناة الشروق TV

النسبة %	التكرار	
9.70%	13	مقدم البرنامج
19.40%	26	الضيوف
32.09%	43	طريقة النقاش
33.58%	45	المعلومات المقدمة
5.22%	7	أخرى
100%	134	المجموع

الشكل رقم (7) : تمثل تركيز الطلبة في متابعة البرامج الحوارية لقناة الشروق TV



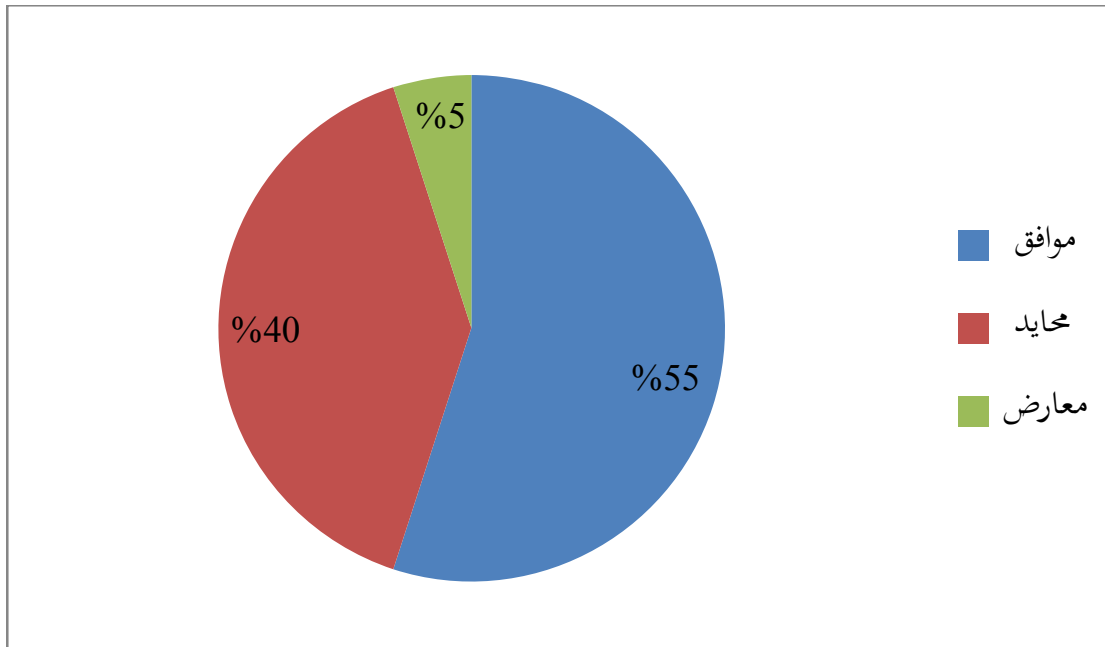
من خلال الجدول والشكل المرفق له نلاحظ أن المبحوثين يركزون على المعلومات المقدمة في متابعتهم للبرامج الحوارية حيث مثلت نسبة 33.58% ثم التركيز على طريقة النقاش بنسبة 32.09% ثم يركزون

على الضيوف 19.40% يلي بعد ذلك تركيزهم على مقدم البرنامج حيث مثلت نسبة 9.70% وفي الأخير نسبة 5.22% يركزون على نقاط أخرى أهمها (الديكور ،شخصية المقدم ،البساطة ،.....)، يمكن أن نفسر تركيز الطلبة في متابعتهم على المعلومات المقدمة وطريقة نقاش كونها تلي احتياجاتهم وتحقق لهم نوع من التفاعل مع البرامج .

الجدول رقم (8) : يبين متابعة الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق tv

النسبة %	التكرار	
55%	44	موافق
40%	32	محايد
5%	4	معارض
100%	80	المجموع

الشكل رقم (8) : يبين متابعة الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق tv



نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول والشكل التوضيحي المرفق له أن نسبة 55% من الطلبة موافقة على متابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق tv تليها نسبة 40% محايدة وفي الأخير نجد نسبة 5% معارضة

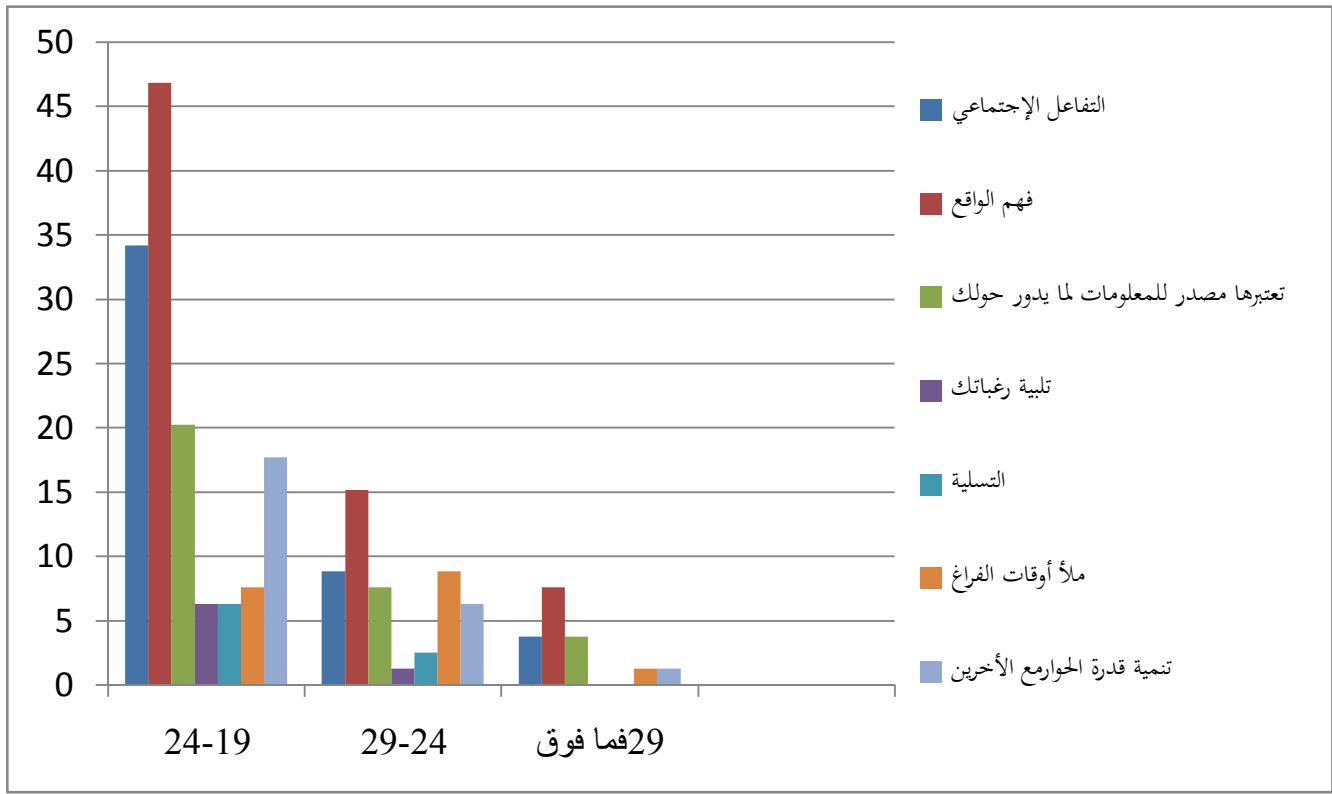
،وتفسر ذلك أن الطالب يسعى دائما لمتابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق tv كونها تلي رغباته و احتياجاته .

