



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية: العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية  
قسم: علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة



الصورة الذهنية لمحتوى قناة الشروق الاخبارية لدى طلبة قسم علوم  
الاتصال و الاعلام بجامعة محمد بوضياف "المسيلة"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص  
إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:  
بونيف محمد أمين

إعداد الطلب:  
همال محسن

مقدمة أمام لجنة المناقشة		
الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
	جامعة المسيلة	رئيسا
	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020



## شكر وتقدير

---

بعد شكر الله عز وجل على فضله ونعمه التي من بها علينا، نتقدم بخالص  
الشكر ووفاق الاحترام والامتنان إلى:

الأستاذ المشرف "بونيف محمد أمين" لو لا ما قدمته من توجيه رشيد ورأي  
سديد فلا أملك عرفانا بما تفضلت به علي إلا أن أسدي لك وافر الشكر  
والتقدير فحيك الله أستاذي الكريم وسدد خطاك.

أتقدم بالشكر لكل من الأستاذ "فيصل بيبي" و الأستاذ "بن سباع  
سعد" و الأستاذ "عبد الرزاق غزال" و أصدقائي و زملائي الذين ساعدوني  
في إنجاز هذه المذكرة.

والشكر موصول إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على تحملهم عناء  
مطالعة ومناقشة هذه المذكرة.

## الإهداء

إلى من بسمتها غايقي ومن تحت أقدامها جنتي ...

أمي الحبيبة رعاك الله وأسكنك الفردوس الأعلى

إلى من علمني أن الدنيا كفاح وتحدي، والحياة مبادئ وأخلاق ....

أبي حفظه الله

إلى النجوم التي اهتدي بها في ظلمة الحياة....

إلى اللآلئ التي زين بريقها حياتي إخوتي

إلى من امتزجت أمالي بآمالهم وأحلامهم بأحلامي رفقاء دربي وسندي ....

أصدقائي

إلى كل الأساتذة الأجلاء تقديرا واحتراما...

إلى كل من نسيهم قلبي و يتذكرهم قلبي ...

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع ...

الملخص باللغة العربية :

الصورة الذهنية لمحتوى قناة الشروق الإخبارية لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال

بجامعة محمد بوضياف

دراسة ميدانية وصفية على عينة من طلاب الماستر إعلام و اتصال

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على الصورة الذهنية السائدة بين طلبة الماستر اعلام و اتصال بخصوص المضامين الاعلامية لقناة الشروق الاخبارية؟ وفق بعض التساؤلات التي تمثلت في :

ما معدل مشاهدة الطلبة\*المبحوثين\* لمضامين قناة الشروق الإخبارية؟، ما هي الابعاد الثقافية و العلمية التي يقوم عليها تناول الاخباري لقناة الشروق الاخبارية؟، ما هي عوامل تشكيل الصورة الذهنية لقناة الشروق الاخبارية؟، ما هي وجهة نظر الطلبة\*المبحوثين\* نحو قناة الشروق الاخبارية؟.

و قد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، و يعتبر الأخير من أهم المناهج العلمية الملائمة للدراسات الاعلامية حيث يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الضواهر في وضعها الراهن بعد جمع البيانات الكافية و الملائمة عنها، و قد اعتمدت العينة القصدية نظرا لمعرفتنا المسبقة بمفردات كثيرة لعينة لمجتمع البحث الكلي ارتأينا أن نستعمل طريقة العينة القصدية، و قد اعتمده استمارة الاستبيان كأداة علمية و تم توزيعها على 50 مفردة من طلبة الماستر تحتوي 26 سؤالاً و قد تضمن الاستبيان على اربعة محاور يهدف كل منها الى التعرف على مدى مشاهدة\*عينة الدراسة\* لقناة الشروق الإخبارية و دوافع مشاهدة عينة الدراسة لقناة الشروق الإخبارية و ترسيخ قناة الشروق الإخبارية لصورتها الذهنية من خلال الخدمة الإخبارية التي تقدمها و مدى رضا عينة الدراسة على الاداء الاعلامي و الاخباري لقناة الشروق الاخبارية و توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها :

اغلب أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق الاخبارية، و أن أغلب أفراد العينة يقرون أن زاوية الاستقطاب هي التي تجذبهم أكثر لمشاهدة القناة، و أن اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم قناة الشروق تمتاز بالمصداقية وهذا من خلال اعتماد على المصادر الرسمية، و أن أفراد العينة يقرون بأنهم راضون على الخدمات الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية.

Summary :

The mental image of the content of Al-Shorouk news channel among students of the Department of Media and Communication Sciences at Mohamed Boudiaf University

A descriptive field study on a sample of master's students, media and communication

The problem of the study was identify the prevailing mental image among the master's students, media and communication, regarding the media contents of Al-Shorouk News Channel ? According to some of the questions represented in :

What is the average rate of students viewing the contents of Al-Shorouk News Channel ? What are the cultural and scientific dimensions on which the news coverage of Al-Shorouk News Channel is based ? What are the factors that shape the mental image of Al-Shorouk News Channel? What is the view point of the surveyed students towards Al-Shorouk News Channel?.

The study has adopted the descriptive approach, and the latter is considered one of the most important scientific approaches appropriate to media studies, as it aims to record, analyze and explain the phenomena in their current situation after collecting sufficient and appropriate data about them. We decided to use the intentional sampling method, and the questionnaire was adopted as a scientific tool and was distributed to 50 master students, containing 26 questions. The questionnaire included four axes, each of which aims to identify the extent to which the \*study sample\* watched Al-Shorouk News Channel and their motives. Watching the study sample for Al-Shorouk News Channel and consolidating Al-Shorouk News Channel to its mental image through the news service it provides and the extent of the study sample's satisfaction with the media and news performance of Al-Shorouk News Channel. The study reached a set of results, the most important of which are :

Most of the sample members watch Al-Shorouk News Channel, and that most of the sample members admit that the angle of polarization is what attracts them more to watch the channel, and that most of the respondents' answers acknowledge that Al-Shorouk TV is characterized by credibility and this is through reliance on official sources, and that the sample members acknowledge They are satisfied with the media services provided by Al-Shorouk News Channel.

مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1 - إشكالية الدراسة

2 - أسباب اختيار الموضوع

3 - أهمية الدراسة

4 - أهداف الدراسة

5 - منهج الدراسة

6 - مجتمع الدراسة

7 - عينة الدراسة

8 - أدوات الدراسة

9 - حدود الدراسة

10 - تحديد المفاهيم

11 - الدراسات السابقة

12 - صعوبات الدراسة

الفصل الثاني : الاسس النظرية للصورة الذهنية

المبحث الأول : الصورة الذهنية مفهوم و اهمية و خصائص و عوامل نجاحها

المطلب الأول : مفهوم الصورة الذهنية

المطلب الثاني : أهمية الصورة الذهنية

المطلب الثالث : خصائص الصورة الذهنية

المطلب الرابع : عوامل نجاح بناء الصورة الذهنية

**المبحث الثاني : مصادر و مكونات الصورة الذهنية**

المطلب الاول : مصادر تكوين الصورة الذهنية

المطلب الثاني : مكونات و أبعاد الصورة الذهنية

**المبحث الثالث : وظائف الصورة الذهنية**

المطلب الأول : وظائف الصورة الذهنية على مستوى الفرد

المطلب الثاني : وظائف الصورة الذهنية على مستوى الجماعة الفرعية

المطلب الثالث : وظائف الصورة الذهنية على مستوى النظام ككل

**المبحث الرابع : انواع الصورة الذهنية و العوامل المؤثرة فيها**

المطلب الأول : أنواع الصورة الذهنية

المطلب الثاني : العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية

**الفصل الثالث : القناة الفضائية الإخبارية**

**المبحث الاول : القنوات الفضائية مفهوم و تشأة، اهمية و خصائص**

المطلب الاول : مفهوم القناة الفضائية

المطلب الثاني : نشأة القناة الفضائية

المطلب الثالث : اهمية و خصائص القناة الفضائية

**المبحث الثاني : وظائف و أهداف القنوات الفضائية الإخبارية**

## خطة البحث

---

المطلب الاول : وظائف القنوات الفضائية الإخبارية

المطلب الثاني : أهداف القناة الفضائية الإخبارية

**المبحث الثالث : أهمية و أنواع القنوات الفضائية**

المطلب الاول : أهمية القنوات الفضائية

المطلب الثاني : أنواع القنوات الفضائية

**الفصل الرابع : الإطار التطبيقي**

**المبحث الأول : ماهية الشروق الإخبارية**

المطلب الأول : قناة الشروق الإخبارية "تعريف و بطاقة فنية"

المطلب الثاني : أهم برامج قناة الشروق الإخبارية

**المبحث الثاني : تحليل و تفسير البيانات الميدانية**

المطلب الأول : التحليل الكمي و الكيفي وفق متغيرات الدراسة

المطلب الثاني : نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الثالث : مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

المطلب الرابع : مناقشة نتائج الدراسة وفق تساؤلات الدراسة

المطلب الخامس : التوصيات التي خلصت اليها الدراسة

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

الفهرس

## مقدمة :

ظهر مصطلح الصورة الذهنية في عام 1915 على يد العالم \*جراهام لاداس\*، و منذ ذلك الوقت تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية و اهميتها بالنسبة للفرد و المنظمة، نظرا لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الأراء و إتخاذ القرارات و تشكيل السلوكات، و قد أصبح تكوين الصورة الطيبة هدفا اساسيا تسعى لتحقيقه العلاقات العامة على اي مستوى و في اي مجال، و قد أدركت المؤسسات أهمية دراسة صورتها الذهنية السائدة في أذهان الناس و الجماهير في وقت معين، و اتخاذا السياسات و رسم الخطط الكفيلة بتكوين هذه الصورة على النحو الذي تتمناه هذه المؤسسة، كما برزت أهمية الصورة على المستوى الدولي في تهيئة المناخ النفسي الملائم لتحقيق أهداف الدولة و نجاح سياستها الخارجية .

كما تعتبر الصورة الذهنية من الموضوعات التي لاقت اهتمام كبير بالنسبة للمؤسسات و حتى الأفراد، و موضوع الصورة الذهنية للقنوات الفضائية يعد أحد أهم المواضيع التي تحظى بالبحث في المؤسسات الاعلامية الدولية و المحلية، التي تعتبر في ايامنا هذه من أكثر الوسائل تأثيرا على المجتمعات و الشعوب، و من ثم فهي من المؤثرات التي توليها الحكومات و الجماعات أهمية قصوى، نظرا لتعدد القنوات الفضائية و نظرا لسهولة وصول هذه الوسائل الى قطاعات كبيرة جدا من المجتمع، بحيث أصبحت الوسيلة الاتصالية الأكثر انتشارا، و الأوسع مدى و الأكثر جذبا لجمعها بين الصوت و الصورة، و قد تحولت فضائيات الإعلام اليومي، من مجرد نقل المعلومات و الأفكار الى مساهم فعلي في تكوين الحياة و ابعادها الإجتماعية و الثقافية و السياسية و كذا الاقتصادية، لما لها من قدرة على التأثير في الإتجاهات لدى الأفراد و الجماعات، كانت نقطة الانطلاق للعلام الفضائي العابر للقارات و الحدود العالمية المسطرة، هي ظهور محطة \*CNN\* الأمريكية كأول محطة فضائية دولية في العالم عام 1991، و حدث بعدها إنفجار كبير في إحداث و اعداد المحطات الفضائية، فقد زاد عددها في سلسلة أقمار \*HOT BIRD\* أكثر من ألف قناة.

و من إهتمام العالم العربي بالبحث التلفزيوني الفضائي أطلقت المؤسسة العربية أول قمر صناعي عربي المسمى ب \*عربسات\*، و كان لهذه الانطلاقة دافعا للدول العربية أن تنشأ قنوات فضائية خاصة بها، و كان لا بد من الأنظمة السياسية الحاكمة أن تقوم بفتح أبواب الإستثمار في القطاع الخاص بالنسبة للسمعي البصري، و عليه إنتشرت القنوات الفضائية الخاصة تدريجيا في العالم العربي.

كما حظي الإعلام في الجزائر و المتمثل في التلفزيون و الإذاعة و أحكمت القبضة عليه من طرف السلطات لفترة طويلة من الزمن، الى أن إنقلبت الموازين و ضهور عوامل و حركات دولية، عربية على وجه الخصوص ما دفع بالسلطة الجزائرية لإصدار تشريع إعلامي يلغي إحتكار الدولة للإعلام السمعي البصري، فشهدت الجزائر ميلاد مجموعة من القنوات الفضائية الخاصة، إلا أنها تعتبر قنوات مسجلة لدى وزارة الإتصال للعمل في الجزائر، و نذكر من هذه القنوات على سبيل المثال قناة النهار تيفي و دزاير تيفي و نوميديا نيوز، بالإضافة الى باقة الشروق، فتحت هذه القنوات المجال للمشاهد الجزائري للتعبير عن انشغالاته و مشاكله و متطلباته فهي تبث كل ما يتعلق بالشأن الجزائري في جميع المجالات و على جميع الأصعدة.

و قد كانت قناة الشروق الجزائرية الخاصة من بين أولى القنوات التي ظهرت في الساحة الإعلامية الجزائرية و التي إنطلق بثها في الذكرى السابعة و الخمسين لإندلاع الثورة المباركة و بمناسبة الذكرى الحادية عشر لتأسيس جريدة الشروق اليومي، حيث إتخذت من العاصمة الأردنية عمان مقرا إجتماعيا لها.

و من هذا المنطلق و بناء على ما سبق جاء إختيارنا لموضوع هذه الدراسة للوقوف على طبيعة الصورة الذهنية لقناة الشروق الإخبارية لدى طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة مُجَد بوضياف بالمسيلة، بهدف تدعيم هذه الصورة، و التعرف على إتجاهات طلبة العينة نحو هذه القناة، حيث أن وسائل الإعلام الإخبارية في في هذا الوقت الذي تمر به الأمة العربية عامة و الجزائر خاصة بحاجة ماسة لمثل هكذا دراسة، كما أنها من الوسائل أكثر حاجة الى ثقة الجمهور لضمان نجاحها في أداء رسالتها الإعلامية في أوساط المجتمع المتكثلة في الخدمة الإخبارية لتوفير المعلومة الصحيحة و الدقيقة سواء كانت محلية او دولية او اقليمية، و ذلك لتمكين الافراد من متابعة ما يجري حول العالم، و خاصة فئة الطلبة الجامعيين بإعتبارهم نخبة في المجتمعات العربية و الجزائر.

# الفصل الأول الاطار المنهجي

## 1- إشكالية الدراسة :

تعتبر القنوات الإعلامية الفضائية الخاصة بمثابة الواجهة الأقرب الى الجمهور المحلي، و ذلك بحيث انها تميل الى ثقافة المجتمع المحلي و تعمل على احترام عاداته و تقاليده و لغته و لهجته المحلية الأقرب الى المواطنين بحيث تقدم برامج تتلائم مع طبيعة المشاهد، حيث تمثل القنوات الاعلامية الخاصة بكافة وسائلها البسيطة المركبة المباشرة و الغير مباشرة أداة أساسية في الوصول الى الجماهير و التعبير عن معاناتهم و نقل إنشغالهم للمسؤولين.

كما تعد الصورة الذهنية العامل الرئيسي في اتخاذ و تكوين الاتجاهات، سواء بشكل سلمي أو ايجابي فهي تعكس مرحلة من الادراك الانتقائي لدى الجمهور، و تعد احدى الخبرات المشتركة لدى الجمهور الواحد، و منه فان الصورة الذهنية قابلة للتغيير لانها عملية ديناميكية تتغير و تتبدل وفق تطور الواقع وتغير الأوضاع و الظروف غير أن ذلك لا يعني بالضرورة فقدانها صفة الثبات خصوصا اذا كان الجمهور يعيش ظروفًا اتصالية و يتلقا فيها نفس الرسائل، و هذا يؤدي بالضرورة الى ثبات الصورة التي تكونت سابقا عنده و رسوخها.

وهذا ما ينطبق على قنوات الشروق الاخبارية كمؤسسة اعلامية خاصة تنشط في مجال الاعلام السمعي البصري في الجزائر بعد فتح هذا المجال للخواص بعد صدور القانون المنظم للمجال السمعي البصري و الدخول في المرحلة التعددية الاعلامية ، و تعتبر قنوات الشروق من القنوات الاخبارية الهامة في الجزائر و تعد مصدرا هاما للتوجيه و التثقيف للجمهور الجزائري.

و قد تعددت برامج الشروق الاخبارية من أجل مخاطبة فئات اجتماعية مختلفة داخل الوطن و خارجه و تعتبر فئة الطلبة جزءا من هذه الشرائح المستهدفة من البرامج الاخبارية في مختلف الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و نجد أن قناة الشروق مثلها مثل القنوات الأخرى تسعى جاهدة لتحسين صورتها و تشكيل صورة ذهنية ايجابية من خلال محاولة الارتقاء في الأداء الاعلامي.

و هذا ما دفعنا الى محاولة معرفة الصورة الذهنية التي تمكنت الشروق الاخبارية من تحقيقها وسط طلبة الاعلام و الاتصال بما أنهم يعدون من جمهور النخبة من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي :

\* ما هي الصورة الذهنية السائدة لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال عن المضامين

الاعلامية لقناة الشروق الاخبارية ؟

و من خلال التساؤل الرئيسي نطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية و التي جاءت كالآتي :

1 - ما معدل مشاهدة الطلبة \*المبحوثين\* لمضامين قناة الشروق الاخبارية ؟

2 - ما هي الأبعاد الثقافية و العلمية التي يقوم عليها تناول الاخباري لقناة الشروق الاخبارية ؟

3 - ما هي عوامل تشكيل الصورة الذهنية لقناة الشروق الاخبارية؟

4 - ما هي وجهة نظر الطلبة \*المبحوثين\* نحو قناة الشروق الاخبارية ؟

## 2 - اسباب اختيار الموضوع :

ان لكل دراسة علمية مجموعة من الدوافع و الأسباب التي تثير فضول الباحث و تجعله يحاول استكشافها و

وصفها و تحليلها، و منه تفرعت أسباب إختياري للموضوع الى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية و هي :

### أ - أسباب ذاتية :

1 - إهتمامي الشخصي بمجال قطاع السمعي البصري في الجزائر و الرغبة في التوسع أكثر في هذا الميدان.

2 - الاهتمام الشخصي لمعرفة الصورة الذهنية للمؤسسات الاعلامية لدى الطلبة المتخصصين في ميدان

الاعلام و الاتصال.

3 - الاهتمام الشخصي لمعرفة كيفية تشكيل و تحسين صورة المؤسسة الاعلامية و سمعتها.

4 - الميل الشخصي للموضوعات التي تتناول الصورة الذهنية.

### ب - أسباب موضوعية :

1 - قابلية الموضوع للدراسة.

2 - النقص الملحوظ للمواضيع التي تتناول دراسة الصورة الذهنية للقنوات الفضائية في جامعة المسيلة و

الجزائر بصفة عامة.

3 - أهمية موضوع صورة المؤسسة الاعلامية في الوقت الراهن و مساهمتها في نجاح و بعث الثقة لدى

الجمهور.

4 - إختياري لقناة الشروق الإخبارية لدراستها كان باعتبارها من بين القنوات الأكثر مشاهدة من طرف

الجزائريين و سمعتها التي تعتبر لا بأس بها مقارنة مع قنوات خاصة أخرى نتحفظ على ذكر أسمائها.

### 3 - أهمية الدراسة :

إن أهمية البحث العلمي تتوقف على أهمية الظاهرة المراد دراستها و على قيمتها العلمية ولما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الإستفادة منها و لهذا تعتبر هذه الدراسة من بين الدراسات البالغة الأهمية في وقتنا الحالي الذي تغزوه القنوات الفضائية العامة و الخاصة غزوا لم يشهده العالم من قبل، و تتمثل أهمية الدراسة في مايلي :

- 1 - الاهتمام المتزايد بالصورة الذهنية ، و الحاجة الملحة لتحسينها باعتبارها عنصر حيوي لنجاح اي مؤسسة
- 2 - ضرورة الاهتمام بالجمهور الذي يعد أحد عناصر العملية الاتصالية
- 3- معرفة حاجات و رغبات طلبة الاعلام و الاتصال و مقترحاتهم من أجل تعزيز الاجابيات و تجنب السلبيات لتطوير مستوى الأداء الاعلامي في زمن المنافسة ما بين القنوات الفضائية .
- 4 - تزايد الاهتمام بمدخلات و مخرجات التعليم الأكاديمي الميداني، و الاهتمام بالمؤسسات الاعلامية و في مقدمتها القنوات الفضائية الخاصة و انعكاس ذلك على المشاهدين.

### 4 - أهداف الدراسة :

لكل دراسة علمية أهداف معينة يسعى من خلالها الباحث تحقيقها وبعد وضوح أهمية الموضوع الذي قمنا باختياره، مع ذكر الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع فإنه من المنطقي أن هناك مجموعة من الأهداف المحددة وراء دراستنا لهذا الموضوع و التي ترتبط ارتباطا مباشرا بالموضوع بحد ذاته و سأحاول الوصول إليها من خلال هذه الدراسة و نذكر منها مايلي :

- 1 - توفير قاعدة معلوماتية مفصلة حول عادات و أنماط مشاهدة أفراد العينة لقناة الشروق الاخبارية
- 2 - معرفة الإشباع التي يحققها أفراد العينة من متابعة قناة الشروق الإخبارية
- 3 - اكتساب مفاهيم حول الصورة الذهنية و القنوات الفضائية الخاصة.
- 4 - معرفة واقع الصورة الذهنية لمؤسسة الشروق الاخبارية لدى فئة الطلبة.
- 5 - التعرف على انطباعات و اتجاهات فئة الطلبة نحو قناة الشروق الاخبارية.
- 6 - محاولة التعرف على معدل مشاهدة المبحوثين لقناة الشروق الاخبارية.

### 5 - منهج الدراسة :

يعتبر المنهج العلمي من أساسيات البحث العلمي إذ يعتمد عليه الباحث من أجل بلوغ أهدافه فالمنهج هو (عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي الى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلمة يحدد فيها مساره البحثي،

و يعرف بانه مجموعة من الإجراءات و الخطوات التي يضعها الباحث لدراسة مشكلة معينة). (أحمد مصطفى، 2000، ص167)

و يعتبر الفيلسوف المادي "هيجل" المنهج على أنه أداة يستخدمها الباحث من أجل تحقيق كل أهداف بحثه، كما يعتبره وسيلة تساعد الباحث على تحديد خطة متناسقة لبناء بحثه حتى لا يخرج على أهداف بحثه. (صالح بن نوار، 2012، ص136)

و يقصد بمنهج الدراسة، حالة ذلك الجهد المنظم للحصول على بيانات و معلومات ذات صلة بخصائص ظاهرة معينة ، و هو بمعنى آخر اسلوب او طريقة نتبعها للحصول على ما يجب من المعلومات ، و ذلك لتحقيق هدف البحث في دراسة المشكلة و الاجابة على التساؤلات و الاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث و الوصول الى اجابة سليمة على الفرضيات و التسؤلات المطروحة.

و يعرف المنهج على انه اسلوب مناسب لجمع معلومات شاملة عن حالة محددة و تحليل ما تم جمعه من معلومات حولها ، بطريقة معمقة و شاملة لمختلف الفترات الزمنية التي مرت بها الحالة ، و باستخدام ادوات تحليلية تناسب وضع الحالة و خصائصها. (محمد عبيدات و آخرون، 1999، ص45)

و الذي يعرف على انه الطريقة العلمية المنظمة التي يعتمدها الباحث في دراسة الظاهرة الاجتماعية او سياسية معينة ، وفق خطوات بحث معينة يتم من خلالها تجميع البيانات و المعلومات الضرورية بشأن الظاهرة و تنظيمها و تحليلها من أجل الوصول الى أسبابها و مسبباتها و العوامل التي تتحكم فيها و بالتالي استخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلا.

و للاجابة على الاشكالية المطروحة قمنا باستخدام \***المنهج الوصفي**\* ، و يعتبر الأخير من أهم المناهج العلمية الملائمة للدراسات الاعلامية حيث يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الضواهر في وضعها الراهن بعد جمع البيانات الكافية و الملائمة عنها ، و كما يعد المنهج الوصفي المنهج الأكثر استخداما في بحوث الاعلام. (عبد الناصر جندي، 2010، ص199)

بمعنى أن هذا المنهج يتركز على وصف مفصل لظاهرة او موضوع محدد في فترة زمنية محددة كما يهدف الى تقويم وضع معين لأغراض علمية معينة.

## 6 - مجتمع الدراسة :

مما لا شك فيه أن لكل بحث مجتمع تدور حوله الدراسة ، و عادة ما يواجه الباحثون مشكلة الاعداد الكبيرة للمجتمع محل الدراسة ، و هو ما يصعب من الدراسة لما يترتب عليه من مصاريف مادية و اهدار للوقت و الجهد ، اضافة الى صعوبات جمع البيانات من كل افراد المجتمع.

و يقصد بمجتمع الدراسة "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحثون". (عدنان حسين الجادري و اخرون، 2009، ص198)

و هو مجموع عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى ، و التي يجري عليها البحث أو التقصي. (موريس انرجس، 2004، ص298)

في الجانب التطبيقي لبحثنا اعتمدنا على دراسة مجتمع البحث الكلي المتمثل في " طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة المسيلة " (جامعة مُجَد بوضياف).

## 7 - عينة الدراسة :

### أ - العينة :

هي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات في ميدان الدراسة، و نظرا الى كبر حجم مجتمع البحث ارتأينا أن نأخذ جزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات للوصول الى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي. (أحمد بن مرسل، 2005، ص286)

حيث طبقت هذه الدراسة على حوالي 50 مفردة من طلبة "الماستر" لقسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة مُجَد بوضياف كعينة لبحثنا حول صورة قناة الشروق الاخبارية لدى هؤلاء الطلبة.

### ب - طريقة اختيار العينة :

نضرا لمعرفتنا المسبقة بمفردات كثيرة لعينة لمجتمع البحث الكلي ارتأينا أن نستعمل طريقة العينة القصدية، و تقوم هذه الطريقة على اختيار العينة بشكل قصدي لاحتياجه الى تخصص معين يصب في طرح المشكلة و معالجتها.

## 8 - أدوات الدراسة :

هي مجموعة الرسائل و التقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات و المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ، و الاداة هي الوسيلة التي تمكن الباحث من جمع المعلومات. (مروان عبد المجيد ابراهيم، 2000، ص174)

و بما ان موضوع الدراسة يندرج ضمن البحوث الوصفية ، فقد اعتمدنا على أداة جمع البيانات المعروفة في هذا المجال و هي استمارة الاستبيان.

### - استمارة الاستبيان :

تعد الإستبانة بالنسبة لأدوات جمع المادة العلمية و تحقيق الفروض في البحوث الميدانية أهم تلك الأدوات و أوسعها انتشارا و اقلها جهدا ذهنيا و ان كانت أكثرها جهدا بدنيا و هي مجموعة من الأسئلة التي توجه الى مجتمع البحث، تصاغ بطريقة فنية معينة تدور حول جوانب الظاهرة محل الدراسة.(شعبان عبد العزيز خليفة،1997،ص138)

كما تستخدم الإستبانة لمعرفة صورة الفرد أو المنظمة في أذهان الجماهير في ضوء توجيه الأسئلة المباشرة و الغير مباشرة التي تستهدف التعرف على سمات هذه الصورة و صفاتها و نوعها، و تستخدم الأسئلة المفتوحة بشكل أكبر مما هو معتاد في البحوث الاجتماعية لما تتيحه من امكانية التعبير عن الانطباعات الذاتية و تعكس معالم الصورة الذهنية.(عامر ابراهيم قندلجي،1992،ص130)

لذلك قمنا بالاعتماد على إستمارة الاستبيان بشكل أساسي للحصول على معلومات عن الموضوع، و قد تضمنت استمارة الاستبيان على العديد من الاسئلة التي تخص الموضوع المدروس.

## 9 - حدود الدراسة :

### أ - الاطار المكاني :

حدد الاطار المكاني للدراسة في :

- قسم علوم الاعلام و الاتصال التابع لكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية لجامعة مُجَّد بوضياف بولاية المسيلة بمحاذات حي 500 مسكن.

### ب - الاطار الزماني :

- حدد الاطار الزماني للدراسة في السداسي الثاني للسنة الجامعية 2020-2021.