المحور الثاني : دوافع التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق tv؟

الجدول رقم (9): يوضح دوافع تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

المجموع	السن			ت	
	29 فما فوق	24-29	19-24		
37	3	7	27	ت	التفاعل الاجتماعي
46.84%	3.80%	8.86%	34.18%	%	
55	6	12	37	ت	فهم الواقع
69.62%	7.59%	15.19%	46.84%	%	
25	3	6	16	ت	تعتبرها مصدر للمعلومات لما يدور حولك
31.65%	3.80%	7.59%	20.25%	%	
6	0	1	5	ت	تلبية رغباتك
7.59%	0.00%	1.27%	6.33%	%	
7	0	2	5	ت	التسلية
8.86%	0.00%	2.53%	6.33%	%	
14	1	7	6	ت	ملاً أوقات الفراغ
17.72%	1.27%	8.86%	7.59%	%	
20	1	5	14	ت	تنمية قدرة الحوار مع الآخرين
25.32%	1.27%	6.33%	17.72%	%	
79	6	20	53	ت	المجموع
100%	7.59%	25.32%	67.09%	%	

الشكل رقم (9): يوضح دوافع تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV



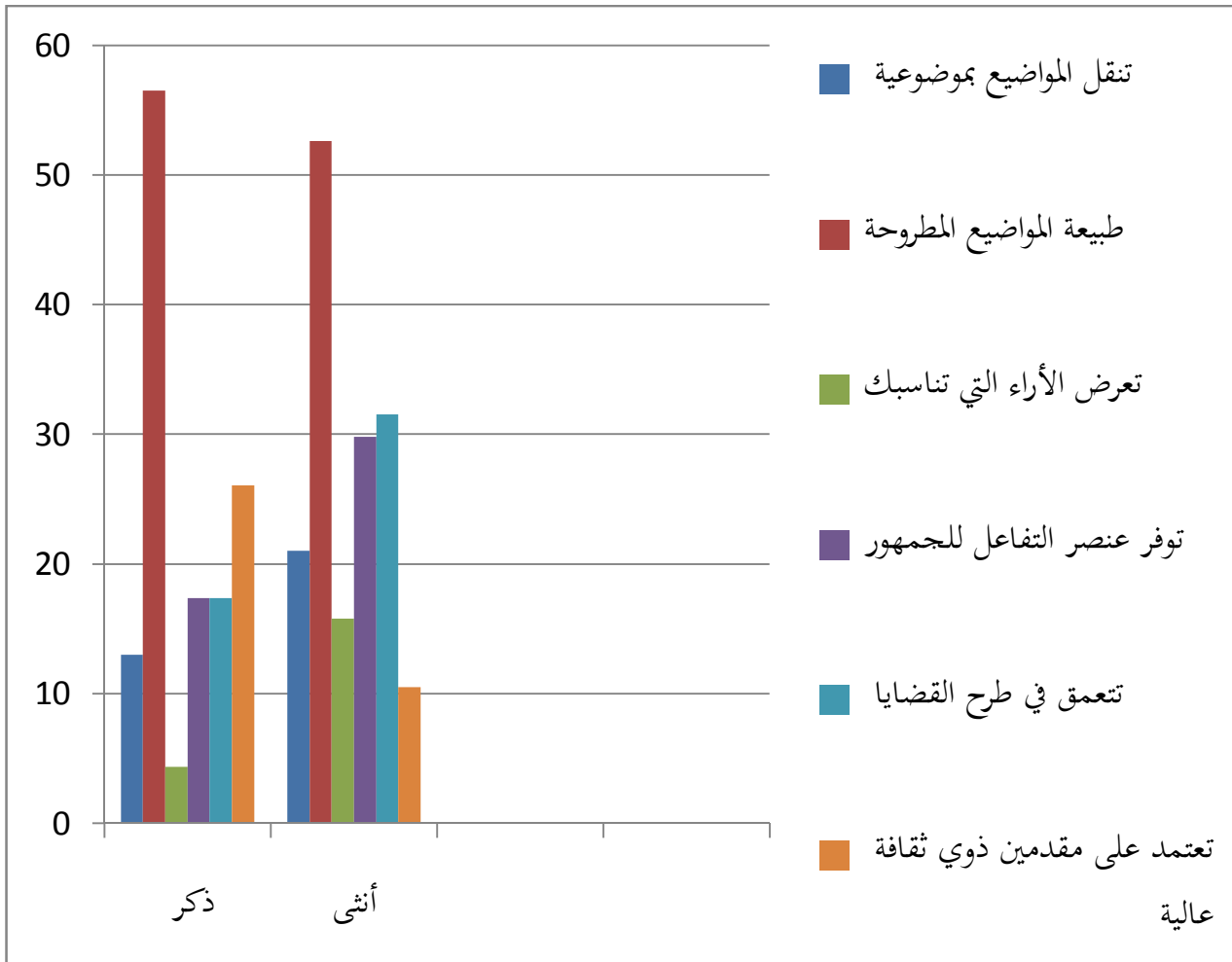
من خلال قراءتنا للجداول السابق والشكل التوضيحي المرفق نجد نسبة 69.62% من (الطلبة) أفراد العينة دافعها للتعرض هو فهم الواقع وتحتل الفئة العمرية من 24-29 سنة المرتبة الأولى بنسبة 46.84% تليها الفئة العمرية ما بين 24-29 بنسبة 15.19% أما في الأخير فئة 29 سنة فما فوق فجاءت بنسبة 7.59% ثم تليها نسبة 46.84% تتعرض للبرامج الحوارية من أجل التفاعل الاجتماعي منها 34.18% لفئة من 24-19 سنة ثم نسبة 8.86% لفئة من 24-29 سنة وفي الأخير نسبة 3.80% من 29 سنة فما فوق ثم تأتي نسبة 31.65% تعتبرها مصدر للمعلومات لما يدور حولها حيث جاء في المرتبة الأولى فئة الأعمار من 24-19 سنة بنسبة 20.25% ثم فئة 29-24 سنة بنسبة 7.59%، وفي الأخير فئة الأعمار من 29 سنة فما فوق بنسبة 3.80% ثم نجد 25.32% دافعهم تنمية قدرة الحوار مع الآخرين، احتلت المرتبة الأولى الفئة العمرية من 24-19 سنة بنسبة 17.72%، ويليهما فئة من 29-24 سنة بنسبة 6.33% ونسبة 1.27% للفئة العمرية الأكثر من 29 سنة، ويرجع ذلك لاهتمام الطلبة بفهم الواقع والإطلاع على ما يدور حولهم وحب النقاشات مع الآخرين ،أما فئة 24-19 سنة فيدفعهم للتعرض

لهاته البرامج حبهم الكبير للإطلاع على ما يدور حولهم وكذلك إيجاد أرضية للنقاش مع الآخرين حتى لا يشعرون بالعزلة في مجتمعهم .