### ج - الاطار الموضوعي :

- الصورة الذهنية لمحتوى قناة الشروق الاخبارية لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال لجامعة مُجَّد بوضياف " المسيلة "

### د - الاطار البشري :

- و هو الاطار المتمثل في طلبة الماستر لقسم علوم الاعلام و الاتصال في جامعة المسيلة.

## 10 - تحديد المفاهيم :

### أ - الصورة الذهنية :

لغة : في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين الصورة و الذهنية فالصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء ، ضاهر الشيء و حقيقة الشيء و صفته .

و تعني ايضا الصورة بكسر الصاد لغة في الصورة جمع صور ، و صورة و تصوير فتصور و تصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي.(باقر موسى،2014،ص52)

اما الذهنية فأنها تشير الى الذهن و الذهن هو العقل ، و بهذا فان الذهن يطلق على الادراك و التفكير الاستدلالي نحو طريق انشاء العلاقات.(ندى ايمن منصور،2004،ص29)

و منه فان الصورة الذهنية لغة هي كل الاشكال و التثلات و المفاهيم و الافكار التي يحتفض بها الفرد في ذاكرته عن شئ معين.

اصطلاحا : الصورة الذهنية هي مجموعة من السمات و الملامح التي يدركها فرد أو مجموعة ازاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو مؤسسة محلية أو دولية، أو مهنة معينة أو اي شئ اخر...، فهي الإنطباع الذي يكونه الفرد تجاه الاشياء المحيطة به، متأثرا بالمعلومات المختزنة عنها عن طريق الخبرة الشخصية القائمة على الاتصال الشخصي او الاتصال العام و بذلك فهي نتاج لتفاعل عناصر المعرفة و الادراك.(بت طاعة الله بكار،2015،ص35)

كما أن الصورة الذهنية بصفاتها مصطلح بالرغم من كونه اصبح شائعا في ميدان الادارة ، فان الباحثين لم يتوصلوا الى تعريف محدد ، لذلك جاءت التعاريف مختلفة من باحث لأخر و منه عرفها الدكتور ايمن منصور ندى في كتابه ( الصورة الذهنية و الاعلامية ) بأن الصورة الذهنية هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية ، تقوم على ادراك الافراد الانتقائي المباشر و غير المباشر لخصائص و سمات موضوع ما (شركة ، مؤسسة ، جماعة ، مجتمع ...) و تكوين اتجاهات عاطفية نحوها ، اجابية او سلبية و ما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية ضاهرة و باطنة في اطار مجتمع معين و قد تأخذ هذه المدركات و الاتجاهات و التوجهات شكلا ثابتا او غير ثابت ، دقيقا أو غير دقيق.(صالح الشيخ،2009،ص5)

و يعرفها علي عجوة في كتابه (العلاقات العامة و الصورة الذهنية ) بأنها هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت و المؤسسات المختلفة ، و قد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة او الغير المباشرة ، و قد تكون عقلانية أو غير رشيدة ، و قد تعتمد على الادلة و الوثائق او الاشاعات و الاقوال غير الموثوقة و لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا لمن يحملونها في رؤوسهم.(علي عجوة،2003،ص5)

التعريف الاجرائي :

الصورة الذهنية هي كل الانطباعات التي تتكون عند الجماهير عن المؤسسة الاعلامية ، سواء كانت صحيحة أو خاطئة ، و التي لها تأثير على المؤسسة سواء كان تأثير اجابي أو سلبي بعلاقتها بجمهورها ، و منه تسعى كل مؤسسة باذلة جهد كبير بكل الطرق المتاحة لتحسين صورتها لدى الجمهور .

ب - المحتوى :

التعريف اللغوي :

تعني كلمة المحتوى باطن الشيء أو مضمون الشيء أو داخل الشيء أي على سبيل المثال محتوى الكتاب أي ما يتضمنه الكتاب من أفكار و معلومات أو محتوى الفكرة يقصد بها مضمون الفكرة.(موقع المعاني، 1 افريل 2021، [/https://www.almaany.com](https://www.almaany.com/))

التعريف الاجرائي :

محتوى قناة الشروق الاخبارية هو كل البرامج و النشرات الاخبارية و الحصص التي تبثها قناة الشروق الاخبارية عبر فضائها الاعلامي و قد تكون برامجها هدافة ذات طابع تثقيفي توعوي و قد تكون هدامة ذات طابع انحلاي و تسعى كل قناة لارضاء جمهورها عن طريق المحتوى الذي تبثه و جلب أكبر عدد من المشاهدات و المتابعين لمحتوها الاعلامية.

ج - قناة الشروق الاخبارية :

قناة الشروق الاخبارية هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق، انطلق البث التجريبي لها في أواخر شهر جانفي 2014، ثم بدأ البث الفعلي لها في شهر 19 مارس من عام 2014 بينما بدأ البث من عمان و بيروت ليتوسع الى دبي و الدوحة على قمر النايلسات ، ملكيتها كانت تعود الى المرحوم على فوضيل و حاليا الى و رثته، و هي قناة ناطقة باللغة العربية و تعتمد شعارا تجاريا معيناً مثلها مثل باقي القنوات الاخرى ، لها عدة برامج متنوعة من ناحية المضمون كما قد عمل بها عدة اعلاميين معروفين لدى الوسط الجزائري أمثال سليمان بخليلي و قادة بن عمار و ليلي بوزيدي و اخرون.(موقع قناة

الشروق،1 افريل 2021، [tv.echoroukonline.com](http://tv.echoroukonline.com))

د - طالبة قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة محمد بوضياف " المسيلة ":

هو كل طالب يزاول الدراسة في أحد التخصصات الدراسية المدرجة في التعليم الجامعي الخاص بجذع علوم الاعلام و الاتصال للسنة الدراسية 2021/2020 بقسم علوم الاعلام و الاتصال التابع لكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية " بجامعة محمد بوضياف ولاية المسيلة ".

## 11 - الدراسات السابقة :

ان الدراسات السابقة تشكل مصدرا ثميناً و تراثاً هاماً لا بد من الاطلاع عليه قبل البدى في اجراء البحث العلمي ، فهي تساعد في تحديد و توجيه مسارات البحث و تدعيم البحث العلمي .  
و من اهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستنا نذكر الدراسات الآتية :

- الدراسة 1 : للطالبة الباحثة الهاشمي بن بوكريطة أمال تحت اشراف الأستاذ عبد الرزاق بوترة بعنوان ( دور الاذاعة المحلية في تكوين و تعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها )

قام بتقديمها الباحث في السنة الجامعية 2015/2014 لنيل شهادة الماستر بجامعة خميس مليانة.

حيث تناول موضوع الدراسة الاذاعة المسموعة و دورها في ترسيخ الثقافة المحلية و المحافظة على الهوية الثقافية بالمنطقة و مساعدتها على تكوين و تطوير صورة ذهنية ثقافية واضحة اذا انها تمثل أحد العوامل الرئيسية لنجاحها ، حيث تمحورت اشكالية الدراسة في طرح السؤال التالي :

- كيف تساهم اذاعة عين الدفلى من خلال برامجها الثقافية في تكوين و تعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها؟

و تفرعت اشكالية الدراسة الى جملة من الأسئلة الفرعية و انقسمت الى تساؤلات الجزئ التحليلي و تساؤلات الجزئ التطبيقي و هي كالتالي :

### 1 - تساؤلات الجزئ التحليلي :

ما هي عوامل ظهور و انتشار الاذاعة المحلية في الجزائر؟  
ماهي اهداف برامج الهوية الثقافية و المحلية في اذاعة عين الدفلى؟  
ما هو دور و وظائف الاذاعة المحلية ؟  
ما مفهوم الصورة الذهنية ؟

ماهي مكونات الصورة الذهنية ؟ و ماهي شروط بنائها؟  
كيف تتكون الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي و الخارجي؟

### 2 - تساؤلات الجزئ التطبيقي :

ما مفهوم الهوية الثقافية عند الجمهور؟

- هل تساهم الاذاعة في تنمية الهوية الثقافية؟
- ماهي البرامج الثقافية التي تتناولها اذاعة عين الدفلة؟
- كيف يتلقى و يتفاعل جمهور اذاعة عين الدفلى مع ما تقدمه من برامج ثقافية؟
- هل تلي اذاعة عين الدفلى احتياجات جمهورها نحو البرامج الثقافية التي تقدمها؟
- هل تقدم اذاعة عين الدفلى صورة ثقافية قريبة وواضحة لجمهورها؟
- هل تسعى الاذاعة المحلية الى احترام صورتها في اطار ما تقدمه الى جمهورها؟
- هل تمكنت اذاعة عين الدفلى المحلية من خلال شبكتها البرمجية في الحفاظ على هويتها من جميع عناصرها؟
- ما مدى اقبال الجمهور على البرامج الثقافية؟
- ما هي العناصر الاساسية التي تتجلى في اطارها الهوية الثقافية؟
- هل نشاط الاذاعة يخدم الهوية الثقافية و يحافظ عليها؟.
- و لقد اندرجت الدراسة ضمن **البحوث المسحية** حيث أن الباحث قام باختيار هذا المنهج في دراسته لملائمته لطبيعة دراسته و انه الطريقة العملية التي تمكنه كباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها .
- و من أهم النتائج المتوصل اليها من خلال الدراسة نذكر مايلي :**
- اثبتت نتائج دراستنا أن اغلبية المبحوثين يفضلون الاستماع الى البرامج الثقافية ذلك لانها تعكس الاحساس بالانتماء المحلي لدى افراد العينة الذين يتوجهون اكثر نحو البرامج الثقافية لاشباع حاجتهم النفسية المتعلقة بالهوية الثقافية .
  - ان أغلب المبحوثين يستمعون الى الاذاعة في المنزل تليها الاقامة الجامعية و في الاخير السيارة مما يعكس الحميمية العائلية في المنزل او تعويضها أثناء التواجد في الاقامة الجامعية نظرا للتماثل الموجود بين ذهنية الطالب و الاذاعة .
  - ان اغلب افراد العينة المبحوثة يؤكدون ان البرامج الثقافية تعكس ثقافة المنطقة باعتبارها تعتمد على عكس صورة المنطقة و تتميز به من القدرة على فهم و توضيح الصورة التي تكون ناتج لثقافة المنطقة.
  - بختلاف الجنس و المستوى الجامعي و التخصصات و مكان الاقامة أثبتت الدراسة ان اغلبية المبحوثين و التي قدرت نسبتهم ب 55 % على ان الصورة الذهنية تساهم في تغيير مواقف الفرد باعتبارها الناتج النهائي لانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد و الجماعات.

- تؤكد نسبة 88.33 ان اذاعة عين الدفلى تهتم بالمناسبات التاريخية و العادات و التقاليد الثقافية و ان لها دورا فعالا في احيائها و المشاركة فيها كما انها تساعد على نشرها و هذا لابقائها و ترسيخها لدى الأجيال الصاعدة.

- حضيت اللغة لدى أغلبية المبحوثين باهمية كبيرة قدرت نسبتها ب 86.67 % و هذا يدل على ان اللغة هي اللسان الثقافي للهوية الثقافية لدى الافراد و الشعوب اذ هي الاسلوب للتواصل و الاحتكاك و اثبات الهوية و تأكيدها.

- **الدراسة 2 :** للطالين طيابين عبد الحق و سلمى زينة تحت اشراف الاستاذة كنزة قوطال تحت عنوان (المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام و أثرها على الصورة الذهنية للمؤسسة الاعلامية)

قام بتقديمها الباحثين في السنة الجامعية 2020/2019 لنيل شهادة الماستر بجامعة الجليلي بونعامه بخميس مليانة.

حيث تناول موضوع الدراسة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام و مدى تأثيرها على صورة المؤسسة الاعلامية في الجزائر و كيف ان المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام تلعب دورا هاما في رسم و تكوين و تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة الاعلامية لدى كل الفاعلين و المتفاعلين في المؤسسة ، حيث تمحورت اشكالية الدراسة في التالي :

- كيف يكون أثر المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام على الصورة الذهنية لمؤسسة الشروق الاعلامية كنموذج؟

و تفرعت اشكالية الدراسة الى سؤال رئيسي و جملة من الأسئلة الفرعية و هي كالتالي :

#### 1 - السؤال الرئيسي :

ما مدى اسهام المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام في تحسين صورة المؤسسة الاعلامية؟

2 - الأسئلة الفرعية : أهم الأسئلة الفرعية التي تطرق اليها الباحث و هي :

فيم تكمن مظاهر المسؤولية الاجتماعية في وسائل الاعلام؟

ما مدى التزام المؤسسة الاعلامية بأخلاقيات الممارسة الاعلامية؟

هل تقوم المؤسسة بفرض الرقابة على مضامين البرامج الاعلامية بالمؤسسة؟

هل تقدم المؤسسة الاعلامية خدمات اجتماعية لكل اطراف المجتمع؟

هل الخط الافتتاحي للمؤسسة الاعلامية يقلص من المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاعلامية؟

ما مستوى رضا الطبقة النخبة لأداء و برامج المؤسسة الاعلامية؟

ما علاقة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام بالصورة الذهنية؟

هل صورة المؤسسة الاعلامية ترسخ من احترام المؤسسة لانتماءات و ثقافة الجمهور؟

و لقد اندرجت الدراسة ضمن البحوث المسحية و الذي يعرف على انه نموذج معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية ، و هو ما أسهم في المجالات العلمية و المعرفية على حسب قول الباحث.

و من أهم النتائج المتوصل اليها من خلال الدراسة نذكر مايلي :

- تحقق مؤسسة الشروق الاعلامية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام من خلال استهداف الخدمة الاجتماعية لفئة الجمهور و السعي نحو تحقيق رغبات و اشباعات الجمهور عبر برامج اجتماعية اخبارية اقتصادية و سياسية.

- الشروق الاعلامية متوسطة الالتزام المهني بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور و المبحوثين من خلال الحيادية و مصداقية الاخبار و المعلومات و الحقائق.

- قناة الشروق تساهم في نقل المشاكل الاجتماعية و البحث في سبل معالجتها.

- قناة الشروق تلتزم بدرجة نسبية من الموضوعية في معالجة بعض القضايا.

- تكمن مؤشرات المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام على مستوى قناة الشروق في تنوع البرامج الاجتماعية و الاخبارية و نشر القيم العليا في المجتمع.

- ان المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة تتمثل في التعرض للبرامج التي تُخدم المجتمع.

- المؤسسة الاعلامية تفرض مسؤوليات سياسية كالمواطنة.

- تتعامل قناة الشروق مع القضايا السياسية بين السطحية و الجدية من خلال الكيل بالمكيالين لقضايا على حسب قضايا أخرى بسبب القيود المفروضة على حرية التعبير.
- هنالك حرية نسبية في قناة الشروق اتجاه بعض القضايا (السياسية ، الاقتصادية ، الاجتماعية ، و الثقافية).
- قناة الشروق أفضل اختيار بالنسبة للأساتذة الجامعيين بالمقارنة مع القنوات الوطنية الاخرى.
- الالتزام المقبول و المعقول لمؤسسة الشروق الاعلامية بمسؤولية الاعلامية الاجتماعية ساهم في بلورة صورة ذهنية جيدة للمؤسسة.
- غياب المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام يهدد الهوية و كيان المؤسسات الاعلامية.
- المسؤولية الاجتماعية هي القاعدة الصلبة لبناء اعلام نزيه و عصري.
- الخط الافتتاحي للمؤسسة الاعلامية لا يقلص من المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام ما لم تتعارض مع النضام السياسي و القضايا التي تم الأمن القومي.

**- الدراسة 3 :** للطالب الباحث سدحان عبد الأمين تحت اشراف الأستاذ ربيع رضوان بعنوان  
(التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال و دورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية)

قام بتقديمها الباحث في السنة الجامعية 2017/2018 لنيل شهادة الماستر بجامعة مُجَد بوضياف بالمسيلة.

حيث تناول موضوع الدراسة التكنولوجيات الجديدة و الصورة الذهنية و كشفت هذه الدراسة الى اي مدى ساهمت التكنولوجيات الجديدة في صنع و تحسين الصورة الذهنية لدى المؤسسة حيث تمحورت إشكالية الدراسة من خلال طرح السؤال التالي:

**ما مدى مساهمة التكنولوجيات الجديدة في للإعلام و الإتصال في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي و الخارجي؟**

و تفرعت اشكالية الدراسة الى جملة من الأسئلة الفرعية و هي كالاتي:

ما هو واقع و آفاق الصورة الذهنية بالمؤسسة الإعلامية الجزائرية في ظل إستخدامها لتكنولوجيات الإعلام و الإتصال الجديدة.

ما مدى توظيف التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال بالمؤسسة الوطنية صحافة النصر

كيف عملت هذه التكنولوجيات في تحسين صورة المؤسسة و مدى فعاليتها في ذلك

و لقد اندرجت الدراسة ضمن **البحوث الوصفية** حيث أن الباحث قام باختيار هذا المنهج في دراسته لملائمته لطبيعة دراسته و انه الطريقة العملية التي تمكنه كباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها.

**و من أهم النتائج المتوصل اليها من خلال الدراسة نذكر مايلي :**

- جميع التطبيقات التكنولوجية الحديثة للإعلام و الإتصال تقدم برامج تساعد في تحسين صورة الذهنية لمؤسسة النصر كما يتبين أن المؤسسة تهتم بجميع وسائل الاتصال و هذا ما تدعو اليه الحاجة من اجل تلميع صورتها.
- تؤمن المؤسسة بضرورة تحسين صورتها و سمعتها لدى جمهورها الداخلي و الخارجي من خلال التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال.
- أظهرت الدراسة أن الهدف من الصورة الذهنية الممتازة يساهم في جذب المتعاملين و زيادة عدد المتابعين و يحقق ولاء للمؤسسة.
- بينت الدراسة أن التكنولوجيات الحديثة لاعلام و الاتصال تساعد في تحسين صورة المؤسسة الذهنية كما ادت دورها بفاعلية كبيرة في تحسين صورتها الذهنية.
- بينت الدراسة أن الدعاية و الإشاعة من بين الوسائل التي تعمل على تشويه صورة المؤسسة.
- أوضحت الدراسة أن تكنولوجيات الاعلام و الإتصال من أهم العوامل لبناء صورة ذهنية جيدة للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي و الخارجي.
- أوضحت الدراسة أن المؤسسة تحاول القيام بعملية التواصل المستمر مع جماهيرها من أجل فهم احتياجاتهم و تلبية رغباتهم، و تنفهم جماهيرها ولا تمارس عليهم اي نوع من أنواع الإغراء.

## 12 - صعوبات الدراسة :

قد مررت بالكثير من الصعوبات التي تواجه الكثير من الباحثين و الطلبة الذين على وشك التخرج على وجه الخصوص ، أولا و قبل كل شئ نضرا لكوني لوحدي في هذا البحث العلمي و لعدم قيامي باعداد مذكرة أثناء تخرجي بشهادة ليسانس و عوض ذلك قمت بتربص ميداني في \*وكلالة الأنباء الجزائرية APS\* بالعاصمة و كنا قد خيرنا من طرف الادارة بين اعداد مذكرة تخرج أو تربص ميداني في احدى المؤسسات و قمت بالتربص الميداني في وكالة الانباء الجزائرية الكائنة مقرها بجي بئر مراد رايس في الجزائر العاصمة و منه نستنتج أني لا أملك الخبرة الكافية في مجال اعداد مذكرة بحث علمي أكاديمي.

و من معوقات البحث العلمي التي واجهتني أيضا عدم توفر المصادر و المراجع العلمية الكافية لاستخدامها في دراستي ، و أيضا من الصعوبات التي واجهتها هي التقليل في الماضي من قيمة ما أدرسه من متغيرة الدراسة و هو ما يرجع الى جهلي و عدم المعرفة الكافية بما يستطيع أن يحققه البحث العلمي من طرف المؤسسات.

و من الصعوبات التي واجهتني هي عدم كسب المعلومات الكافية خصوصا من الجانب المنهجي الذي كان من المفروض مبرجما للدراسة في السنة أولى ماستر و الثانية ماستر، للأسف مرت البلاد بفترة عصبية ألا و هي فترة الجائحة ( كورونا) مما أدى بالحكومة بتخاذ تدابير و قرارات وقائية صارمة من اجل عدم تفشي الفايروس و هذا ما أثر على الطلبة سلبا من الناحية العلمية و التعليمية.

قائمة المصادر و المراجع :

أولا : المصادر و المراجع

1 - الكتب :

- 1 - أحمد بن مرسللي، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 2 - أحمد مصطفى عمر، 2000، البحث العلمي (إجراءاته و مناهجه)، ط1، مكتبة الفلاح، القاهرة.
- 3 - أيمن منصور ندى، 2004، الصورة الذهنية و الاعلامية، عوامل تشكيل و إستراتيجيات التغيير، برس للطباعة الاهرام، القاهرة.
- 4 - باقر موسى، 2014، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن.
- 5 - حجاب مُجد منير، 2007، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر.
- 6 - شعبان عبد العزيز خليفة، 1997، المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات و المعلومات، الدار المصرية اللبنانية للطباعة و النشر، القاهرة.
- 7 - صالح بن نوار، 2012، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية و الانسانية، مخبر علم اجتماع و الاتصال و البحث و الترجمة، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر.
- 8 - عامر ابراهيم قنيلجي، 1992، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد.
- 9 - عبد الناصر جندلي، 2010، تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 10 - عدنان حسين الجادري و اخرون، 2009، الاسس المنهجية و الاستخدامات الاحصائية في بحوث العلوم التربوية و الإنسانية، ط1، الاثراء للنشر و التوزيع، عمان.

- 11 - مُجَّد عبيدات و آخرون، 1999، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و التطبيقات)، دار الطباعة الجامعة الاردنية، الاردن.
- 12 - مروان عبد المجيد إبراهيم، 2000، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للطباعة و النشر، عمان.
- 13 - موريس أنجرس، 2004، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة صحراوي بوزيد و آخرون، دار القصبة ، الجزائر.

## 2 - الرسائل و مذكرات التخرج :

- 1 - بنت طاعة الله بكار، 2015، دور العلاقات العامة في مجلس الأمة في إدارة الصورة الذهنية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3.
- 2 - صالح الشيخ، 2009، تكوين الصورة الذهنية للشركات و دور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم انيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الاكاديمية السورية الدولية، سوريا.

## 3 - مصادر إلكترونية :

- 1 - <https://tv.echoroukonline.com>
- 2 - <https://www.almaany.com>

# الفصل الثاني الاسس النظرية للصورة الذهنية

ظهر مصطلح الصورة الذهنية في عام 1915 على يد العالم \*جراهام لاداس\*، و منذ ذلك الوقت أصبحت الصورة الذهنية تمثل أحد العوامل الرئيسية لنجاح المؤسسة و بقائها، لهذا لجأت معظم المؤسسات و القنوات الى تحسين صورتها الذهنية و كذا تحسين سمعتها من أجل جذب و الغتفاظ بأكبر عدد من الزبائن من أجل الإستمرار و إكمال المنافسة و غالبا ما يرتبط إسم الصورة الذهنية بعمل العلاقات العامة و تعد من أهم الموضوعات التي تهتم بها و بدراستها و وضع برامج لها و هذا ما يؤكد العديد من الباحثين في هذا الشأن حيث أنها تعبر عن واقع المؤسسة و كل ما يصدر عنها من سياسات و قرارات لتحقيق الأهداف المسطرة و الدهور لجماهيرها بأحسن صورة.

وعلى هذا الاساس قسمنا الفصل الى أربع مباحث ، فتطرقنا في المبحث الأول لمفهوم و أهمية و خصائص و عوامل نجاح الصورة الذهنية ، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه مصادر و مكونات الصورة الذهنية بكل التفاصيل ، و بالنسبة للمبحث الثالث فلقد خصصناه لتبيان و ضائف الصورة الذهنية و أخيرا المبحث الرابع الذي تطرقنا من خلاله الى أنواع الصورة الذهنية و العوامل المؤثرة فيها.

### المبحث الأول : الصورة الذهنية مفهوم و أهمية و خصائص و عوامل نجاحها

#### المطلب الأول : مفهوم الصورة الذهنية

لم يشهد البحث العلمي مصطلحا إختلف الباحثون حوله و تجادلوا مثل مصطلح الصورة الذهنية، و يرجع ذلك في الغالب الى كثرة الترجمات العربية التي تناولت هذا المصطلح، و مع التقدم الحاصل في علوم الاعلام و الإتصال دخل مصطلح الصورة الذهنية في مختلف مجالات البحوث، من أهمها تلك التي تهتم بالعلاقات العامة و الإعلام، و ظهر هاذا المصطلح على أنه مصطلح علمي متعارف عليه في أوائل القرن العشرين حيث أطلقه "والتر ليبمان" و أصبح أساسا لتفسير الكثير من عمليات التأثير التي تأثر بها وسائل الإعلام و تستهدف بها بشكل خاص ذهن الإنسان.

بدأ إستخدام مصطلح الصورة الذهنية "image" عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير، و مع بدايات النصف الثاني من القرن العشرين، و قد كان لكتاب "تطوير صورة المنشأة" للكاتب الأمريكي "لي بريستول" أهمية كبيرة في نشر مفهوم المنشأة بين رجال الأعمال.(خلف لافي الحلبي الحماد،2015،ص22)

ان دخول مفهوم الصورة الذهنية في مجالات معرفية متعددة يفسر اختلاف الباحثين في تحديد مفهوم جامع للصورة الذهنية، في المجال الفلسفي تعني احتواء الذهن على قسمين من تصورات بسيطة و مركبة أو (أولية و ثانوية) ينتج عن اقامة علاقة ترابطية فيما بينها، تطورات جديدة تحمل الاحكام و القرارات.

و في مجال علم النفس فهي تصوير حي أو صور في غياب المثير الأصلي، بان التصور يبصرنا

العقلي. (عبد المنعم الحنفي، 1978، ص383)

اما في مجال علم الاجتماع فالصورة الذهنية تعني أن ادراكها للأخرين لا يقوم على معرفة حقيقتها في الواقع، و انما ما تحمله من أفكار و تصورات و تمثيلات ذهنية تنتج عمها عمليات استنتاج لا شعورية تمكننا من تشكيل انطباعات عن الاخرين بناء على أدلة (الصورة الذهنية ) محدودة بشأنهم. (مكالين روبرت، غروس ريتشارد، 2002، ص11)

و أول من تناول موضوع الصورة الذهنية هو (وولتر ليبمان) في كتابه المشهور " الرئي العام " الذي نشر سنة 1922، حيث يقرر أن الانسان يضطر لتكوين الصور، و هي تمثيل لبيئة غير حقيقية، نتيجة ذيق الوقت المتاح للانسان، ولصعوبة تعرف الشخص على حقائق العالم كلها من حوله، و تختلف الصورة الذهنية التي يكونها الأفراد عن الناس، و الأشياء من حولهم مهما توحدت البيئات، و ذلك لعدة عوامل ترتبط بالأفراد من جهة، و بالجماعات من جهة أخرى، و يؤكد (ليبمان ) بعبارة واضحة أن الناس على الرغم من أنهم يعيشون في عالم واحد الى أنهم يشعرون و يفكرون كما لو كانوا يعيشون في عوالم مختلفة، و ان كل شخص يضع بياة من تصورات، و من صنع خياله بينه و بين البيئة الحقيقية، أي لا يزيّف بيأته عن عمد ولكن خبرة فرد ما لا يمكن ان تتشابه مع خبرة الافراد الاخرين، و من ثم كل فرد منا يشرح و يفسر خبرته في ضوء تجاربه الماضية. (جيرنو احمد جالو، 2016، ص53)

#### أ - تعريف الصورة الذهنية لغويا

ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين الصورة و الذهنية :

1 - الصورة : و تعني الشكل الذي يتميز به الشيء و هي تعني أيضا " الصورة بكسر الصاد لغة في الصور جمع صورة و صورة تصويرا فتصور، و تصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي " . (مُحَمَّد بن ابي بكر الرازي، 1982، ص373)

و جاء أيضا في معجم لسان العرب لابن منظور أن الصورة "ظاهر الشيء و هيئته و حقيقة الشيء و صفته". (ابن منظور، 1944، ص473)

2 - الذهنية : إن الذهن يطلق على الإدراك و التفكير الاستدلالي عن طريق انشاء العلاقات.(جميل صليبا، 1971، ص740)

و هي تشير الى الذهن، و الذهن هو العقل.(لويس شيخوا، 1957، ص440)

و في هذا السياق فان الجمع بين كلمتي الصورة والذهنية يقود الى انشاء مصطلح الصورة الذهنية الذي هو لغة صورة الشيء و تصوره و حقيقته و ظاهره، يكونها الذهن في ضوء ادراكه و استدلاله للاشياء.

اما في اللغة الانجليزية فان مصطلح الصورة الذهنية تقابله مفردة (Image) و التي تعني تصور عقلي او فكرة عن موضوع او شيء، كما انها الانطباع العام عن شخص او منظمة يتكون لدى الجمهور او هي صورة او وصف يظهر في كتاب أو رسم.(باقر موسى، 2014، ص53)

## ب - تعريف الصورة الذهنية اصطلاحا

### 1 - تعريف علي عجوة

يعرفها الدكتور علي عجوة على أنها الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد و الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية او مهنية معينة يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، و تتكون هذه الإنطباعات في ضوء التجارب المباشرة و غير المباشرة و ترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد و إتجاهاتهم و عقائدهم، بغض النظر عن صحة و عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون في ضوءه الى ما حولهم و يفهمون و يقدرن على أساسها.(علي ابراهيم عجوة، 1983، ص10)

### 2 - تعريف الدكتور أديب خضور :

يحددها الدكتور في مجموعة الأحكام و التصورات و الإنطباعات القديمة و الجديدة، الإيجابية منها و السلبية التي يأخذها الشخص (أو جماعة أو مجتمع) عن آخر ويستخدمها منطلقا و أساسا لتقييمه لهذا الشخص و لتحديد موقفه و سلوكه إزاءها.(أديب خضور، 2002، ص11)

3 - تعريف الدكتور إبراهيم الداقوقي :

يعرف الدكتور إبراهيم الداقوقي الصورة الذهنية على أنها تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون ان تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد و المجموعات لأن معظم تلك الصور الذهنية عاطفية يصيبها النسيان او التحوير او اعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال بالدرجة الأولى.(إبراهيم الداقوقي،2001،ص17)

4 - تعريف سليمان صالح :

عرفها سليمان صالح على انها مجموعة السمات و الملامح التي يدركها الجمهور، و يبني على اساسها موافقة و اتجاهاته نحو المنظمة، او الشركة و تتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائم على الاتصال المباشر او عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية.(سليمان صالح،2007،ص22)

5 - تعريف حسين مُجَّد :

عرفها حسين مُجَّد على أن الصورة الذهنية صورة رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير و مطالبها، و اهتماماتها و تطلعاتها و الرغبة القادرة على الوفاء للجماهير بكل هذا و أكثر منه، و هذه الصورة لا يمكن ان تتشكل بين يوم و ليلة، إذ أن مادتها تتسرب في العقول قطرة قطرة، كما أنها ليست ترجمة الأفعال و سلوك اي مؤسسة، و اقوال المسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال و تلك الأقوال.(الهاشمي بن بوكريطة امال،2015،ص48)

6 - تعريف في علم الاجتماع :

أما في مجال علم الاجتماع فالصورة الذهنية تعني أن ادراكها للأخرين لا يقوم على معرفة حقيقتهم في الواقع و إنما ما نحمله من أفكار و تصورات و تمثيلات ذهنية تنتج عنها عمليات استنتاج لا شعورية تمكننا من تشكيل انطباعات عن الآخرين بناء على أدلة (صورا ذهنية) محدودة بشأنهم. (باقر موسى،2014، ص55)

7 - تعرف في علم النفس

على أنها التصور الحي او صور في غياب (المثير) الأصلي، بأن نتصوره ببصرنا العقلي(عبد المنعم الحنفي،1978،ص383)

و تعرف أيضا " الصورة الذهنية عبارة عن اصرار لإنطباع حسي معين ناتج عن إعادة تنشيط النسيج

العصبي". (بركات قيس، 2015/2014، ص54)

### المطلب ثاني : أهمية الصورة الذهنية

تقوم الصورة الذهنية بدور مهم و محوري في تشكيل الرئي العام، و إتخاذ قرارات، و تشكيل سلوك الافراد، كما تؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات و القطاعات المختلفة، فهي تعكس الواقع، و تنقل المعلومات عنه الى عقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة، و إنما يواجهه بشكل غير مباشر معتمدا على الوصف.

وقد نشأ إهتمام بالصورة الذهنية من الحقيقة مفادها أن الناس يفترض أن تكون لديهم صورة صحيحة عن أشياء كثيرة، فصورة العربي و الإسرائيلي عند الشعب الأمريكي تكونت نتيجة الدور الذي مارسه وسائل الإتصال الجماهيري في الولايات المتحدة الأمريكية، و نتيجة الاحداث التي شهدتها المنطقة العربية و تناقلتها هذه الوسائل، أن الإنسان غالبا ما يميل الى التمسك بما لديه من صور، كما أنه يتعصب لهذه الصور و يتحيز لها، و هو يدرك محتوى الرسائل التي يتعرض لها على نحو يتفق مع الصور التي كونها، كما انه يتذكر المواقف و التفاصيل التي تدعم الصورة الذهنية التي تكونت لديه في وقت ما، و إستقرت و اصبحت ذات أثر كبير في تقديره لما يحدث بعد ذلك، و رئيته للواقع و تخيله للمستقبل. (خلف لافي الحلبا الحماد، 2015، ص32)

و تأسيسا على ما سبق، يمكن إيجاز أهمية الصورة الذهنية في مايلي :

- 1 - تقوم بدور مهم و محوري في تكوين الأراء، و إتخاذ القرارات، و تشكيل سلوك الافراد.
- 2 - تساعد المنظمات، و المؤسسات، و القيادات السياسية في رسم خطط و إتخاذ قرارات التي تكون صورة إيجابية عن المؤسسة التي تتفق مع إحتياجات الجماهير.
- 3 - تؤدي الصورة الذهنية دورا مهما في إغناء، أو تقديم رؤية متكاملة للدراسات الإعلامية و الإدارية و الإجتماعية، و النفسية نظرا لكونها تقوم بدور مؤثر في السلوكيات، و القرارات الحياتية في تسيير أمور حياتنا. (خلف لافي الحلبا الحماد، 2015، ص34)

### المطلب الثالث : خصائص الصورة الذهنية و سماتها

يمكن أن نلخص أهم خصائص و سمات الصورة الذهنية فيما يأتي :

- إن الصورة عملية ديناميكية ديناميكية متفاعلة تمر بمراحل متعددة تتأثر كل مرحلة بما يسبقها، و تؤثر فيما يلحق بها، كما انها متطورة، و متغيرة و تأخذ أشكالا عديدة و قوالب مختلفة.
- إن هذه العملية عملية معرفية، و تعني أنها تمر بمراحل العمليات المعرفية من ادراك وفهم متذكرة ...، و تخضع للمتغيرات، و العوامل التي تخضع لها العمليات المعرفية أو تتأثر بها.
- إن هذه العملية نفسية، كونها عمليات داخلية، لها أبعاد شعورية، الى جانب أبعادها المعرفية.
- ان هذه العملية نسبية، أي أنها متغيرة من موضوع لآخر، و ليست لها خصائص ثابتة.
- ان هذه العملية تتكون و تتطور في اطار ثقافي معين، اي ان الصورة الذهنية لا تنشئ في فراغ، و انما تتأثر بكل الظروف المحيطة بها. (خلف لافي الحلبي الحماد، 2015، ص29)
- ان سمات الصورة متغيرة، أي بعضها قد يكون ثابتا، و بعضها الآخر غير ثابت، كما أن هذه المدركات و الإتجاهات، و السلوكيات المكونة للصورة قد تكون دقيقة في بعض الأحيان، و أحيانا أخرى قد تكون مشوهة و خاطئة أي انها لا تأتي دائما على صورة واحدة.
- ان المكونات الثلاثة للصورة تعمل في اطار مجتمعي معين، فالصورة تنبع من المجتمع و توجد فيه و تختلف تبعا لخصائص كل مجتمع و سماته.
- و ترا "ليلي السيد" أن اهم السمات و الخصائص التي تتميز بها الصورة الذهنية يمكن اجمالها فيما يأتي:
- أنها ليست مجرد محاكاة، ولكنها اطار للذاكرة و عملية بناء تصور.
- انها قد تتسم بالوضوح، او الغموض، او الحقيقة، او عدم الحقيقة.
- العمومية و الخصوصية وفق مدى مشاركة الآخرين لهذه الصورة.
- الوعي و الاوعي، فنحن لا نستطيع ادراك كل اجزاء الصورة في الوقت نفسه و بدرجة الكثافة نفسها.
- المرونة و التفاعل المستمر، فتتطور، و تنمو، و تتسع، و تقبل التغيير طوال الحيات.
- محصلة لكل خبرات الفرد السابقة. (خلف لافي الحلبي الحماد، 2015، ص30)

- نتاج تفاعل المعرفة و الإدراك، كما ان السياق الاجتماعي و التاريخي يؤثران في تشكيل الصورة الذهنية.

و يرى أديب خضور أن أهم خصائص الصورة الذهنية، هي :

- الصورة الذهنية هي تجسيد لواقع فكري معين، و للصورة مقدرة كبيرة على تقنين الفكرة، و هي القالب الذي تصب ضمنه، و يحفضها من الضياع و يسهل انتشارها، و عندما تتشكل الصورة تصبح بحد ذاتها منطلقا لعمليات فكرية جديدة تضاف الى الصورة فتبلورها.

- تحمل الصورة حكما قيما و تعكس خيارا، و تعبر عن ادراك، لذا فدراسة مضمونها و عناصرها و خصائصها، و حركتها تضرع طبيعة الإرث الثقافي و البعد الايديولوجي، و الزاد المعرفي.

- تتكون الصورة الذهنية لدى الإنسان تجاه شخص او شعب معين من ثلاثة عناصر: العنصر المعرفي، العاطفي، السلوكي. (خلف لافي الحلبي الحماد، 2015، ص31)

و للصورة الذهنية خصائص و سمات متميزة تتفق مع كونها ضاهرة انسانية و من اهم السمات حسب ما جاء به جيرنو احمد جالو فهي كالآتي :

1 - انها خاصة واقعية من خصائص السيكولوجية البشرية وفقا لما يراه ( ف . ارتيموف) و عليه فهي تنصف بالقدم و الشمولية فهي قديمة قدم الوعي البشري ذاته، و شاملة بمعنى أن البشر كلهم يكونون صورا ذهنية، و تكون اتجاهاتهم الصور ايضا، و هذه العملية (توافقية)، لا ترتبط بأشخاص معينين، او بزمان معين، بل هي وضيعة بشرية، أو جزء من الطابع البشري، كما يرى (دوجيكر) و (فريجدا).

2 - ميلها الى التكرار دون التغيير، مما يعني (اطراد صورة معينة) في اذهان مجموعة من الناس تجتته مجموعات، او أشياء معينة، و لعل في ميل الصورة للانتشار في اذهان كثير من الناس، ما يؤكد اجتماعية ظاهرة الصورة الذهنية.

3 - الصورة الذهنية عبارة عن تعميمات مؤسسة على آراء، وانطباعات لا تستند الى براهين علمية تجريبية في الغالب، و لذلك فهي قد تبغلى شائعات قد تنطلق من اوهام، و ترتبط هذه التعميمات بالمشاعر الذاتية ، و العواطف الشخصية التي يصعب تفسيرها احيانا.

4 - لما كانت الصورة الذهنية لا يشترط ان تبني على معلومات واقعية دقيقة عن واقع المتصورين فإنها قد لا تتطابق مع هذا الواقع .

5 - ميلها الى الثبات، من دون جمود، و يرى (دويتش) ان للاحداث قدرة كبيرة على إحداث بعض التأثيرات في الصورة القائمة الى درجة تغييرها بما يفوق قدرة المعلومات التي تصل الى الأفراد على إحداث التغيير .

6 - الصورة الصادقة يستغرق بناؤها وقتا طويلا و بمشاركة جهاز التفكير المنطقي، اما الصورة الزائفة فلا تشمل الى على أكثر الجوانب بروزا و هذه الصور سهلة النشوء و التكوين .

7 - ترتبط طبيعة الصورة المكونة ارتباطا وثيقا بالمفاهيم السائدة في المجتمع، فمعيار التفوق و التمييز، مثلا يتغير عبر الازمنة المختلفة فبينما كان المجال الحربي في ما مضى معيار التفوق و السيطرة بين الدول، كانت ابريطانيا اوائل هذا القرن تبدو في تصور الناس اقوى دول العالم، و بالضرورة فإن التغيير في معيار التفوق اليوم من المجال الحربي فقط، الى الدبلوماسية، و الاقتصاد، و السياسة الدولية، يترتب عليه تغيير تصورات الناس لأقوى الدول، و معايير اختيارهم لها. (باقر موسى، 2014، ص57-58)

#### المطلب الرابع : عوامل نجاح بناء الصورة الذهنية

تتلخص عوامل نجاح الصورة الذهنية في النقاط التالية :

- الوضوح : من خلال إستخدام العبارات البسيطة و الواضحة، بما يساهم في بناء صور واضحة للشركة أو المؤسسة.

- المصدقية : و ذلك من خلال العمل على إختيار محتوى معقول و قابل للتصديق للرسالة، حتى يتمكن العميل من تثبيته في ذهنه.

- التوافق : من خلال التركيز على إنسجام و التكامل في كل الرسائل الإعلانية بحيث تدعم كل رسالة.

- التنافسية : يتم ذلك عن طريق تقديم شئ ذي قيمة للجمهور قد فشل المنافسون في تقديمه حتى ولو على صعيد النفسي. (سدحان عبد الأمين، 2018، ص41)

## المبحث الثاني : مصادر و مكونات الصورة الذهنية

إن للصورة الذهنية مصادر تعد من أهم الركائز و المكونات عند الفرد، فمنها ماهو مباشر و منها ماهو غير مباشر، اما ابعاد الصورة الذهنية فهناك اجماع بين معظم الباحثين على ان الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة مكونات او ابعاد اساسية، و ذلك في البعد المعرفين، البعد الوجداني، البعد السلوكي.

### المطلب الاول : مصادر تكوين الصورة الذهنية

أ - الخبرة المباشرة : من خلال احتكاك الفرد اليومي بغيره من الافراد و الانظمة و القوانين مما يكون الانطباعات الذاتية من المنظمة او الجهة المعنية بالصورة، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على الفرد و عواطفه، إذا احسن توظيفها، تماما مثلما تتكون صورة المؤسسات الاعلامية من خلال إحتكاك المواطن من خلال المشاهدة اليومية للبرامج و المنوعات و الاخبار المقدمة، سواء بالايجاب او بالسلب.

ب - الخبرة الغير مباشرة : و تتمثل فيما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من أصدقاء او عبر وسائل تواصل الاجتماعي او من وسائل الاعلام عن مؤسسات و احدات و أشخاص و دول لم يرههم ولم يسمع منهم مباشرة، و في هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام دورا أساسيا في تكوين الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية. (خلف لافي الحلبي الحماد،2015،ص41-42)

### المطلب الثاني : مكونات و ابعاد الصورة الذهنية

أ - البعد أو المكون المعرفي **COGNITIVE COMPONENT**: و يقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخصا ما، و تعتبر هذه المعلومات هي الاساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الاخرين و عن الموضوعات و القضايا المختلفة و بنائا على دقة المعلومات و المعارف التي نحصل عليها من الاخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي يكونها عنهم، و فقا للبعد المعرفي فإن الاخطاء المتكونة في الصورة لدى الفرد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات و المعارف الخاطئة التي تحصل عنها هؤلاء الافراد.

ب - البعد أو المكون الوجداني **AFFECTIVE COMONENT**: يقصد بالبعد الوجداني الميل بالايجاب أو السلب تجاه موضوع او قضية او شخص او شعب او دولة ما، في إطار مجموعة الصور الذهنية

التي يكونها الافراد، و يتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، و مع مرور الوقت تتلاشى المعلومات و المعارف التي كونها الافراد و تبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الافراد نحو الاشخاص و القضايا و الموضوعات المختلفة، و يتدرج البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون و الجنس و اللغة، فإختلاف هذه الخصائص من الامور التي تسهم في بناء الإتجاهات السلبية و التجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الإتجاهات الايجابية.

ج - البعد او المكون السلوكي **BEHAVIORAL COMPONENT**: يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحيات، حيث ترجع اهمية الصورة الذهنية في إحدى أبعادها إلى أنها تكمن من التنبؤ بسلوك الافراد، فسلوكيات الافراد يفترض منطقيا انها تعكس إتجاهاتهم في الحياة. (صالح الشيخ، 2009، ص8-9)

### المبحث الثالث : وظائف الصورة الذهنية

إن التحليل الوظيفي للصورة الذهنية لا يختلف عن اي تحليل وظيفي لاي ظاهرة اخرى، بيد انه يختلف في أساليب التطبيق و المجالات و في معايير التقييم و منطلقاته، فالصورة الذهنية لها أبعاد معرفية و نفسية و إجتماعية و هي تعمل على نطاق الفرد فقط، أو على نطاق الجماعات الفرعية في المجتمع، أو على نطاق المجتمع ككل، كما انها لها وظائف مرغوبة تدعونا للعمل بها، ووظائف اخرى غير مرغوبة تدعونا للتخلص منها .

### المطلب الاول : وظائف الصورة الذهنية على مستوى الفرد

#### 1 - الوظائف المعرفية المرغوبة

- اقتصاد في الجهود : و ذلك بمعنى توفير الوقت و الجهد اللازمين لفهم و تفسير حدث ما أو شئ ما يعتبره الإنسان جديدا، فالصورة الذهنية تساعد الأفراد على تفسير أحداث جديدة في ضوء خبراتهم القديمة و صورههم المعهودة .
- تقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد : و يحدث ذلك عند دمج الاشياء الجديدة في الفئات القديمة و إعطائها المعنى ذاته الذي تاخذه هذه الفئات .

- تسهيل عملية الادراك : و هي نتيجة مترتبة على الوظيفة السابقة، إذ يؤدي تقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد الى تسهيل ادراكه لهذه المنبهات و الى زيادة قدرته الضاهرة على فهمها و إستيعابها .
- توفير احكام تقييمية جاهزة للفرد : إذ تقلل الصورة من حاجة الفرد إلى معايشة الاخر و تمثيل المعلومات المتعلقة به في كل لحظة و تمنحه في المقابل او توفر له إطارا يستطيع من خلاله التصدي لتصرفات الاخرين و افعالهم .
- إعطاء الفرد معنى موضوعيا للعالم : حيث توفر الصورة للفرد تصورا للعالم ، يعتقد في صحته و في موضوعيته فهو لا يجد عن طريق الصورة الموجودة لديه اي تعارض بين عامله في موضوعيته، و العالم الخارجي.

## 2 - الوظائف المعرفية الغير مرغوبة

- التبسيط الزائد للاحداث : فالصورة عادة نا تركز على جانب او جزء او خصيصة للحدث و تغفل بقية الجوانب و الاجزاء و الخصائص، وفي هذا التركيز من ناحية و الاغفال من ناحية اخرى فيتم تبسيط الحدث بصورة قد تكون في غالبية الاحيان مخلة بطبيعته. (أيمن منصور ندى،2004،ص91)
- المبالغة في التعميم : اذ قد تؤدي الصورة بصاحبها الى اطلاق حكم عام على جماعة واحدة او على كل الجماعات الخارجية نتيجة تعامله مع فرد واحد منه، و قد يطبق حكما استمدته من صورة لديه عن جماعة ما على كل افراد هذه الجماعة دون ادراك الفروق الفردية بينهم .
- تشويه الواقع : حيث ان الصورة بخصائصها التي يشير اليها بعض الباحثين مثل المبالغة في التبسيط و المبالغة في التعميم و عدم الدقة و عدم الصحة و الجزئية، وقد تؤدي الى تشويه ادراك الفرد للواقع والى سوء فهمه له و الى فساد احكامه عنه .

## 3 - الوظائف الاجتماعية المرغوبة

- تحديد الهوية الاجتماعية للفرد : حيث يشير كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية تساعد على تحديد هوية الفرد الاجتماعية، كما تساعد على إدراكه لذاته و تصنيفه لها .
- تحديد الدور الاجتماعي للأفراد : حيث تحدد الصورة التي يحملها الأفراد الادوار التي يقومون بها في العلاقات الاجتماعية، كما تحدد طريقة تفاعلهم في المجتمع.

- توفر أسس التعامل مع الآخرين : فالصورة توفر الطرق التي يتعامل بها الفرد مع الآخرين من خلال توفيرها لتوقعات عن سلوك الآخرين و عن دوافعهم و طرق تفكيرهم .
- تزيد الصورة من تقدير الذات نتيجة العضوية في الجماعة : فالصورة الاجابية عن الجماعة التي ينتمي اليها الفرد قد تزيد من تقديره لذاته، و من شعوره بالرضا عن نفسه .
- تساعد الصورة على الاتصال بين الافراد : عندما تكون اجابية و تؤدي الى التفاعل الايجابي بينهم.(أين منصور ندى،2004،ص92)

#### 4 - الوظائف الاجتماعية الغير مرغوبة

- الصورة قد تعوق الاتصال بين الأفراد عندما تكون سلبية، فالصورة السلبية عن الآخرين تجعل من الاتصال معهم مهمة صعبة جدا، و تجعل الفرد غير راغب في، و عاجز عن، الاتصال معهم .
- قد تزيد الصورة أحيانا من معدل العنف الاجتماعي، فالصورة السلبية عن الآخرين لا سيما عن أفراد الجماعات الأقلية قد تستثير النزعة العدوانية لدى الأفراد حاملتي هذه الصور، وقد تدفعهم للعدوان على الافراد موضوع الصورة السلبية .
- قد تؤدي الصورة أحيانا الى إغتراب الفرد إجتماعيا، وذلك عندما تكون هذه الصور غير متوافقة مع واقع الجماعة التي ينتمي إليها الفرد و ذلك بئتمائها الى واقع جماعة أخرى يعجب بها الفرد او تكون من وحي خياله .
- قد تؤدي الصورة احيانا الى الانعزالية و التجنب و ذلك عندما تكون الصورة سلبية عن الافراد الآخرين أو غير متوافقة معهم.

#### 5 - الوظائف النفسية المرغوبة

- الشعور بالامن و الاستقرار، و تؤدي الصور الاجابية ذات الطابع الثابت والتي تميل الى تبسيط الاحداث الى شعور الفرد بالامان إزاء الاخطار المحتملة، و بالإستقرار في مواجهة تقلبات الحياة .
- تخفيف حدة الخوف من المجهول و التكيف مع جوانب الغموض التي يمكن ان تواجه الفرد.(أين منصور ندى،2004،ص93)
- تخفيف حدة الشعور بالقلق و عدم التيقن و ذلك عندما توفر توقعات إجابية يعتقد الفرد في صحتها و في إمكانية حدوثها.

- الصورة قد تستخدم كألية للدفاع عن الذات، حيث تشير بعض الدراسات إلى ان الصور تمثل نوعا من أليات الدفاع، و تتيح للفرد أن يبرر كثيرا من أفعاله .
- الصورة الإيجابية توفر رجوع صدى إجابي عن الذات، و تمنحها شعورا بالرضا و الإطمئنان.

## 6 - الوظائف النفسية الغير مرغوبة

- قد تؤدي الصورة أحيانا إلى التحيز و التعصب، و لذا تحتل دراسة الصورة مكان القلب في دراسات التحيز، و ذلك بسبب الإرتباط الكبير بينهما، فالصورة السلبية عن الاخرين قد تخلق تحيزات لدى الافراد ضددهم تنعكس في تصرفاتهم معهم.
- قد تؤدي الصورة أحيانا إلى التمرکز حول الذات، و التوقع داخلها و إحاطتها بسياج يعزلها عن الآخرين.
- قد تؤدي الصورة أحيانا إلى شعور الفرد بالوحدة، و ذلك عندما تكون هذه الصورة سلبية و متعلقة بالذات.
- قد تحمل الصورة أحيانا بعض الإسقاطات الفردية و ما يترتب عليها من سلوك عدواني إزاء الاخرين في كثير من الحالات.(أيمن منصور ندى،2004،ص94)

## المطلب الثاني : وظائف الصورة الذهنية على مستوى الجماعة الفرعية

لا تختلف تقريبا، معظم وظائف الصورة الذهنية على المستوى الفردي عن وظائف الصورة على مستوى الجماعات الفرعية، و ان كان هناك اختلاف فهو اختلاف في درجة الوظيفة لا في نوعها، فالفرد هو المكون الرئيسي للجماعة كما أن الجماعة هي المكون الرئيسي للمجتمع و للنظام المجتمعي، و يمكن بصفة عامة بيان وظائف الصورة على مستوى الجماعات الفرعية على النحو التالي :

## 1 - الوظائف المعرفية المرغوبة

- وضع نظام للبيئة الإجتماعية، و تعتبر أحد الوظائف المهمة للصورة لأنها تمد الجماعات بمعنى ذاتي للواقع، و معلومات هائلة و تفسيرات ضمنية للعلاقات المفترض وجودها بين الأشياء المختلفة، ولذا فهي تساعد على وضع نظام العلاقات و للبيئة التي يعيشون فيها.

- تقليل عدد المثيرات أو الأخطار المحيطة بالجماعة، إذ ان الصورة بتبسيطها للاحداث و دمجها في صور قديمة قد تؤدي الى تقليل عدد المثيرات او الاخطار التي تتوقع الجماعة ان تقابلها او تحيط بها، مما يساعدها على الاستقرار.
- تسهيل الصورة عملية التفكير الجمعي دتخل الجماعة، فالصورة الجماعية المشتركة لدى افراد الجماعة تقرب تصوراتهم و تجعلهم مشتركين في كثير من الرؤى و الاهداف.

## 2 - الوظائف المعرفية الغير مرغوبة

- تشويه الواقع الاجتماعي الفعلي، فكما يمكن للصورة ان تشوه إدراك الافراد للواقع الاجتماعي، فيمكن ايضا ان تشوه ادراك الجماعات المختلفة لحقيقة واقعهم الذي يعيشون فيه، و ما يترتب عليه من مخاطر. (أيمن منصور ندى، 2004، ص95)
- قد تؤدي الصورة الى احداث صدمات معرفية للجماعة، فالصورة ثابتة تقريبا، و الواقع متحرك دائما، قد يؤدي احتفاض الجماعة ببعض الصور القديمة عن الجماعات الاخرى و عدم محاولة تحديثها أو تعديلها الى حدوث صدمات معرفية للجماعة، وذلك عندما تفاجئ بالواقع المتغير او بالصورة المغايرة له مما يسبب لها إرتباك.
- قد تؤدي الصورة الى تقليل قدرة الجماعة على الاستجابة للاحداث الطارئة او المتغيرات الجديدة.

## 3 - الوظائف الاجتماعية المرغوبة

- حفص إديولوجية الجماعة و الدفاع عنها إذ تقوم الصور بإضفاء الشرعية و المعقولة على إديولوجية الجماعة، كما تقوم بتبرير توجهاتها و ممارساتها و الدفاع عنها في حالة الهجوم عليها.
- تحديد الهوية الاجتماعية للجماعة، و قد لا تكفي بعض الصور بهذا التحديد فقط بل تتجاوزها الى مرحلة التاكيد على هذه الهوية و تبريرها و الدفاع عنها.
- تأكيد الشعور بالتفوق لدى الجماعة، فالصورة الإيجابية عن الجماعة تزيد من إحساسها بالتفوق و التعالي على الجماعات الاخرى خاصتا جماعات الاقليات.
- تبرير ممارسات الواقع الاجتماعي ، فكما تبرر الصور بعض التصرفات الفردية فهي تبرر ممارسات الجماعة و تصرفاتها.

- وضع نضام للدوار و العلاقات داخل الجماعة، فالصور تحدد مهام الافراد كما تحدد علاقات الافراد ببعضهم البعض. (أيمن منصور ندى، 2004، ص96)

#### 4 - الوظائف الاجتماعية الغير مرغوبة

- قد تعوق الصور في بعض الاحيان عملية الحراك الاجتماعي وتسجن الجماعة في قالب واحد لا يتغير.
- تبرر الصور في كثير من الاحيان الممارسات العدائية ضد الجماعات الاخرى و تضيي عليها المشروعية و تشجع الافراد على ممارستها.
- قد تكون الصور اتجاهات عرقية لدى الجماعة ضد الجماعات الأخرى، كما قد تؤدي الصور لا سيما السلبية منها الى الحروب الأهلية و ذلك عندنا تتصارع الجماعات المختلفة داخل نضام مجتمعي واحد، و توجد كثير من الادلة البحثية تشير الى ان كثير الحروب كان مصدرها الصور السيئة الغير حقيقية.