الجدول رقم (10) : يوضح دوافع اختيار الطلبة لبرامج قناة الشروق TV الحوارية

المجموع	الجنس			
	أنثى	ذكر		
15	12	3	ت	تنقل المواضيع بموضوعية
18.75%	21.05%	13.04%	%	
43	30	13	ت	طبيعة المواضيع المطروحة
53.75%	52.63%	56.52%	%	
10	9	1	ت	تعرض الآراء التي تناسبك
12.50%	15.79%	4.35%	%	
21	17	4	ت	توفر عنصر التفاعل للجمهور
26.25%	29.82%	17.39%	%	
22	18	4	ت	تتعمق في طرح القضايا
27.50%	31.58%	17.39%	%	
12	6	6	ت	تعتمد على مقدمين ذوي ثقافة عالية
15.00%	10.53%	26.09%	%	
80	57	23	ت	المجموع
100%	100%	100%	%	

الشكل رقم (10) : يوضح دوافع اختيار الطلبة لبرامج قناة الشروق TV الحوارية



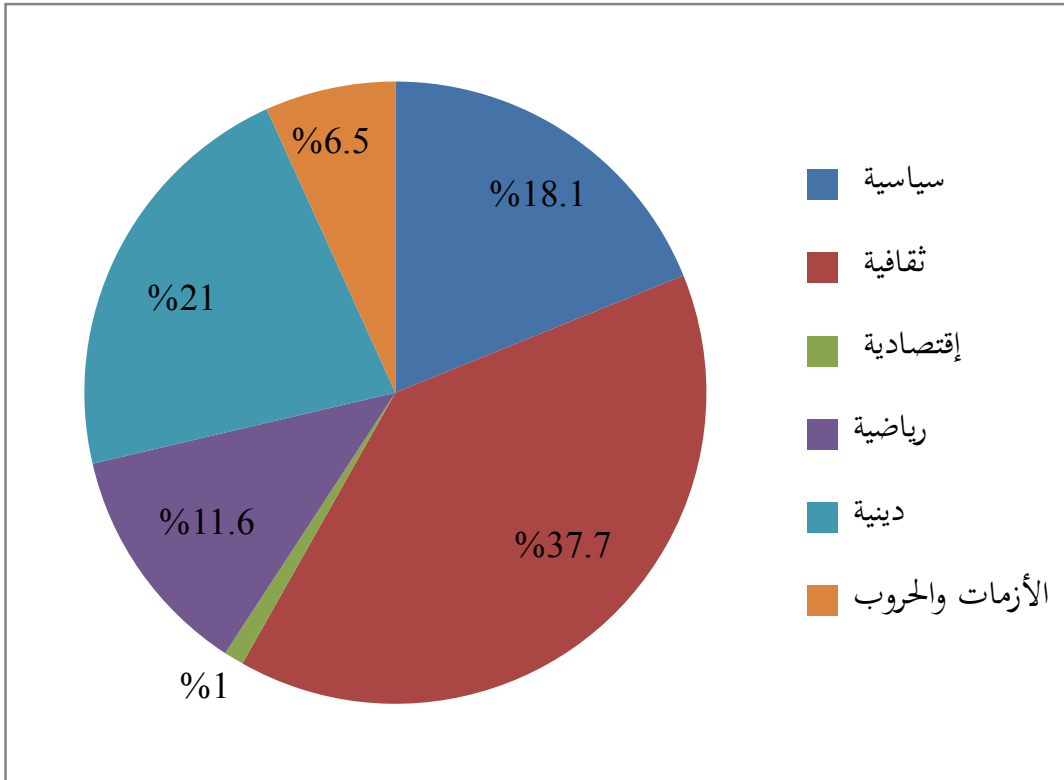
من خلال الجدول السابق والشكل المرفق له نلاحظ أن نسبة 53.75% من الطلبة تدفعهم طبيعة المواضيع المطروحة في هذه البرامج وبلغت نسبة الذكور ب: 56.18% ونسبة الإناث ب: 52.63% ثم نجد نسبة 27.50% تدفعهم لاختيار برنامج قناة الشروق كون هذه البرامج تتعمق في طرح القضايا منهم نسبة 17.39% ذكور ونسبة 31.58% إناث ونجد أيضا نسبة 26.25% يدفعهم توفر عنصر التفاعل للجمهور ونجد نسبة الذكور 17.39% ونسبة الإناث 29.82% ثم نسبة 18.75% تختار هذه البرامج كونها تنقل المواضيع بموضوعية وقدرت نسبة الذكور ب: 13.04% ونسبة الإناث ب: 21.05%، ويرجع هذا إلى أن الطالب يجد نفسه أمام برامج ومواضيع كثيرة على التلفزيون لذلك تجده ينتقي المواضيع التي تمهه فقط وتلبي حاجياته وتعمق في طرح هذه المواضيع ، ويرجع ذلك إلى وجود الكثير من المواضيع فيلجأ

الطلبة إلى اختيار المواضيع التي تهمهم وتعمق هذه البرامج في مناقشتها وتوفير عنصر التفاعل لهم ،وما يفسر النسب المرتفعة للإناث على حسب الذكور كونهم الأكثر تعرضا للتلفزيون لتوفر الوقت عكس الذكور

الجدول رقم (11): يوضح توزيع الطلبة حسب طبيعة البرامج التي يشاهدونها

النسبة %	التكرار	
18.1%	25	سياسية
37.7%	52	ثقافية
1%	7	اقتصادية
11.6%	16	رياضية
21%	29	دينية
6.5%	9	الأزمات والحروب
100%	138	المجموع

الشكل رقم (11): دائرة نسبية توضح توزيع الطلبة حسب طبيعة البرامج التي يشاهدونها



من خلال الجدول والدائرة النسبية المرفقة نلاحظ أن نسبة 37.7% من (الطلبة) أفراد العينة يشاهدون البرامج الثقافية تليها نسبة 21% تشاهد البرامج الدينية ثم نسبة 18.1% تشاهد البرامج السياسية ونسبة 11.6% تشاهد البرامج الرياضية وفي الأخير نجد الأزمات والحروب والبرامج الاقتصادية بنسبة 6.5% و 5.1%، تتابعا، نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب الطلبة يشاهدون البرامج ذات الطابع الثقافي وإضافة إلى البرامج ذات الطابع الديني وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الذي يعيشون فيه فهو مجتمع محافظ .

الجدول رقم (12): يبين توزيع الطلبة حسب دوافع التعرض للبرامج الحوارية

المجموع	التكرار	الاحتمالات	
12.50%	10	كونها تنمي معارفك	شخصي
15.00%	12	كونها تتوافق مع تخصصك الدراسي	
10.00%	8	كونها تحقق لك نوعا من الرضا	

30	37.50%	المجموع	
19	23.75%	كونها تعالج قضايا مجتمعتك	اجتماعي
11	13.75%	كونها تساعدك في النقاش مع الآخرين	
21	26.25%	كونها تمس واقعتك الاجتماعي	
50	62.50%	المجموع	

من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أن نسبة 62.50% دافعهم اجتماعي ذلك كونها تمس واقعتهم الاجتماعي إذ بلغت نسبة هذا الطرح 26.25% يليها كونها تعالج قضايا مجتمعتهم إذ بلغت نسبة هذا الطرح 23.75% ثم في الأخير كونها تساعدهم في النقاش مع الآخرين ، إذ بلغت نسبة هذا الطرح 13.75%، وتفسير ذلك أن الطالب تحركه غالبا دوافع اجتماعية فهو يسعى دائما إلى معرفة قضايا مجتمعه قصد إيجاد حلول مناسبة لها.

كذلك نلاحظ أن نسبة 37.50% دافعهم شخصي ذلك كونها تتوافق مع تخصصهم الدراسي إذ بلغت نسبة هذا الطرح 15% وكونها تنمي معارفهم إذ بلغت نسبة هذا الطرح 12.50% وكونها تحقق لهم نوعا من الرضا إذ بلغت نسبة هذا الطرح 10% ، وتفسير ذلك أن الطالب تقوده أو تحركه في غالب الأحيان دوافع ونزوات شخصية تتوافق مع ميوله ورغباته الخاصة .

المحور الثالث: استخدام البرامج الحوارية في قناة الشروق TV

الجدول رقم (13) : يوضح على أي أساس يختار الطلبة مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق

TV

النسبة %	التكرار	
48.62%	53	محتوى البرامج
8.26%	9	اللغة
18.35%	20	مهنة وكفاءة الصحفيين
19.27%	21	التقديم الجيد للبرنامج
5.50%	6	البرمجة الجيدة

المجموع	109	100%
---------	-----	------

يتبين لنا في الجدول أن نسبة 48.62% تختار مشاهدة البرامج الحوارية لمحتوى هاته البرامج تليها التقديم الجيد للبرامج بنسبة 19.27%، ثم تأتي بعدا مهنة وكفاءة الصحفيين بنسبة 18.35% بعد ذلك تأتي اللغة بنسبة 8.26% ثم في المرتبة الأخيرة البرمجة الجيدة بنسبة 5.50%، ويمكن تفسير هذا بأن الطالب يختار مشاهدة البرامج الحوارية لما يتوفر في هذا الأخير من مضامين ومعلومات تلي رغباته واحتياجاته .