#### 5 - الوظائف النفسية المرغوبة

- تقديم اطار تبريري للإتجاهات و السلوكيات الجماعية القائمة، خاصتا عندما تكون غير قائمة على المنطق او لا يبررها العقل.
- تقليل الشعور بالقلق و عدم اليقين لدى الجماعة، و ذلك عندما توفر توقعات إيجابية تعتقد الجماعة بصحتها، و في إمكانية حدوثها.
- توفير رجع صدى إيجابي عن الجماعة، و منحها الشعور بالرضا و الإطمئنان.

#### 6 - الوظائف النفسية الغير مرغوبة

- قد تؤدي الصور الى تجريد الجماعات الخارجية من شرعيتها و من إنسانيتها و الحط من قدر افرادها و اعضائها، و ما يترتب على ذلك من نتائج مثل محاولة الإبادة الجماعية للجماعات الاخرى أو إلحاق بها ألقاب سيئة و تجنبها، أو إنكار ادميتها. (أيمن منصور ندى، 2004، ص97)
- قد تولد الصور مشاعر الكراهية للجماعات الاخرى و تجعل منها كبش فداء لكثير من مشاكل الجماعة الداخلية، بحيث تكون هذه الجماعات الخارجية هي مصدر الشر، و مبعث كل القلق للجماعات الداخلية.

- قد تؤدي إلى عمليات الاسقاط الجماعي بحيث تسقط الجماعة الداخلية جميع خصائصها السلبية و المكروهة على الجماعات الخارجية و تتبرأ منها.(أيمن منصور ندى،2004،ص98)

### المطلب الثالث : وظائف الصورة الذهنية على مستوى النظام ككل

#### 1 - الوظائف المعرفية المرغوبة

- خلق توقعات عن سلوك الانظمة الدولية الاخرى و ممارستها، و إيجاد تفسيرات و تقييمات جاهزة لهذه السلوكيات و التفسيرات.
- خلق مخططات فكرية للتعامل مع الانظمة الاخرى، و تبني على التوقعات المعتمدة على الصور و الاستنتاجات المبنية على الملاحظة العينية و المباشرة للأحداث.

#### 2 - الوظائف المعرفية الغير مرغوبة

- قد تؤدي الصور الى تجميد سياسات النظام و عدم تطويرها، فالسياسيات المبنية على الصور قد تكون جامدة، للجمود النسبي للصورة، و ثابتة للثبات النسبي لها.
- قد تؤدي الصور إلى إهمار النظام المعرفي للنظام نتيجة الهزات المعرفية غير المتوقعة، فقد يؤدي إحتفاض النظام ببعض الصور القديمة عن الانظمة الاخرى، و عدم محاولة تحديثها او تعديلها الى حدوث صدمات معرفية و هزات قد لا يستطيع النظام ان يعالجها او يقلل من أثارها السلبية.
- قد تضعف الصور قدرة النظام على سرعة الاستجابة للمتغيرات الدولية.

#### 3 - الوظائف الإجتماعية المرغوبة

- إكتساب الشرعية للنظام حيث قد تؤدي الصور الاجابية عن نظام ما الى اكسابه الشرعية الدولية و الداخلية، فصوره نظام ما بأنه ديمقراطي أو رأس مالي او بانه نظام مفتوح، قد تكسبه الشرعية و تضفي عليه مكانة خاصة.
- تبرير علاقات القوة و السيطرة داخل النظام، و تبريرها إستخدام القوة ضد الأنظمة الأخرى.
- تحديد هوية النظام و شخصيته القومية و تمييزها و إحاطتها بقدمية أو بأهمية خاصة.

#### 4 - الوظائف الاجتماعية الغير مرغوبة

- قد تعوق الصور لا سيما السلبية منها عملية الاتصال و التفاهم بين الشعوب المختلفة أو بين النظام و الانظمة الاخرى المماثلة له.
- قد تزيد بعض الصور من الشعور بالشفونية القومية لدى أفراد النظام و ما يترتب عليها من إستعلاء على الانظمة الاخرى و سوء التفاهم بينهما، و قد تؤدي بعض الصور الى اشعال حروب مع الانظمة الاخرى.(أيمن منصور ندى،2004،ص98-99)

#### 5 - الوظائف النفسية المرغوبة

- توفير رجع صدى إيجابي عن النظام، و ما يؤدي إليه ذلك من شعور بالرضا و الإطمئنان، و إرتفاع مستوى تقييم الذات.
- تقديم إطار تبريري لإتجاهات النظام و ممارسته ضد الانظمة الاخرى.

#### 6 - الوظائف النفسية الغير مرغوبة

- الشعور الزائف بالامن.
- تكوين مشاعر العداة نحو الانظمة الاخرى المعارضة. (أيمن منصور ندى،2004،ص100)

### المبحث الرابع : انواع الصورة الذهنية و العوامل المؤثرة فيها

#### المطلب الاول : انواع الصورة الذهنية

- عند وضع خطة او برنامج لدراسة الصورة الذهنية الخاصة بالمؤسسة لابد أن نبدأ اولاً بالتعريف على الواقع الفعلي للصورة الذهنية و انعكاساتها و لذلك لا بد من التعريف بأنواع الصورة الذهنية و قد قسمت الصورة الذهنية الى:
- صورة المرأة : يقصد بها انعكاس الصورة في أذهان جمهور المؤسسة نفسها و خاصة قادتها و تكون بداية للإنتطباع الذي يتخذه الجمهور الخارجي عن المؤسسة فيما بعد، و يجب أن يوضع في الإعتبار إجراءات أبحاث الصورة الذهنية.

- الصورة الحالية : و تعكس الطريقة التي ينظر بها الجمهور الخارجي الى المؤسسة، و تعتمد الصورة الحالية على الخبرة و التجربة و مدى تدفق المعلومات للجمهور و ما تتميز به من فقر ، أو ثراء و قدرة على تحقيق الفهم فالصورة الذهنية الصحيحة تكون ناتجا للإنطباع الصحيح.(الهاشمي بن بوكريطة أمال،2015،ص51)

- الصورة المأمولة : و تعرف بانها الصورة المرغوبة التي تهدف المؤسسة الى تحقيقها وعادة ما ترتبط تلك الصورة بموضوع جديد لم يحصل الجمهور الخارجي عن معلومات كافية عنه

- الصورة المتكاملة : و يقصد بها صورة المؤسسة ذاتها بغض النظر عما تنتجه من سلع أو خدمات، و تتكون تلك الصورة من عناصر عدة و يشترك في تكوينها تاريخ المؤسسة، المكانة الاقتصادية، السمعة الطيبة، القدرة على الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية، العلاقة مع الجمهور الخارجي للمؤسسة.

- الصورة المتعددة الأجزاء : هي متعددة العناصر إذ تضمن المسؤولية برموزها المادية و المعنوية.(سليمان صالح،2007،ص26-27)

صنفت الصورة الذهنية في كتاب \*أخلاقيات العمل و أثرها في إدارة الصورة الذهنية في منظمات العمل\* للمؤلف و الكاتب بلال السكارنة الى ثلاثة تصنيفات و هي :

#### 1 - الصورة الذهنية الذاتية :

هي إحساس المنظمة بنفسها بنفسها، و يعتقد DAWLING أن لبناء صورة ذهنية ناجحة فإنه يتطلب من المنظمات أن تبدأ أولاً بتغيير صورتها الذاتية، حيث أن التغيير في الصورة المدركة على عاتق الأفراد العاملين في المنظمة، و أن الاتصال الذي يجري بينهم و بين الجمهور اما أن يقوي أو يضعف الصورة الذهنية لديهم.

#### 2 - الصورة الذهنية المرغوبة :

هي ما ترغب المنظمة في توصيله عن نفسها الى الجمهور و قد أشار BORGER الى أن الشركة يجب أن تخطط لصورتها في أذهان الناس و الجمهور بشكل جيد بحيث تكون صورة واضحة بدون غموض و يسترشد MARCHAND بشركة AT E T التي تصور نفسها بمجموعة من الرموز الأبطال الصبورين القادرين على قهر الظروف الصعبة لاصال العالم بعضه ببعض.

#### 3 - الصورة الذهنية المدركة :

هي التصورات، ال احساسيس و العلاقات، يعكس الإدراك عند الأشخاص حقيقتهم و هو ادراكهم الشخصي الذي يؤثر على قراراتهم الشرائية و تشير الدراسات الى ان الصورة الذهنية هي بماذا يفكر الموظفون و بماذا يشعرون و بأن الصورة المتوقعة هي ماذا ستفعل المنظمة، و ان الصورة المدركة هي ماذا يفكر الزبون و ما الذي يؤثر على سلوكه اتجاه المنظمة.(كريمة نجوي،2015/2014،ص40)

و من المعلوم ان الصورة الذهنية تتولد في الذهن و تصنف تبعاً لمصادر تكوينها و تبعاً للسماتها و خصائصها التي بنيت عليها، كما تتراكم الصورة الذهنية لتكون مخزوناً خاصاً بها تسمى أحياناً بالاشعور، و يتم تصنيف و تجميع هذه الصور في مجموعات ترتب وفق تصنيف التضمين و الإحتواء في الذهن الى ثلاثة اتجاهات رئيسية و هي كالآتي :

أولاً - الصورة بوصفها نسخاً ذهنياً للأحاسيس (الرؤية ، السمع ، الرائحة ، الغرائز)، القدرات الطبيعية، الروحية (و يضم أيضاً متخيل اللاوعي)

ثانياً - المتخيل الذهني بوصفه يتوسط المثير من العالم الخارجي من جهة و الإستجابة من جهة أخرى، و هنا تكون الصورة الذهنية تركيب إفتراضي ينجم عن حقيقة ان المدخلات السايكولوجية (المثيرات) تختلف عن المخرجات (الاستجابات)

ثالثاً - المتخيل الذهني بوصفه مشاعر (السلوك و الأحاسيس المستثارة) أي بمعنى تلك التي تحدث في غياب أي مؤثر عدا الصورة الذهنية.(باقر موسى،2014،ص60)

لذلك لا يوجد تصنيف ثابت و مستقر لانواع الصورة الذهنية و هي في ذلك شأنها شان تحديد مفهوماها تختلف من حقل معرفي الى اخر فمثلاً نجد أن الصورة الذهنية في علم السياسة تنقسم الى :

1 - صورة ذهنية قومية.

2 - صورة ذهنية لمرشح إنتخابي.

3 - صورة ذهنية للأحزاب.

4 - صورة ذهنية لحدث سياسي.

أما في مجال علم النفس فنجد انواع الصورة الذهنية كالتالي :

1 - الصورة الذهنية المكونة للإتجاه.

2 - الصورة الذهنية المتخيلة.

3 - الصورة الذهنية المقولبة.

و حسب " فيليب موريل " فإن للصورة الذهنية أربع أنواع :

1 - الصورة المؤسساتية، و تكون على المستوى الوطني.

2 - الصورة المهنية، و ترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة.(باقر الصدر محمد، 1998، ص93)

3 - الصورة العلائقية، و ترتبط في ضوء التواصل مع الجمهور.

4 - الصورة العاطفية، التي تقوم على أساس الود و التعاطف بين المؤسسة و الجمهور.

و حسب تصنيف " جيف كينز " يشير انواع للصورة الذهنية من خلال ما يلي :

1 - الصورة المثلى، و تسمى بالمتوقعة أيضا، و تعني افضل حالات الصورة المرغوبة.

2 - الصورة المتعددة، و تعني تعدد أنواع و اشكال الصور لدى الجمهور و هي بلا حكم نهائي موزعة

بشكل سلمي و إيجابي. (باقر موسى، 2014، ص61)

و مما سبق يمكن تحديد انواع الصورة الذهنية التي تدخل في مجال تخصص العلاقات العامة و المفصلة في

مايلي:

### اولا - الصورة الذهنية النمطية

بدأت الاستعمالات الأولى لمصطلح الصورة الذهنية النمطية في الحقل المعرفي لعلم النفس حين

استخدمه ( والتر ليبمان ) في كتابه الرأي العام 1922(عبد القادر طاش،14،1989)، حيث أوضح ان الانسان

يتعلم ان يرى بذهنه القسم الاعظم من العالم الذي لا يستطيع أن يراه ابدًا او ان يشمه او يسمعه او يتذكره،

و هو بالتدرج يضع لنفسه و داخل ذهنه صورًا يمكن الاعتماد عليها عن العالم.

لذلك إن مجاميع الصور الذهنية هي التي تقود الى تكوين أو تشكيل الصورة الذهنية النمطية التي تمتاز

بالثبات، و بهذا فإن الصورة النمطية هي مجموعة من الصور الذهنية تحوي تجمعا من الانماط و السمات المستخدمة لتعريف شخص أو جماعة او ظاهرة دون الاشارة الى فروق او مزايا او سمات خاصة او فردية و تبنا هذه الصور على أساس تجريبو محدودة و افكار بسيطة العامة و الثابتة و المشوهة و المتحيزة أو المحايدة في بعض الاحيان، و المستخلصة من مصادر معرفية تاريخية و راهنة و هي في مجملها تراكمية(أديب خضور،2002،ص11-12)، كما انها تصور يتصف بالتصلب و التبسيط المفرط لجماعة ما يتم في ضوءه وصف الاشخاص الاخرين الذين ينتمون الى هذه الجماعة، و تصفهم استنادا الى مجموعة ما الخصائص و الصفات و السمات المتميزة لتلك الجماعة.(الظاهر لبيب،1999،ص761)

لقد أدى النظر الى عملية تكوين الصورة الذهنية النمطية كعملية معرفية سوية الى إخضاعها للبحث و

الدراسة وبخاصة فيما يتعلق بالصورة الذهنية النمطية المتعلقة بالتعصب و التمييز، و هي بهذا الشأن تقدم الدليل على الطبيعة الاجتماعية المشتركة للافكار الاجتماعية (أي إننا كالفرد في جماعة نحقق مع الاخرين فهما مشتركا للعالم المحيط) دون التعميم حول اننا نحمل البنى المعرفية ذاتها.(روبرت مكالفين-ريتشارد غروس،2002،ص11)

و هناك من يفرق بين الصورة الذهنية و الصورة الذهنية النمطية على أساس وجود فروق و تباين في خصائص و مكونات و مصادر احدهما عن الاخرى، الا أننا نرى بان الصورة الذهنية النمطية هي جزء من الصورة الذهنية التي هي أعم و أشمل، و الصورة النمطية هي إحدى تصنيفات الصورة الذهنية تمتزج مع بقية الانواع لتصبح بعض الاحيان إحدى سمات أنواع الصور الذهنية الاخرى و نطلق في هذا على اساس ما يلي:

1 - ان الصورة الذهنية هي الأساس المكون للصورة النمطية ، بمعنى ان الصورة الذهنية النمطية لا تتكون ابتداء لانها ناتج لتراكم الصورة الذهنية المجردة و من ثم تتحول الى صورة ذهنية نمطية بفعل العوامل المكونة لها (التكرار ، التجذر ، المدة الزمنية ، التفاعل الاجتماعي).(باقر موسى،2014،ص63-64)

2 - إضفاء صفة نمطية على بعض الانواع الاخرين للصورة الذهنية حيث تصبح النمطية إحدى خصائص النوع مثل الصورة الذهنية النمطية القومية، أو الصورة الذهنية النمطية المقبولة.

3 - عندما تتغير الصورة الذهنية النمطية على شخص ما او فكرة او ظاهرة أو أي شئ آخر فإنها تعود لتصبح صورة ذهنية مختلفة او مصححة، او إنها تختفي بشكل نهائي لتتولد مكانها صورة ذهنية جديدة.

و منه نستنتج في ضوء المعطيات أعلاه ان خصائص الصورة الذهنية النمطية تتمثل في :

- الصورة الذهنية النمطية ثابتة مستقرة غير متحركة في الذهن.
- تتصف بمقدرتها على مقاومة التغيير.
- تتسم بكونها عميقة متجذرة في الذهن.
- الصورة الذهنية النمطية تسوغ إتخاذ القرارات الحاسمة.
- تتميز بكونها سريعة الإستحضار في ضوء تقنينها للفكرة.
- كلما كان البناء المعرفي للصورة الذهنية النمطية ذا معلومات صادقة و حقيقية كانت أكثر ثباتا و إستقرارا، و كلما كان بنائها المعرفي ذا معلومات غير دقيقة أصبحت تغييرها أقل صعوبة.
- تتصف الصورة الذهنية النمطية بكونها من أنواع التفكير السلبي.
- قد تكون الصورة الذهنية النمطية مضللة بعض الاحيان في إتخاذ الاحكام.(باقر موسى،2014،ص64)

#### ثانيا - الصورة الذهنية القومية

يعرف الطابع القومي بأنه الصفات و الخصال السلوكية التي تميز ، الشخصية ، الصفات ، و الخصال الحضارية التي تميز المجتمع فضلا عن الترابط بين الخصال الشخصية الفردية و خصال المجتمع، أما مفهوم الصورة الذهنية القومية فيحدد بأنه (منظومة من الانطباعات و الأفكار و الإتجاهات التي تكون تمثيلا عاما او سائدا، فهي عبارة عن وصف موجز او تصور موحد لشعب دولة ما او حكومة).

و قد تناول العديد من الباحثين في الدراسات الانتروبولوجية موضوع الصورة الذهنية القومية و توصلت تلك الدراسات الى ان بناء تلك الصورة يستند أساسا في المرحلة الاولى لتكوين الشخصية كما في إفتراض تشابه أساليب تربية الاطفال في مجتمع ما و هذا ما يفسر تشابه سلوك و تصرفات هؤلاء حين يصبحون افرادا بالغين في ضوء أفكارهم و آرائهم. (باقر موسى،2014،ص65)

و احيانا قد تأخذ الصورة القومية شكل القوالب القومية و هي السمات الشائعة الثابتة التي تسبغ على شعب ما من جانب شعب آخر و التي تأخذ شكل العقيدة العامة الجماعية و تصاغ على أساس غير علمي او موضوعي.(السيد ياسين،1974،ص253)

و قد دلت الدراسات الاجتماعية على ان الصورة الذهنية القومية تتكون بفعل إحدى الافتراضات  
الآتية :

1 - معظم الشعوب تتسم بخاصية التمركز حول السلالة منها خاصة الاعجاب بالنفس،التعنصر،و العدا  
لبعض الجماعات.

2 - السلوك المجتمعي لشعب ما يرتبط وظيفيا بنوع النظام الاجتماعي السائد و من ثم يبني له صورة ذهنية  
قومية.

3 - إنتقال التراكمات المعرفية وفق التفاعل الاجتماعي من جيل الى جيل، حيث يكتسب كل فرد صورة  
ذهنية و إتجاهاته و في ضوء عملية التنشئة الاجتماعية و نمو الشخصية.

و الصورة الذهنية القومية هي انعكاس للاوضاع الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و الثقافية التي تسود  
أي مجتمع في وقت معين.

و تتسم الصورة الذهنية القومية في ضوء ما تقدم بالسمات الآتية :

أ - الصورة الذهنية القومية ليست ثابتة او مطلقة بل هي نسبية متغيرة تبعا لتغير العوامل السياسية و  
الاقتصادية و الاجتماعية

ب - للصورة الذهنية القومية محددات تاريخية وثائقية و سياسية و إجتماعية ترتبط بالعلاقات الواقعية

ج - تستند الصورة الذهنية القومية الى بناء ممتد عبر عامل زمني، قد يكون طويل المدى كما في الانظمة  
ذات الحكم الطويل و هنا تصبح صورة ذهنية نمطية قومية

د - حينما تتباين الصورة الذهنية القومية داخل المجتمع الواحد فإن هذا دليل على عدم التماسك فيما بين  
أفرا المجتمع و ان هناك خلا في نشاط القيادة.

هـ - الصورة الذهنية القومية ممثلة لعدة شعوب، و عدة مجتمعات في مدة زمنية محدودة لكنها غالبا ما تكون  
قصيرة الأمد.

و يتصدى نشاط العلاقات العامة في تصحيح أو معالجة أو بناء الصورة الذهنية القومية داخليا (في مجتمع المصدر)، أو خارجيا (في المجتمعات الخارجية الأخرى) كحملات العلاقات العامة نحو تحسين صورة شعب تجاه شعب أو أمة تجاه أمة. (بافرموسى، 2014، ص 65-66)

### ثالثا - الصورة الذهنية المقبولة

و هي تعني الاحكام و الصفات و التقديرات العامة الايجابية أو السلبية النابعة من الإنطباعات الذاتية، و المستندات الى خلفية الإرث الثقافي و البعد الإيديولوجي و التراكم المعرفي، التي تطلقها جماعة بشرية على جماعة اخرى تتكرر نتيجة الاحكام المسبقة التي تحملها حولها.

و هذه الصورة الذهنية تتكون كنتيجة لتراكمها في أذهان الجمهور وتسمى أيضا بالصورة النمطية المقبولة وغالبا ما تكون مشحونة بالعواطف و المشاعر مما يؤدي في احيان كثيرة الى الميل الشديد و التحيز، و بهذا فإن الصورة الذهنية المقبولة لها علاقة بالعامل النفسي للإنسان و هو الذات الأخر من جهة بالمشاعر المتناقضة مثل العنف، التسامح، القطيعة، الحب، البغض، و تظهر الصورة الذهنية المقبولة بشكل واضح في التمييز العنصري و العرقي في الاقليات المنتشرة في جميع أنحاء العالم، و تكون الصورة الذهنية المقبولة إيجابية في حالة وجود علاقات عامة جيدة بين الجماعات الذين يعيشون في مكان واحد، وسلبية عند إنقطاع أو تدهور تلك العلاقات. (ابراهيم الداقوقي، 2001، ص 19)

و يمكن تحديد خصائص الصورة الذهنية المقبولة بمايلي :

- 1 - غالبا ما تتصف الصورة الذهنية المقبولة بانها نمطية، و ذلك لخضوعها لعوامل تكوين الصورة الذهنية النمطية ذاتها الى انها تختلف عنها من ناحية بنائها المعرفي و ذلك في إطار مدلولاتها الثقافية و الإيديولوجية.
- 2 - تتسم الصورة الذهنية المقبولة بكونها ذات اتجاهات و ميول عاطفية كبيرة.
- 3 - تعتمد الصورة الذهنية المقبولة في بنائها على العوامل الزماني بشكل أساس اذ يعد ابرز خصائصها.
- 4 - غالبا ما تكون الصورة الذهنية المقبولة أساسا لبناء المعتقدات و القيم. (باقر موسى، 2014، ص 67)

### رابعا - الصورة الذهنية المتخيلة

و يقصد بها العمليات العقلية التي يقوم بها العقل البشري حينما يتعرض الى إستنثار الوحدات المعرفية، كالمواقف و الانطباعات و الحقائق و الافكار المتعلقة بالرموز تلك الاستثارة و ما يصاحب تلك العمليات من تذكر و تفكير بدون اطلاق للأحكام، بشرط الغياب المدي للمثير المتخيل، و هذا يعني انه عندما تترابط الافكار طبيعيا (بما يناسب درجة الخبرة و المعرفة) او منطقيا، حيث يعمل الفرد على اقامة علاقات غير معقولة بين تلك الافكار و عن طريق تلك الترابطات المتكررة يتواصل الفرد الى نتائج عديدة في التفكير معظمها تحمل الخطأ او التحامل أو التهويل أو التضخيم.(عبد الرحمن عزي،2003،ص48)

ان مجموعة الوحدات المعرفية التي إستطاعت الرموز الداخلية استنثارها تكون في مجالها الصور العقلية التي تربط هذه الوحدات ببعضها عن طريق ارتباطها بالمنبه (المثير) نفسه، وقد يؤدي التفاعل الذي يحدث بين المنبه و الصورة الذهنية المتخيلة الى التغيير الذي قد يحصل على اي وحدة من الوحدات المعرفية .

و على هذا الأساس فإن الصورة الذهنية المتخيلة تتسم بالخصائص التالية :

- 1 - ان الصورة الذهنية المتخيلة غير نمطية.
- 2 - تتسم بانها مستترة لا تظهر كالأستجابات السلوكية.
- 3 - لا تحتاج الصورة الذهنية المتخيلة الى منبه خارجي وإن وجد فإنه غير محسوس من الناحية المادية.
- 4 - غالبا ما تكون الصورة الذهنية المتخيلة إحياءا للفرد.
- 5 - تمتاز الصورة الذهنية المتخيلة بالقدرة على تشكيل و التلاعب في الذهن. (باقر موسى،2014، ص68)

#### خامسا - الصورة الذهنية الوافدة

الصورة الذهنية الوافدة هي إحدى انواع الصورة الذهنية تتولد في ضوءها و على اساسها صورة جديدة او تصحح صوراً قديمة او مستحدثة او تحذف صورة بشكل نهائي لتحل محلها و قد تحمل لصورة الذهنية الوافدة ليس خزين محدد بل هي لا تتعدى ان تكون صورة يتعرض لها الفرد قد ينتج عنها استجابة او لا ينتج ، و تتمثل في واحدة من الاستجابات الاتية :

- 1 - لا تؤدي الصورة الذهنية الوافدة الى اي تأثير في الصورة اغلذهنية المخزونة، حيث يصل الفرد كل يوم سيل من الصور الذهنية الوافدة عن طريق حواسه قد تتطابق مع ما لديه من الصور الذهنية المخزونة، أو قد

لا تتطابق ولا تتلائم مع تلك الصور، و في هذه الحالة غالبا ما يتجاهل الفرد هذه الصور الوافدة بطريقة لا شعورية ولا يعيرها اهتماما كبيرا .

2 - قد تؤدي الصورة الذهنية الوافدة الى ان يعيد الفرد تقويم صوؤته الذهنية المخزونة و من ثم مواقفه و إيجاباته و إن كان ذلك بقدر محدود، حيث يضيف هذا التقويم معلومات جديدة تعدل او تزيد من وضوح الصورة الذهنية المخزونة او في حالات اخرى قد تؤدي الى الغموض و الشك في الصورة الذهنية المخزونة.

3 - قد تؤدي الصورة الذهنية الوافدة الى تغيير الصورة الذهنية المخزونة تغيرا جذريا شاملا، كان تكون متناقضة مع الصورة الذهنية القديمة بحيث تجعل الذهن يقوم بعملية مراجعة لتلك الصورة في ضوء اعادة التصنيف و الفرز و التفسير الى ان يصل الى تنسيق ملائم، حينها يتم هدم الصورة الذهنية و اعادة بنائها، وغالبا ما يحدث ذلك نتيجة اصطدام صورة ذهنية وافدة قوية مع ما يملكه الفرد من صورة ذهنية مخزونة.(سهير بركات، 1980، ص106-107)

و منه نستنتج مما سبق ان ابرز خصائص الصورة الذهنية الوافدة مايلي :

أ - تمتاز الصورة الذهنية الوافدة بأنها كثيرة جدا و متنوعة و متباينة.

ب - لا تشكل الصورة الذهنية الوافدة بمجموعها صورا ذهنية قابلة للخرن.

ج - من الممكن ان تتلائم الصورة الذهنية الوافدة مع الصورة المخزونة او قد لا تتلائم معها، و هذا ما يعطيها خاصية المرونة في التفاعل مع الذهن.

د - تمتاز بكونها غير مصنفة و غير مفرزة لذلك فهي لا تعدو واقعا صادقا بيني عليه الفرد احكامه و

قراراته.(باقر موسى، 2014، ص70)

#### سادسا - الصورة الذهنية التذكيرية

وتعني إسترجاع الصورة الذهنية المخزونة للمعلومات و البيانات الحسية، حينما يتعرض الفرد الى مثير يتمثل في صورة ذهنية مشاهمة او الصورة الذهنية المخزونة ذاتها، إذ يعاود الفرد إستذكارها مرة أخرى في ضوء مقارنة هذه الصور و ملائمتها و تطابقها مع الصور المسترجعة، و يقوم الذهن بعد ان يتسلم المعلومات و البيانات بالتغيير الذي يحدث في الصورة و من ثم تفسر و تحلل لتصبح هذه التغييرات على قدر من قوة التأثير

بمستوى يمكنها ان تصبح موضع انتباه ووعي الفرد حينها ستدخل خزينة الذاكرة قصيرة المدى. (كريم عكلة حسين، 1985، ص103)

وقد يتداخل مفهوم الصورة الذهنية التذكيرية مع مفهوم الصورة الذهنية ذاته و ينحصر ذلك في المعنى اللغوي للمفهومين حصراً، إذ ان الصورة الذهنية التذكيرية من حيث الفعالية هي احد انواع الصورة الذهنية لأنها لا تستحضر الى حينما تكون هناك صورة ذهنية مشابهة أو هي ذاتها فتصبح بذلك منها للصور الذهنية المخزنة في الذهن .