الجدول رقم (14) : جدول يوضح استخدام الطلبة لمحتوى البرامج الحوارية التي يشاهدونها

النسبة %	التكرار	
22.50%	18	زيادة المعارف
58.75%	47	الإطلاع على ما يحصل حولك
17.50%	14	النقاش مع الآخرين
1.25%	1	أخرى
100%	80	المجموع

من خلال لجدول نلاحظ أن نسبة 58.75% تستخدم محتوى البرامج الحوارية قصد الإطلاع على ما يحصل حولها ثم نسبة 22.50% تستخدمه في زيادة المعارف تليها نسبة 17.50% تستخدم محتوى البرامج للنقاش مع الآخرين وفي الأخير نسبة 1.25% تستخدم محتوى البرامج في أمور أخرى، وتفسير هذا أن الطالب يسعى دائما لمعرفة ما يحصل من حوله والإطلاع عليه وزيادة معارفه، فالطالب يسعى دائما بأن يكون مندمجا مع مجتمعه ومدركا لما يحصل فيه .

الجدول رقم (15) : يوضح استخدام الطلبة لمحتوى البرامج الحوارية

النسبة %	التكرار	
13.75%	11	دائما
81.25%	65	أحيانا
5%	4	لا تستخدمه
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 81.25% تستخدم محتوى البرامج الحوارية أحيانا ثم تليها نسبة 13.75% تستخدمه بشكل دائم ،وفي الأخير نجد نسبة 5% لا تستخدم محتوى البرامج الحوارية .

من خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن اغلب الطلبة يستخدمون محتوى البرامج الحوارية أحيانا هذا راجع إلى انشغالهم الدراسية ونسبة معتبرة منهم تستخدم محتوى البرامج الحوارية دائما وهذا راجع لحبهم للنقاشات وميولهم للحوار مع الآخرين .

الجدول رقم (16) : يبين مشاركة الطلبة للمحتوى الذي يتلقونه من البرامج الحوارية

النسبة%	التكرار	
38.75%	31	مع الأصدقاء
30%	24	مع العامة
31.25%	25	لا تشاركه
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 38.75% يشاركون المحتوى الذي يتلقونه من البرامج الحوارية مع الأصدقاء ونسبة 31.25% لا تشاركه وتلييه في الأخير نسبة 30% تشاركه مع عامة الناس ،ونفسر هذا أن الطلبة يقضون معظم أوقاتهم مع الأصدقاء في الوسط الجامعي ، فيشاركونهم ما يتلقونه من هذه البرامج.

الجدول رقم (17) : يوضح رأي الطلبة حول عرض البرامج الحوارية للقضايا بأسلوب بسيط

ومناسب للجمهور

النسبة %	التكرار	
71.25 %	57	موافق
23.75 %	19	محايد
5 %	4	معارض
100 %	80	المجموع

من خلال قراءتنا يتبين لنا نسبة 71.25 % من الطلبة توافق على أن البرامج الحوارية تعرض القضايا بأسلوب بسيط ومناسب للجمهور تليها نسبة 23.75 % محايدة على هذا الطرح وفي الأخير نسبة 5 % معارض على هذا الطرح ، ونفسر ذلك بأن الطلبة يستوعبون محتوى هاته البرامج كونهم في مجال تخصص الإعلام و الاتصال.

جدول رقم (18) : يوضح رأي الطلبة حول افتقار البرامج الحوارية للجرأة والصراحة في مناقشة

القضايا

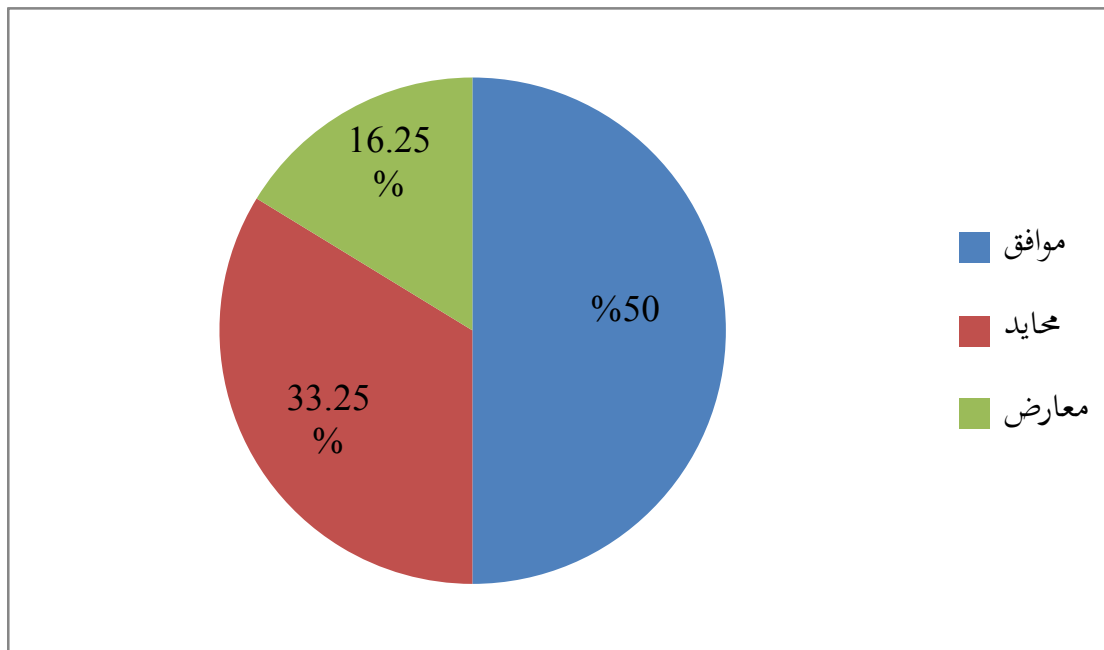
النسبة %	التكرار	
45 %	36	موافق
32.50 %	26	محايد
22.50 %	18	معارض
100 %	80	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أن نسبة 45 % موافقة على أن البرامج الحوارية تفتقر للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا وتليها نسبة 32.50 % محايدة وفي الأخير نجد نسبة 22.50 % ونفسر هذا الأمر إلى أن كل الطلبة في تخصص الإعلام والاتصال وبالتالي يدركون أن الجرأة والصراحة هي الأساس في مناقشة القضايا في البرامج الحوارية .

الجدول رقم (19): يبرز رأي الطلبة حول : البرامج الحوارية في قناة الشروق تنجح في تقديم الحلول الواقعية للقضايا المطروحة

النسبة %	التكرار	
50 %	40	موافق
33.75 %	27	محايد
16.25 %	13	معارض
100 %	80	المجموع

الشكل رقم (19): دائرة نسبية تبرز رأي الطلبة حول : البرامج الحوارية في قناة الشروق تنجح في تقديم الحلول الواقعية للقضايا المطروحة



من خلال قراءتنا للجدول والشكل المرفق نلاحظ أن نسبة 50% من الطلبة موافقة على أن البرامج الحوارية تنجح في تقديم الحلول الواقعية للقضايا المطروحة تليها نسبة 33.75% محايدة على هذا الطرح وفي الأخير نسبة 16.25% معارضة على هذا الطرح ، ونفسر ذلك أن هاته البرامج تستضيف المسؤولين عن القضايا المطروحة وذلك من أجل إعطاء وتقديم حلول واقعية لهاته القضايا من قبل المسؤولين .