اما بالنسبة لخصائص الصورة الذهنية التذكيرية فهي :

- أ - الصورة الذهنية التذكيرية في الغالب ذات مديات زمنية طويلة الامد
- ب - لا تشكل في العادة الصورة الذهنية التذكيرية تأثيرات او تغيرات كبيرة
- ج - تتمثل في فاعليتها بإستعادة صور قديمة
- د - إذا ما تكررت الصورة الذهنية التذكيرية لمرات عدة دون أن تحمل فإنها تكسب خاصية النمطية أي انها تتول و تتغير الى صورة ذهنية تذكيرية نمطية
- هـ - لا بد للصورة الذهنية التذكيرية ان يكون لها ما يشابهها من صورة ذهنية مخزونة في الذهن. (باقر موسى، 2014، ص71)

#### سابعا - الصورة الذهنية المكونة للإتجاه

يعرف الإتجاه بانه الميل او الاستعداد الذي يوجه السلوك و يضيفي عليه معايير موجبة أو سالبة بالنسبة لبعض ضواهر البيئة تبعا لإنجذابه و نفوره عنها .

و يتكون الإتجاه إما بالتعرض لموضوع الإتجاه أو بالتفاعل مع الآخرين الذين يتمسكون بهذا الإتجاه، او بوجود استعدادات فردية، إما اهم الطرق التي يكتسب بها الفرد إتجاهاته فهي تعميم الخبرات لان التجاهات نتاج للمواقف التي واجهت الفرد و الخبرات التي مرت به و إستجاباته نحوها.

و على هذا الاساس فإن الصورة الذهنية التي يمتلكها الفرد تحدد الاطار المرجعي للتعامل مع مكونات الإتجاه إذ أشار عدد من باحثي علم النفس الى ان مكونات الإتجاه تقترب الى حد كبير من مكونات الصورة

الذهنية، و من ثم فإن محددات و مرجعيات الاتجاه تتضمن و تحتوي مرجعيات و مصادر تكوين الصورة الذهنية.

و في هذا السياق فإن التعميمات التي تدخل ضمن إطار الصورة الذهنية المكونة للإتجاه تحدد في نوعين رئيسيين :

### 1 - الصورة الذهنية السياسية : تعد الصورة الذهنية السياسية من احدث انواع الصورة الذهنية من حيث

التعامل مع الجمهور و من حيث خضوعها للبحوث و الدراسات الاجتماعية و النفسية، و إذا كانت العلاقات العامة تؤدي دورا مهما في بناء الصورة الذهنية للمنظمات و الهيئات المختلفة، فهي تقوم بالدور نفسه للأحزاب و الشخصيات السياسية في المجتمعات المختلفة.(أمال أحمد يعقوب،2004، ص155-197)

وقد انتشر مفهوم الصورة الذهنية السياسية في خمسينات القرن الماضي و خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية كتعبير عن منزلة أو هالة الحزب او الفرد في الحياة العامة.

و قد أصبحت نفقات حملات العلاقات العامة في الانتخابات السياسية تشكل ارقاما مذهلة و مبالغ طائلة كدليل قاطع على اهمية بناء او تحسين الصورة الذهنية السياسية .

و من أهم خصائص الصورة الذهنية السياسية ما يأتي :

أ - تؤثر الصورة الذهنية السياسية في دفع سلوك الجمهور الى تأييد و مساندة المرشح السياسي او الحزب و تساهم في تكوين الرأي العام.

ب - تتصف الصورة الذهنية السياسية اذا ما تكونت عن مرشح او حزب او نضام ما بصعوبة التغيير اي بمعنى انها تتحول شيئا فشيئا الى صورة ذهنية نمطية سياسية.

ج - غالبا ما تعتمد الصورة الذهنية السياسية في سيرورتها على وسائل الاتصال الجماهيري فضلا عن الاتصال المباشر.

د - لا تتصف عادة بالميل العاطفي بل تتكون وفق الدلالات المرجعية للفرد (الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية). (محمود يوسف، 2003، ص34-35)

**2 - الصورة الذهنية الدينية :** يقوم الدين برسائله الكبرى والتي لا يمكن ان يضطلع بأعبائها غيره، ولا تحقق تلك الرسالة اهدافها البناءة واغراضها الرشيدة إلا على اسسه وقواعده فيربط بين المقياس الخلقى الذي يضعه للإنسان وحب الذات المرتكزة في فطرته. (علي عوجة، 1983، ص113)

وعلى هذا الاساس فإن الصورة الذهنية الدينية ترسم للفرد إتجاهاته وانماط سلوكه الاجتماعي إذا ما إمتلك صورا ذهنية دينية كونها لنفسه في إطار مكونه المعرفي او العاطفي او المكتسب.

وفي هذا المجال فإن خصائص الصورة الذهنية الدينية هي :

أ - الصورة الذهنية الدينية، صورة نمطية دائما مع وجود بعض الإستثناءات والتي لا تشكل معيارا عاما.

ب - الصورة الذهنية الدينية كإطار مرجعي للإتجاه الديني يحدد على اساسها الفرد الاحكام والقرارات العقائدية.

ج - تتسم الصورة الذهنية الدينية بأنها إنتقال للتراكمات المعرفية وفق التفاعل الاجتماعي (تنتقل من جيل إلى جيل).

في ضوء ما تقدم نستطيع القول ان الصورة الذهنية انواعا عدة يتصف كل نوع منها بصفات وخصائص تختلف عن النوع الاخر، مما يعني إختلاف صيغ ممارسات أنشطة العلاقات العامة التي تتصدى لتحسين أو بناء الصورة الذهنية المستهدفة، و هناك انواع اخرى فرعية مثل الصورة الذهنية الجامدة و الصورة الذهنية المغروسة و الصورة الذهنية الغائرة والتي تدخل في إطار الصورة الذهنية النمطية. (مُجد باقر الصدر، 1998، ص40)

### المطلب الثاني : العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية

هنالك عوامل عديدة مؤثرة في تكوين الصورة الذهنية لدى الإنسان اهمها الاسرة و المؤسسات التربوية و التعليمية، و الإنتاج المعرفي و الثقافي و يضاف لها وسائل الاعلام المختلفة التي تؤدي دورا أكثر فاعلية و خطورة لا سيما بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال و المعلومات، و ما حدث من نمو كبير في صناعة الرسائل الاعلامية التي اصبحت من اهم الوسائل في نقل الصور، و الاراء و الافكار و المعتقدات.

و تتمثل العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية في مايلي :

### 1 - عوامل شخصية

- السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (التليم، الثقافة، القيم.. الخ).
- قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالجهة المعنية، و درجة دافعيته و إهتمامه بالمعلومات المقدمة عنها.

### 2 - عوامل إجتماعية

- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات (الأسرة، المدرسة.. الخ).
- تأثير قادة الرأي على إتجاهات الجمهور.
- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الافراد و القيم السائدة فيه.

### 3 - عوامل تنظيمية

- الاعمال الحقيقية للجهة المعنية بالصورة، سياسياتها و منتجاتها.
- الرسائل الاتصالية الخاصة بالجهة و المنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة.
- نوعية الوسائل الاتصالية المستخدمة لنقل الرسائل.
- الاتصالات الشخصية المباشرة بين المنتمين للجهة المعنية بالصورة و الجماهير.
- الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها تلك الجهة لخدمة المجتمع. (خلف لافي الحلبا الحماد، 2015، ص43-44)

قائمة المصادر و المراجع :

1 - الكتب :

- 1 - إبراهيم الداوقني، 2001، صورة الأتراك لدى العرب، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- 2 - إدارة البحوث و الدراسات، 15 فيفري 2020، تحسين الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين، المعهد المصري للدراسات السياسية و الاستراتيجية.
- 3 - أديب خضور، 2002، صورة العرب في الإعلام الغربي، دمشق، المكتبة الإعلامية.
- 4 - أمال أحمد يعقوب، 2004، علم النفس الاجتماعي، جامعة بغداد، كلية التربية ابن رشد، بغداد.
- 5 - أيمن منصور ندى، 2004، الصورة الذهنية و الاعلامية، ط1، المدينة برس للطباعة الأهرام، القاهرة.
- 6 - باقر موسى، 2014، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر، الاردن.
- 7 - بن منظور، 1944، معجم لسان العرب، المجلد الرابع دار صادر، بيروت.
- 8 - جميل صليبي، 1971، المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت.
- 9 - جبرنو احمد جالو، 2016، الفضائيات المتخصصة و الصورة الذهنية، دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن.
- 10 - خلف لافي الحلبي الحامد، 2015، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني، ط1، الأردن.
- 11 - روبرت مكالفين - ريتشارد غروس، 2002، مدخل الى علم النفس الاجتماعي، ترجمة د . ياسمين حداد و اخرون، دار وائل للنشر، عمان.
- 12 - سليمان صالح، 2007، وسائل الاتصال و صناعة الصورة الذهنية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت.
- 13 - سهير بركات، 1980، الإعلام و ضاهرة الصورة المنطبعة، مجلة العلوم، العدد الاول، الكويت.

- 14 - السيد ياسين، 1974، الشخصية العربية بين المفهوم الاسرائيلي و المفهوم الغربي، مركز الدراسات السياسية و الاستراتيجية بالاهرام، القاهرة.
- 15 - الطاهر لبيب، 1999، صورة الآخر: العربي ناظرا و منظورا اليه، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- 16 - عبد الرحمن عزي، 2003، دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، سلسلة كتب المستقبل العربي.
- 17 - عبد القادر طاش، 1989، الصورة النمطية للإسلام و العرب في مرآة الاعلام الغربي، شركة الدائرة للاعلام المحدودة، الرياض
- 18 - عبد المنعم الحنفي، 1978، موسوعة علم النفس و التحليل النفسي، مكتبة مدبولي القاهرة.
- 19 - علي ابراهيم عجوة، 1983، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 20 - كريم عكلة حسين، 1985، الاتجاهات النفسية للفرد و المجتمع، مطبعة دار الرسالة، بغداد.
- 21 - لويس شيخوا، 1957، المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط20، دار المشرق، بيروت.
- 22 - مُجَّد باقر صدر، 1998، فلسفتنا، ط2، دار التعارف للمطبوعات، بيروت.
- 23 - مُجَّد بن أبي بكر الرازي، 1982، مختار الصحاح(باب الصاد)، دار الرسالة، الكويت، 1982.
- 24 - يوسف محمود، 2003، دراسات في العلاقات العامة المعاصرة، القاهرة، جامعة القاهرة كلية الاعلام.

2 - رسائل و مذكرات التخرج :

1 - بركات قيس، 2015، قيمة العلامة التجارية و تأثيرها على الصورة الذهنية للمستهلك، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

2 - سدحان عبد الأمين، 2018، التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال و دورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

3 - صالح الشيخ، 2009، تكوين الصورة الذهنية للشركات و دور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم لنيل درجة دبلوم في العلاقات العامة، أكاديمية سورية الدولية،.

4 - كريمة نجوي، 2015، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

5 - الهاشمي بن بوكريطة أمال، 2015، دور الإذاعة المحلية في تكوين و تعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة خميس مليانة، الجزائر.

# الفصل الثالث القنوات الفضائية الإخبارية

إن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت و أصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القناة الفضائية و التلفزيون اليوم وسيلة اعلامية مميزة و له خصائص كثيرة منها انتشاره الواسع إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة و الترفيه و إمكانيته على التأثير على المجتمع كون من يشاهده هو كافة فئات المجتمع من فقير و غني، من متعلم و امي، من كبير و صغير و تزداد مشاهدة التلفزيون في الدول النامية أكثر من الدول المتقدمة خاصة بين الشباب بسبب زيادة نسبة البطالة.

تؤدي القناة الفضائية دورا بارزا و مهما في حياتنا اليومية كونها وسيلة إخبارية و تعليمية و تثقيفية و ترفيهية و قد إنتشرت في الغالبية العظمى من المدن و الأرياف و أصبحت تغزو بيوت العالم ككل إن صح التعبير، و تستهدف أعمارا مختلفة و يرجع الفضل في ذلك الى التطور التكنولوجي الذي شهده العالم و خاصة في مجال البث التلفزيوني و المحطات الفضائية الإخبارية من تكنولوجيات الاعلام و الإتصال و الأقمار الصناعية.

### المبحث الأول : القناة الفضائية مفهوم و نشأة، أهمية و خصائص

#### المطلب الأول : مفهوم القناة الفضائية

تتنوع وسائل الإتصال ما بين مقروءة كالصحف و المجلات و النشرات و الكتب و الدوريات و هناك المسموعة مثل الإذاعة و الخطب في المنتديات و اللقاءات و الاجتماعات و عنالك السمعية البصرية كالتلفاز الذي يعتبر من اخطر وسائل الاتصال الجماهيرية، و كونه وسيلة مرئية و مسموعة وقت واحد.

و قد تطور التلفاز من محطة محلية الى محطات إقليمية، ثم الى محطات دولية، ثم الى فضائيات تغطي أنحاء اعالم عبر أقمار صناعية ووسائل تكنولوجية متطورة، و أصبحت هنالك قنوات فضائية تابعة لكل دولة و حتا للأفراد و المؤسسات و الجمعيات.

و تنقسم الفضائيات المذكورة ما بين فضائيات متخصصة في الاعلان، و اخرى في الأغاني و الموسيقى، و اخرى دينية، و أخرى إخبارية إعلامية و اخرى محايدة، و لكل واحدة منها أهداف محددة، و خط سياسي واضح.(عطوان فارس،2009،ص5)

والقناة الفضائية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية قد كانت في السابق محطة تلفزيونية أرضية، و مساحة بثها لا تتعدى حدود دولتها التي تبث منها، و يتطلب لإلتقاط بثها نوعا معينا من الأجهزة يسمى بالهوائي، ثم ظهرت هذه القنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبل برامجها بالصحن اللاقطة من القمر الصناعي مباشرة، و يتميز هذا النظام بسرعته و نقاء صورته، و مساحة بثه الواسعة فبعض القنوات الفضائية تغطي الكرة الأرضية كلها تقريبا مثل قناة CNN. (جيرنو أحمد جالو، 2016، ص8)

- **تعريف الفضائيات :** هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال، حيث يمكن إستقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة بالاستقبال و إلتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي و هذه الأجهزة تقوم بمعالجة تلك البيانات و عرضها على شاشة التلفزيون.

- **تعريف القمر الصناعي :** بصفة عامة عبارة عن جسم دوار، يطلق من قاعدة أرضية نحو الفضاء ليدور في مداره المخصص و المبرمج عليه بسرعة معينة، و هو مزود بمحطات إستقبال و إرسال، و عدد من أجهزة التسجيل التي تلتقط البرامج الموجهة إليه، و يعيد إرسالها في الوقت ذاته بطريقة تلقائية.

- **تعريف الأقمار التلفزيونية :** تقوم الاقمار التلفزيونية بإستقبال الإشارات الواردة إليها من المحطات الأرضية وفق موجات و ترددات معينة ثم تقوم بتكبيرها و تقويتها، ومن ثم إعادة إرسالها مرة أخرى الى الأرض إما لمنطقة عامة "تغطية شاملة" أو منطقة محددة "تغطية مركزة" وحيث تستقبلها محطة أرضية بوساطة هوائيات على شكل أطباق، و يضم القمر الصناعي عددا من القنوات التي تسمى قناة قمرية تطلق من خلالها الإشارات التلفزيونية. (جيرنو أحمد جالو، 2016، ص9)

### المطلب الثاني : نشأة القنوات الفضائية

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الاقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي و التكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، و قد ساعد هذا التطور على ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية، فلا يكاد يمر يوم الى و نشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة، او الاعلان على الشروع في البث عبر الأقمار الصناعية و تحديد كيفية التقاط البث لهذه القنوات و مشاهدة برامجها.

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينات، عندما صنع الاتحاد السوفييتي مركبة فضائية تزن أكثر من طن، و شرعت في البث في البيوت و القرى المعزولة في سيبيريا، و بعدها وضع الاتحاد السوفييتي برنامج للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة خلال سلسلة من لاقمار الصناعية تدعى "ايكوان" أطلق الاول منها في عام 1976.

و إعتبرها أول إنطلاقة في مشروع القمر الصناعي للبث التلفزيوني المباشر، على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا و ألمانيا عام 1979، التي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي الفرنسي عام 1985 TV SAT و الالماني TOF\_1.

وفي جوان 1989 أطلقت وكالة الفضاء الاوربي اول قمر صناعي اوربي خاص بالبث المباشر بواسطة ساروخ "أريان" يسمى القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية "أولبيس"، و قررت هيئة الإذاعة البريطانية إستخدام قناتين ذات القدرة العالية OLYMPUS بالقمر بموجب عقد مدته خمس سنوات.

وإنطلاقاً من سنة 1987 دخلت العديدي من الشبكات التلفزيونية الاوربية ميدان البث التلفزيوني المباشر، و أصبحت ساعتها مساحة البث تمتد من إسبانيا و البرتغال الى دول أوروبا الشرقية، و من إربيطانيا و الدول الإسكندنافية الى دول العالم بوسائل سهلة و رخيصة، إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي عن طريق الهوائيات الاعتيادية دون الاستعانة بالاطباق الهوائية الامر الذي دفع بعض المفكرين ك"إياد شاكركري" إلى التوقع بأن العالم سيشهد أكبر صراع و تنافس بين الشركات و القنوات التلفزيونية أكثر مما هو عليه و إن ذلك سيؤدي الى حرب تلفزيونية في الفضاء.(نسيمة طبشوش،2011،ص8-9)

و إنتشرت القنوات الفضائية التلفزيونية في الوطن العربي عبر نظامين فضائيين و المتمثلين في :

1 - عرب سات : تم اطلاق القمر الصناعي الاول من الجيل الاول لأقمار منظمة عرب سات و هو عرب سات 1 في الثامن فيفري 1985، بواسطة الصاروخ الفرنسي من قاعدة "كورو" في جزيرة غويان الفرنسية، و أطلق القمر الثاني عرب سات 2 في 1 يونيو من العام نفسه، و مثلها للخدمات المحلية و قناتان لنقل البرامج التلفزيونية، و قنات تلفزيونية "قناة تيفي الجماع".

اما شبكة التحكم الأرضية الخاصة بعرب سات فتكون من محطة رئيسية من منطقة ديراب بالمملكة العربية السعودية، و اخرى مساندة لها الداخلية بالجمهورية التونسية، و يغطي عرب سات جميع أراضي الوطن العربي.

2 - نايل سات : يتكون نضام نايلسات من قمرين صناعيين، أطلق الاول في أبريل 1998، و الثاني في ماي 2000 و يتكون القمرين من 12 قناة قمرية، تحول بتكنولوجيا الضغط الى 84 قناة و 400 قناة إذاعية، و يغطي القمران كل من دول الشرق و جنوب اوربا و جزء كبير من شمال افريقيا. (مُحمد أحمد فياض،2015،ص52)

### المطلب الثالث : أهمية و خصائص القناة الفضائية

#### أ - أهمية القناة الفضائية

للفضائيات أهمية بالغة في حيات الانسان المعاصر، فقد أصبح لدى معظم المتلقين ضرورة ملححة لا يمكن الاستغناء عنها، و تتمثل هذه الاهمية بالنسبة للمتلقي في مايلي :

- 1 - مصدرا مهما يستقي منه الاخبار اليومية، و التي تتدخل في إتخاذ لقراراته المتعلقة بجوانب حياته كافة.
- 2 - وعاء ثقافيا ثريا ينهل منه، و ذلك في شتى ضروب العلم و المعرفة، و قد تزايدت هذه الاهمية في ضل الثورة التكنولوجية و إفرازاتها المتلاحقة، و قد صار التلفزيون و الفضائيات مصدرا مهما من مصادر التربية و التعليم، و قد إستعانت به المؤسسات التعليمية المختلفة و مراكز التعليم سواء بإنتظام، أو بالإنتساب أو عن بعد في تحقيق أهدافها المرسومة.
- 3 - أداة سياسية مهمة فمن خلالها يطرح السياسيون ارائهم السياسية المتباينة و تعليقاتهم، و مناقشاتهم، و نظرياتهم المختلفة و سيوى ذلك مما أدرج به أهل السياسة بممارسته من خلال الفضائيات.
- 4 - أداة إعلامية غاية في الأهمية، فمن خلالها يمارس الإعلاميون مختلف نشاطاتهم و وظائفهم الإعلامية، من أخبار و تعليق و تفسير و ترفيه و إعلان و الكثير من النشاطات الأخرى و البرامج المتنوعة و القضايا ذات الصلة بمجال الاعلام و الاتصال.
- 5 - منبعاً اجتماعياً كبيراً، فإن الفضائيات وإن أتهما بكونهما سارقان للوقت و مضيعان له و مسببان للجفوة في الأهل و الأسرة و قطع الأرحام، الا انهما لهما اسهام واضح في إبراز حياة الناس الإجتماعية، و أعرفهم، و عاداتهم و تقاليدهم، و لغتهم، و ذلك من الامور ذات الصلة التي أسهمت في الحفاظ على ما ذكرناه قبل قليل.

6 - مصدرا دينيا مهما، حيث يجد المرأ بغيته في الكثير من القضايا ذات الصلة بالدين، كما يوجد سباق مرير في نشر الدين، وظهر عداء فاحش بين الإسلام و الأديان المناوئة له.(جيرنو أحمد جالو،2016،ص21)

#### ب - خصائص القناة الفضائية

إن القنوات ما هي الى وسيلة وإن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام و فيما يتعلق بالخصائص مايلي:

- 1 - القنوات الفضائية بإمكانها الانتشار و جذب مختلف الجماهير كونها وسيلة للاتصال اما شفهيأ أو شخصيا وصولا الى الاتصال الالكتروني الحديث، فهي تجمع بين الصوت و الصورة، و من ثم فالقنوات الفضائية لما وصلت هي الوسيلة الأكثر انتشارا والوسع مدى،وقد حولت الفضائيات الاعلام اليومي من مجرد نقل المعلومات الى الاسهام الفعلي في تكوين الحياة في ابعادها السياسية و الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية، لما لها من قدرة على التأثير في الاتجاهات لدى الافراد و الجماعات و تعديلها و التغيير فيها.
- 2 - أصبحت هذه القنوات الفضائية و خاصة الاخبارية مصدر تلقي الاخبار و تحليلها مما حد من التبعية لوسائل الاعلام الغربية التي عانت منها مجتمعاتنا العربية طوال عقود خلت.(طه أحمد الزبوي و اخرون،2012،ص26)
- 3 - تساهم في رفع مستوى معيشة الفرد و تعامله مع الأدوات و السلع الجديدة مع منجزات العصر الحضارية بكل مستوياتها.
- 4 - تخاطب الجاليات المهاجرة او المقيمة خارج الوطن ووصلها بأوطانها.
- 5 - المنافسة التي كانت احد العوامل التي أدت بالاجمال الى تجويد العمل التلفزيوني و الى ما نراه اليوم من حرية في الاعلام العربي.
- 6 - النقل الأني للأخبار من بلد لأخر وقت وقوعه.(تيسير أبو عرجة،2010،ص86)

#### المبحث الثاني : وظائف و أهداف القنوات الفضائية الإخبارية

##### المطلب الاول : وظائف القنوات الفضائية الإخبارية

تتعدد و تنقسم وظائف القنوات الفضائية الإخبارية و سنقوم بعرض الوظائف الأكثر أهمية و هي كالتالي :

##### 1 - الوظيفة الاخبارية

هي الوظيفة الأولى و الأساسية لوسائل الاعلام، فمنذ ظهورها كان الهدف منها تغطية الاخبار التي تحدث في المدن و الاقاليم المجاورة و حيث ضلت التغطية الاخبارية هي الوظيفة الاساسية لكل وسائل الإعلام، حيث تحرص على تقديم أخبار انية و موضوعية و صادقة للجمهور بعيدا عن التحيز او التحريض.

### 2 – الوظيفة الاعلانية

حتى تتمكن القنوات الاعلامية من القيام بوظائفها لا بد أن يكون لديها مدخول يغطي نفقاتها الضخمة، و هذا ما دفعها للإعتماد على الإعلانات كمصدر مالي، حيث بدأت بنشر الاعلانات في وقت الذروة مقابل أجر مالي معين، و في نفس الوقت تسعى من خلال الاعلانات على مساعدة الجمهور في إختيار المنتج المناسب الذي يتلائم مع إحتياجاته.

### 3 – وظيفة التوجيه و تكوين المواقف و الاراء

في السابق كانت وسائل الاعلام تمثل رأي شريحة واحدة فقط من الناس هم طبقة الحكام و النبلاء و الأثرياء، ولكن مع الوقت زاد عدد القنوات الاعلامية و مع التطور الفكري تحولت هذه الوسائل الى منبر و منصة لمختلف الأراء، فأصبحت صوت المستضعفين و المظلومين و دافعت عن حقوقهم في الحرية و التعبير و المساوات و تقرير المصير.

### 4 – الوظيفة الترفيهية

تعتبر هذه الوظيفة من اهم الوظائف التي تقدمها القنوات الفضائية فمن حق الجمهور ان يحصل على بعض الترفيه في ضل الضغوطات الحياة و الظروف الصعبة التي يعيشها كل يوم، ومن أجل ذلك تخصص القنوات نسب عالية من البرامج الترفيهية و المسلية مثل المسابقات و الأفلام و الرياضة و الموسيقى المسرحيات، كل هذا من اجل التخفيف عن الجمهور و تحسين حالته النفسية قليلا.

### 5 – الوظيفة التعليمية و التثقيفية

أثبتت القنوات الفضائية قدراتها الكبيرة في المساهمة في العملية التعليمية و التربوية، فقد جعلت هذه العملية أكثر حيوية و ذلك لاستخدامها أساليب التشويق و الاثارة و جذب الانتباه، ما ساعدها على تثقيف الجمهور المستقبل و تنمية قدراته و مواهبه الذاتية وإثراء تجاربهم و معارفهم.

6 - الوظيفة الرقابية

تلعب القنوات دورا رقابيا مهما فهي تشرف على سير عمل مؤسسات الدولة و تكشف الفساد في مؤسساتها و تفضح المرتشين من خلال تقاريرها واخبارها و تحقيقاتها، و تعرضها أمام الرأي العام و هذا ما أسهم بشكل كبير في عملية الاصلاح و التنمية و تحقيق الازدهار.(عبد الرزاق محمد الدليمي،2012،ص116-117)

**المطلب الثاني : أهداف القناة الفضائية الإخبارية**

للفضائيات أهداف عديدة تختلف نظرا لإختلاف مناهجها، او سايساتها و لكن مع ذلك هنالك قاسم مشترك من الاهداف بينها، و هي كالآتي :

**أ - أهداف إستراتيجية**

- 1 - المساهمة في نهضة المجتمعات من خلال تنمية الهوية الوطنية و الثقافية، و العمل على تنمية المجتمع، و توعية فئاته، بما يساهم في تحقيق رؤية الوطن الاستراتيجية.
- 2 - الترويج لقيم الفضيلة و الاجابية، وأصالة تراث البلد و تنميته و دعم التواصل الإجتماعي و الذكاء و روح التنافس، و التفكير الإبداعي بين فئة الشباب بشكل خاص، و عموم شرائح المجتمع بشكل عام.
- 3 - تقديم كل ما هو مفيد، ونافع ضمن إطار عام يوازن و يجمع بين الترفيه، و الفائدة.
- 4 - إستخدام احدث تقنيات الغنتاج و البث، لتكون القناة الأكثر شعبية عند اهل البلد، و الشريك المحلي للمجتمع في دعم التنمية المستدامة.
- 5 - المساهمة في رفع الوعي، و زيادة التواصل، و الالفة المجتمعية.
- 6 - تسليط الضوء على المواهب و إبرازها، من خلال شاشة القناة، إستنادا الى المعايير العلمية، و الفنية، و القيمة الإبداعية.
- 7 - العمل على ترسيخ مفهوم الهوية الوطنية و الاعتزاز بالماضي وبالأصالة و الإلتناء و مواكبة العصر، و سباق الشعوب نحو الرقي، و التحديث في ما لا يتعارض مع قيم المجتمع و هويته.

8 - المساهمة في خلق مجتمع يؤمن بالتنمية المستدامة، و روح المبادرة.

9 - العمل دائما على تحقيق رؤية البلد الاستراتيجية، و مواكبة تحقيقها المحلي، وان تدفع دائما بإتجاه تحقيقهاان بإيتقراء و متابعة المنجزات و المستجدات و أفاق الواقع التنموي، و تكييفها و معالجات، و قوالب تلفزيونية، تظهر قيمة الإنجاز، و تنتقد بإيجابية كل ما يتعارض او يؤخر او يعيق تحقيق الرؤية نقدا إيجابيا.

### ب - لتحقيق الاهداف الاستراتيجية يمكن للقنوات الفضائية بناء الأتي

1 - اعتماد المبادرات الإبداعية منطلقا أساسيا و منهجا، التفكير و التخطيط، عرض الأفكار.