المحور الرابع: الإشباع المحققة من التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

الجدول (20): ما يتحقق للطالب عند مشاهدته للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

النسبة %	التكرار	
45.00 %	36	تثقيف الذات
31.25 %	25	اكتساب مهارات جديدة
13.75 %	11	المتعة وتنفيس العاطفي
7.50 %	6	الاسترخاء والراحة
2.50 %	2	أخرى
100.0 %	80	المجموع

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن نسبة 45% من الطلبة عند مشاهدتها للبرامج الحوارية يتحقق لها تثقيف ذات وتليها نسبة 31% يتحقق لها اكتساب مهارات جديدة ثم تليها نسبة 14% يتحقق لها المتعة والتنفس العاطفي ثم نسبة 7.5% يتحقق لها الاسترخاء والراحة وفي الأخير نجد نسبة 2.5% تحقق لها حاجات أخرى ، ونفسر ذلك أن الطلبة يسعون دائما نحوى تثقيف الذات واكتساب معلومات جديدة تنمي قدراتهم العلمية والثقافية التي تساعدهم على التأقلم مع مجتمعهم ومع التطورات الحاصلة فيه

الجدول رقم (21): يبرز مساعدة البرامج الحوارية للطلبة على :

النسبة %	التكرار	
35.00 %	28	حرية إبداء الرأي والتعبير
25.00 %	20	مناقشة الطابوهات
40.00 %	32	تنمية العلاقات الاجتماعية
100.0 %	80	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول تبين لنا نسبة 40% تساعدها البرامج الحوارية على تنمية العلاقات الاجتماعية تليها نسبة 35% تساعدهم على إبداء حرية الرأي والتعبير وفي الأخير نجد أن نسبة 25% تساعدهم على مناقشة الطابوهات .

ونفسر ذلك أن البرامج الحوارية تسعى دائما إلى إبراز أهمية العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع .

الجدول رقم (22) : يوضح مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق من اجل مساعدة الطلبة على:

النسبة%	التكرار	
20.00 %	16	إيجاد أرضية للنقاش والتفاعل الاجتماعي
53.75 %	43	التعرف على ظروف الآخرين
16.25 %	13	تمكنك من الربط بين العائلة والأصدقاء والمجتمع
10.00 %	8	التنوع في المحتويات
100 %	80	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أن نسبة 54% من الطلبة تشاهد هاته البرامج من اجل مساعدتها على التعرف على ظروف الآخرين وتليها نسبة 20 % تساعدنا على إيجاد أرضية للنقاش والتفاعل الاجتماعي ثم تليها 16% تساعدنا على التمكن من الربط بين العائلة والأصدقاء والمجتمع نجد نسبة 10% تساعدنا على التنوع في المحتويات ،ونفسر ذلك أن معظم الطلبة يسعون دائما إلى التعرف على ظروف الآخرين والاطلاع عليها وهذا راجع إلى الجانب الإنساني وثقافة التضامن مع الآخرين والتعاطف معهم.

الجدول رقم (23):يبين ما إذا كانت البرامج الحوارية في قناة الشروق تلبي حاجيات الطلبة

النسبة%	التكرار	
58.75 %	47	نعم
41.25 %	33	لا
100 %	80	المجموع

جدول رقم (24): في حالة الإجابة ب : نعم.

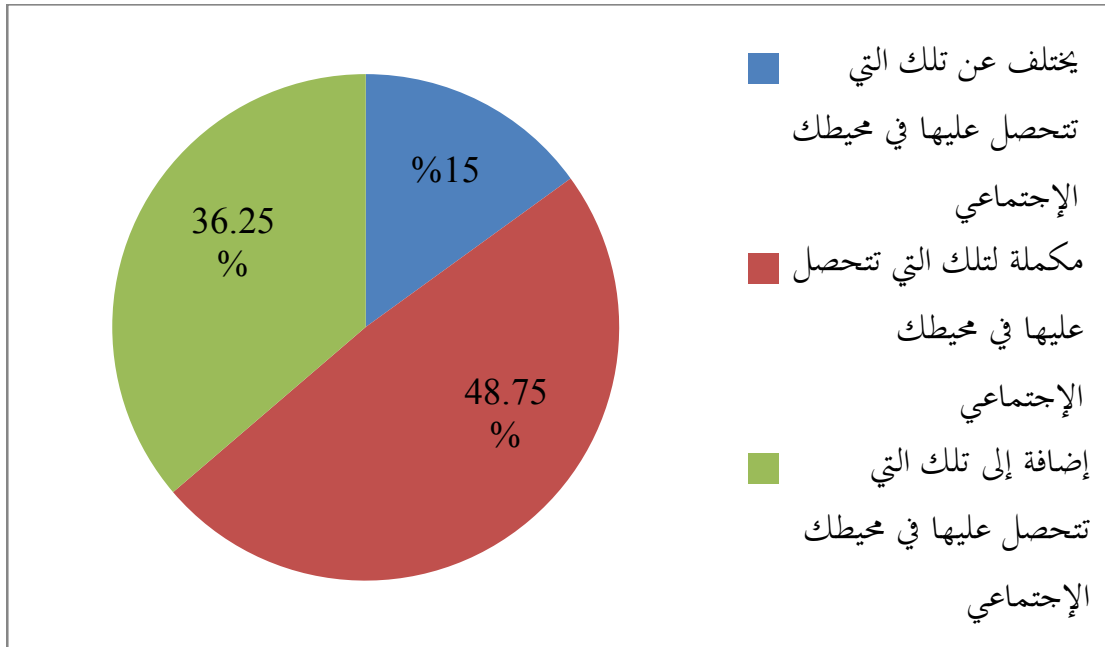
النسبة %	التكرار	
19.15 %	9	كونها تناقش القضايا لحظة وقوعها
36.17 %	17	كونها متنوعة في القضايا التي تناقشها
23.40 %	11	كونها تناقش قضايا تممك
21.28 %	10	كونها تناقش قضايا وطنك
100 %	47	المجموع

من خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن نسبة 58.8% من الطلبة أكدوا أن البرامج الحوارية في قناة الشروق حاجياتهم ونسبة 41.3% من أفراد العينة كانت إجاباتهم بأنها لا تلي حاجياتهم ، ومن خلال الجدول التابع فان من أكدوا أن هذه البرامج تلي حاجياتهم فقد أوردوا سبب ذلك أن هذه البرامج متنوعة في القضايا التي تناقشها ومثلت نسبة 36.2% وأيضا كونها تناقش قضايا تمهم ومثلت نسبة 23.4% إضافة إلى كونها تناقش قضايا وطنهم وبلحظة وقوعها ومثلت نسبة 21.3% و19.1% تتابعا نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن البرامج الحوارية لقناة الشروق TV تلي حاجيات الطلبة ذلك لتنوعها في طرح القضايا واهتمامها بقضايا الوطن

الجدول رقم (25): يبين ما يتحقق للطلبة من اشباع عند التعرض للبرامج الحوارية

النسبة %	التكرار	
15 %	12	يختلف عن تلك التي تتحصل عليها في محيطك الاجتماعي
48.75 %	39	مكاملة لتلك التي تتحصل عليها في محيطك الاجتماعي
36.25 %	29	إضافة إلى تلك التي تتحصل عليها في محيطك الاجتماعي
100 %	80	المجموع

الشكل رقم : (25) يبين ما يتحقق للطلبة من اشباعات عند التعرض للبرامج الحوارية



نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول والشكل التوضيحي المرفق أن نسبة 49% من الطلبة ما يتحقق لهم من إشباعات عند التعرض للبرامج الحوارية مكمل لتلك التي يتحصلون عليها في محيطهم الاجتماعي ، ثم تليها نسبة 36 % هو إضافة إلى تلك التي يتحصلون عليها في محيطهم الاجتماعي ، ونجد أيضا نسبة 15% يختلف عن تلك التي يتحصلون عليها في محيطهم الاجتماعي ، ونفسر ذلك من خلال أن الطالب يسعى دائما زيادة قدراته وخبراته المعرفية فهو لا يكتفي بما يتحصل عليه من محيطه الاجتماعي كذلك يسعى دائما إلى كسب وإضافة معارف جديدة إلى رصيده.



نتائج الدراسة



2- نتائج الدراسة:

المحور الأول: دوافع متابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

تمثلت دوافع متابعة الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV فيما يلي :

__ يتابع أغلبية الطلبة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV بشكل غير دائم لضيق الوقت والاهتمامات العلمية والعملية لهم.

__ أغلبية الطلبة يتابعون البرامج الثقافية والسياسية والدينية خصوصا من تتراوح أعمارهم ما بين 19_24 سنة .

__ يتابع معظم الطلبة برنامج "خط أحمر" لشهرته الواسعة وبرنامج "وافعلوا الخير" لمظاهر الإنسانية التي يحتويها ونخص بالذكر فئة ما بين 19_24 سنة .

__ من بين الأسباب التي تدفع الطلبة لمشاهدة برامج قناة الشروق TV هي ارتباط هذه الأخيرة بما يحصل في الوطن إضافة إلى تناسب توقيتها مع وقت فراغ الطلبة (المساء).

__ يركز أغلب الطلبة في متابعتهم للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV على المعلومات المقدمة وطريقة النقاش .

__ يسعى أكثرية الطلبة إلى متابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV.

المحور الثاني: دوافع التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

تمثلت دوافع تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV فيما يلي:

__ يدفع الطلبة للتعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV فهم الواقع والتفاعل الاجتماعي خصوصا من تتراوح أعمارهم ما بين 19_24 سنة وذلك لإيجاد أرضية للنقاش مع الآخرين حتى لا يشعرون بالعزلة في مجتمعهم .

__ تدفع طبيعة المواضيع المطروحة في برامج قناة الشروق TV الكثير من الطلبة خصوصا فئة الإناث إلى التعرض لها والتعمق في طرح القضايا ووجود تفاعل للجمهور في هذه البرامج .

__ أغلب الطلبة يشاهدون البرامج ذات الطابع الثقافي والديني .

__ أغلبية الطلبة دافعهم اجتماعي في التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV ذلك كونها تمس واقعهم الاجتماعي وتعالج قضايا المجتمع .

__ نسبة معتبرة من الطلبة دافعهم شخصي في التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV كونها تتوافق مع تخصصهم الدراسي وتنمي معارفهم .

المحور الثالث : استخدام البرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

تمثلت استخدامات البرامج الحوارية في قناة الشروق TV فينا يلي :

__ يختار أغلب الطلبة مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV لمحتوى هذه الأخيرة إضافة إلى التقسيم الجيد لها .

__ يستخدم معظم الطلبة محتوى البرامج الحوارية للاطلاع على ما يحصل من حولهم إضافة إلى زيادة معارفهم .

__ أغلبية الطلبة يستخدمون محتوى البرامج الحوارية أحيانا ، وذلك لانشغالهم الدراسية .

__ نسبة معتبرة من الطلبة يستخدمون محتوى البرامج الحوارية دائما لحبهم للنقاشات والحوار مع الآخرين .

__ يشارك أغلب الطلبة المحتوى الذي يتلقونه من البرامج الحوارية مع الأصدقاء .

__ تشارك نسبة معتبرة من الطلبة المحتوى الذي يتلقونه من البرامج الحوارية مع عامة الناس .

__ نسبة معتبرة من الطلبة لا تشارك المحتوى الذي يتلقونه من البرامج الحوارية .

__ يوافق أغلب الطلبة على أن البرامج الحوارية في قناة الشروق TV تعرض القضايا بأسلوب بسيط ومناسب للجمهور .

__ يوافق أغلب الطلبة على أن البرامج الحوارية في قناة الشروق TV تفتقر للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا .

__ يوافق أغلب الطلبة على أن البرامج الحوارية في قناة الشروق TV تنجح في تقديم الحلول الواقعية للقضايا المطروحة .

المحور الرابع: الاشباعات المحققة من التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

تمثلت الاشباعات المحققة من التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV فيما يلي :

__ يتحقق للكثير من الطلبة تثقيف الذات عند مشاهدتهم للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV .

__ تكتسب فئة معتبرة من الطلبة مهارات جديدة عند مشاهدة البرامج الحوارية لقناة الشروق TV .

__ تساعد البرامج الحوارية لقناة الشروق TV الطلبة على تنمية العلاقات الاجتماعية .

__ يشاهد أغلبية الطلبة البرامج الحوارية لقناة الشروق TV من أجل التعرف على ظروف الآخرين .

__ اتفق معظم الطلبة على أن البرامج الحوارية لقناة الشروق TV تلبي حاجياتهم .

__ تلي البرامج الحوارية لقناة الشروق TV حاجيات الطلبة كونها تناقش قضايا تهمهم و متنوعة القضايا أيضا .

__ ما يتحقق للطلبة من اشباعات عند التعرض للبرامج الحوارية هو مكمل لتلك التي تحصلوا عليها من محيطهم الاجتماعي .



الخاتمة



خاتمة وتوصيات البحث:

من خلال هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة دوافع تعرض الطلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها الدراسة ، حيث نستنتج أن قناة الشروق TV استطاعت قطع أشواط كبيرة في المجال الإعلامي من خلال شبكة برامج حوارية متنوعة و هادفة ذات مضامين متنوعة استطاعت بواسطتها أن تؤثر على عدد كبير من طلبة جامعة المسيلة وذلك من خلال ملامسة واقعهم ومناقشة مشاكلهم والمساهمة في إعطاء حلول واقعية كما استطاعت برامج هذه القناة خصوصا (الدينية و الثقافية) تلبية حاجيات طلبة جامعة المسيلة .

وهنا تتجلى قيمة البحث العلمي ومساهمته في دراسات الاشباع المحققة من وسائل الإعلام ، لذا يمكننا الخروج بالتوصيات التالية التي نراها مناسبة في بحثنا هذا وأهمها ما يلي :

_الاهتمام بالمواضيع الهامة والتي تفيد وتجذب اهتمامات جميع شرائح الجمهور المتعرض.

_التركيز على البرامج الحوارية ذات طابع الاجتماعي واختيار الوقت المناسب لبتها .

_التحلي بالجدية والموضوعية في تناول المواضيع واقتراح الحلول لمختلف المشاكل .

_ ضرورة تحلي القناة بالجرأة والصراحة في مناقشة القضايا .



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع :

أ- الكتب :

- 1-بدوي عبد الرحمان : مناهج البحث العلمي ، ط3 ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، 1977 .
- 2-تركي رابع : أصول التربية والتعليم ، دط ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1990 .
- 3-حضور أديب : الحديث التلفزيوني ، ط1 ، المكتبة الاعلامية ، دم ، 2002
- 4- حلمي علي : دور الشباب في التنمية الاجتماعية والاقتصادية ، دط ، المكتبة الأنجلو مصرية ، مصر ، 1997 .
- 5-د. القيم كامل : التعرض لوسائل الاتصال ، [http:// www.ahewar.org/m.asp?i=1622](http://www.ahewar.org/m.asp?i=1622) ،
- 6- الرياشي سليمان واخرون :الازمة الجزائرية ، الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، 1999.
- 7- ريبورت هيلير د ترجمة مؤيد محسن فوزي ،الكتابة التلفزيونية والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي ،الإمارات ،2003
- 8- زرواتي رشيد : مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2007 .
- 9- السيد هناء: الفضائيات وقادة الرأي ، دراسة أثرها على السلوك ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ط1 ، القاهرة ،2005.
- 10- شاهين هبة:التلفزيون الفضائي العربي ، ط1 ،الدار المصرية اللبنانية،2006
- 11- طه عبد الفتاح : الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون ،مكتبة الشباب ،القاهرة ،1975 .
- 12--عاطف عدلي العبد و زكي أحمد عزمي : الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام ، ط1 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1993 .
- 13- عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 .