2 - خلق بيئة عمل إبداعية يسودها إحترام الاراء و تكامل الخبرات كأساس لتحقيق مفهوم العمل بروح

الفريق الواحد.(جبرنو أحمد جالو،2016،ص18)

## المبحث الثالث : أهمية و أنواع القنوات الفضائية

### المطلب الاول : أهمية القنوات الفضائية

يشكل البث الفضائي اليوم عصب الإتصالات الدولية، فقد ألغيت المسافات و غدا الاعلام الفضائي

يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا الإتصال، حيث اتاحت الاجهزة الإتصالية المتطورة اليوم الغتصال السريع و المباشر و معايشة الاحداث، أولا باول، و قد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل إهتمام صناع القرار و الرئي العام و القادة، كونها وسيلة من انجح الوسائل و أضمنها و اكثرها تأثيرا لتحقيق الإتصال المطلوب.

و بلا شك فإن القنوات الفضائية اليوم تمثل اكبر و أخطر إنعطاف اليوم في ثورة الإتصالات.

و إزاء هذه التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة و الخاصة تلعب على و تار المكبوت العاطفي، ونجحت في إجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية و اخرى اخذت تلعب على وتر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم عنصر الإثارة في العرض و التقديم، في الوقت الذي كانت تفتقر فيه القنوات الفضائية العربية الرسمية قدرتها على المنافسة. (جواد علي

المسلماني،2016،ص81)

## المطلب الثاني : أنواع القنوات الفضائية

### أولا - القنوات الفضائية بناءا على نوع الملكية

تتنوع و تتعدد القنوات الفضائية حسب المالك الرسمي لها كالآتي :

#### أ - قنوات فضائية حكومية "رسمية"

هي قنوات تمتلكها الدولة و تديرها وزارة الاعلام في الحكومات، فالدولة هي التي تمول هذه القنوات من ميزانيتها بالإضافة الى مصادر تمويل اخرى كالاعلانات، كما تشرف الدولة على البرامج و المضامين لهذه القنوات.

#### ب - القنوات الفضائية الخاصة

و هي قنوات تمتلكها و تديرها رؤوس اموال لرجال أعمال أو أثرياء في بلد ما، أصحاب مؤسسات تجارية، شخصيات عامة، سياسية، دينية، فظاهرة القنوات الخاصة كانت لها دور في كسر احتكار الدولة للاعلام، مما ادى الى تنوع كبير في البرامج و المضامين، و تحتل هذه القنوات المراتب الاولى لدى المشاهدين، ومن ميزاتهما بشكل عام مايلي :

1 - مستوى تكنولوجيا مرافع.

2 - سرعة التغطية الإخبارية.

3 - سرعة التغطية الإخبارية.

4 - إرتفاع مستوى حرية التعبير و الصحافة.

5 - تعتمد في تمويلها على رؤوس الاموال و الاعلانات.(جيرنو أحمد جالو،2016،ص9)

### ثانيا - القنوات الفضائية بناءا على أنواع البرامج

تتنوع و تختلف كل قنات و المحتوى الاعلامي و الاخباري و الترفيهي الذي تقدمه و هي كالآتي :

#### أ - القنوات العامة

تتميز بتقديم مضامين و محتويات متنوعة للجمهور كالأخبار و البرامج الثقافية و البرامج الترفيهية و المسلسلات و النشرات الجوية و غيرها.

### ب - القنوات المتخصصة

هي القنوات التي تسعى لمخاطبة جمهور معين من خلال تقديم مضامين و محتويات إعلامية مخصصة، و يوجد فيها نوعان من القنوات المتخصصة ألا وهي :

1 - قنوات متخصصة من حيث المضمون : أي قنوات متخصصة من حيث المضامين و المواد التي تقدمها مثل قنوات الأخبار، الافلام، الرياضة المسيقى، المسلسلات.

2 - قنوات متخصصة من حيث الجمهور المتلقي : أي القنوات التي توجه مضامينها و موادها لشريحة اجتماعية معينة كقنوات الاطفال او المرأة.

و مرحلة التخصص من إحدى سمات التطور و الانفتاح الإعلامي، حيث مرت وسائل الاعلام بمراحل مختلفة من ناحية مخاطبتها للجمهور، و تتمثل في مايلي :

- مرحلة الصفوة أي أن وسائل الاعلام تخاطب الفرد الاكثر تعلما و ثراء.

- مرحلة الحشد أي أن وسائل الاعلام تخاطب جميع القطاعات و شرائح المجتمع.

- مرحلة التخصص أي أن وسائل الاعلام تخاطب قطاعات اجتماعية خاصة و محددة لإرضاء إحتياجاتها.

- مرحلة التفاعل و هي المرحلة التي يستطيع فيها الجمهور التحكم بنوعية المضامين المقدمة عبر القناة وإختيارها. (جيرنو أحمد جالو، 2016، ص10)

### ثالثا - القنوات الفضائية بناء على نوعية البث

تنقسم القنوات الفضائية على حسب نوعية البث الى قسمين أساسين ألى وهما :

### 1 - القنوات الفضائية المفتوحة

هي القنوات التي يستطيع الجمهور استقبالها عن طريق امتلاك أجهزة الاستقبال المباشر و بدون دفع رسوم مقابل المشاهدة، فعالية القنوات الفضائية ذات استقبال مباشر تبث ارساها بشكل مفتوح من أجل التواجد على الساحة الاعلامية و جذب المشاهدين من مختلف المستويات اليها.

## 2- القنوات الفضائية المشفرة

هي القنوات التي لا يستطيع الجمهور استقبالها و مشاهدتها الا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة و غالبا يستطيع المشاهد امتلاك باقة من القنوات التابعة للشبكة و ليس ملزم بامتلاك جميع قنوات الشبكة، و غالبا لا نرى قناة مشفرة و إنما شبكة قنوات مثل قنوات الجزيرة الرياضية و غيرها.(قبلان عبده قبالن حرب،2008،ص36)

قائمة المصادر و المراجع :

أولا - كتب

- 1 - تيسير أبوعرجة، 2010، الاعلام العربي وسائله و قضاياها، ط1، دار جدلاوي للنشر و التوزيع، الاردن.
- 2 - جواد علي المسلماني، 2016، البرامج التلفزيونية و الدور الثقافي للقنوات الفضائية، ط1، دار أجد للنشر و التوزيع، الاردن.
- 3 - جيزنو احمد جالو، 2016، الفضائيات المتخصصة و الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان-الأردن.
- 4 - عبد الرزاق مُجَّد الدليمي، 2012، مدخل الى وسائل الإعلام الجديدة، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان،.
- 5 - عطوان فارس، 2009، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان.
- 6 - مُجَّد أحمد فياض، 2015، الإعلام الفضائي الدولي العربي،النشأة التطورية و صناعة الاخبار، ط1، دار الخليج للنشر و التوزيع، عمان.
- 7 - نسيمة طبشوش، 2011، القنوات الفضائية و اثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، دار كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر،.

ثانيا - مذكرات و رسائل تخرج

- قبلان عبده قبلان حرب، 2008، الصورة الذهنية لدى رجل الامن لدى الرئي العام الأردني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.

مجالات :

- طه احمد الزيوي و اخرون، 2012، دراسات في تأثير القنوات الفضائية في المجتمع و فئاته، ط1، دار  
النفائس للنشر و التوزيع، الاردن.

## الفصل الرابع الجانب التطبيقي

إن النشاط الإعلامي في اختلف باختلاف الانشطة السياسية الحاكمة، فقد اتسمت الفترة الممتدة من الاستقلال الى غاية صدور دستور 1989، و عرفت صدور اول قانون للاعلام 01-82 و كان محتكر و مقيد من طرف جهات معينة الى غاية صدور قانون 07-90 الذي كرس التعددية الاعلامية من خلال فتح الصحافة المكتوبة للخواص، و تم على إثره انشاء عدة جرائد مثل الخبر و الشروق و النهار.

يعتبر الجانب الميداني من أهم الجوانب البحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية لأنه يقوم بربط الجانب النظري بالواقع الفعلي للدراسة، فبعد أن قمنا بعملية جمع المعلومات، وجدنا انفسنا أمام معطيات تمثلت في الاستمارة التي تم ملؤها من قبل المبحوثين، و في دراستنا هاذو و من خلال ما قمنا بدراسته في الجانب النظري حاولت الإلمام به بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع دراستي و من ثم يأتي الجانب الميداني للتحقق و الكشف و ذلك من خلال محاولة معرفة آراء طلبة قسم علوم الإعلام و الإتصال جامعة مُجَد بوضياف بالمسيلة و معرفة أتماط مشاهدتهم لقناة الشروق الاخبارية و الاشباكات المحققة من مشاهدتها و أهم شئ معرفة الصورة الذهنية السائدة بين الطلبة "عينه البحث" عن القناة.

### المبحث الأول : ماهية الشروق الإخبارية

#### المطلب الاول : قناة الشروق الإخبارية "تعريف و بطاقة فنية"

##### 1 - تعريف قناة الشروق الاخبارية

الشروق الاخبارية هي قناة فضائية تلفزيونية إخبارية جزائرية مستقلة أو خاصة، و تعتبر من اوائل القنوات الخاصة في الجزائر، تابعة لمؤسسة الشروق للنشر و الإعلام، إنطلق لها أول بث رسمي يوم 19 مارس 2014، في إحتفالية خاصة بمناسبة إطلاق أول قناة للمؤسسة لتكوم بذلك ثاني قناة لباقه مؤسسة الشروق.

##### 2 - بطاقة فنية حول القناة

النوع : إخبارية

اللغة : ناطقة باللغة العربية

الشعار : كن أول من يعلم

المالك : علي فضيل و بعد وفاته انتقلت الملكية الى رشيد فضيل أحد ورثته

المدير : رشيد فضيل

البلد : الجزائر

تاريخ اول بث رسمي : 19 مارس 2014

التردد عبر الساتل : نايل سات 27500 : SD 10922 V SR

الموقع الرسمي : <https://tv.echoroukonline.com/echorouk-news>

الصفحة الرسمية على الفيسبوك : <https://www.facebook.com/EchorouknewsTV>

المقر الرسمي : دار الصحافة عبد القادر سيفي، القبة، الجزائر العاصمة.(موقع قناة الشروق الإخبارية،

21/ماي/2021، الساعة 20:00، <https://tv.echoroukonline.com>

### المطلب الثاني : أهم برامج قناة الشروق الإخبارية

الى جانب النشرات الإخبارية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية للجمهور الجزائري بخصوص جل أنواع الأخبار و الاحداث الراهنة المحلية و الدولية و الإقليمية بصفة موجزة كونها قناة إخبارية بدرجة أولى، فإنها تقوم ببث برامج متنوعة إضافة الى هذه النشرات و نذكر أهمها من خلال مايلي :

1 – برنامج التاسعة صباحا : هو برنامج يومي يبث على قناة الشروق الاخبارية على المباشر على التاسعة صباحا بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها، الذي يتجدد كل يوم من الأحد الى غاية يوم الخميس يتم من خلاله عمل جولة في الصحافة الوطنية و يتم إستقبال ضيوف منهم ضيوف هامين كوزراء و برلمانيين و دبلوماسيين سابقين لمناقشة عدة قضايا تم الشأن المحلي.

2 – برنامج لغز الجريمة : هو برنامج بوليسي إجتماعي يبث كل يوم ثلثاء على الساعة التاسعة و عشرون دقيقة ليلا و يعاد يوم الأربعاء على الساعة الثالثة مساء بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها ، يهتم في التحقيقات في الغاز الجرائم و كيفية معالجتها من طرف مصالح الأمن المتخصصة هدفه توعية المجتمع للكف عن الجرائم و الحد منها.

3 – برنامج الثقافة و الناس : هو برنامج ثقافي أسبوعي يهتم بكل ما هو ثقافي و إجتماعي يقوم بتحليل و مناقشة واقع الثقافة في الجزائر من تقديم الإعلامي "رشيد رضوان" يتم بثه يوم الأحد في العاشرة و خمس دقائق ليلا و يعاد يوم الأحد على الساعة الثالثة مساء بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها .

4 – ساعة إقتصاد : هو برنامج اقتصادي أسبوعي يدخل الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية، البرنامج من اعداد و تقديم رئيس تحرير القسم الاقتصادي بالقناة "فاتح بومرجان" يعالج البرنامج كل المواضيع المتعلقة بالاقتصاد الوطني، وهو فضاء حوار مفتوح لكل الفاعلين الاقتصاديين لاثراء النقاش حول الاقتصاد الوطني وسبل الدفع به الى الامام يتم بثه كل ثلثاء على الساعة التاسعة و ربع ليلا بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها.

5 – منبر جماهيري : هو برنامج أسبوعي رياضي يعد أول برنامج في المغرب العربي يهتم بمناقشة القضايا والأحداث الرياضية التي تم النوادي والمنتخب الوطني من خلال رؤية الأنصار، البرنامج مساحة حرة تسمح للأنصار بالتعبير عن آرائهم بكل حرية وبعيدا عن كل الرسميات ويهدف إلى إيصال صوت المناصر إلى كل المسؤولين، ونبذ العنف والتقليل منه من خلال غرس ثقافة الحوار والنقاش وتبادل الآراء يتم بثه كل ثلثاء على الساعة التاسعة ليلا و يعاد يوم الخميس على الساعة الثالثة مساء بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها.

6 – النقاط على الحروف : هو برنامج أسبوعي يهتم بالقضايا السياسية و الإجتماعية و الأحداث و تحليلها عن طريق إثراء النقاش المفتوح مع الشخصيات المهمة ذات الصلة بالموضوع، يقدم من طرف الإعلامية "ليلي بوزيدي" مستشارة لدى قناة الشروق الإخبارية ييثر كل يوم سبت على الساعة التاسعة و خمس دقائق ليلا و يعاد كل يوم أحد على الساعة الثالثة مساء بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها.

7 – الجزائر هذا المساء : برنامج يومي يتناول بالنقاش والتحليل مختلف المستجدات على الساحة الوطنية يقدمه الصحفي "قادة بن عمار"، يأتي البرنامج كل يوم على الساعة السابعة مساء بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها.

8 – الشعب يريد : هو برنامج يومي يعطي الكلمة للشعب للتعبير عن انشغالاته ويسعى لتوصيلها إلى المسؤولين عبر مختلف ولايات الوطن، يعتمد البرنامج بالدرجة الأولى على عمل المراسلين في المدن الكبرى

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

والقرى والمداشر والأرياف، من تقديم الصحفي الزميل "ناصر بن الطاهر" يأتي البرنامج على الساعة الثامنة ليلا بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها.

9 - **ستوديو فوت** : هو برنامج رياضي أسبوعي يهتم بكل المواعيد الرياضية، يحلل و يناقش الأحداث الرياضية داخل الوطن و خارجه، من تقديم الصحفي "حمو بلحمر" يتم بثه كل يوم أحد على الساعة التاسعة و خمس دقائق ليلا و يعاد يوم الإثنين على الساعة الثالثة مساءً بتوقيت الجزائر العاصمة و ضواحيها.(موقع قناة الشروق الإخبارية،25/ماي/2021، على الساعة 15:00، <https://tv.echoroukonline.com>)

### المبحث الثاني : تحليل و تفسير البيانات الميدانية

#### المطلب الأول : التحليل الكمي و الكيفي وفق متغيرات الدراسة

##### البيانات الشخصية :

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	21	42,0
أنثى	29	58,0
المجموع	50	100,0

من خلال الجدول أعلاه رقم (01) وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن 21 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 42%، أما حجم الإناث فقد بلغ 29 فرداً بنسبة قدرت بـ 58%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث.

و منه لان الذكور تلهيهم مشاغل الحياة مثل العمل و المسؤوليات العديدة على عاتقهم و زد على ذلك الدراسة و مشاكلها و مشاغلها بينما الإناث أقل إنشغالا و لديهم الوقت الكافي أكثر مقارنة مع جنس الذكور و زد على ذلك ان اغلبية طلاب الجامعة من جنس الإناث.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي .

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
54,0	27	السنة أولى ماستر
46,0	23	السنة الثانية ماستر
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن 27 فرداً لديهم مستوى السنة أولى ماستر بنسبة بلغت 54%، ثم الأفراد ذوي مستوى السنة الثانية ماستر الذي بلغ عددهم 23 فرداً بنسبة قدرها بـ 46%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي أولى ماستر.

و منه نستنتج بأن طلبة الماستر (2) ليس لديهم الوقت الكافي لإنشغالهم بإعداد المذكرة و التبرص الميداني عكس طلبة الماستر (1) لديهم وقت أكبر للإجابة على الإستمارة.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص .

النسبة %	التكرار	التخصص
48,0	24	اتصال
52,0	26	اعلام
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (03) وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 50 فرداً، نلاحظ أن 24 فرداً من تخصص اتصال بنسبة بلغت 48%، ثم الأفراد ذوي تخصص إعلام الذي بلغ عددهم 26 فرداً بنسبة قدرت بـ 52%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من ذوي التخصص إعلام.

لأن موضوع الدراسة عن مؤسسة إعلامية (قناة الشروق الإخبارية)، جذب إهتمام طلبة الإعلام أكثر للإجابة عن الإستمارة أكثر من ما جذب طلبة الإتصال.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

ثانيا: تحليل نتائج المحور الأول : مشاهدة عينة الدراسة لقناة الشروق الإخبارية:

4- توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى مشاهدة قناة الشروق الاخبارية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) حسب يبين توزيع المبحوثين حسب مشاهدة قناة الشروق الاخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
86,0	43	نعم
14,0	7	أحيانا
00	00	لا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا ، على السؤال " هل تشاهد قناة الشروق الاخبارية ؟، تمثلت إجاباتهم " نعم " وقد بلغ عددهم (43) فردا بنسبة مئوية بلغت 86%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال "أحيانا " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت ب 14%، اما المجيبين "لا" فقد قدرت ب 00% مما يعني أن كل أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق الاخبارية.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن المبحوثين يشاهدون قناة الشروق الإخبارية و ذلك راجع الى نوعية العينة القصدية التي تستهدف المشاهدين فقط فلا يمكن لطالب لا يشاهد القناة أن يجيب على الأسئلة المبرمجة في هذه الدراسة، و لذلك تم إلغاء الاستمارات المملوئة من طرف الطلبة الذين أجابو ب "لا" لإضفاء مصداقية أكثر على الدراسة.

5- توزيع أفراد العينة حسب شكل مشاهدة قناة الشروق الاخبارية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يبين توزيع المبحوثين حسب شكل مشاهدة قناة الشروق الاخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
26,0	13	دائم
38,0	19	متقطع
36,0	18	احيانا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " هل تشاهد قناة الشروق الإخبارية بشكل؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " دائم " وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 26%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " متقطع " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 38%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 36% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " احياناً " والبالغ عددهم (18)، مما يعني أن أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق الاخبارية بشكل متقطع.

نستنتج من خلال هذا الجدول ان الاجابات بدائماً هي النسبة المنخفضة و اغلبية المبحوثين يشاهدون قناة الشروق الإخبارية بشكل متقطع و ذلك كون عينة الدراسة المتمثلة في الطلبة لا تهتم كثيراً بمشاهدة القناة و ذلك راجع لعدم عمل القناة على تلميع و تحسين صورتها مما جعل مشاهدة القناة بشكل متقطع أي لا يولون أهمية كبيرة لها.

6- توزيع أفراد العينة حسب مدى تخصيص الوقت لمشاهدة قناة الشروق الاخبارية : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم ( 06 ) يبين تخصيص الوقت لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
62,0	31	نعم
38,0	19	لا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " هل تخصص الوقت لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بـ " نعم " وقد بلغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية بلغت 62%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ " لا " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 38%، ما يعني أن أفراد العينة يخصصون الوقت لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية.

نلاحظ أن أغلب المبحوثين يخصصون وقت محدد لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية و ذلك لإعتبار القناة مصدراً مهماً يستقي منه المبحوثون الأخبار اليومية و المستجدات الحاصلة.

7- توزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة برامج قناة الشروق: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يبين عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة برامج قناة الشروق

النسبة %	التكرار	البدائل
22,0	11	اقل من ساعة
38,0	19	من ساعة الى اقل من ساعتين
20,0	10	من ساعتين الى اقل من ثلاث ساعات
14,0	7	من ثلاث ساعات الى اقل من اربع ساعات
6,0	3	أكثر من اربع ساعات
النسبة %	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " ما عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة برامج قناة الشروق "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال " اقل من ساعة " وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22%، ثم الأفراد الذين كانت

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

إجابته على هذا السؤال " من ساعة الى اقل من ساعتين " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 38%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20% تمثل الأفراد الذين أجابوا على السؤال " من ساعتين الى اقل من ثلاث ساعات " والبالغ عددهم (10)، ثم الأفراد الذين كانت إجابته على السؤال " من ثلاث ساعات الى اقل من اربع ساعات " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 06% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " اكثر من اربع ساعات " والبالغ عددهم (03)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان عدد ساعات التي يقضونها في مشاهدة قناة الشروق هي من ساعة الى اقل من ساعتين.

نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين يستغرقون الوقت (من ساعة الى أقل من ساعتين) مرتفعة بينما النسبة الأكثر إنخفاضاً هي مشاهدة القناة لأكثر من أربع ساعات، و ذلك راجع بان أغلبية المبحوثين يشاهدون القناة لأخذ الأخبار العاجلة و المستجدات فقط، و ذلك راجع لعدم عمل القناة على جذب و شد المشاهد و ذلك لا يتحقق إلا إذا كان من بين أهداف القناة.

8- توزيع أفراد العينة حسب الاوقات المفضلة لمتابعة قناة الشروق الاخبارية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يبين الاوقات المفضلة لمتابعة قناة الشروق الاخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
20,0	10	الصباح
14,0	7	المساء
18,0	9	الليل
48,0	24	حسب الظروف
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " ماهي الاوقات المفضلة لديك لمتابعة برامج قناة الشروق الاخبارية؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بـ " الصباح " وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20%، ثم الأفراد الذين كانت إجابته على هذا السؤال بـ " المساء " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 18% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بـ " الليل " والبالغ عددهم (09)، ثم الأفراد الذين

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

كانت إجاباتهم على هذا السؤال " حسب الظروف " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 48%، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة يقرون بان الوقت المفضل لمتابعة قناة الشروق الاخبارية حسب الظروف.

نستنتج من خلال بيانات الجدول ان اغلبية المبحوثين يشاهدون قناة الشروق الإخبارية حسب الظروف و ذلك راجع لضيق الوقت عندهم و إنشغالهم بالدراسة و مشاغل أخرى فمتا ما اتيح لهم الوقت يقومون بمشاهدة القناة.

تحليل نتائج الخور الثاني: دوافع مشاهدة قناة الشروق:

9- توزيع أفراد العينة حسب نوع الاستقطاب لمشاهدة قناة الشروق: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يبين نوع الاستقطاب لمشاهدة قناة الشروق

النسبة %	التكرار	البدائل
26,0	13	نوع المضامين
12,0	6	طريقة التقديم
34,0	17	زاوية المعالجة
24,0	12	الموضوعية في الطرح
4,0	2	أخرى
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " ما الذي يستقطبك مشاهدة قناة الشروق الاخبارية "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال " نوع المضامين " وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 26%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال " طريقة التقديم " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 34% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " زاوية المعالجة " والبالغ عددهم (17)، أما الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال " الموضوعية في الطرح " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال " أخرى " والبالغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 4%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان نوع الاستقطاب الذي يجعلهم يشاهدون قناة الشروق زاوية المعالجة.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يقرون ان زاوية المعالجة لدى قناة الشروق الإخبارية جيدة، و هذا إن دل على شيء فإنه يدل على إحترازية القائمين على برامج و النشرات الإخبارية و الاخذ بعين الإعتبار إهتمامات الجمهور و العمل على اشباع رغباتهم لقناة الشروق الإخبارية.

10- توزيع أفراد العينة حسب أكثر المواضيع التي تتطرق لها قناة الشروق: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) حسب أكثر المواضيع التي تتطرق لها قناة الشروق

النسبة %	التكرار	البدائل
38,0	19	القضايا السياسية
12,0	6	جرائم الفساد
22,0	11	الشباب والبطالة
12,0	6	العنف في الملاعب
16,0	8	القضايا الدينية
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " ماهي أكثر المواضيع التي تتطرق لها قناة الشروق الإخبارية ؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال " القضايا السياسية " وقد بلغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 38%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " جرائم الفساد " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 22% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " الشباب والبطالة " والبالغ عددهم (11)، أما الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " العنف في الملاعب " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " القضايا الدينية " والبالغ عددهم (08) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان أكثر المواضيع التي تتطرق اليها قناة الشروق الإخبارية القضايا السياسية.

و منه نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين يرون ان القضايا السياسية هي أكثر المواضيع التي تتطرق لها القناة، نظراً لأن القناة هي قناة إخبارية بدرجة أولى و الاخبار التي تهم المواطن أكثر هي الاخبار المتعلقة بالوضع السياسي و القوانين و مناقشتها.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

11- توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كانوا يرون أن الشبكة البرمجية لقناة الشروق الحبارية تلي رغبات الجمهور :

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (11) الشبكة البرمجية لقناة الشروق تلي رغبات الجمهور

النسبة %	التكرار	البدائل
26,0	13	دائما
42,0	21	أحيانا
32,0	16	نادرا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا على السؤال " هل ترى الشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية تلي رغبات الجمهور "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال ب" دائما " وقد بلغ عددهم (13) فردا بنسبة مئوية بلغت 26%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال ب " احيانا " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت ب 42%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 32% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدل " نادرا" والبالغ عددهم (16)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية أحيانا تلي رغبات الجمهور.

و منه نستنتج ان أغلبية الباحثين لا يرون أن البرامج المقدمة تلي جميع رغبات الجمهور، و هذا يعطي إنطبعا بان القناة ليس لديها أهداف استراتيجية كالمساهمة في رفع الوعي و زيادة التواصل و الألفة المجتمعية.

12- توزيع أفراد العينة حسب مدى قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض المضامين في الأوقات

المناسبة : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (12) يبين قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض المضامين في الأوقات المناسبة

النسبة %	التكرار	البدائل
26	13	دائما
42	21	أحيانا
32	16	نادرا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا على السؤال " هل تقوم الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض المضامين في الأوقات المناسبة "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال " دائما " وقد بلغ عددهم (13) فردا بنسبة مئوية بلغت 26%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " أحيانا " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 42%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 32% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " نادرا " والبالغ عددهم (16)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الخدمة الإعلامية لقناة الشروق احيانا تقوم بعرض المضامين في الأوقات المناسبة.

و هذا سببه راجع لعدم مراعاة قناة الشروق الإخبارية قيمة من القيم الإخبارية الهامة ألا و هي قيمة (قيود الوقت) التي بينها أحد الدكاترة في كتابه المسمى بـ ( الخبر الإذاعي و التلفزيوني ) و الذي جاء فيه ان القناة يجب ان تدرس الاوقات التي تقدم فيها المضامين.

**13- توزيع أفراد العينة حسب قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا**

للمشاهد: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (13) يبين قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد

النسبة %	التكرار	في حالة الإجابة بنعم على السؤال	النسبة %	التكرار	البدائل
12	6	تكفل برامجها بحرية الرأي والتعبير	54,0	27	نعم
16	8	نقل انشغالات المواطنين			
04	02	تدفع في برامجها عن حقوق الانسان			
02	01	دفاع عن المحتاجين			
20	10	تقديم حصص تراعي الفئات الضعيفة			
46,0	23				لا
%100	50				المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: " قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد " والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا ، حيث تمثلت إجابات الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "نعم" بلغ عددهم (27) فردا ونسبة بلغت (54%) وتوزعت إجاباتهم على أن الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد يعود على " تكفل برامجها بحرية الرأي والتعبير " والبالغ عددهم (06) ونسبة قدرت (12,00%)، في حين جاءت إجابات الأفراد أن الأسلوب المستخدم على " نقل انشغالات المواطنين " والبالغ عددهم (08) ونسبة بلغت بـ 16,00%، ثم جاءت إجابات أفراد العينة على أن أسلوب المستخدم على " تدفع في برامجها عن حقوق الانسان " والبالغ عددهم (02) ونسبة قدرت بـ 04,00%، ثم أن الأسلوب المستخدم على " دفاع عن المحتاجين " والبالغ عددهم (01) ونسبة قدرت بـ (2,00%)، ثم أن الأسلوب المستخدم على " تقديم حصص تراعي الفئات الضعيفة " والبالغ عددهم (10) ونسبة قدرت بـ (20,00%) أما باقي إجابات أفراد العينة الذين اجابو بان الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد "لا" والبالغ عددهم (23) ونسبة بلغت (46,00%). وعليه فان اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم تقوم الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد وهذا من خلال تقديم حصص تراعي الفئات الضعيفة.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

و منه نستنتج من خلال بياناة الجدول أن القناة تهتم بالجانب النفسي للجمهور المستهدف كنقل همومه و إنشغالاته و الدفاع عن فئة المحتاجين و المهمشين من المجتمع عن طريق برامج مخصصة لهم.

14- توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الواقع الحالي لقناة الشروق الاخبارية : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يبين رأي في الوقت الحالي لقناة الشروق الاخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
36,0	18	الخدمة الاخبارية متقدمة مقارنة بالقنوات الاخرى
14,0	7	تنافس قناة الشروق الاخبارية القنوات الاخبارية العربية
16,0	8	تدني الاداء في البرامج والايخارج في القناة
14,0	7	تسرب الكفاءات والخبراء من القناة الى القنوات الاخرى
20,0	10	تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة قناة الشروق الاخبارية
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " كيف ترى الواقع الحالي لقناة الشروق الاخبارية "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال " الخدمة الاخبارية متقدمة مقارنة بالقنوات الاخرى " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 36%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " تنافس قناة الشروق الاخبارية القنوات الاخبارية العربية " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 16% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " تدني الأداء في البرامج والإخراج في القناة " والبالغ عددهم (08) ، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " تسرب الكفاءات والخبراء من القناة الى القنوات الاخرى " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة قناة الشروق الاخبارية " والبالغ عددهم (10) ،، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الخدمة الإخبارية متقدمة مقارنة بالقنوات الأخرى .

و منه يظهر من خلال البيانات أن النسبة الأكبر لها انطباع لصورة ذهنية نمطية بأن الخدمة الإخبارية متقدمة بالنسبة للقنوات الاخرى، و هذا دليل أن الصورة الذهنية لدى الباحثين بالنسبة لقناة الشروق

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

الإخبارية لأبس بها، ولكن عليها ان تحاول و تبذل جهد أكبر للوصول الى بناء صورة ذهنية نمطية كدافع لمشاهدة القناة و اعتبارها كقناة اولى في الجزائر.

تحليل نتائج المحور الثالث : ترسيخ قناة الشروق الاخبارية لصورتها الذهنية من خلال الخدمة الاخبارية التي تقدمها

15- توزيع أفراد العينة حسب مدى امتياز قناة الشروق بالمصدقية : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يبين مدى امتياز قناة الشروق بالمصدقية

النسبة %	التكرار	اذا كانت الاجابة بنعم على السؤال	النسبة %	التكرار	البدائل
28	14	اعتماد على المصادر الرسمية	66,0	33	نعم
16,0	8	معالجتها لكل القضايا المطروحة			
10	05	الجدية والاحترافية في الطرح			
08	04	نقلها الاخبار والاحداث من قلب الحدث			
04	02	تقديم وجهات النظر المختلفة			
34,0	17				لا
			100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: " هل تمتاز قناة الشروق بالمصدقية " والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً ، حيث تمثلت إجابات الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "نعم" بلغ عددهم (33) فرداً وبنسبة بلغت (66%) وتوزعت إجاباتهم على أن قناة الشروق تمتاز بالمصدقية يعود على " اعتماد على المصادر الرسمية " والبالغ عددهم (14) وبنسبة قدرت (28,00%)، في حين جاءت إجابات الأفراد أن الأسلوب المستخدم على " معالجتها لكل القضايا المطروحة " والبالغ عددهم (08) وبنسبة بلغت بـ 16,00%، ثم جاءت إجابات أفراد العينة على أن أسلوب المستخدم على " الجدية والاحترافية في الطرح " والبالغ عددهم (05) وبنسبة قدرت بـ 10,00%، ثم أن الأسلوب المستخدم على " نقلها الاخبار والاحداث من قلب الحدث " والبالغ عددهم (04) وبنسبة قدرت بـ (08,00%)، ثم أن الأسلوب المستخدم على " تقديم وجهات النظر المختلفة "

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

والبالغ عددهم (02) وبنسبة قدرت ب (04,00%) أما باقي إجابات أفراد العينة الذين اجابو بان قناة الشروق لا تتمازو بالمصدقية "لا" والبالغ عددهم (17) وبنسبة بلغت (34,00%). وعليه فان اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم قناة الشروق تتماز بالمصدقية وهذا من خلال اعتماد على المصادر الرسمية.

من خلال معاينتنا للجدول نلاحظ أن اغلبية المبحوثين اجابو ب (نعم) و أغلبية المبحوثين الذين اجابو على السؤال (إذا كانت الإجابة بنعم على السؤال) اقرو بان قناة الشروق تعتمد مصادر رسمية أثناء تأديتها لخدمتها الإخبارية و هذا دليل اخر على الإحترافية و هذا ما يتوافق أيضا مع إجابة المبحوثين في سؤال سابق (توزيع أفراد العينة حسب نوع الاستقطاب لمشاهدة قناة الشروق) و كانت اغلبية الإجابات بزاوية المعالجة و هاذا ما يجعلنا متيقنين ان أغلبية المبحوثين اخذو الإستمارة بجدية و صدق و ثبات في الإجابة معبرين عن رأيهم الخاص.

**16- توزيع أفراد العينة حسب الاعتقاد بان قناة الشروق تتماز بالآنية والجدية :** بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يبين الاعتقاد بان قناة الشروق تتماز بالآنية والجدية

النسبة %	التكرار	اذا كانت الاجابة بنعم على السؤال	النسبة %	التكرار	البدائل
36	18	السرعة في نقل الخبر	72	36	نعم
16,0	8	تناول المواضيع الجديدة			
12,0	6	معالجة الاخبار الانية بصفة مباشرة			
8,0	4	يمتاز المذيعون ومراسلو الاخبار بالاقناع والقبول			
28		14			لا
%100		50			المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: " هل تتماز قناة الشروق بالآنية والجدية " والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً ، حيث تمثلت إجابات الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال "نعم" بلغ عددهم (36) فرداً وبنسبة بلغت (72%) وتوزعت إجاباتهم على أن قناة الشروق تتماز بالمصدقية يعود على " السرعة في نقل الخبر " والبالغ عددهم (18) وبنسبة

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

قدرت (36,00%)، في حين جاءت إجابات الأفراد أن الأسلوب المستخدم على " تناول المواضيع الجديدة " والبالغ عددهم (08) ونسبة بلغت بـ 16,00%، ثم جاءت إجابات أفراد العينة على أن أسلوب المستخدم على " معالجة الاخبار الانية بصفة مباشرة " والبالغ عددهم (06) ونسبة قدرت بـ 12,00%، ثم أن الأسلوب المستخدم على " يمتاز المذيعون ومراسلو الأخبار بالإقناع والقبول " والبالغ عددهم (04) ونسبة قدرت بـ (08,00%)، أما باقي إجابات أفراد العينة الذين اجابو بان قناة الشروق لا تمتاز بالآنية والجدية "لا" والبالغ عددهم (14) ونسبة بلغت (28,00%). وعليه فان اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم قناة الشروق تمتاز بالآنية والجدية وهذا من خلال السرعة في نقل الخبر.

و منه نلاحظ ان اغلبية المبحوثين يعتقدون أن قناة الشروق الإخبارية تمتاز بالانية و الجدية، وذلك دليل على أن أفراد العينة لهم صورة ذهنية وافدة لسرعة القناة في نقل الأخبار و كذلك معالجة الاخبار الأنية بصفة دائمة و تتناول كل ما هو جديد و اني و بكل إحترافية، و نستنتج أيضا أن أغلبية المبحوثين يعتقدون ان السرعة في نقل الأخبار هي السبب الأول في الأنية و الجدية التي تتميز بها القناة، و هذا يدل ان للمبحوثين سمات ذاتية كالتعليم و الثقافة و يستطيعون من خلالها تفسير المعلومات الخاصة بالقناة التي تعمل على السرعة و السبق الإعلامي.

17- توزيع أفراد العينة حسب رأي أن قناة الشروق الاخبارية تمتاز بالموضوعية : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يبين رأي أن قناة الشروق الاخبارية تمتاز بالموضوعية

النسبة %	التكرار	اذا كانت الاجابة بنعم على السؤال	النسبة %	التكرار	البدائل
28	14	الحيادية في الطرح	64	32	نعم
20	10	تفسير المواضيع تفسيراً علمياً وموضوعياً			
12	6	طريقة معالجة المواضيع باحترافية			
04	2	مشاركة وحضور الخبراء والمختصين			
36		18			لا
100%		50			المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال: " هل تمتاز قناة الشروق بالموضوعية " والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً ، حيث تمثلت إجابات الأفراد الذين تمحورت

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

إجاباتهم على السؤال "نعم" بلغ عددهم (32) فردا وبنسبة بلغت (64%) وتوزعت إجاباتهم على أن قناة الشروق تمتاز بالموضوعية يعود على " الحيادية في الطرح " والبالغ عددهم (14) وبنسبة قدرت (28,00%)، في حين جاءت إجابات الأفراد أن الأسلوب المستخدم على " تفسير المواضيع تفسيراً علمياً وموضوعياً " والبالغ عددهم (10) وبنسبة بلغت ب 20,00%، ثم جاءت إجابات أفراد العينة على أن أسلوب المستخدم على " طريقة معالجة المواضيع باحترافية " والبالغ عددهم (06) وبنسبة قدرت ب 12,00%، ثم أن الأسلوب المستخدم على " مشاركة وحضور الخبراء والمختصين " والبالغ عددهم (02) وبنسبة قدرت ب (04,00%)، أما باقي إجابات أفراد العينة الذين اجابو بان قناة الشروق لا تمتاز بالموضوعية والبالغ عددهم (18) وبنسبة بلغت (36,00%). وعليه فان اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم قناة الشروق تمتاز بالموضوعية وهذا من خلال الحيادية في الطرح.

و من خلال ما سبق نستنتج ان الباحثين يعتقدون ان قناة الشروق الإخبارية تتسم بالموضوعية و الحيادية في الطرح و هاذا راجع للصورة الذهنية التي رسخت في ذهن الباحثين من خلال مشاهدتهم لبرامج و اخبار قناة الشروق الإخبارية، و هذا ما يدل على أنها نجحت في ترسيخ صورة ذهنية نسبيا بالنسبة للمحوثين.

تحليل نتائج المحور الرابع : مدى رضا عينة الدراسة على الاداء الاعلامي والاخباري لقناة الشروق الاخبارية

18- توزيع أفراد العينة حسب الاعجاب بالشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) الإعجاب بالشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
54,0	27	نعم
46,0	23	لا
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " هل تعجبك الشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال ب " نعم " وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 54%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال ب " لا " والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت ب 46%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية تحوز على إعجابهم.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان أغلبية المبحوثين لهم إنطباع جيد حول الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية، و ذلك كون القناة تحاول أن تقدم مضامين متنوعة ذات جودة و متخصصة من حيث المحتوى و تعمل على الاستجابة لتفاعلات المشاهدين، و تكوين صورة نمطية إيجابية حول نوعية برامجها و كسب رضا الرئي العام.

**19- توزيع أفراد العينة حسب راي ان البرامج لقناة الشروق الاخبارية دور في استمالة المشاهد: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:**

الجدول رقم (19) يبين توزيع المبحوثين من خلال رايهم في دور برامج قناة الشروق الاخبارية في استمالة المشاهد

النسبة %	التكرار	البدائل
62,0	31	نعم
38,0	19	لا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " حسب رايك هل لبرامج قناة الشروق الاخبارية دور في استمالة المشاهد "، تمثلت إجاباتهم على السؤال " نعم " وقد بلغ عددهم (31) فرداً بنسبة مئوية بلغت 62%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال " لا " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 38%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان لبرامج قناة الشروق الاخبارية دور في استمالة المشاهد.

و منه نستنتج ان أغلبية المبحوثين لهم رأي إيجابي بالنسبة لدور برامج قناة الشروق الإخبارية في إستمالة المشاهد و هذا ما يتمثل في الرئي العام و يرجع ذلك بتأثرهم بمحتوى برامج قناة الشروق الإخبارية و بنوعية الثقافة و التعليم المكتسبة من خلال برامجها المتنوعة و الإخبارية.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

20- توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الاخبار التي تستميل المشاهد أكثر: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يبين طبيعة الاخبار التي تستميل المشاهد أكثر

النسبة %	التكرار	البدائل
28,0	14	سياسية
12,0	6	اقتصادية
10,0	5	ثقافية
12,0	6	رياضية
12,0	6	دينية
26,0	13	اجتماعية
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا على السؤال " ما طبيعة الاخبار التي تستميل المشاهد أكثر "، تمثلت إجاباتهم على السؤال " سياسية " وقد بلغ عددهم (14) فردا بنسبة مئوية بلغت 28%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " اقتصادية " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 10% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " ثقافية " والبالغ عددهم (05)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " رياضية " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 12% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " دينية " والبالغ عددهم (06)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " اجتماعية " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 26%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان طبيعة الأخبار التي تستميل المشاهد أكثر هي السياسية.

و منه نستنتج ان أغلبية المبحوثين يرون أن الأخبار السياسية تجذب و تستميل الجمهور الأكثر من الاخبار الأخرى، نظرا لاهمية الاخبار السياسية خصوصا في الجزائر و إنعكاسها على حياة الفرد و تطور المجتمع و إزدهاره.

## الفصل الرابع:..... الجانب التطبيقي للدراسة

21- توزيع أفراد العينة حسب الذي يجذب متابعة الاخبار لقناة الشروق الاخبارية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) يبين الذي يجذب متابعة الأخبار لقناة الشروق الإخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
12,0	6	مقدمي البرامج
62,0	31	المضامين المطروحة
12,0	6	الجنريك
14,0	7	الديكور
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " ما الذي يجذبك متابعة الأخبار لقناة الشروق الإخبارية "، تمثلت إجاباتهم على السؤال " مقدمي البرامج " وقد بلغ عددهم (06) فرداً بنسبة مئوية بلغت 12%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال " المضامين المطروحة " والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 62%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 12% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " الجنريك " والبالغ عددهم (06) ، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال " الديكور " والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 14%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الذي يجذبهم متابعة الأخبار لقناة الشروق الإخبارية المضامين المطروحة.

و بذلك نستنتج ان أغلبية المبحوثين و بنسبة كبيرة يرون ان الذي يجذبهم متابعة البرامج الاخبارية لقناة الشروق الاخبارية هي المضامين المطروحة، و هذا يعطي انطباعا بان المبحوثين لا يهتمون بالشكل بقدر ما يهتمون بالمضامون و المحتوى فكلما كان المضمون جيد تستطيع القناة شد إنتباه المشاهدين و رئيهم صادر من سماتهم الشخصية و يعتبر رأي أشخاص مثقفين و أكاديميين.

22- توزيع أفراد العينة حسب سبب الذي يجذب متابعة الاخبار لقناة الشروق الاخبارية: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (22) يبين سبب الذي يجذب لمتابعة الأخبار لقناة الشروق الإخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
22,0	11	الاسلوب واللغة
22,0	11	الحيوية والنشاط
16,0	8	القدرة على الافئاع
10,0	5	الكاريزما
30,0	15	التفاعل
00	00	اخرى
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (50) فرداً على السؤال " إذا كانت تجذبك برامج قناة الشروق الإخبارية فالأ ماذا يعود؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال " الاسلوب واللغة " وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " الحيوية والنشاط " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 12%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 16% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " القدرة على الافئاع " والبالغ عددهم (8)، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " الكاريزما " والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 15% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال " التفاعل " والبالغ عددهم (30) مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن سبب الذي يجذبهم لمتابعة برامج قناة الشروق الإخبارية هو التفاعل.

و منه نستنتج ان المبحوثين يرون ان التفاعل هو اساس العملية الإتصالية و هو من جعل المشاهد يجذب أكثر، و أن القائم بالإتصال له دور كبير في ارسال الرسالة الإعلامية و إرضاء المشاهدين.

23- توزيع أفراد العينة حسب الرضا على الخدمات الاعلامية التي تقدمها قناة الشروق الاخبارية:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (23) حسب الرضا على الخدمات الاعلامية التي تقدمها قناة الشروق الاخبارية

النسبة %	التكرار	البدائل
74,0	37	نعم
26,0	13	لا
%100	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (50) فردا على السؤال " هل انت راض على الخدمات الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية "، تمثلت إجاباتهم على السؤال " نعم " وقد بلغ عددهم (37) فردا بنسبة مئوية بلغت 74%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال " لا " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 26%، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بأنهم غير راضون على الخدمات الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية.

و منه نستنتج ان اغلبية المبحوثين كانوا راضين على العموم على الخدمة الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية، و ذلك تقديرا لمجهوداتها في سبيل رفع من مستوى الخدمة الإعلامية في الجزائر حتى و إن أنها تعاني من بعض النقائص، و يعتبر رأي المبحوثين صورة ذهنية نسبية و رأي عام نوعي و هو يخص فئة الطلبة.

### المطلب الثاني : نتائج الدراسة

إن البحث العلمي هو نقطة الانطلاقة التي تبدأ منها كل دراسة علمية، و على هذا الأساس التساؤلات المقترحة التي صغناها في الاشكالية التي أستخرجت من الإطار النظري الأفكار و الدراسات السابقة في نفس المجال، و عند نزولنا الى الميدان بعد تحويل تلك المفاهيم المجردة الى استنباطات من النظريات الى أبعاد و مؤشرات مجسدة في امر الواقع من خلال تقنية الإستمارة، و عدنا و بحوزتنا رصيد ثري من المعطيات و البيانات و المعلومات المهمة التي قمنا بتفسيرها و تاويلها على ضوء الرصيد النظري الذي التقينا به مددا في الجانب التطبيقي من هذه الدراسة و الذي تمكنا من خلاله على الإجابة على تساؤلنا الرئيسي و هو ما الصورة الذهنية السائدة على محتوى قناة الشروق الإخبارية لدى طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال و كانت النتائج التي توصلنا اليها من دراستنا لفئة طلبة الماستر لقسم علوم الاعلام و الاتصال لجامعة "مُجد بوضياف \*المسيلة\* "مايلي :

#### أولا- نتائج البيانات الشخصية :

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- اغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الإناث
- اغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي اولى ماستر
- اغلب أفراد العينة من ذوي التخصص إعلام

#### ثانيا- نتائج المحور الأول: مدى مشاهدة عينة الدراسة لقناة الشروق الإخبارية:

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- اغلب إجابات أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق الاخبارية.
- اغلب أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق الاخبارية بشكل متقطع.
- اغلب أفراد العينة يخصصون الوقت لمشاهدة قناة الشروق الاخبارية.
- اغلب أفراد العينة يقرون بان عدد ساعات التي يقضونها في مشاهدة قناة الشروق هي من ساعة الى اقل من ساعتين.
- اغلب الأفراد العينة يقرون بان الوقت المفضل لمتابعة قناة الشروق الاخبارية هي حسب الظروف .

#### ثالثا- نتائج المحور الثاني: دوافع مشاهدة عينة الدراسة لقناة الشروق الاخبارية

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:

- أن أفراد العينة يقرون بان نوع الاستقطاب الذي يجعلهم يشاهدون قناة الشروق زاوية المعالجة.
- أن أفراد العينة يقرون بان أكثر المواضيع التي تتطرق اليها قناة الشروق الاخبارية القضايا السياسية.

- أن أفراد العينة يقرون بان الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية أحيانا تلي رغبات الجمهور.
  - أن أفراد العينة يقرون بان الخدمة الإعلامية لقناة الشروق احيانا تقوم بعرض المضامين في الأوقات المناسبة.
  - اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم تقوم الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد وهذا من خلال تقديم حصص تراعي الفئات الضعيفة.
  - أن أفراد العينة يقرون بان الواقع الحالي لقناة الشروق الاخبارية الخدمة الإخبارية متقدمة مقارنة بالقنوات الأخرى .
- رابعا- نتائج المحور الثالث: ترسيخ قناة الشروق الإخبارية لصورتها الذهنية من خلال الخدمة الإخبارية التي تقدمها:**
- وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:
- اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم قناة الشروق تمتاز بالمصداقية وهذا من خلال اعتماد على المصادر الرسمية.
  - اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم قناة الشروق تمتاز بالآنية والجدية وهذا من خلال السرعة في نقل الخبر.
  - اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن زاوية المعالجة هي التي تستقطبهم لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية.
- خامسا - نتائج المحور الرابع : مدى رضا عينة الدراسة على الأداء الإعلامي والإخباري لقناة الشروق الإخبارية:**
- وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن:
- أن أفراد العينة يقرون بان الشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية تعجبهم.
  - أن أفراد العينة يقرون بان لبرامج قناة الشروق الاخبارية دور في استمالة المشاهد.
  - أن أفراد العينة يقرون بان طبيعة الأخبار التي تستميل المشاهد أكثر هي السياسية.
  - أن أفراد العينة يقرون بان الذي يجذبهم لمتابعة الأخبار قناة الشروق الإخبارية المضامين المطروحة.
  - أن أفراد العينة يقرون بان سبب الذي يجذبهم لمتابعة برامج قناة الشروق الإخبارية التفاعل.
  - أن أفراد العينة يقرون بأنهم راضون على الخدمات الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية.

### المطلب الثالث : مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

للقيام بدراستنا اعتمدنا على عدة دراسات ساعدتنا في القيام بها، بالانطلاق من التوصيات التي انتهت بها للعمل على تسليط الضوء على هذا الجانب الحالي من الدراسة.

1 - ومن خلال دراستنا فقد اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة الطالبة \*الهاشمي بن بوكريطة آمال 2015/2014\* تحت عنوان " دور الإذاعة المحلية في تكوين و تعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها" و التي بينت أن بإختلاف الجنس و المستوى الجامعي و التخصصات و مكان الإقامة أثبتت الدراسة على أن أغلبية المبحوثين و التي قدرت نسبتهم ب 55% على أن الصورة الذهنية تساهم في تغيير مواقف الفرد باعتبارها الناتج النهائي للإطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد و الجمعات، فيما نلاحظ من خلال دراستنا في المحور الثاني أن أغلبية أفراد العينة يقرون بأن الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية أحيانا تلي رغبات الجمهور ثم نلاحظ دور الصورة الذهنية في تغيير إنطباعاتهم من خلال إجابات أفراد العينة في المحور الرابع حيث يقر أغلب أفراد العينة بأنهم راضون على الخدمات الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية بنسبة قدرت ب 74% من بين 50 فرد من أفراد العينة.

2 - كما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة الطالبين \*طيابين عبد الحق و سالمي زينة 2020/2019\* تحت عنوان "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام و أثرها على الصورة الذهنية للمؤسسة" و التي بينت أن الشروق الإعلامية متوسطة الإلتزام المهني بالمسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور و المبحوثين من خلال الحيادية و مصداقية الأخبار و المعلومات و الحقائق في حين أقر أغلبية المبحوثين في دراستنا الحالية بأن قناة الشروق تمتاز بالمصداقية وهذا من خلال اعتماد على المصادر الرسمية بنسبة قدرت ب 28% من مجموع 50 فردا من أفراد عينة الدراسة.

3 - كما إتفقت الدراسة الحالية مع نفس الدراسة السابقة للطالبين \*طيابين عبد الحق و سالمي زينة 2020/2019\* و التي بينت أن قناة الشروق تساهم في نقل المشاكل الاجتماعية و البحث في سبل معالجتها في حين أقر أغلبية المبحوثين في دراستنا الحالية بأن قناة الشروق تقوم بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد وهذا من خلال تقديم حصص تراعي "الفئات الضعيفة" بنسبة قدرت ب 20% من مجموع 50 فردا من أفراد عينة الدراسة.

4 - كما إتفقت الدراسة الحالية مع نفس الدراسة السابقة للطالبين \*طيابين عبد الحق و سالمي زينة 2020/2019\* و التي بينت أن المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة تتمثل في التعرض الى البرامج التي تخدم المجتمع و هذا ما يتطابق مع رأي عينة دراستنا أنهم يقرون بأن الذي يجذبهم لمتابعة الأخبار قناة الشروق الإخبارية المضامين المطروحة باغلبية قدرت بنسبة 62% من إجمالي 50 مفردة من عينة الدراسة.

5 - كما إتفقت الدراسة الحالية مع نفس الدراسة السابقة للطالب \*سدحان عبد الأمين 2018/2017\* تحت عنوان "التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال و دورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية" و التي بينت أهمية الصورة الذهنية و محاولة تلميعها من خلال التواصل المستمر مع جماهيرها من

أجل فهم إحتياجاتهم و تلبية رغباتهم، في حين اغلب إجابات الباحثين في دراستنا الحالية يقرون بأن نعم تقوم الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد وهذا من خلال تقديم حصص تراعي الفئات الضعيفة بنسبة قدرت ب 20% من مجموع 50 فردا من أفراد عينة الدراسة.

### المطلب الرابع : مناقشة نتائج الدراسة وفق تساؤلات الدراسة

#### 1 - مناقشة النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية :

نلاحظ أن أغلب الباحثين و الذين قامو بالتكرم للإجابة على الإستمارة من جنس الإناث و قدرت نسبتهم ب 58 % و ذلك راجع لعدة أسباب أهمها، أن جنس الإناث هم أغلبية في الجامعة و هذا ما نلاحظه في كل أقسام الجامعة لذا فجنس الإناث متفوق من حيث العدد، و أيضا لأن الإناث ربما أكثر مسؤولية و حبهم للمشاركة أكبر نوعا ما لما نلاحظه بأن في أغلب جامعات الجزائر نجد الإناث يقدرون الدراسة و يولون لها أهمية أكثر من جنس الذكور نوعا ما و غالبا ما نجد الأوائل في الجامعات من جنس الإناث، نلاحظ أيضا أن أغلب من أجاب على الإستمارة من السنة الأولى ماستر بنسبة قدرت ب 54,0 % و ذلك راجع لسبب واضح كون طلبة الماستر 2 لهم إلتزامات أكثر بكثير من طلبة الماستر 1 من إعداد للمذكرة و التبرص الميداني و البحث الذي كلفنا به في مقياس المتقى ..، و هذا الامر الذي جعل طلبة ماستر 1 يجيبون أكثر من طلبة ماستر 2، نلاحظ كذلك أن أغلب من أجاب على الإستمارة من تخصص إعلام بنسبة قدرت ب 52 % و ذلك راجع لكون موضوع دراستنا يصب حول قناة إعلامية مشهورة في الجزائر فطبعا يكون لطلاب ماستر إعلام آراء و توجهات نحو هذه القناة التي و تستهويهم مثل هذه الدراسة.

#### 2 - مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول : ما معدل مشاهدة \*العينة\* للشروق الإخبارية

عند إحتساب معدل المشاهدة من خلال إحتساب التكرارات و النسب المؤوية فقد وجدنا أن ما معدله 86,0% من مجموع الباحثين الذين يقرون ب 50 فردا يشاهدون القناة بشكل متقطع بمعدل من ساعة الى اقل من ساعتين في اليوم الواحد و كانت هي الأعلى نسبة، و هذه النتيجة تعتبر مؤشر لا بأس به مع إحتساب الضروف التي تمر بطلاب الماستر و الإنشغالات و الإرتباطات التي تحكمه و المسؤولية الدراسية التي هو ملزم بها من إنجاز بحوث و مراجعة و تحضير للإمتحانات و الفروض دون أن ننسى الفترات التي يقضيها مع الأصدقاء و تصفح مواقع التواصل الإجتماعي لفترة من ساعة الى أقل من ساعتين تعتبر فترة لا بأس بها، و قد بينت الدراسة أن أغلب الباحثين يخصصون وقت محدد لمشاهدة القناة و هذا يدل على وعي الباحثين و تنظيمهم لأموهم، كما قد بينت الدراسة أيضا أن الفترة المفضلة لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية هي حسب

الضروف نظرا لترتيب الأولويات بالنسبة للمبحوثين كما سبق و قلنا للمبحوثين مسؤوليات و أمور تحكمهم في البيت و الدراسة لهذا يشاهدون القناة وقت ما سمحت لهم الفرصة لفعل ذلك.