- 14- عبيدات محمد وآخرون : منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات) ، ط 1 ، دار وائل للنشر والطباعة ، عمان ، 1997 .
- 15- عبيدات محمد: مناهج البحث (الأدوات والمراحل والتطبيقات) ، دار وائل للطباعة والنشر ، 1999 .
- 16- العدوان نواف: بعض المصطلحات الإعلامية (دراسة أولية) ، العدد 03 ، اتحاد إذاعة الدول العربية ، بغداد، 1988 .
- 17- عقيل حسين عقيل : فلسفة ومناهج البحث العلمي، دط ، مكتبة مديولي، دب، 1999 .
- 18- عنصر العياشي : سيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة ، 1999.
- 19- قباري محمد اسماعيل :علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال (دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام)، دط، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1984 .
- 20- لونيس باديس : جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت ، دط ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2008 .
- 22- مرزوق عبد الحكم العادلي : الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والاشباكات) ، ط1 ، دار الفجر، القاهرة ، مصر، 2004 .
- 23- مرسلي بن أحمد : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .
- 24- مصطفى عمر أحمد : البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، دط ، مكتبة فلاح للنشر والتوزيع ، الشارقة ، دس .
- 25- مكاوي حسن عماد :تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات ، دط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، دس.
- 26_ منير حجاب محمد: نظريات الاتصال ، ط 1 ، دار الفجر ، القاهرة ، مصر ، دس .

27- موريس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دط ، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2004 .

ب- المعاجم والقواميس:

- 1- ابن المنظور : لسان العرب ، مج 2 ، دار المعارف.
- 2- بدوي أحمد زكي: معجم المصطلحات الإعلامية ، ط 1 ، دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1985 .
- 3- الفيروز أبادي مجد الدين : القاموس المحيط ، مج 3، دار الكتاب العربي .
- 4- الفيومي أحمد : كتاب المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، دار القلم ، بيروت ، دس.

ج- البحوث والرسائل الجامعية :

- 1- إيمان عز الدين محمد دوابه: دور البرامج الحوارية في التلفزيون ، رسالة دكتوراه ، جامعة الزقازيق، 1993.
- 2- بوضياف محمد: الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر ، دراسة تحليلية نقدية، دار المجد للنشر والتوزيع، سطيف، 2010.

د- المجلات والدوريات:

- 1- دليو فضيل وآخرون : اشكالية المشاركة الديمقراطية ، منشورات جامعة قسنطينة ، الجزائر ، 2001 .
- 2- رشيد حسن رامي ، محمد ذويب عثمان : اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية ، مجلة كلية التربية ، العدد العاشر.



الملاحق



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

الموضوع: دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

- دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

أخي الطالب أختي الطالبة:

يجري الباحث دراسة حول دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV أملا

التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بوضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم

مؤكدًا أن جميع المعلومات الواردة فيها مخصصة للبحث العلمي فقط

إشراف الأستاذة

*حنان رقاد

إعداد الطالبان :

*ابراهيم زيتوني

*صابر زيتوني

السنة الجامعية 2016-2017

بيانات شخصية:

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- العمر 19-24 سنة 24-29 سنة 29 فما فوق

المحور الأول :متابعة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV

1-هل تتابع البرامج الحوارية ؟

- دائما أحيانا نادرا

ولماذا.....

2-ما هي البرامج التي تحرص على متابعتها في برامج قناة الشروق TVالحوارية؟

- البرامج السياسية البرامج الثقافية البرامج الدينية
- البرامج الاقتصادية البرامج الرياضية الأزمات والحروب

أخرى اذكرها.....

3-ما هي أهم البرامج الحوارية التي تتابعها في قناة الشروق TV؟

- أحكى حكايتك خط أحمر وافعلوا الخير هذه حياتي
- فسألو أهل الذكر منتدى الشروق ففروا إلى الله الحلقة المفقودة

4- بعد مشاهدتك للبرنامج الحواري في قناة الشروق TV،ما هي الأسباب التي تدفعك لمتابعة هذا البرنامج

مستقبلا ؟

- استضافته شخصيات مهمة ارتباطه بما يحصل في الوطن
- كشف الحقائق مقارنة مع القنوات الأخرى يتناسب مع وقت فراغك

أخرى اذكرها.....

5-في متابعتك للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV هل تركز على ؟

مقدم البرنامج الضيوف
 طريقة النقاش المعلومات المقدمة

أخرى اذكرها.....

6- تتابع البرامج الحوارية في قناة الشروق TV هموم وقضايا الوطن؟

موافق محايد معارض

المحور الثاني: دوافع التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

1- ما هي دوافعك للتعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟ يمكنك الإجابة على أكثر من اقتراح:

التفاعل الاجتماعي فهم الواقع
 تلبيبة رغباتك تعتبرها مصدر للمعلومات حول ما يدور حول
 التسلية ملا أوقات الفراغ
 تنمية قدرة الحوار مع الآخرين

أخرى اذكرها.....

2- ما هي دوافع اختيارك لبرامج قناة الشروق TV الحوارية؟

تنقل المواضيع بموضوعية طبيعة المواضيع المطروحة
 تعرض الآراء التي تناسبك توفر عنصر التفاعل للجماهير
 تتعمق في طرح القضايا تعتمد على مقدمين ذوي ثقافة عالية

أخرى اذكرها.....

3- ما هي طبيعة البرامج الحوارية التي تشاهدها في قناة الشروق TV؟

سياسية ثقافية اقتصادية
 رياضية دينية الأزمات والحروب

4- في تعرضك للبرامج الحوارية هل دافعك؟

شخصي اجتماعي

❖ إذا كان شخصي هل :

كونها تنمي معارف كونها تتوافق مع تخصصك الدراسي

كونها تحقق لك نوعا من الرضا

❖ إذا كان اجتماعي هل:

كونها تعالج قضايا مجتمعتك كونها تساعدك في النقاش مع الآخرين

كونها تمس واقعك الاجتماعي

المحور الثالث: استخدام البرامج الحوارية في قناة الشروق TV

1- على أي أساس تختار مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

محتوى البرامج اللغة

مهنة وكفاءة الصحفيين التقديم الجيد للبرنامج

البرمجة الجيدة

2- في ماذا تستخدم محتوى البرامج الحوارية التي تشاهدها في قناة الشروق TV؟

زيادة المعارف الاطلاع على ما يحصل حولك

النقاش مع الآخرين

اخرى اذكرها.....

3- هل استخدامك لمحتوى البرامج الحوارية ؟

دائم أحيانا

لا تستخدمه

4- هل تشارك المحتوى الذي تتلقاه من البرامج الحوارية؟

مع الأصدقاء مع العامة
لا تشاركه

5- كونك طالب جامعي وفي تخصص الإعلام والاتصال هل ترى أن :

❖ تعرض البرامج الحوارية القضايا بأسلوب بسيط ومناسب للجمهور

موافق محايد معارض

❖ تفتقر البرامج الحوارية للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا

موافق محايد معارض

❖ البرامج الحوارية في قناة الشروق TV تنجح في تقديم حلول واقعية للقضايا المطروحة

موافق محايد معارض

المحور الرابع: الاشباع المحققة من التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

1- ماذا يتحقق لك عند مشاهدتك للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟

تنقيف الذات اكتساب مهارات جديدة

المتعة وتنقيس العاطفي الاسترخاء والراحة

أخرى اذكرها.....