### 3 - مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني : ما هي الابعاد الثقافية و العلمية التي يقوم عليها تناول الإخباري لقناة الشروق الإخبارية

أغلبية المبحوثين و الذين قدرة نسبتهم ب 20 % أقرو أن القناة تقدم حصص تراعي الفئات الضعيفة أي أنها قريبة نفسيا من المشاهد بمختلف شرائحه و هذا ما يعطي إنطباع على أن القناة تواكب البعد الثقافي للجمهور الجزائري، كما جاءت النتائج أيضا أن أغلب أفراد العينة يقرون بأن قناة الشروق تمتاز بالمصداقية وهذا من خلال اعتماد على المصادر الرسمية بنسبة قدرت ب 28 %، و أن قناة الشروق تمتاز بالآنية والجدية وهذا من خلال السرعة في نقل الخبر بنسبة قدرت ب 36 % و منه فهذه النتائج تؤكد أن الأبعاد الثقافية للقناة تكمن من خلال تقريبها نفسيا للمشاهد الذي يعتبر جزء من المجتمع الجزائري و ذلك من خلال مشاركتها في إفراحه و إحزانه، و قد نجحت في تحقيق الأسس العلمية كالموضوعية و المصداقية في طرح المواضيع من خلال مصادر رسمية و هذه تعد إحدى الاسس العلمية التي تحاول كل قناة تلميع صورتها من من خلالها أمام الجمهور .

### 4 - مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث : ما هي عوامل تشكيل الصورة الذهنية لقناة الشروق الإخبارية

1 - العوامل الإجتماعية : من خلال التكرارات و النسب المئوية تبين أن أغلب المبحوثين يرون بان الشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية تعجبهم بنسبة قدرت ب 54,0% و بان الذي يجذبهم لمتابعة الأخبار قناة الشروق الإخبارية هي المضامين المطروحة بنسبة قدرت ب 62%، و هذا ما يفسر أن البرامج الإخبارية عندما تكون ذات مضامين هدفية تكون لها دور اجتماعي و عامل من عوامل الصورة الذهنية يمكن للقناة أن تعتمد عليه في تحسين صورتها الذهنية .

2 - العوامل التنظيمية : من خلال النتائج المتحصل عليها عن طريق الإستبيان تبين، تبين ان أغلب المبحوثين يرون ان القناة متقدمة مقارنتا بالقنوات الأخرى بنسبة قدرت ب 36% و هذا ما يعطينا إنطباع أن سياسة القناة تتجه نحو فرض الذات المتوقع في الساحة الاعلامية في ظل المنافسة الشرسة بين القنوات الإخبارية، و هذا من العوامل التنظيمية التي تكتسب بها القناة صورة ذهنية لائقة.

5 - مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع : ما هي وجهة نظر الطلبة \*عينة الدراسة\* نحو قناة الشروق الإخبارية

من خلال احتساب التكرارات و النسب المئوية أكد أغلب أفراد العينة من أن الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية تعجبهم بنسبة قدرت ب 54% و هذا راجع لتنوعها، و جاءت النتائج أيضا أن أغلبية المبحوثين راضيين على الشبكة البرمجية لقناة الشروق بنسبة قدرت ب 74%، تقديرا لمجهوداتها الإعلامية التي تبذلها و هذا ما يخدم صورتها الذهنية حاضرا و مستقبلا.

المطلب الخامس : توصيات الدراسة

خلصت الدراسة الى التوصيات التالية :

1 - خلصت أن أغلب المبحوثين يشاهدون قناة الشروق الإخبارية بشكل متقطع، بينما أغلب أفراد العينة يقرون بأن عدد ساعات التي يقضونها في مشاهدة قناة الشروق هي من ساعة الى اقل من ساعتين يوميا بنسبة 38% و هذا ما يتطلب من القائمين على تسيير القناة على العمل على جذب إنتباه المشاهدين و تحسين الصورة الذهنية للقناة و التنوع أكثر في المحتوى الإعلامي و البرامج التي تبثها من خلال شاشتها.

2 - خلصت الدراسة الى أن أغلبية المبحوثين يرون أن أفراد العينة يقرون بان نوع الاستقطاب الذي يجعلهم يشاهدون قناة الشروق زاوية المعالجة بنسبة 34%، بينما طريقة التقديم كانت هي الأقل نسبة بنسبة قدرت ب 12%، و هذا سببه يعود لعدم الإهتمام بمقدمي البرامج و النشرات الإخبارية و عدم خضوعهم لدورات تدريبية و دورات تكوينية من الحين الى الأخر و في بعض الأحيان للأسف الشديد أصبحت هنالك ضاهرة في القنوات الخاصة على وجه الخصوص أننا نجد مقدمي برامج ليسو خريجي كلية الإعلام و الإتصال حتا بل في بعض الأحيان ليسو جامعين على الإطلاق و هذا ما قد يؤثر سلبا على ردة فعل المشاهد كون هؤلاء ليسو من أبناء المجال و قد يعطون صورة سيئة على القطاع بصفة عامة لذا على القناة توخي الحذر من الوقوع في مثل هكذا منزلق حفاضا على صورتها الذهنية لدى الجمهور الجزائري.

3 - خلصت أن أغلب المبحوثين يقرون بان الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية أحيانا تلي رغبات الجمهور بنسبة 42%، و بأن الخدمة الإعلامية لقناة الشروق احيانا ما تقوم بعرض المضامين في الأوقات المناسبة، و منه على إدارة القناة القيام ببحوث معمقة و عليها بالضرورة معرفة آراء و إتجاهات المشاهد الجزائري الذي يتعرض الى محتواها بالدرجة الأولى و العمل على تحسين من محتوياتها قصد إرضاء الجمهور المستهدف من القناة.

### الخاتمة :

لقد فتح القطاع السمعي البصري أبوابه للخواص بعد خمسين سنة من إحتكار الحكومة الجزائرية له و بهذا أصبحت باقة قنوات الشروق التلفزيونية الخاصة ذات شخصية قانونية مستقلة استطاعت ان تصنف من بين الأوائل بين القنوات التلفزيونية الجزائرية الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور الجزائري و هذا ما ظهر جليا من خلال النتائج المتوصل اليها من قبل الباحثين الذين اجريت عليهم الدراسة.

من خلال دراستي التي تضمنت جانبين و هما الجانب النظري و الجانب التطبيقي حاولنا معالجة مختلف المتغيرات التي تحتوي عليها دراستنا، من ماهية الصورة الذهنية و تحليل مفهوم الصورة الذهنية من جميع الأنحاء و الزوايا و الغوص في ماهية القناة الفضائية من مفهوم و نشأة و أهمية و خصائص و التعريف بقناة الشروق الإخبارية، وصولا الى الصورة التي تشكلها قناة الشروق الإخبارية لدى طلبة الماستر اعلام و اتصال بجامعة المسيلة.

و مما سبق فإن الصورة الذهنية التي تتشكل عند ذهن الجماهير تعد أمر ضروري و لا بد منه لأي مؤسسة كانت اعلامية او غير اعلامية فلا بد من تلميع صورتها أمام جمهورها و تحسينها قدر المستطاع فالصورة السيئة التي تدخل ذهن الجمهور من خلال ممارسات معينة سيئة من طرف المؤسسة قد تسبب لها أزمات لا تحمد عقباه و قد تؤدي بها للإفلاس و الإنقطاع عن ممارسة مهامها لذا فعل المكلف بالعلاقات العامة في أي مؤسسة أن يضع استراتيجية طويلة المدى لتحسين صورة المؤسسة و مجابهة الأزمات التي قد تقع فيها خصوصا ان كانت مؤسسة تعاني نوعا ما من صورة سيئة لدى الجماهير.

# قائمة المصادر و

# المراجع

أولاً : الكتب

- 1 - إبراهيم الداقوقي، 2001، صورة الأتراك لدى العرب، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- 2 - أحمد بن مرسللي، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 3 - أحمد مصطفى عمر، 2000، البحث العلمي (إجراءاته و مناهجه)، ط1، مكتبة الفلاح، القاهرة.
- 4 - إدارة البحوث و الدراسات، 15 فيفري 2020، تحسين الصورة الذهنية لجماعة الإخوان المسلمين، المعهد المصري للدراسات السياسية و الاستراتيجية.
- 5 - أديب حضور، 2002، صورة العرب في الإعلام الغربي، دمشق، المكتبة الإعلامية.
- 6 - أمال أحمد يعقوب، 2004، علم النفس الاجتماعي، جامعة بغداد، كلية التربية ابن رشد، بغداد.
- 7 - أيمن منصور ندى، 2004، الصورة الذهنية و الاعلامية، عوامل تشكيل و إستراتيجيات التغيير، ط1، برس للطباعة الاهرام، القاهرة.
- 8 - باقر موسى، 2014، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن.
- 9 - بن منظور، 1944، معجم لسان العرب، المجلد الرابع دار صادر، بيروت.
- 10 - تيسير أبو عرجة، 2010، الاعلام العربي وسائله و قضاياها، ط1، دار جدلاوي للنشر و التوزيع، الاردن.
- 11 - جميل صليبا، 1971، المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت.
- 12 - جواد علي المسلماني، 2016، البرامج التلفزيونية و الدور الثقافي للقنوات الفضائية، ط1، دار أمجد للنشر و التوزيع، الاردن.
- 13 - جيزنو احمد جالو، 2016، الفضائيات المتخصصة و الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان-الأردن.

- 14 - حجاب مُجَّد منير، 2007، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر.
- 15 - خلف لافي الحلبا الحامد، 2015، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني، ط1، الأردن.
- 16 - روبرت مكالفين- ريتشارد غروس، 2002، مدخل الى علم النفس الإجتماعي، ترجمة د . ياسمين حداد و اخرون، دار وائل للنشر، عمان،.
- 17 - سليمان صالح، 2007، وسائل الاتصال و صناعة الصورة الذهنية، ط1، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت.
- 18 - سهير بركات، 1980، الإعلام و ضاهرة الصورة المنطبعة، مجلة العلوم، العدد الاول، الكويت.
- 19 - السيد ياسين، 1974، الشخصية العربية بين المفهوم الاسرائيلي و المفهوم الغربي، مركز الدراسات السياسية و الاستراتيجية بالاهرام، القاهرة.
- 20 - شعبان عبد العزيز خليفة، 1997، المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات و المعلومات، الدار المصرية اللبنانية للطباعة و النشر، القاهرة.
- 21 - صالح بن نوار، 2012، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية و الانسانية، مخبر علم اجتماع و الاتصال و البحث و الترجمة، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر.
- 22 - الطاهر لبيب، 1999، صورة الآخر: العربي ناظرا و منظورا اليه، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت،.
- 23 - عامر ابراهيم قنيلجي، 1992، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد.
- 24 - عبد الرحمن عزي، 2003، دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، سلسلة كتب المستقبل العربي.

- 25 - عبد الرزاق مُجَّد الدليمي، 2012، مدخل الى وسائل الإعلام الجديدة، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان،.
- 26 - عبد القادر طاش، 1989، الصورة النمطية للإسلام و العرب في مرآة الاعلام الغربي، شركة الدائرة للاعلام المحدودة، الرياض
- 27 - عبد المنعم الحنفي، 1978، موسوعة علم النفس و التحليل النفسي، مكتبة مدبولي القاهرة.
- 28 - عبد الناصر جندلي، 2010، تقنيات و مناهج البحث العلمي في العلوم السياسية و الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 29 - عدنان حسين الجادري و اخرون، 2009، الاسس المنهجية و الاستخدامات الاحصائية في بحوث العلوم التربوية و الإنسانية، ط1، الاثراء للنشر و التوزيع، عمان.
- 30 - عطوان فارس، 2009، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان.
- 31 - علي ابراهيم عجوة، 1983، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
- 32 - كريم عكله حسين، 1985، الاتجاهات النفسية للفرد و المجتمع، مطبعة دار الرسالة، بغداد.
- 33 - لويس شيخوا، 1957، المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط20، دار المشرق، بيروت.
- 34 - مُجَّد أحمد فياض، 2015، الإعلام الفضائي الدولي العربي، النشأة التطورية و صناعة الاخبار، ط1، دار الخليج للنشر و التوزيع، عمان.
- 35 - مُجَّد باقر صدر، 1998، فلسفتنا، ط2، دار التعارف للمطبوعات، بيروت.
- 36 - مُجَّد بن أبي بكر الرازي، 1982، مختار الصحاح (باب الصاد)، دار الرسالة، الكويت، 1982.
- 37 - مُجَّد عبيدات و أخرون، 1999، منهجية البحث العلمي (القواعد و المراحل و التطبيقات)، دار الطباعة الجامعة الاردنية، الاردن.

- 38 - مروان عبد المجيد إبراهيم، 2000، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للطباعة و النشر، عمان.
- 39 - موريس أنجرس، 2004، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة صحراوي بوزيد و آخرون، دار القصبه ، الجزائر.
- 40 - نسيمه طبشوش، 2011، القنوات الفضائية و اثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، دار كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر.
- 41 - يوسف محمود، 2003، دراسات في العلاقات العامة المعاصرة، القاهرة، جامعة القاهرة كلية الاعلام.
- الرسائل و مذكرات التخرج :**
- 1 - بركات قيس، 2015، قيمة العلامة التجارية و تأثيرها على الصورة الذهنية للمستهلك، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
- 2 - بنت طاعة الله بكار، 2015، دور العلاقات العامة في مجلس الأمة في إدارة الصورة الذهنية، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3.
- 3 - سدحان عبد الأمين، 2018، التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الإتصال و دورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
- 4 - صالح الشيخ، 2009، تكوين الصورة الذهنية للشركات و دور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم انيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، الاكاديمية السورية الدولية، سوريا.
- 5 - قبلان عبده قبلان حرب، 2008، الصورة الذهنية لدى رجل الامن لدى الرئي العام الأردني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- 6 - كريمة نجوي، 2015، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

7 - الهاشمي بن بوكريطة أمال، 2015، دور الإذاعة المحلية في تكوين و تعزيز الصورة الذهنية للهوية الثقافية و الحفاظ عليها، بحث مقدم لنيل شهادة الماستر، جامعة خميس مليانة، الجزائر.

مجالات :

- طه احمد الزيوي و اخرون، 2012، دراسات في تأثير القنوات الفضائية في المجتمع و فئاته، ط1، دار النفائس للنشر و التوزيع، الاردن.

المصادر الالكترونية :

1 - <https://tv.echoroukonline.com>

2 - <https://www.almaany.com>

# قائمة الملاحق

جامعة مُجَدُّ بوضياف

المسيلة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص : اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان

الصورة الذهنية لمحتوى قناة الشروق الاخبارية لدى طلبة قسم علوم الاعلام و  
الاتصال بجامعة مُجَدُّ بوضياف "المسيلة"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام و الاتصال تخصص اتصال و  
علاقات عامة

تحت اشراف الاستاذ : بونيف محمد أمين

إعداد الطالب : همال محسن

ملاحظة : يرجى التكرم بالاجابة على أسئلة هذه الاستبانة بدقة و موضوعية، علما ان  
هذه المعلومات التي سيتم الحصول عليها لن تستخدم الى لأغراض البحث العلمي فقط  
شاكرين و مقدرين لكم حسن تعاونكم.

السنة الجامعية 2021/2020

البيانات الشخصية :

ضع علامة (X) في الإجابة المناسبة

<input type="checkbox"/>	الجنس :	ذكر -	<input type="checkbox"/>	أنثى -	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	المستوى الدراسي :	1 -	ماستر 1	-	ماستر 2
<input type="checkbox"/>	التخصص :	إتصال -	<input type="checkbox"/>	إعلام -	<input type="checkbox"/>

المحور الأول : مدى مشاهدة - عينة الدراسة - لقناة الشروق الإخبارية.

1 - هل تشاهد قناة الشروق الإخبارية :

<input type="checkbox"/>	نعم -	<input type="checkbox"/>	لا -	<input type="checkbox"/>	أحيانا -
--------------------------	-------	--------------------------	------	--------------------------	----------

إذا كانت الإجابة ب(لا) لطفا لا تجب على باقي الأسئلة.

2 - هل تشاهد قناة الشروق الإخبارية بشكل :

<input type="checkbox"/>	دائم -	<input type="checkbox"/>	متقطع -	<input type="checkbox"/>	أحيانا -
--------------------------	--------	--------------------------	---------	--------------------------	----------

3 - هل تخصص لها وقت محدد لمشاهدتها؟ :

<input type="checkbox"/>	نعم -	<input type="checkbox"/>	لا -
--------------------------	-------	--------------------------	------

4 - ما عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة برامج قناة الشروق الإخبارية على مستوى اليوم الواحد؟

<input type="checkbox"/>	- أقل من ساعة
<input type="checkbox"/>	- من ساعة الى أقل من ساعتين
<input type="checkbox"/>	- من ساعتين الى اقل من ثلاث ساعات
<input type="checkbox"/>	- من ثلاث ساعات الى اقل من اربع ساعات
<input type="checkbox"/>	

- أربع ساعات فأكثر

5 - هل تشاهد الاخبار على قناة الشروق الإخبارية؟

دائما -  - أحيانا -  - نادرا -

6 - ماهي الأوقات المفضلة لديك لمشاهدة برامج قناة الشروق الإخبارية؟

صباحا -  - مساء -  - ليلا -  - حسب الظروف -

المحور الثاني : دوافع مشاهدة عينة الدراسة لقناة الشروق الإخبارية

7 - ما الذي يستقطبك لمشاهدة برامج قناة الشروق الإخبارية؟

نوعية المضامين -  - طريقة التقديم -  - زاوية المعالجة -   
- الموضوعية في الطرح -

أشياء أخرى أذكرها .....

8 - حسب رأيك ماهي اكثر المواضيع التي تتطرق لها قناة الشروق الإخبارية؟

القضايا السياسية -  - الجرائم و الفساد -  - الشباب و البطالة -   
العنف في الملاعب -  - قضايا دينية -

9 - هل ترى أن الشبكة البرمجية لقناة الشروق الإخبارية تلي رغبات الجمهور؟

دائما -  - أحيانا -  - نادرا -

10 - هل تقوم الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مضامين في اوقات مناسبة؟

دائما -  - أحيانا -  - نادرا -

11 - هل تقوم الخدمة الاعلامية لقناة الشروق الاخبارية بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد؟

نعم -  - لا -

12 - إذا كانت الإجابة ب(نعم) فيما يتجسد ذلك؟

- تكفل برامجها لحرية الرأي و التعبير  - الدفاع عن المحتاجين
- نقل إنشغالات المواطنين  - تقديم حصص تراعي الفئات الضعيفة
- تدافع في برامجها عن حقوق الإنسان

13 - كيف ترى الواقع الحالي لقناة الشروق الاخبارية؟

- الخدمة الإخبارية متقدمة مقارنة بالقنوات الأخرى
- تنافس قناة الشروق الإخبارية القنوات الاخبارية العربية
- تديني الاداء في البرامج و الاخراج في القناة
- تسرب الكفاءات و الخبرات من القناة الى القنوات الأخرى
- تؤثر مشاهدة القنوات الفضائية على حجم مشاهدة قناة الشروق الاخبارية

المحور الثالث : ترسيخ قناة الشروق الإخبارية لصورتها الذهنية من خلال الخدمة الإخبارية التي

تقدمها

14 - هل تعتقد ان قناة الشروق الاخبارية تمتاز بالمصداقية؟

- نعم -  لا

15 - إذا كانت الإجابة ب- نعم - الى ماذا تعود هذه المصداقية؟

- الاعتماد على المصادر الرسمية  - بلها الاخبار و الاحداث من قلب الحدث
- معالجتها لكل القضايا المطروحة  - تقديم وجهات النظر المختلفة
- الجدية و الاحترافية في الطرح

16 - هل تعتقد ان الخدمة الاخبارية في قناة الشروق الاخبارية تمتاز بالانية و الجدية؟

نعم  - لا

17 - إذا كانت الاجابة ب -نعم- فكيف ذلك؟

- السرعة في نقل الخبر

- تناول المواضيع الجديدة

- معالجة الاخبار الانية بصفة مباشرة

- يمتاز المذيعون و مراسلو الاخبار بالإقناع و القبول

18 - حسب رأيك هل تتسم قناة الشروق الاخبارية بالموضوعية؟

نعم  - لا

19 - إذا كانت الاجابة ب -نعم- فيما يتجسد ذلك؟

- الحيادية في الطرح

- تفسير المواضيع تفسيراً علمياً و موضوعياً

- طريقة معالجة المواضيع بإحترافية

- مشاركة و حضور الخبراء و تلمختصين

المحور الرابع : مدى رضا عينة الدراسة على الاداء الاعلامي و الاخباري لقناة الشروق

الاخبارية

20 - هل تعجبك الشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية

نعم  - لا

برر في كلتا الحالتين .....

## الملاحق

21 - حسب رأيك هل لبرامج قناة الشروق الاخبارية دور في استمالة المشاهد؟

نعم  - لا

22 - ما طبيعة الاخبار التي تستميل المشاهد اكثر؟

سياسية  - إقتصادية  - ثقافية  - رياضية   
دينية  - إجتماعية

23 - ما الذي يجذبك لمتابعة البرامج الإخبارية لقناة الشروق الإخبارية؟

مقدمي البرامج  - المضامين المطروحة  - الجغريك   
الديكور

24 - إذا كانت تجذبك برامج الشروق فإلى ماذا يعود ذلك؟

الاسلوب و اللغة  - الحيوية و النشاط  - القدرة على الإقناع   
الكاريزما  - التفاعل

- أخرى اذكرها .....

25 - هل أنت راض على العموم عن الخدمات الإعلامية التي تقدمها قناة الشروق الإخبارية؟

نعم  - لا

برر في كلتا الحالتين لماذا .....

26 - كيف تقيم الاداء الإعلامي لقناة الشروق الاخبارية؟

.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28 جويلية 2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز البحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): لمال محسن

الصفة: طالب، أستاذ باحث، باحث دائم: طالب

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 043 761

والصادرة بتاريخ: 17-04-2013

عن دائرة: سعي عيسى

المسجل (ة) بكلية: علوم إنسانية واتصال قسم: علوم الإعلام والاتصال

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)، عنوانها:

البورصة الإلكترونية كمنصة لتجارة السلع والخدمات الإلكترونية لدى

طالبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في

إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 05/06/2013

إمضاء المعني

## الفهرس المحتويات

الشكر و التقدير

الاهداء

الملخص

1	..... مقدمة
3	..... الفصل الأول الاطار المنهجي
4	..... 1- إشكالية الدراسة :
5	..... 2 - اسباب اختيار الموضوع :
6	..... 3 - أهمية الدراسة :
6	..... 4 - أهداف الدراسة :
6	..... 5 - منهج الدراسة :
7	..... 6 - مجتمع الدراسة :
8	..... 7 - عينة الدراسة :
8	..... 8 - أدوات الدراسة :
9	..... 9 - حدود الدراسة :
9	..... 10 - تحديد المفاهيم :
12	..... 11 - الدراسات السابقة :
18	..... 12 - صعوبات الدراسة :
19	..... قائمة المصادر و المراجع :
19	..... أولاً : المصادر و المراجع
20	..... 2 - الرسائل و مذكرات التخرج :

20	3 - مصادر إلكترونية :
21	الفصل الثاني الاسس النظرية للصورة الذهنية
22	المبحث الأول : الصورة الذهنية مفهوم و أهمية و خصائص و عوامل نجاحها
22	المطلب الأول : مفهوم الصورة الذهنية
26	المطلب ثاني : أهمية الصورة الذهنية
26	المطلب الثالث : خصائص الصورة الذهنية و سماتها
29	المطلب الرابع : عوامل نجاح بناء الصورة الذهنية
30	المبحث الثاني : مصادر و مكونات الصورة الذهنية
30	المطلب الاول : مصادر تكوين الصورة الذهنية
30	المطلب الثاني : مكونات و ابعاد الصورة الذهنية
31	المبحث الثالث : وظائف الصورة الذهنية
31	المطلب الاول : وظائف الصورة الذهنية على مستوى الفرد
34	المطلب الثاني : وظائف الصورة الذهنية على مستوى الجماعة الفرعية
37	المطلب الثالث : وظائف الصورة الذهنية على مستوى النظام ككل
38	المبحث الرابع : انواع الصورة الذهنية و العوامل المؤثرة فيها
38	المطلب الاول : انواع الصورة الذهنية
50	المطلب الثاني : العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية
52	قائمة المصادر و المراجع :
52	1 - الكتب :
54	2 - رسائل و مذكرات التخرج :
55	الفصل الثالث القنوات الفضائية الاخبارية

56	المبحث الأول : القناة الفضائية مفهوم و نشأة، أهمية و خصائص.....
56	المطلب الأول : مفهوم القناة الفضائية.....
57	المطلب الثاني : نشأة القنوات الفضائية.....
59	المطلب الثالث : أهمية و خصائص القناة الفضائية.....
60	المبحث الثاني : وظائف و أهداف القنوات الفضائية الإخبارية.....
60	المطلب الاول : وظائف القنوات الفضائية الإخبارية.....
62	المطلب الثاني : أهداف القنواة الفضائية الإخبارية.....
63	المبحث الثالث :أهمية و أنواع القنوات الفضائية.....
63	المطلب الاول : أهمية القنوات الفضائية.....
64	المطلب الثاني : أنواع القنوات الفضائية.....
67	قائمة المصادر و المراجع :.....
67	أولا - كتب.....
67	ثانيا - مذكرات و رسائل تخرج.....
68	مجالات :.....
69	الاطار التطبيقي.....
70	المبحث الأول : ماهية الشروق الإخبارية.....
70	المطلب الاول : قناة الشروق الإخبارية "تعريف و بطاقة فنية".....
73	المبحث الثاني : تحليل و تفسير البيانات الميدانية.....
73	المطلب الأول : التحليل الكمي و الكيفي وفق متغيرات الدراسة.....
94	المطلب الثاني : نتائج الدراسة.....
95	المطلب الثالث : مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.....

97	المطلب الرابع : مناقشة نتائج الدراسة وفق تساؤلات الدراسة.....
99	المطلب الخامس : توصيات الدراسة.....
101	قائمة المصادر و.....
101	المراجع.....
102	أولا : الكتب.....
105	الرسائل و مذكرات التخرج :.....
106	مجلات :.....
106	المصادر الالكترونية :.....
107	قائمة الملاحق.....
108	1 - استمارة الاستبيان.....

## فهرس الجداول :

- الجدول رقم (01) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .....73
- الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي .....74
- الجدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص .....74
- الجدول رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب مشاهدة قناة الشروق الاخبارية.....75
- الجدول رقم (05) يبين توزيع المبحوثين حسب شكل مشاهدة قناة الشروق الاخبارية.....76
- الجدول رقم ( 06 ) يبين تخصيص الوقت لمشاهدة قناة الشروق الإخبارية.....77
- الجدول رقم (07) يبين عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة برامج قناة الشروق.....77
- الجدول رقم (08) يبين الاوقات المفضلة لمتابعة قناة الشروق الاخبارية.....78
- الجدول رقم (09) يبين نوع الاستقطاب لمشاهدة قناة الشروق.....79
- الجدول رقم (10) حسب أكثر المواضيع التي تتطرق لها قناة الشروق.....80
- الجدول رقم (11) الشبكة البرمجية لقناة الشروق تلي رغبات الجمهور.....81
- الجدول رقم (12) يبين قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض المضامين في الأوقات المناسبة.....82
- الجدول رقم (13) يبين قيام الخدمة الإعلامية لقناة الشروق بعرض مواضيع قريبة نفسيا للمشاهد.....83
- الجدول رقم (14) يبين رأي في الوقت الحالي لقناة الشروق الاخبارية.....84
- الجدول رقم (15) يبين مدى امتياز قناة الشروق بالمصدقية.....85
- الجدول رقم (16) يبين الاعتقاد بان قناة الشروق تمتاز بالآنية والجدية.....86

- الجدول رقم (17) يبين رأي أن قناة الشروق الاخبارية تمتاز بالموضوعية.....87
- الجدول رقم (18) الإعجاب بالشبكة البرمجية لقناة الشروق الاخبارية.....88
- الجدول رقم (19) يبين توزيع المحوثين من خلال رايبهم في دور برامج قناة الشروق الاخبارية في استمالة المشاهد.....89
- الجدول رقم (20) يبين طبيعة الاخبار التي تستميل المشاهد اكثر.....90
- الجدول رقم (21) يبين ما الذي يجذب لمتابعة الأخبار لقناة الشروق الإخبارية.....91
- الجدول رقم (22) يبين سبب الذي يجذب لمتابعة الأخبار لقناة الشروق الإخبارية.....92
- الجدول رقم (23) حسب الرضا على الخدمات الاعلامية التي تقدمها قناة الشروق الاخبارية.....93