2- هل تساعدك البرامج الحوارية لقناة الشروق TV على ؟

يمكنك الإجابة على أكثر من اقتراح

حرية إبداء الرأي والتعبير مناقشة الطابوهات

تنمية العلاقات الاجتماعية

3- تشاهد البرامج الحوارية في قناة الشروق TV من اجل مساعدتك على

إيجاد أرضية للنقاش والتفاعل الاجتماعي التعرف على ظروف الآخرين

تمكنك من الربط بين العائلة والأصدقاء والمجتمع التنوع في المحتويات

4- هل البرامج الحوارية في قناة الشروق TV تلبي حاجياتك؟

نعم لا

في حالة الإجابة بنعم:

كونها تناقش القضايا لحظة وقوعها كونها متنوعة في القضايا التي تناقشها

كونها تناقش قضايا تهمك كونها تناقش قضايا وطنك

5- ما يتحقق لك من اشباعات عند التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV

يختلف عن تلك التي تتحصل عليها في محيطك الاجتماعي

مكتملة لتلك التي تتحصل عليها في محيطك الاجتماعي

إضافة إلى تلك التي تتحصل عليها في محيطك الاجتماعي



الفهارس



الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
31	توزيع الطلبة حسب متغير الجنس	01
31	توزيع الطلبة حسب متغير السن	02
32	توزيع الطلبة حسب متابعتهم للبرامج الحوارية	03
33	توزيع الطلبة حسب البرامج التي يحرصون على متابعتها	04
35	البرامج التي يتابعها الطلبة	05
37	الأسباب التي تدفع الطلبة لمتابعة هذه البرامج	06
38	تركيز الطلبة في متابعة البرامج الحوارية لقناة الشروق TV	07
39	متابعة الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV	08
40	دوافع تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV	09
42	دوافع اختيار الطلبة لبرامج قناة الشروق TV	10
44	توزيع الطلبة حسب طبيعة البرامج التي يشاهدونها	11
45	توزيع الطلبة حسب دوافع التعرض للبرامج الحوارية	12
46	على أي أساس يختار الطلبة مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV	13
47	استخدام الطلبة لمحتوى البرامج التي يشاهدونها	14
47	استخدام الطلبة لمحتوى البرامج الحوارية	15
48	مشاركة الطلبة للمحتوى الذي يتلقونه من البرامج الحوارية	16
49	عرض البرامج للقضايا بأسلوب بسيط ومناسب للجمهور	17
49	افتقار البرامج الحوارية للجرأة والصراحة في مناقشة القضايا	18
50	البرامج الحوارية في قناة الشروق تنجح في تقديم الحلول الواقعية للقضايا المطروحة	19
51	ما يتحقق للطلبة عند مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق TV	20
51	يبرز مساعدة البرامج الحوارية للطلبة	21
52	يوضح مشاهدة البرامج الحوارية في قناة الشروق من أجل مساعدة الطلبة على	22
52	يبين ما اذا كانت البرامج الحوارية في قناة الشروق تلي حاجيات الطلبة	23
53	يوضح في حالة الاجابة بنعم	24

53	يبين ما يتحقق للطلبة من اشباعاا عند االعرض للبرامج الحوارية	25
----	---	----

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
34	أعمدة بيانية تبين توزيع الطلبة حسب البرامج التي يحرصون على متابعتها	04
36	أعمدة بيانية توضح البرامج التي يتابعها الطلبة	05
37	دائرة نسبية توضح الأسباب التي تدفع الطلبة لمتابعة هذه البرامج	06
38	دائرة نسبية تبين تركيز الطلبة في متابعة البرامج الحوارية لقناة الشروق TV	07
39	دائرة نسبية تبرز متابعة الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV	08
41	أعمدة بيانية توضح دوافع تعرض الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV	09
43	أعمدة بيانية توضح دوافع اختيار الطلبة لبرامج قناة الشروق TV	10
45	دائرة نسبية تبرز توزيع الطلبة حسب طبيعة البرامج التي يشاهدونها	11
50	دائرة نسبية توضح البرامج الحوارية في قناة الشروق تنجح في تقديم الحلول الواقعية للقضايا المطروحة	19
54	دائرة نسبية تبين ما يتحقق للطلبة من اشباعات عند التعرض للبرامج الحوارية	25

الصفحة	الموضوع
	شكر وعرهان
	الإهداء
8-7	مقدمة
التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة	
10	إشكالية الدراسة
11-10	تساؤلات الدراسة
11	أسباب اختيار الموضوع
11	أهداف الدراسة
12	أهمية الدراسة
15-12	المدخل النظري للدراسة
16-15	نوع الدراسة ومنهجها
18-17	أدوات جمع البيانات
19-18	مجتمع البحث وعينته
27-20	تحديد المفاهيم والمصطلحات
28	الأساليب الإحصائية المستخدمة
29-28	الدراسات السابقة
29	التعليق على الدراسات السابقة
الإطار التطبيقي للدراسة	
54-31	1- التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة
58-56	2- نتائج الدراسة
60	3- خاتمة وتوصيات البحث
64-62	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال

فهرس المحتويات

ملخص الدراسة بالعربية

ملخص الدراسة بالفرنسية

الملخص بالعربية

تهدف دراستنا الحالية إلى محاولة التعرف على دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة وطرحنا التساؤلات التالية: ما هي دوافع متابعة الطلبة للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV؟، ما هي دوافع تعرض الطلبة لهذه البرامج؟، ما مدى استخدام الطلبة للبرامج الحوارية في القناة؟، ما الإشباعات المحققة من تعرض الطلبة لها؟. كما استخدمنا العينة العشوائية البسيطة .

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي أغلبية الطلبة يتابعون البرامج الثقافية والسياسية والدينية ، يتابع أغلب الطلبة برنامج خط أحمر وبرنامج وافعلوا الخير ، من الأسباب التي تدفع الطلبة لمتابعة برامج قناة الشروق TV ارتباط هذه الأخيرة بما يحصل في الوطن ، تدفع طبيعة المواضيع المطروحة في برامج قناة الشروق TV الحوارية الطلبة خصوصا الإناث إلى التعرض لها.

يستخدم معظم الطلبة محتوى البرامج الحوارية للاطلاع على ما يحصل حولهم وزيادة معارفهم ، البرامج الحوارية تعرض القضايا بأسلوب بسيط ومناسب وتنجح في تقديم الحلول للقضايا المطروحة ، يتحقق للطلبة تثقيف الذات من التعرض للبرامج الحوارية في قناة الشروق TV ، تساعد البرامج الحوارية بالقناة الطلبة على تنمية العلاقات الاجتماعية ، البرامج الحوارية بقناة الشروق TV تلبى حاجيات الطلبة كونها تناقش قضايا تمهمهم .

Résumé :

L'objectif de notre mémoire intitulé motivation des étudiants de l'université de Msila envers les programme takl- shwo de echourouk tv en optant pour une méthode descriptif en posant la problématique suivante quel sont les motivation de étudiants en regardant ces programmes ? .

Ainsi nous avons tirer les conclusion suivantes;

1-les programmes qui on un large suivie sont les programmes khat ahmar ;afalou elkheir ainsi les programmes qui traitent les affaires courantes des citoyens

2- les programmes de echourouk tv on un effets positif sur la sensibilisations des étudiants sur les problèmes courantes nationale ou international .

3-les programmes de echourouk tv sont présente de façon simple attractif et avec un style et un langage qui facilite l'interactivité entre le programme et les téléspectateurs.

.